



Universidad Tecnológica Equinoccial

Facultad: Turismo, Hotelería y Gastronomía

Carrera: Turismo y Preservación Ambiental

Título a Obtener: Ingeniero en Gestión Turística y  
Preservación Ambiental

Plan de Desarrollo Integral para la Ruta De Las  
Flores en el Cantón Cayambe como Potencial  
Atractivo Turístico

Autor: Carlos Andrés Cando Castro

Directora: Dra. Ximena Aguirre Ulloa

Mayo 2013

## Autoría

El presente trabajo fue realizado en su totalidad por Carlos Andrés Cando Castro, en base a la bibliografía citada en este documento.

Del presente trabajo de estudio se responsabilizan las personas que a continuación firman:

Carlos Andrés Cando Castro  
Autor

Dra. Ximena Aguirre  
Directora de Tesis

## Dedicatoria

Dedico este trabajo a mi familia lo máspreciado en mi vida, mi madre en especial, mi padre, mis hermanas Pamela Nadya y Alejandra, mi hermano Gabrielito y mis sobrinos.

## Agradecimiento

Estos años de trabajo y desempeño se ven reflejados en un trabajo final, mismo que va en honor de las personas que con tanto trabajo permitieron la consecución de este, mi primer logro importante, agradezco a mi madre en primera instancia, sin ella no estaría donde me encuentro, en segunda instancia a mis hermanas, por su ayuda desde tan lejos y su preocupación constante al igual que su apoyo incondicional y su ayuda y como no agradecer a mi padre y mi hermano que sin duda son fuente de inspiración para la consecución de este título.

## INDICE

### Contenido

INTRODUCCIÓN .....	I
MARCO DE REFERENCIA .....	IV
1. Planteamiento del problema.....	IV
2. Objetivos. ....	IV
2.1 General: .....	IV
2.2 Específicos:.....	V
3. Metodología de la investigación .....	V
3.1 Métodos .....	V
3.2 Técnicas.....	VI
3.3 Instrumentos .....	VI
4. Justificación.....	VII
CAPITULO I	
GENERALIDADES DEL TURISMO .....	1
1.1 Turismo .....	1
1.1.1 Turismo de descanso y esparcimiento. ....	1
1.1.2 Turismo de Negocios.....	2
1.1.3 Turismo cultural y científico o turismo de congresos. ....	2
1.1.4 Turismo de Deportes .....	2
1.1.5 Turismo náutico. ....	2
1.2 Turismo en el Ecuador .....	3
CAPITULO II	
GENERALIDADES DEL AREA DE ESTUDIOS Y LA INDUSTRIA FLORICOLA.....	9
2.1 Generalidades del cantón Cayambe, Provincia de Pichincha .....	9
2.1.1 Antecedentes Geográficos. ....	9
2.1.2 Características Geográficas: .....	9
2.1.3 Hidrografía: .....	10
2.1.4 Hidrología: .....	10
2.1.5 Orografía: .....	10

2.1.6	Economía: .....	11
2.1.7	División Política: .....	11
2.2	Generalidades de la producción florícola en el Ecuador .....	12
2.2.1	Introducción.....	12
2.2.2	Mercado Ecuatoriano.....	13
2.2.3	Mercados Internacionales.....	18
2.2.4	Problemática de mercados .....	18
2.2.5	Producción mundial .....	19
2.2.6	Principales Países .....	19
2.2.7	Mercado en crecimiento .....	19
2.2.8	Mercado Futuro .....	20
2.2.9	Principales países importadores.....	20
2.2.10	Canales de distribución EEUU.....	20
2.2.11	Mercado EEUU.....	20
2.2.12	Quien es el Consumidor .....	21
2.2.13	Retail y consumidores .....	21
2.2.14	Desarrollo futuro .....	22
2.2.15	Oportunidad .....	22
2.2.16	Estacionalidad .....	22
2.2.17	Mercado Volátil.....	23
2.3	Características Generales del Proceso Florícola .....	23
2.3.1	Material Vegetal.....	23
2.3.2	Multiplicación .....	24
2.3.3	Requerimientos Climáticos .....	25
2.4	Plagas, Enfermedades Y Fisiopatías .....	29
2.4.1	Plagas.....	29
2.4.2	Enfermedades .....	30
2.5	Recolección.....	31
2.6	Postcosecha.....	32

## CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO .....	33
3.1    Introducción.....	33
3.2    Objetivos .....	33
3.2.1    General.....	33
3.2.2    Específicos .....	34
3.3    Universo tamaño de la muestra. ....	34
3.3.1    Finito.....	35
3.4    Métodos de contacto .....	36
3.4.1    Personal .....	36
3.4.2    Correo.....	36
3.5    Entrevista N°1 .....	37
3.6    Entrevista N°2 .....	39
3.7    Entrevista N°3 .....	41
3.8    Entrevista N°4 .....	42
3.9    Entrevista N°5 .....	43
3.10    Tabulación y resultados de las encuestas.....	44
3.11    Conclusiones de la Investigación .....	56
3.12    Consumidores potenciales .....	57
3.13    Demanda futura .....	57
3.14    Fórmula para la proyección de la demanda .....	58
3.15    Demanda potencial .....	59

## CAPITULO IV

ANÁLISIS DEL IMPACTO AMBIENTAL.....	61
4.1    Objetivos .....	61
4.1.1    Objetivos Generales .....	61
4.1.2    Objetivos Específicos .....	61
4.2    Situación Del Entorno.....	61
4.2.1    Suelo .....	61
4.2.2    Clima .....	64
4.2.3    Agua .....	64

4.3	Matriz de identificación de impactos ambientales .....	66
4.4	Planes de mitigación .....	71
4.4.1	Clasificación de las Medidas de mitigación. ....	71
4.4.2	Generación de residuos sólidos.....	72
4.4.3	Generación de residuos líquidos (aguas residuales).....	73
4.4.4	Impacto en la energía .....	73
4.4.5	Impactos Positivos por Etapa del Proyecto .....	74
4.5	Control e implementación del programa “La Flor de Ecuador” .....	74
4.5.1.1	Manual de mejores prácticas.....	75
4.5.1.2	Proyecto de visitas .....	75
4.5.1.3	Plataforma Informática .....	75
4.5.1.4	Bases Conceptuales de La Flor de Ecuador .....	77
4.6	Comentario.....	88
 CAPITULO V		
PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO .....		
5.1	Introducción.....	90
5.2	Misión.....	93
5.3	Visión .....	93
5.4	Objetivos .....	93
5.4.1	Objetivo General.....	93
5.4.2	Objetivos Específicos .....	94
5.5	Análisis FODA de La Ruta de las Flores.....	94
5.5.1	Fortalezas .....	95
5.5.2	Oportunidades .....	96
5.5.3	Debilidades.....	97
5.5.4	Amenazas.....	98
5.6	Matriz de impacto interno y externo .....	99
5.6.1	Matriz De Fortalezas.....	100
5.6.2	Matriz De Debilidades.....	101
5.6.3	Matriz De Oportunidad.....	102
5.6.4	Matriz De Amenazas .....	103



5.6.5	Matriz de aprovechabilidad “Ruta De Las Flores” .....	104
5.6.6	Matriz De Vulnerabilidad De La Ruta De Las Flores .....	106
5.7	Matrices de Evaluación .....	108
5.7.1	Matriz De Evaluación De Análisis Interno .....	109
5.7.2	Matriz De Evaluación De Análisis Externo.....	111
5.8	Participación de la comunidad .....	113
5.9	Programas para la capacitación de la comunidad .....	114
5.10	Programa Académico para la capacitación del personal .....	114
5.11	Venta de Artesanías .....	119
5.12	Adecuación, Ampliación e Implementación de nuevos atractivos del sendero “Ruta de las flores” en el Cantón Cayambe .....	120
5.13	Señalética .....	125
5.14	Señalización.....	127
5.15	Sistema de Vallas y Señales (Dimensiones Básicas y su ubicación) .....	138
5.16	Políticas .....	142
5.17	Estrategias a ser aplicadas en el marketing turístico de La Ruta De Las Flores.....	144
5.18	Presupuesto de marketing .....	153
5.19	Calidad de servicios turísticos.....	155
5.20	Paquete turístico. ....	157
	Conclusiones.....	159
	Recomendaciones.....	163
	Bibliografía.....	165
	Anexos .....	171
	Cuestionario N°1 .....	171
	Entrevista N°1 .....	174
	Entrevista N° 2 .....	174
	Entrevista N°3 .....	175
	Entrevista N°4 .....	175
	Entrevista N°5 .....	176
	Mapa Ruta De Las Flores .....	177

Mapa Ruta De Las Flores Cantón Cayambe .....	178
--	-----

## Índice de gráficos

Grafico 1 Turismo Receptor 2006-2010 .....	4
Grafico 2 Norteamérica: Estados Unidos, Canadá, México .....	5
Grafico 3 Región Bolivariana: Colombia, Perú, Venezuela .....	6
Grafico 4 MERCOSUR: Chile, Argentina, Brasil.....	7
Grafico 5 Ingreso de divisas por turismo al Ecuador .....	8
Grafico 6 Exportaciones del Ecuador año 2011 enero – noviembre .....	14
Grafico 7 Exportaciones del Ecuador año 2010 enero – diciembre.....	15
Grafico 8 Exportaciones del Ecuador año 2009 enero – diciembre.....	16
Grafico 9 Exportaciones del Ecuador año 2008 enero – diciembre.....	17
Grafico 10 Estudiantes del distrito metropolitano de quito que visitan el Cantón Cayambe.....	58
Grafico 11 Demanda potencial .....	60
Grafico 12 matriz de identificación de impactos ambientales .....	66
Grafico 13 matriz de fortalezas.....	100
Grafico 14 Matriz de debilidades .....	101
Grafico 15 matriz de oportunidad .....	102
Grafico 16 matriz de amenaza .....	103
Grafico 17 matriz de aprovechabilidad .....	104
Grafico 18 matriz de vulnerabilidad .....	106
Grafico 19 matriz de evaluación de análisis interno Fortalezas.....	109
Grafico 20 matriz de evaluación de análisis interno Oportunidades.....	110
Grafico 21 matriz de evaluación de análisis externo Debilidades.....	111
Grafico 22 matriz de evaluación de análisis externo Amenazas .....	112
Grafico 23 dimensiones básicas y su ubicación (vallas y señales) .....	138

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo trata sobre La Ruta De Las Flores desarrollada en el Cantón Cayambe, proyecto que conoce la realidad que atraviesa la ruta turística, plan que en determinado momento fue una prioridad del estado Ecuatoriano

En la investigación se analiza aspectos, datos generales de la Provincia de Pichincha, detallando características del Cantón Cayambe y sobre la industria florícola mundial y del Ecuador, con la finalidad de realizar un estudio de mercado, de esa forma armar el perfil del visitante y el segmento de mercado al cual se apuntala el trabajo a poner en marcha.

Los esfuerzos infructuosos del Ministerio De Turismo por reactivar la actividad turística en el Cantón Cayambe, el subdesarrollo de la región andina ecuatoriana, la poca participación colectiva e integral con la comunidad y el trabajo desintegrador por parte de cada uno de los entes llamados responsables a constituir a La Ruta De Las Flores en el Cantón Cayambe, como una ruta turística viable en el país muestra un trabajo requerido obligatoriamente.

Tomando en cuenta el perfil del visitante y de acuerdo a sus gustos, preferencias y necesidades, se desenvuelve un plan de desarrollo turístico para la Ruta de las Flores en el Cantón Cayambe, mediante estrategias que implementan un trabajo conjunto con la comunidad.

De esta forma se crea actividades que puedan realizar un apuntalamiento de la ruta en base al potencial humano presente en la zona, mismo que se capacitará en base a cursos que se establece para un correcto funcionamiento De La Ruta De Las Flores.

Tomando en cuenta como base el análisis de toda la información obtenida mediante el estudio de mercado y los análisis de posibles impactos ambientales, este estudio tiene como resultado una propuesta para la futura implementación de un plan de desarrollo turístico integral para La Ruta De Las Flores.

El trabajo se encuentra conformado por 5 capítulos, los cuales se describen a continuación:

## CAPITULO I

En este capítulo se procederá a realizar una revisión de conceptos y temas claves y vitales para la realización del proyecto puesto en marcha, tanto en aspectos turísticos relevantes, como en temas y compendios florícolas.

## CAPITULO II

Este capítulo contiene información relevante y datos generales de la Provincia de Pichincha, la descripción detalla que presenta el cantón Cayambe, aspectos y datos geográficos y por último se tratara sobre datos sobre la industria florícola mundial y datos de florícolas en el sector de Cayambe

## CAPITULO III

En este capítulo se realizará el estudio de mercado donde se estudiará el perfil del visitante y los requerimientos que demanda, como de la oferta y demanda.

## CAPITULO IV

En este capítulo se tomará temas importantes como el impacto ambiental que pueda poseer el sector, analizando si el impacto es positivo o negativo y de esta forma poniendo planes en marcha para la conservación y cuidado del ambiente y del correcto desempeño del turista.

## CAPITULO V

En este capítulo se desarrollará el plan de desarrollo turístico para la Ruta de las Flores en el Cantón Cayambe, tomando como puntos referenciales; la misión visión, planes de desarrollo, estrategias a implementarse, actividades con la comunidad, etc.

## CAPITULO VI

En el último capítulo, se presentará las debidas conclusiones y recomendaciones que se debería tomar en el Plan de desarrollo Turístico para la Ruta de las Flores en el Cantón Cayambe

## MARCO DE REFERENCIA

Tema: Plan de Desarrollo Turístico Integral para La Ruta de las Flores en el Cantón Cayambe como potencial atractivo turístico.

### **1. Planteamiento del problema.**

Si bien la ruta de las flores fue una iniciativa en su momento para el estado, en la actualidad es una alternativa que quedó en el olvido y piensa ser retomado por Expoflores; como ente que rige la producción florícola a nivel nacional, el Cantón Cayambe y la comunidad del Cantón Cayambe. Es así que este trabajo persigue realizar una propuesta para que la iniciativa siga y se beneficie tanto al sector productivo, como a quienes laboran para él.

La deficiente organización por parte del ministerio de turismo ente encargado del desarrollo turístico del país, en una ruta que en su determinado tiempo fue catalogado como proyecto priorizado por el estado; debido al grado de importancia que se presta, con relación a la sostenibilidad, el desarrollo y el trabajo colectivo, muestran la urgencia por la promoción, organización y un plan de desarrollo integral a ser puesto en marcha, con el objeto de ser una fuente de ingresos en el cantón Cayambe y sus comunidades.

### **2. Objetivos.**

#### **2.1 General:**

Realizar un plan de desarrollo turístico integral para la Ruta de las Flores en el Cantón Cayambe, para coadyuvar al desarrollo turístico de la zona, así como del sector interesado y los actores inmersos en él.

## **2.2 Específicos:**

- Determinar las características generales del área de estudio
- Realizar un análisis de la industria florística en el Ecuador y De La Ruta De Las Flores en el Cantón Cayambe
- Realizar un estudio de mercado, con el fin de conocer las necesidades y características de los visitantes o turistas para la Ruta de las Flores en el tramo que comprende el Cantón Cayambe.
- Realizar la propuesta para el Plan de Desarrollo Integral para la Ruta de las Flores
- Realizar un análisis ambiental en la Ruta de las Flores en el cantón Cayambe

## **3. Metodología de la investigación**

En esta etapa del estudio de mercado, se llevará a cabo una amplia investigación con el ánimo de determinar qué información está actualmente disponible, de tal forma se procedería a la recolección de datos con información secundaria, es decir aquellos datos que se han generado interna y externamente de La Ruta de las Flores.

### **3.1 Métodos**

#### **3.1.1.1 Deductivo:**

Este método se utilizará en el estudio o análisis de cómo se encontrará estructurada la municipalidad Cantón Cayambe, de esta forma se analizó desde lo general hasta llegar a determinar y analizar las diferentes áreas de trabajo que posee la alcaldía en el área de desarrollo turístico cantonal, por medio de cuadros sinópticos.

### **3.1.1.2 Analítico:**

Este método se utilizara para analizar el trabajo que se realiza por parte de Expoflores en cada uno de los trayectos que comprende la ruta de las flores, con la finalidad de comparar el desarrollo colectivo e individual, examinando minuciosamente las diferencias el desarrollo y las actividades que se han puesto en marcha.

## **3.2 Técnicas**

### **3.2.1 La encuesta.**

Se realizara encuestas con la finalidad de determinar la motivación para realizar turismo, encuestas que no contemplen un rango de edad, así también se podrá realizar preguntas de opción múltiple para poder llegar a conclusiones acertadas de las motivaciones de estas personas por la nueva ruta y cuál sería el perfil del turista que estaría particularmente interesado con este nuevo proyecto. De esta manera se llegará a la conclusión de que estrategias serían las más indicadas y acertadas, así como; que se debería ampliar, que se debería suprimir y cuáles serían los factores más relevantes.

## **3.3 Instrumentos**

### **3.3.1 Entrevistas.**

Con el uso de este instrumento, se pondrá en marcha en dos sectores por llamarlo así, uno dirigida para el director de rutas del Ecuador; y la otra será dirigida para el alcalde del cantón Cayambe. Con esto podremos tomar información adecuada, la



misma que nos permita analizar la situación insitu y de igual manera información exsitu.

### **3.3.2 Cuestionarios**

Por medio de un conjunto de preguntas, las mismas que tendrán una lógica, coherencia, organización, secuencia y estructura de acuerdo con un buen planteamiento, será el instrumento capaz de proporcionarnos la información y respuestas que se precisa para llevar a cabo el plan de desarrollo.

## **4. Justificación.**

El elaborar una propuesta de desarrollo turístico integral para la ruta de las flores, permitirá que un sector productivo influya de manera indirecta como alternativa para el resto de la población del Cantón Cayambe, pues el ingreso de visitantes, será un parámetro para que los diferentes grupos humanos asentados alrededor de esta industria, puedan de una manera u otra ser beneficiados y ser partícipes de este proyecto integrador.

La importancia que posee como producto turístico e instrumento para desarrollar el Cantón Cayambe, de manera responsable vial y ecológica. El ser parte de un servicio turístico y producto que parte a desarrollar un negocio internacional y dinamizador de la economía nacional. Tomando también en cuenta la importancia del tramo que se expone, por su alto número de empresas florícolas presentes en el Cantón Cayambe, mismo que presenta un valor turístico importante por el número de atractivos y diferentes factores turísticos que se enmarcan en este trayecto, como las favorables condiciones climatológicas; hacen del Cantón Cayambe un sector privilegiado para desarrollar la ruta de las flores tomando como base este sector y aplicar un plan turístico integral para La Ruta De Las Flores en el Cantón Cayambe.

# CAPITULO I

## GENERALIDADES DEL TURISMO

### 1.1 Turismo

La actividad turística, vienen a ser la acción, que se realiza por parte del ser humano, en un periodo no superior a un año y no menor a 1 día, la actividad turística se la ha planteado desde distintos puntos de vista y uno de los más importantes es el sector económico, convirtiéndose en un fenómeno socioeconómico, que ha sido estudiado, legislado y explotado, por lo que en la actualidad se establecen distintas clases de turismo, destinados a uno u otro público, en referencia a su poder adquisitivo, a su poder económico, sus gustos, sus preferencias, inquietudes y necesidades. Cristalizándose de esta forma en una actividad de ocio, relax y confort.

De esta forma podremos mencionar, los más sobresalientes tipos de turismo que existen en nuestra actualidad:

#### 1.1.1 Turismo de descanso y esparcimiento.

Considerado como la actividad turística primaria o elemental, por lo cual es la que más se aproxima a su definición tradicional, siendo de tal manera, la actividad por naturaleza más genuina de todas, entendiéndose como turismo de descanso y esparcimiento, la practica o actividad que es realizadas por la persona que desea solazarse, evadirse, disgregarse, dispersarse, sin otras presunciones que no sean la de descansar y el "relax". (Lalama, 2011 )

### **1.1.2 Turismo de Negocios.**

La actividad turística que practica el hombre de negocios, al mismo tiempo que a decidido desarrollar sus actividades mercantiles o profesionales, aprovecha la oportunidad para disfrutar de las circunstancias que le rodean, el paisaje, la cultura, las diversiones, el sol, actividades de esparcimiento, las mismas que pueden ser desarrolladas en lapsos acopladas a las otras actividades inherentes al oficio. (Lalama, 2011 )

### **1.1.3 Turismo cultural y científico o turismo de congresos.**

Actividad turística, la misma que se practica aprovechando el evento de cualquier manifestación o celebración de tipo cultural, natural, exposiciones, conciertos, congresos etc. Siendo estos actos concurridos y celebrados por personas con un poder adquisitivo y nivel cultural que son deseados por todos los organizadores. (Lalama, 2011 )

### **1.1.4 Turismo de Deportes.**

Tiene un gran poder de convocatoria y está ligado con la celebración de torneos, campeonatos, etc. La misma que son actividades de interés masivo y una aglomeración importante, atrayendo a toda clase de población.

### **1.1.5 Turismo náutico.**

Actividad turística inherente a las acciones de ocio, las mismas que son aprovechadas en lapsos o periodos de recreo para dedicarse a conocer, navegar y aventurarse en viajes por cuencas, ríos, mares y océanos.

## 1.2 Turismo en el Ecuador

En la actualidad, Ecuador se presenta como un país con grandes perspectivas de desarrollo en diversos campos de la actividad económica. En este sentido, las autoridades ecuatorianas citan al turismo, junto con las industrias del petróleo, empresas bananeras, mineras, telecomunicaciones, generación de energía, pesquera, agroindustria y red vial, como aquellas que tienen más posibilidades de crecimiento. El turismo es, sin lugar a duda, un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local y extranjera. De igual manera contribuye al desarrollo de infraestructuras hoteleras, puertos y vías; pero, sobre todo, es un producto que genera divisas importantes para el Ecuador.

La variedad de paisajes, fauna, grupos étnicos, las numerosas ofertas turísticas, ya sea rural, de aventuras, de negocios o cultural, hacen de este país biodiverso un destino muy atractivo, sobre todo, para visitantes de Europa, cuyos gustos actuales y tendencias se identifican con la oferta de presenta el Ecuador.

El mayor contingente de visitantes extranjeros provino de Estados Unidos (23,79%), seguido de Colombia (19,48%), Perú (14,73%), España (5,64%), Alemania (2,39 %), Gran Bretaña (2,14 %) y Francia (1,94%). Esa cifra supuso un aumento del 8,1% respecto al 2009. (TURISMO, 2011)

Es una realidad que el país ha evolucionado de una forma favorable en relación a la industria turística, conforme lo muestra la gráfica, ha sido un proceso en el cual la cifra de llegadas hacia el Ecuador se ha ido incrementando cada año, a excepción del año 2009 con relación del 2008 nota una variación de decrecimiento, siendo un factor clave a tomar en cuenta como una de las razones del por qué viene a ser la crisis mundial.

A continuación podremos observarlo de una forma gráfica el desarrollo de la actividad turística en base al turismo receptor entre los años 2006 y 2010 y de igual forma vamos a poder evidenciar A nivel nacional el turismo ha tenido una gran

mejora, al culminar el año 2010 y tras pasar un mes en el 2011, al tener un incremento de visitantes del 9,83%.

En enero de este año llegaron al país un total de 105.541 visitantes, mientras que en igual período, en 2009 la cifra se ubicó en 96.062 extranjeros.

Entre los principales mercados emisores registrados en el mes de enero de 2011 se encuentran: Colombia, Estados Unidos y Perú, con una importante participación porcentual del 26,68%, 17,23% y 15,13% en su orden, y mercados tales como España, y Alemania que contribuyen con las llegadas al país, con valores relativos de: 4,67% y 1,87% respectivamente. (Andes, 2011)

**Grafico 1 Turismo Receptor 2006-2010 Grafico 2**



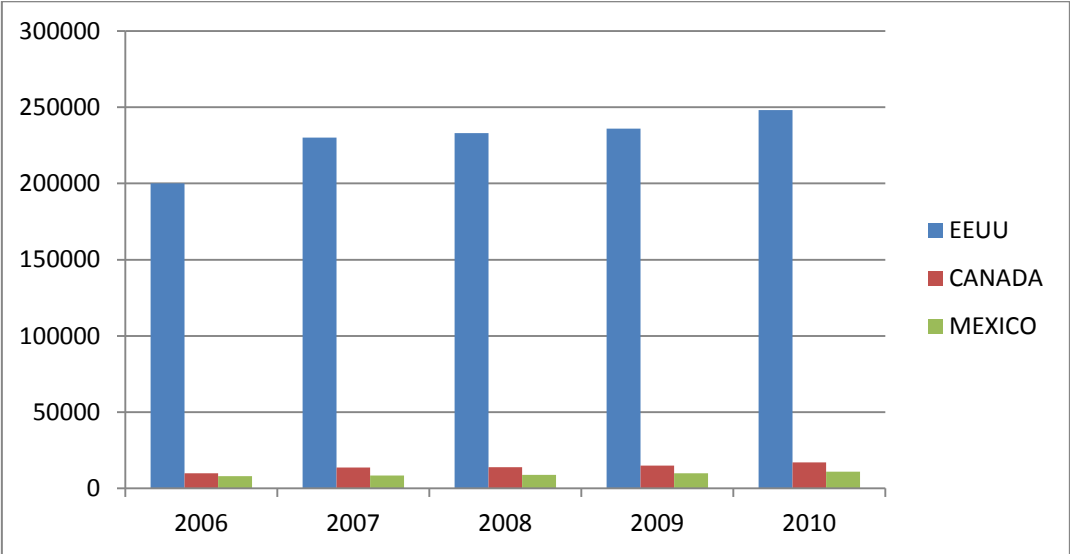
Fuente: OPTUR. Análisis de turismo a diciembre 2010, anuarios de migración internacional INEC 2008-2010(MINTUR., 2010)

**Análisis:**

Se puede acotar en base al aumento del flujo turístico al Ecuador, se debe a la evolución de la actividad turística en el país y la inversión que se ha incrementado al

organismo regulador de la actividad turística, como de misma forma la participación privada y el desarrollo de comunidades organizadas.

**Grafico 3**Norteamérica: Estados Unidos, Canadá, México**Grafico 4**

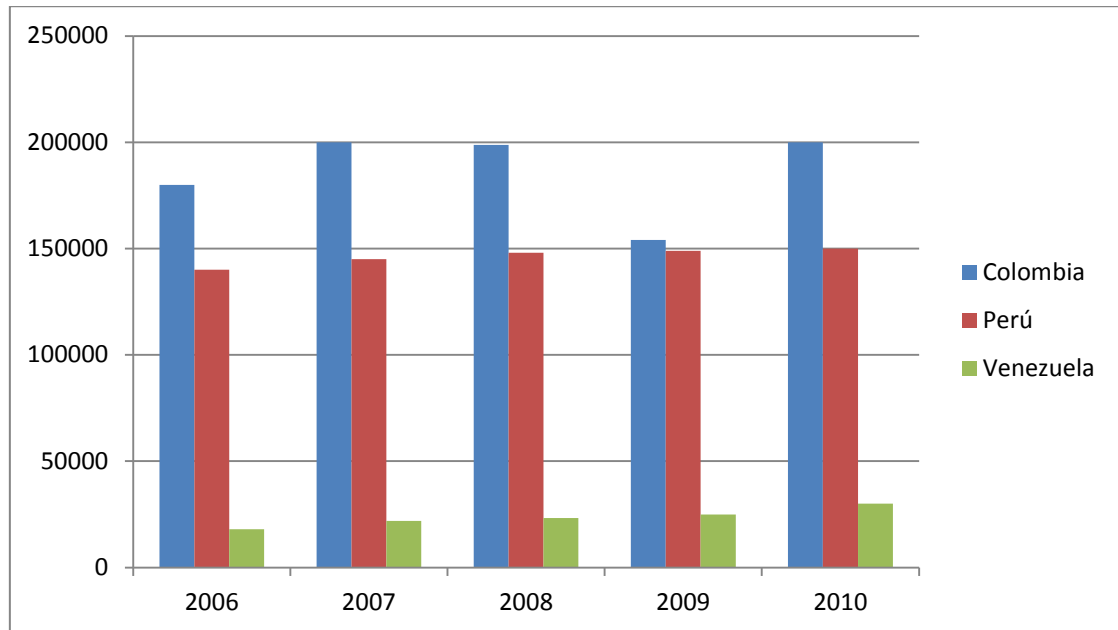


Fuente: Anuarios de migración internacional INEC 2004-2009 (MINTUR., 2010)

**Análisis:**

se puede acotar que en base al modelo y características turísticas que tiene el país, viene a tornarse como un atractivo afrodisiaco para el sector norte del continente, especialmente en países como Canadá, mismo que se interesa por ámbitos faunísticos y países como estados unidos que se interesan por temas de flora y fauna de la región amazónica.

**Grafico 5 Región Bolivariana: Colombia, Perú, Venezuela**

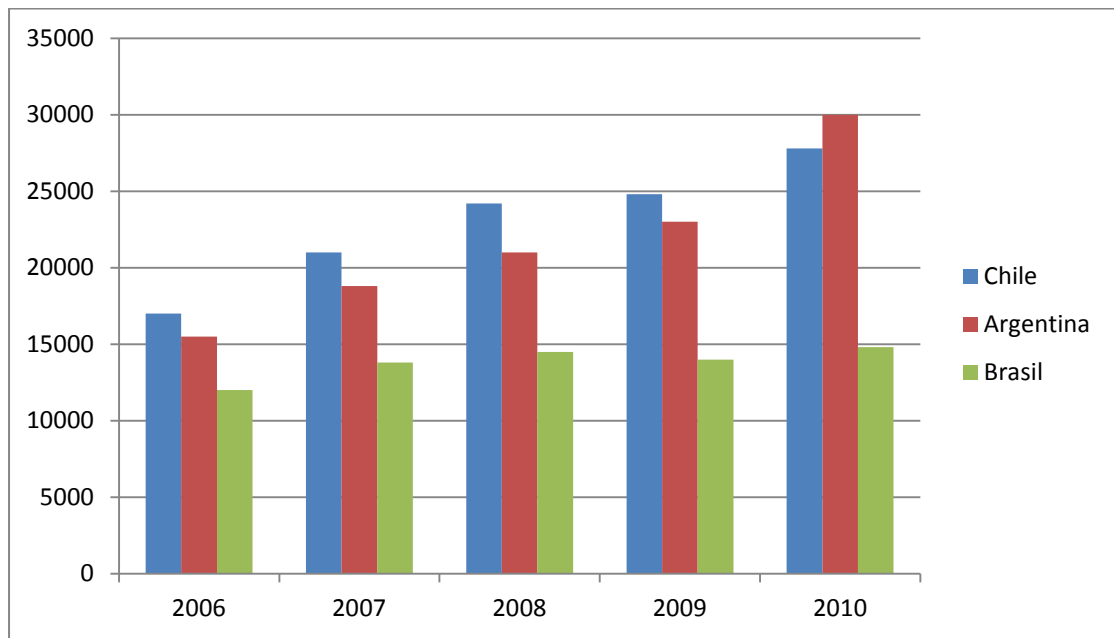


Fuente: Anuarios de migración internacional INEC 2004-2009 (INEC, OPTUR ANALISIS DE TURISMO DICIEMBRE 2010, 2010)

**Análisis:**

El flujo de personas que ingresan desde esta zona, mayoritariamente se debe a la proximidad de territorios, mismos flujos se evidencian en cantidades significantes por medio de vía terrestre siendo el caso de Colombia por la zona norte y Perú por la parte sur.

**Grafico 6 MERCOSUR: Chile, Argentina, Brasil.**



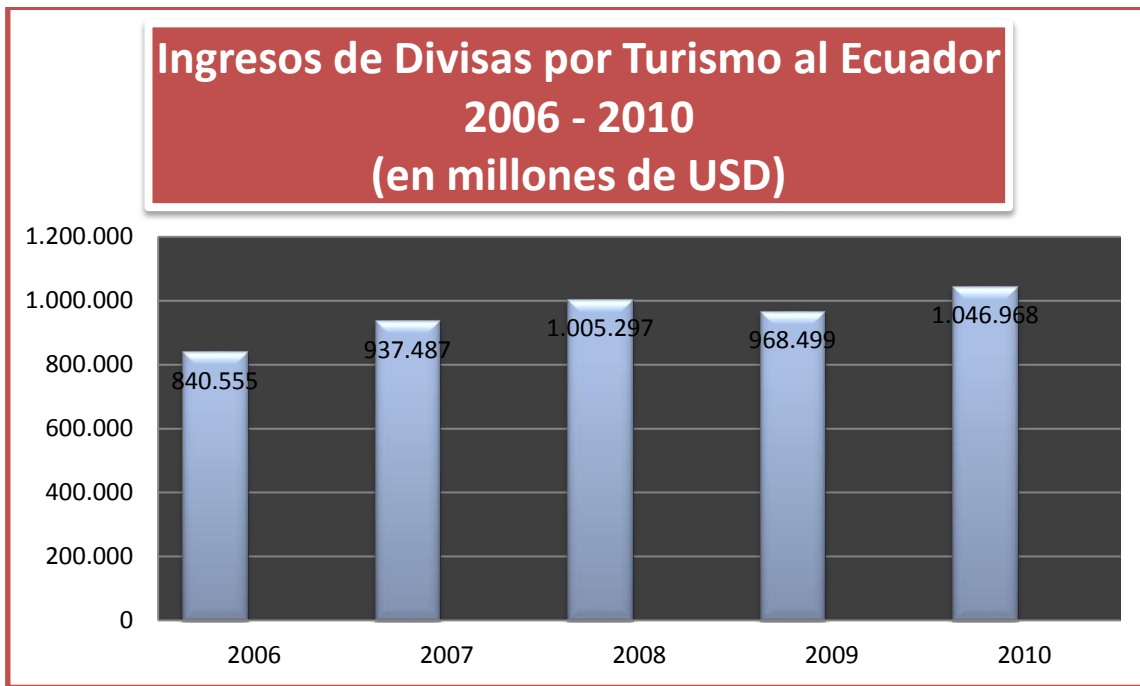
Fuente: Anuarios de migración internacional INEC 2004-2009 (INEC, OPTUR ANALISIS DE TURISMO DICIEMBRE 2010, 2010)

Análisis:

El flujo en base a la zona mercosur disminuye considerablemente esto se debe a la distancia que se mantiene entre países latinos y el flujo de turistas que ingresan al país lo hacen de una forma mayoritaria por transito aereo por motivos de ocio y negocios.



## Grafico 7 Ingreso de divisas por turismo al Ecuador



(MINTUR, 2010)

### Análisis:

Con relación a la gráfica que se presenta, se puede analizar el incremento de divisas que ha ingresado al país, relacionando al ingreso del flujo turístico que va en aumento, poniendo al país como un destino turístico, esto gracias a los esfuerzos infundidos por el Mintur y sus diferentes planes puestos en acción para reactivar la actividad turística tanto en segmento nacional como turistas extranjeros.

## **CAPITULO II**

### **GENERALIDADES DEL AREA DE ESTUDIOS Y LA INDUSTRIA FLORICOLA**

#### **2.1 Generalidades del cantón Cayambe, Provincia de Pichincha**

##### **2.1.1 Antecedentes Geográficos.**

El cantón Cayambe se encuentra ubicado en la provincia de pichincha, hacia la parte norte de los Andes ecuatorianos

El cantón Cayambe limita al Norte: Provincia de Imbabura; Sur: DM Quito; Este: Provincia Del Napo; Oeste: Cantón Pedro Moncayo.

Ubicación: Oriente de la Provincia de Pichincha

Cabecera Cantonal: Cayambe

Superficie: 1.187 km<sup>2</sup>

Altitud: 2.830 metros m.s.n.m.

Población: 69.800 habitantes

(Pichincha, Más datos del cantón, 202)

##### **2.1.2 Características Geográficas:**

El cantón Cayambe se encuentra situado en la parte oriental de la provincia de Pichincha, Está ubicado a 82 kilómetros al noreste del distrito metropolitano de Quito, el mismo que posee elevaciones geográficas importantes como el volcán Cayambe, tercer nevado más alto del país, al pie de cuya ladera occidental se asienta.

### **2.1.3 Hidrografía:**

El cantón Cayambe posee fuentes hidrográficas importantes debido a la presencia de elevaciones significativas a sus alrededores como el nevado Cayambe

### **2.1.4 Hidrología:**

El cantón Cayambe posee una hidrología muy rica, la misma que se encuentra presente en:

La laguna de San Marcos, la misma es parte de la Reserva Ecológica Cayambe-Coca.

Cascada De Cuchicama

Cascada Del Río Cariyacu, El río durante su trayecto forma alrededor de 10 caídas de agua, lo que lo hace único en la zona.

La reserva Ecológica Cayambe-Coca, es un área natural protegida ubicada entre las provincias de Napo, Pichincha, Sucumbíos e Imbabura. Es un lugar de recreación, que a la vez genera información científica, para la protección de los recursos sostenibles del país.

### **2.1.5 Orografía:**

El cantón Cayambe se encuentra situado en la vasta zona de los andes ecuatorianos, con lo que se puede observar elevaciones importantes como es el volcán Cayambe como su principal atractivo, al encontrarse situado en la zona andina podemos mencionar que también pertenece al conjunto de elevaciones denominada “avenida de los volcanes”.

### **2.1.6 Economía:**

Se caracteriza por la actividad agrícola, centrada en la floricultura y el cultivo de la cebolla, así como en la tradicional producción ganadera, que abastece a la industria láctea. Otros productos importantes son la cebada, las papas, el trigo y el maíz; en menor escala se cultivan arveja, habas, fréjol, hortalizas y alfalfa. La crianza de ovejas y la producción porcina son actividades complementarias en las economías familiares. El molino La Unión produce harina y fideos, además existen pequeñas industrias de adoquines y ladrillos, así como talleres de orfebrería, metalmecánica, muebles de madera y otros.

### **2.1.7 División Política:**

Se constituye como Cantón el 23 de julio de 1883 y posee:

- Parroquias urbanas:
  - ✓ Ayora
  - ✓ Juan Montalvo
- Parroquias rurales:
  - ✓ Ascázubi,
  - ✓ Santa Rosa de Cusubamba,
  - ✓ Otón,
  - ✓ Cangahua
  - ✓ Olmedo

(Pichincha, Más datos del cantón, 202)

## **2.2 Generalidades de la producción florícola en el Ecuador**

### **2.2.1 Introducción.**

Las flores Ecuatorianas, consideradas como las mejores del mundo por sus diversas características, tanto en su calidad y perfección, como en las diferentes características que le son favorable, entre las que se puede citar son: la tipología geográfica muy favorable que se presenta en el país, la misma que cuenta no con estaciones fijamente marcadas, sino con lapsos cortos conocidos como micro climas, las mismas que no poseen cambios bruscos, es de esta forma que debido a los días cálidos, noches frías, agua pura, sol radiante y 12 horas de luz solar durante todo el año, dan paso a cultivar diversas variedades de flores con excelentes características, de igual manera la luminosidad que proporciona características únicas a las flores como son: tallos gruesos, largos y íntegramente verticales, botones grandes y colores sumamente vivos y el mayor número de días de vida en florero, además de las ventajas naturales del Ecuador, se han sumado factores tecnológicos propicios y de infraestructura se han convertido en características que a la larga sitúan a nuestro país en un lugar propicio para el desarrollo de la producción florícola. De igual manera los exportadores ecuatorianos dan importancia al medio ambiente y los aspectos sociales. Muchas de las empresas cuentan con sellos verdes otorgados por organismos internacionales con es el caso del sello verde alemán.

En nuestro medio se producen diferentes tipos de flores como la Rosa, con más de 300 variedades entre rojas y de colores, convirtiendo al país con el mayor número de hectáreas cultivadas y produciendo la gama más variada de colores.

Entre las zonas con producción florícola más importante en el país se encuentra las provincias de: Pichincha, Cotopaxi, Azuay, Imbabura, Guayas, Cañar, Chimborazo, El Carchi y Loja.

### **2.2.2 Mercado Ecuatoriano.**

Ecuador en los últimos tiempos ha denotado un desarrollo considerable en su producción florícola, de igual manera sus exportaciones se han visto diversificadas, al mismo instante que se ha producido cambios en cuanto a los países importadores de este producto.

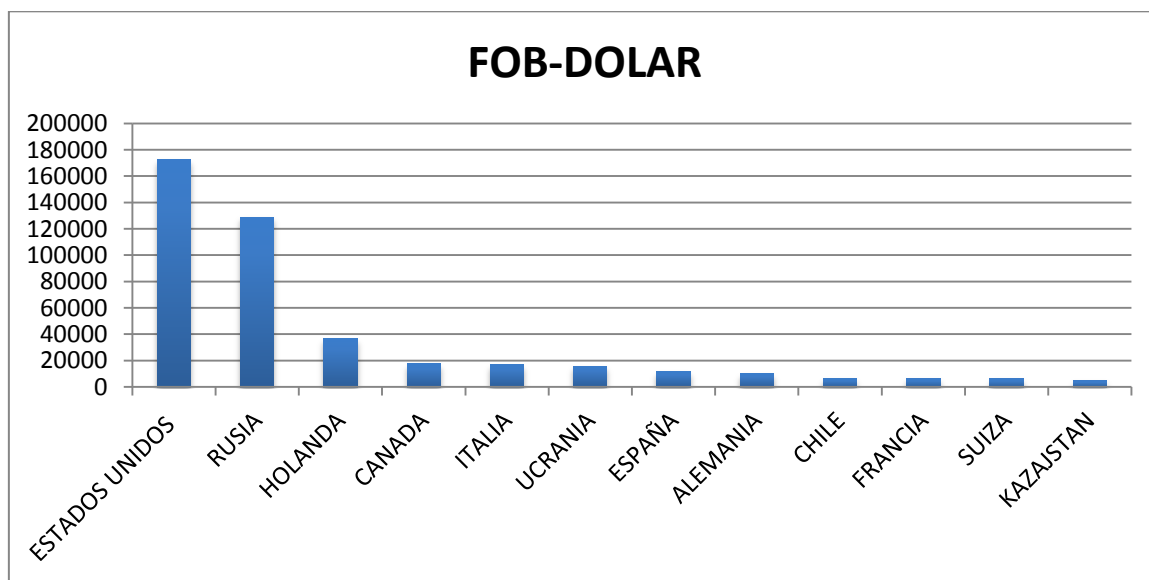
De esta forma tomando en cuenta la variación de exportación, tanto en toneladas, cifras monetarias y la variedad que se exporta, podemos acotar que, sus principales mercados variaron durante los últimos 6 años, pero de igual forma los países más representativos se han mantenido a la par, tan solo variando entre ellos como países con mayor incidencia importadora. Para el año 2011 podemos mencionar que nuestros mercados son: en primer lugar Estados Unidos en segundo Rusia tercer lugar Holanda y después seguido por países como Canadá Italia, Ucrania y por ultimo España entre los más importantes.

Los países Sudamericanos han incrementado en los últimos años su producción, destacando, México, Colombia (cerca de 1.000 ha) y Ecuador. La producción se desarrolla igualmente en África del Este: Zimbabwe con 200 ha y Kenia con 175 ha. Mientras que en Japón, primer mercado de consumo en Asia, la superficie destinada al cultivo de rosas va en aumento y en la India, se cultivan en la actualidad 100 ha, de esta forma podemos acotar que las exportaciones de Ecuador representan el 7% de las exportaciones mundiales de este producto. (GARDEN)

**Grafico 8 Exportaciones del Ecuador año 2011 Enero – Noviembre**  
**Cifras en toneladas y miles de dólares**

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
0603110000	ROSAS	80,562.13	462,874.34	74.09
0603199090	LOS DEMÁS	12,045.67	70,285.33	11.25
0603191000	GYSOPHILA (LLUVIA, ILUSIÓN) (GYSOPHILA PANICULATA L.)	9,058.13	55,291.13	8.85
0603129000	LOS DEMÁS	2,309.90	9,249.45	1.49
0603199010	LIRIOS	1,324.87	7,657.48	1.23
0603900000	LOS DEMÁS	527.73	6,158.50	0.99
0603121000	MINIATURA	842.00	4,261.33	0.69
0603193000	ALSTROEMERIA	640.54	3,509.86	0.57
0603149000	LOS DEMÁS	723.52	3,028.33	0.49
0603192000	ASTER	202.99	1,445.39	0.24
0603141000	POMPONES	194.64	795.27	0.13
0603194000	GERBERA	55.10	263.91	0.05
0603130000	ORQUÍDEAS	0.11	0.75	0.01
<b>TOTAL GENERAL:</b>		<b>108,487.27</b>	<b>624,821.04</b>	<b>100.00</b>

(ECUADOR B. C., CONSULTA DE TOTALES POR NANDINA - PAIS, 2011)

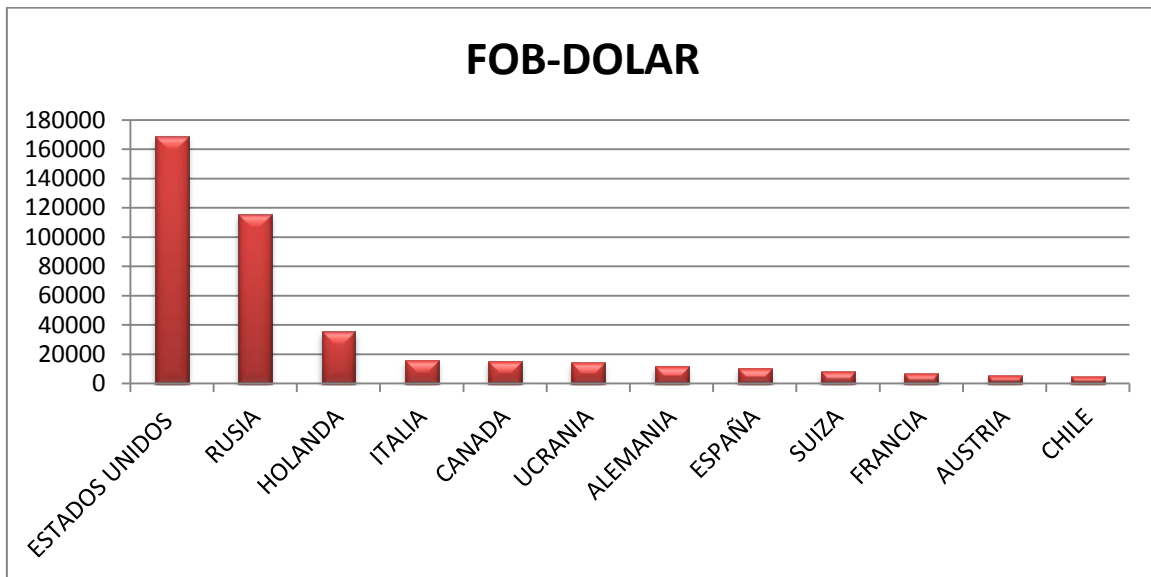


(ECUADOR B. C., CONSULTA DE TOTALES POR NANDINA - PAIS, 2011)

## Grafico 9 Exportaciones del Ecuador año 2010 Enero – Diciembre

Cifras en toneladas y miles de dólares

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
0603110000	ROSAS	77,506.50	438,399.71	72.14
0603199090	LOS DEMÁS	10,547.63	64,577.17	10.63
0603191000	GYPSOPHILA (LLUVIA, ILUSIÓN) (GYPSOPHILA PANICULATA L.)	9,993.81	57,158.78	9.41
0603900000	LOS DEMÁS	1,917.65	17,240.34	2.84
0603129000	LOS DEMÁS	2,682.57	13,444.99	2.22
0603199010	LIRIOS	986.50	6,038.26	1.00
0603121000	MINIATURA	784.75	3,733.38	0.62
0603149000	LOS DEMÁS	581.41	2,749.86	0.46
0603193000	ALSTROEMERIA	436.69	2,598.64	0.43
0603192000	ASTER	182.01	1,308.59	0.22
0603141000	POMPONES	79.14	348.37	0.06
0603194000	GERBERA	33.93	161.47	0.03
0603130000	ORQUÍDEAS	0.34	1.34	0.01
<b>TOTAL GENERAL:</b>		<b>105,732.87</b>	<b>607,760.85</b>	<b>100.00</b>



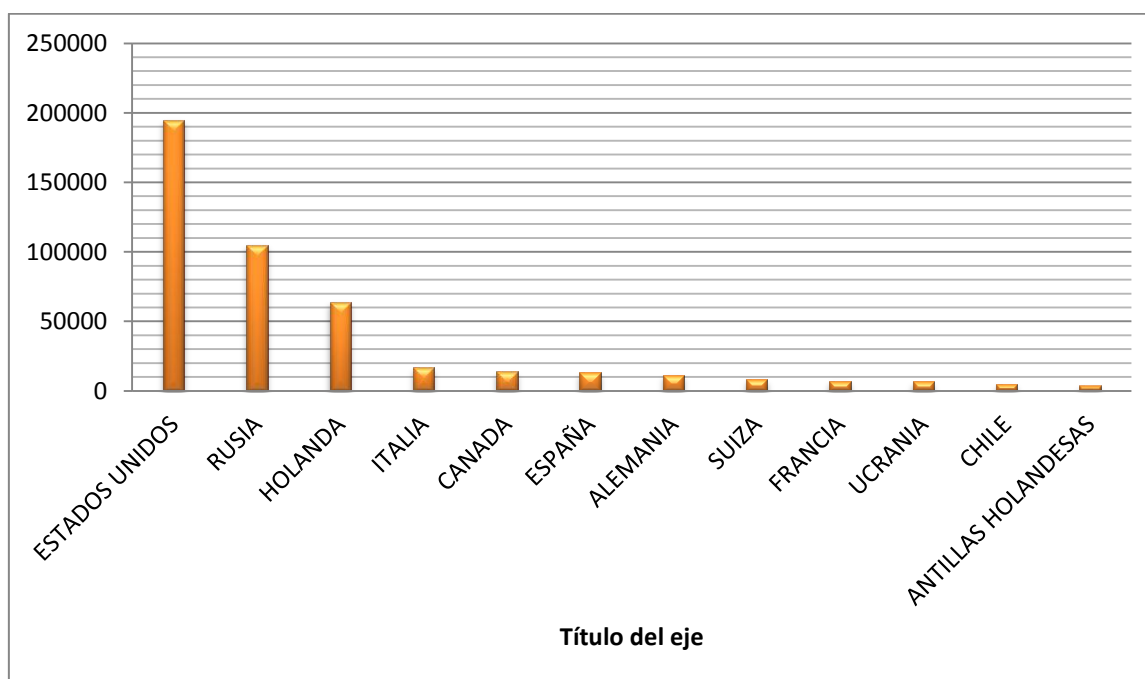
(ECUADOR B. C., CONSULTA DE TOTALES POR NANDINA - PAIS, 2010)



## Grafico 10 Exportaciones del Ecuador año 2009 Enero – Diciembre

Cifras en toneladas y miles de dólares

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
0603110000	ROSAS	87,484.92	475,915.40	87.06
0603191000	GYPHOPHILA (LLUVIA, ILUSIÓN) (GYPSOPHILA PANICULATA L.)	4,569.65	25,645.79	4.70
0603199090	LOS DEMÁS	4,030.62	21,707.75	3.98
0603900000	LOS DEMÁS	1,991.67	10,204.60	1.87
0603129000	LOS DEMÁS	1,170.92	6,024.58	1.11
0603199010	LIRIOS	378.08	2,292.83	0.42
0603121000	MINIATURA	509.43	2,125.39	0.39
0603149000	LOS DEMÁS	303.67	1,144.25	0.21
0603193000	ALSTROEMERIA	178.11	1,001.25	0.19
0603192000	ASTER	63.51	440.05	0.09
0603141000	POMPONES	44.22	115.55	0.03
0603194000	GERBERA	15.85	74.77	0.02
0603130000	ORQUIDEAS	0.25	6.24	0.01
<b>TOTAL GENERAL:</b>		<b>100,740.83</b>	<b>546,698.38</b>	<b>100.00</b>

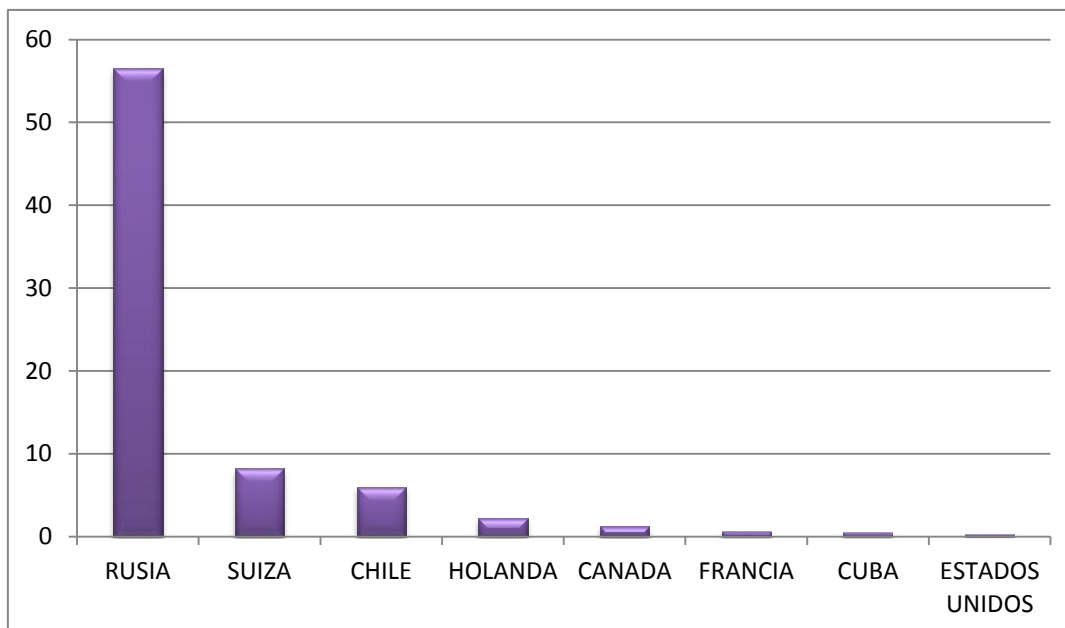


(ECUADOR B. C., CONSULTA DE TOTALES POR NANDINA - PAIS, 2009)

### Grafico 11 Exportaciones del Ecuador año 2008 Enero – Diciembre

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION	TONELADAS	FOB - DOLAR	% / TOTAL FOB - DOLAR
0603110000	ROSAS	103,534.21	538,996.29	96.67
0603191000	GYPSOPHILA (LLUVIA, ILUSIÓN) (GYPSOPHILA PANICULATA L.)	1,410.31	8,563.52	1.54
0603900000	LOS DEMÁS	1,243.18	6,678.43	1.20
0603199090	LOS DEMÁS	531.10	1,753.73	0.32
0603149000	LOS DEMÁS	134.61	432.98	0.08
0603121000	MINIATURA	68.43	364.75	0.07
0603129000	LOS DEMÁS	26.60	197.78	0.04
0603194000	GERBERA	11.83	196.81	0.04
0603199010	LIRIOS	17.86	119.31	0.03
0603104000		12.18	75.65	0.02
0603109090		12.82	73.62	0.02
0603193000	ALSTROEMERIA	18.57	64.55	0.02
0603141000	POMPONES	12.00	25.80	0.01
0603130000	ORQUÍDEAS	0.27	19.56	0.01
0603192000	ASTER	0.48	2.12	0.01
0603109000		0.03	0.14	0.01
<b>TOTAL GENERAL:</b>		<b>107,034.42</b>	<b>557,564.97</b>	<b>100.00</b>

Cifras en toneladas y miles de dólares



(ECUADOR B. C., CONSULTA DE TOTALES POR NANDINA - PAIS, 2008)

Análisis:

La exportación florícola se ha generado en base de una exportación de aumento por la organización que se ha presentado por parte del medio florícola y su entidad reguladora Expoflores, se ha potencializado la industria los medios para su venta y transporte y el apoyo para este gremio, se ve un descenso de la exportación en base a volumen en base al año 2009 esto debido a la inestabilidad política y la crisis económica de las principales potencias, las cuales son los principales mercados.

### **2.2.3 Mercados Internacionales**

En Europa, Alemania es el principal importador de flores, mientras que Holanda él es el principal abastecedor para Alemania, Suiza, Francia y el Reino Unido, mientras en América, Colombia es el principal oferente de flores con destino a EE.UU. y Ecuador es el segundo.

En Asia por su parte, Japón recibe flores de China, nueva Zelanda y Europa. Por otro lado, es importante mencionar que existe una creciente demanda por productos de calidad.

### **2.2.4 Problemática de mercados**

La flor cortada es el principal cultivo, así como el más comercializado, y las plantas en floración y verdes en maceta ocupan el segundo lugar en importancia.

En cuanto al comercio internacional de planta acabada, éste tiene sólo cierta relevancia entre Estados Unidos y Canadá

El mapa del comercio intercontinental, muestra el movimiento del comercio intercontinental de la floricultura se define en las siguientes direcciones: de América Central y Sudamérica hacia Norteamérica, de América Central y Sudamérica hacia Europa, de Oriente Medio hacia Europa y de África hacia Europa.

### **2.2.5 Producción mundial**

Los principales países productores son Holanda, con 7.378 ha, Estados Unidos, con 20.181 ha y Japón, con 17.569 ha. Estos tres países controlan aproximadamente el 50% del valor de la producción mundial y más del 20% del área de producción. (ALFREDO, FLORES Y COMERCIO INTERNACIONAL, 2007)

### **2.2.6 Principales Países**

Los principales países productores de flor cortada son Holanda, Estados Unidos, Japón, y algunos países de Europa Occidental. Holanda continúa siendo el mayor productor de flor cortada y el principal exportador, actuando también como intermediario en la cadena de comercialización de las flores.

La Unión Europea es un gran productor de flores en el ámbito mundial, principalmente Holanda, cuya producción anual ronda los US\$4 billones; le siguen en importancia Italia, Alemania, Francia y España.

En esta región, las exportaciones de flores en términos de volumen alcanzan los 2 millones de toneladas, siendo Holanda el principal exportador de la Unión Europea pues representa un 85% de las exportaciones totales.

### **2.2.7 Mercado en crecimiento**

Las grandes regiones consumidoras de flor cortada del mundo son Europa occidental, Japón y Estados Unidos. El consumo de flores y plantas, actualmente estimado en 44.000 millones de dólares, se prevé que continuará creciendo, ya que la población mundial y el poder adquisitivo de los consumidores también aumenta. La población se mueve progresivamente hacia las áreas urbanas, lo cual también favorecerá en el futuro el consumo de flores.

### **2.2.8 Mercado Futuro**

El consumo en los tres grandes mercados consumidores crecerá entre el 4% y el 6% anualmente, algunas de las actuales economías en desarrollo serán las estrellas del consumo en el futuro: México, Argentina, Chile, Taiwán, Corea, Singapur, Europa del Este, Sudáfrica, entre otros. (ALFREDO, FLORES Y COMERCIO INTERNACIONAL, 2007)

### **2.2.9 Principales países importadores**

La actual demanda mundial de flores cortadas se concentra principalmente en tres regiones: Europa Occidental, América del Norte y Japón.

Europa representa el 70 % y Estados Unidos el 21 % de la importación mundial de flores cortadas respectivamente, seguido Estados Unidos, Alemania y Reino Unido. (ALFREDO, FLORES Y COMERCIO INTERNACIONAL, 2007)

### **2.2.10 Canales de distribución EEUU**

En Estados Unidos la mayor parte de las importaciones de flores utilizan como puerta de entrada la ciudad de Miami.

Se estima además que el 54% de las ventas se hace a través de floristerías especializadas, mientras que el restante 56% es compartido entre supermercados, tiendas de descuento y vendedores callejeros. (CARLOS, 2009)

### **2.2.11 Mercado EEUU**

En Estados Unidos la mayor parte de las importaciones de flores utilizan como puerta de entrada la ciudad de Miami.

Se estima además que el 54% de las ventas se hace a través de floristerías especializadas, mientras que el restante 56% es compartido entre supermercados,

tiendas de descuento y vendedores callejeros. (ALFREDO, FLORES Y COMERCIO INTERNACIONAL, 2007)

### **2.2.12 Quien es el Consumidor**

En Europa, del 40 al 50% de las compras de flores son para regalo, 20 al 30% son compradas para ocasiones especiales 20 al 25% se usan en decoración, siendo el consumidor típico las mujeres mayores de 45 años, que viven en zonas urbanas con ingresos medio a alto.

Los consumidores de flores, utilizan diversos tipos de minoristas para adquirir los productos, el 60% de las flores son compradas en las floristerías, el restante 40% es comprado a vendedores callejeros y supermercados. Los feriados públicos tienen un alto impacto en la demanda de flores, los principales picos de compra se dan el Día de San Valentín, Navidad, Día de la Madre y Día de la Secretaria

En Estados Unidos, más de la mitad de las flores y plantas para uso dentro de los hogares, son compradas por los consumidores debido a ocasiones especiales, como lo son bodas, funerales, feriados y cumpleaños. (ALFREDO, FLORES Y COMERCIO INTERNACIONAL, 2007)

### **2.2.13 Retail y consumidores**

Las flores frescas son un producto atractivo para los supermercados debido a la alta rentabilidad por metro cuadrado que pueden obtener con ellas.

Las florerías y kioscos independientes, venta por Internet y venta por teléfono son otros canales de comercialización de flores en el Reino Unido. Generalmente estos canales se proveen en los mercados mayoristas o, en algunos casos, directamente desde Holanda, con empresas que traen flores cada día en camiones refrigerados y reparten directamente a las tiendas las flores frescas que requieren. (ALFREDO, FLORES Y COMERCIO INTERNACIONAL, 2007)

#### **2.2.14 Desarrollo futuro**

Hoy en día se calcula el consume per cápita de flores y plantas de interior en alrededor de £ 36 por persona. De éstos, £ 28 corresponden a flores frescas y £ 8 a plantas de interior.

#### **2.2.15 Oportunidad**

Alemania es por lejos el mayor comprador de flores a nivel mundial y por esta razón es importante participar en este mercado.

En el 2005, el nivel de importaciones fue de más de US\$ 976 millones.

El año pasado los consumidores alemanes gastaron en total más de US\$ 3.500 millones para flores. Esto significa un aumento del consumo en un 1,5% comparado con el año 2004. Las flores preferidas de los consumidores alemanes son Rosas (37%), Tulipán (10%), Crisantemo (5%) y Gerbera (5%). (ALFREDO, FLORES Y COMERCIO INTERNACIONAL, 2007)

#### **2.2.16 Estacionalidad**

El período de mayor importación es desde fines de año hasta junio. El período más bajo es en agosto.

El 65% de los consumidores de flores cortadas en Alemania compra flores para regalar.

En los meses de mayor consumo de flores se encuentran las siguientes fechas importantes a festejar: 14 de febrero Día de los Enamorados, 8 de marzo Día Internacional de la Mujer, 11 de mayo Día de la Madre, 20-21 de abril Domingo y Lunes de Pascua, 23 de noviembre Todos los Santos, 24 de diciembre Navidad, 31 de diciembre Año Nuevo

Las flores está determinada por tres factores: colores, variedad y duración. Es importante como productor observar los cambios en los patrones de consumo. Los consumidores están dispuestos a innovar.

### **2.2.17 Mercado Volátil**

El mercado de flores frescas es un mercado altamente volátil y con muy poca seguridad con respecto a los precios. Dado que tanto la producción como el consumo de flores está influido por muchos factores es posible que los precios (mayorista y minorista) experimenten variaciones considerables a corto plazo. (ALFREDO, FLORES Y COMERCIO INTERNACIONAL, 2007)

## **2.3 Características Generales del Proceso Florícola**

### **2.3.1 Material Vegetal**

La producción florícola a nivel mundial exige estándares de calidad y perfección, con lo que lleva a establecer parámetros y cualidades que debe poseer el producto a ser exportado, tales como son:

- Tallo largo y rígido: 50-70 cm, según zonas de cultivo.
- Flores: apertura lenta, buena conservación en florero.
- Buena floración (= rendimiento por pie o por m<sup>2</sup>).
- Buena resistencia a las enfermedades.
- Posibilidad de ser cultivados a temperaturas más bajas, en invierno.
- Aptitud para el cultivo sin suelo.

(GARDEN)



## **2.3.2 Multiplicación**

En términos de producción a grande escala es muy importante tomar en cuenta diversas posibilidades para una mejor propagación, la misma que puede ser efectivizada mediante el proceso como injertos de vareta e injertos de yema constituyéndose estos dos mencionados los métodos más empleados a nivel comercial.

### **2.3.2.1 Las estacas**

Consiste en la propagación vegetativa o asexual de muchas variedades y especies arbóreas y arbustivas. El proceso de cortar la estaca y plantarla para su posterior enraizamiento se denomina estaquillado. Se trata de una clonación: la estaca es genéticamente idéntica a la planta madre. Si la estaca es de pequeñas dimensiones o se realiza con un fragmento semileñoso de una planta se denomina estaquilla. La base de las estacas se sumerge en un compuesto a base de hormonas enraizantes antes de proceder a la colocación en un banco de propagación con sustrato de vermiculita o con propiedades similares, con una separación de 2,5-4 cm entre plantas y 7,5 cm entre hileras. (Gola, 1965)

### **2.3.2.2 Injerto de vareta o injerto inglés**

Este método no es utilizado comúnmente para la producción comercial de flor de corte, ya que también requiere demasiado tiempo. Para el injerto de yema, el patrón más común es rosa manetti y, ocasionalmente, la rosa odorata. La mejor época para realizar el injerto es a mediados de junio, cuando ya hay suficiente enraizamiento y la corteza se puede pelar fácilmente.

El material para los patrones se obtiene de plantas que han sido tratadas con calor para la eliminación de virus y otras enfermedades. El injerto normalmente se realiza a mitad de junio, cuando ya hay suficiente enraizamiento y la corteza se puede pelar fácilmente. Se practica una incisión en forma de "T" hasta la profundidad del cambium, bajo los brotes del patrón. Se inserta entre las solapas que forman la "T" la

yema procedente del brote de un cultivar elegido, procurando un sistema de sujeción por encima y por debajo de la yema.

### 2.3.2.3 Stenting

Técnica alternativa empleada en Holanda, consiste en injertar lateralmente el cultivar deseado sobre una estaquilla del portainjertos que se enraíza mediante los métodos normales de propagación. Actualmente también es posible la producción de rosales in vitro. (GARDEN)

## 2.3.3 Requerimientos Climáticos

### 2.3.3.1 Temperatura

Para la mayoría de los cultivares de rosa, las temperaturas óptimas de crecimiento son de 17°C a 25°C, con una mínima de 15°C durante la noche y una máxima de 28°C durante el día. Pueden mantenerse valores ligeramente inferiores o superiores durante períodos relativamente cortos sin que se produzcan serios daños, pero una temperatura nocturna continuamente por debajo de 15°C retrasa el crecimiento de la planta, produce flores con gran número de pétalos y deformes, en el caso de que abran.

### 2.3.3.2 Iluminación

El índice de crecimiento para la mayoría de los cultivares de rosa sigue la curva total de luz a lo largo del año. Así, en los meses de verano, cuando prevalecen elevadas intensidades luminosas y larga duración del día, la producción de flores es más alta que durante los meses de invierno.

Una práctica muy utilizada en Holanda consiste en una irradiación durante 16 horas, con un nivel de iluminación de hasta 3.000 lux (lámparas de vapor de sodio), pues de este modo se mejora la producción invernal en calidad y cantidad.

No obstante, a pesar de tratarse de una planta de día largo, es necesario el sombreado u oscurecimiento durante el verano e incluso la primavera y el otoño, dependiendo de la climatología del lugar, ya que elevadas intensidades luminosas van acompañadas de un calor intenso. La primera aplicación del oscurecimiento deberá ser ligera, de modo que el cambio de la intensidad luminosa sea progresivo.

Se ha comprobado que en lugares con días nublados y nevadas durante el invierno, podría ser ventajosa la iluminación artificial de las rosas, debido a un aumento de la producción, aunque siempre hay que estudiar los aspectos económicos para determinar la rentabilidad.

#### 2.3.3.3 Ventilación y enriquecimiento en CO<sub>2</sub>

Bajo condiciones de invierno en climas fríos donde la ventilación diurna no es económicamente rentable, es necesario aportar CO<sub>2</sub> para el crecimiento óptimo de la planta, elevando los niveles a 1.000 ppm. Asimismo, si el cierre de la ventilación se efectúa antes del atardecer, a causa del descenso de la temperatura, los niveles de dióxido de carbono siguen reduciéndose debido a la actividad fotosintética de las plantas.

Por otro lado, hay que tener en cuenta que las rosas requieren una humedad ambiental relativamente elevada, que se regula mediante la ventilación y la nebulización o el humedecimiento de los pasillos durante las horas más cálidas del día.

La aireación debe poder regularse, de forma manual o automática, abriendo los laterales y las cumbreiras, apoyándose en ocasiones con ventiladores interiores o incluso con extractores (de presión o sobrepresión). Ya que así se produce una bajada del grado higrométrico y el control de ciertas enfermedades. (GARDEN)

#### 2.3.3.4 Cultivo en invernadero

Con el cultivo de rosa bajo invernadero se consigue producir flor en épocas y lugares en los que de otra forma no sería posible, consiguiendo los mejores precios. Para

ello, estos invernaderos deben cumplir unas condiciones mínimas: tener grandes dimensiones (50 x 20 y más), la transmisión de luz debe ser adecuada, la altura tiene que ser considerable y la ventilación en los meses calurosos debe ser buena. Además, es recomendable la calefacción durante el invierno, junto con la instalación de mantas térmicas para la conservación del calor durante la noche. (GARDEN)

#### 2.3.3.5 Preparación del suelo

Para el cultivo de rosas el suelo debe estar bien drenado y aireado para evitar encharcamientos. Las rosas toleran un suelo ácido, aunque el pH debe mantenerse en torno a 6. No toleran elevados niveles de calcio, desarrollándose rápidamente las clorosis debido al exceso de este elemento. Tampoco soportan elevados niveles de sales solubles, recomendando no superar el 0,15%. La desinfección del suelo puede llevarse a cabo con calor u otro tratamiento que cubra las exigencias del cultivo. En caso de realizarse fertilización de fondo, es necesario un análisis de suelo previo. (GARDEN)

#### 2.3.3.6 Plantación

La época de plantación va de noviembre a marzo. Esta se realizará lo antes posible a fin de evitar el desecamiento de las plantas, que se recortan 20 cm; se darán riegos abundantes (100 l de agua/m<sup>2</sup>), manteniendo el punto de injerto a 5 cm por encima del suelo.

En cuanto a la distancia de plantación la tendencia actual es la plantación en 4 filas (60 x 15 cm) (viveristas no especializados) o 2 filas (40 x 20 ó 60 x 12,5 cm) con pasillos al menos de 1 m (viveristas especializados), es decir, una densidad de 6 a 8 plantas/m<sup>2</sup> cubierto. De este modo se consigue un mantenimiento más sencillo y menores inversiones. (GARDEN)

#### 2.3.3.7 Fertirrigación

Actualmente la fertilización se realiza a través de riego, teniendo en cuenta el abonado de fondo aportado, en caso de haberse realizado. Posteriormente también

es conveniente controlar los parámetros de pH y conductividad eléctrica de la solución del suelo así como la realización de análisis foliares. (GARDEN)

#### 2.3.3.8 Formación de la planta y poda posterior

Los arbustos de dos años ya tienen formada la estructura principal de las ramas y su plantación debe realizarse de forma que el injerto de yema quede a nivel del suelo o enterrado cerca de la superficie. Las primeras floraciones tenderán a producirse sobre brotes relativamente cortos y lo que se buscará será la producción de ramas y más follaje antes de que se establezca la floración, para lo cual se separan las primeras yemas florales tan pronto como son visibles. Las ramas principales se acortan cuatro o seis yemas desde su base y se eliminan por completo los vástagos débiles. Puede dejarse un vástago florecer para confirmar la autenticidad de la variedad. (GARDEN)

#### 2.3.3.9 Cultivo sin suelo

En el caso del cultivo en canalones sobre perlita, es diferente la elección de las plantas que son parecidas a las utilizadas para el cultivo tradicional en tierra.

En la multiplicación se emplean 2 técnicas: el esquejado del cultivar (franco de pie) y el semiinjerto. En el primer caso se realiza con esquejes de trozos de brotes con hojas (con una hoja), dispuestos directamente en el contenedor de comercialización, por ejemplo cubo de lana de roca. En el segundo caso se realiza el injerto a la inglesa simple realizada sobre un trozo de brote del mismo tipo que el utilizado para el esquejado. El miniinjerto se aplica a ciertos cultivares que se multiplican difícilmente por esquejado, como es el caso del cultivar Dallas. (GARDEN)

## **2.4 Plagas, Enfermedades Y Fisiopatías**

### 2.4.1 Plagas

#### 2.4.1.1 Araña roja (*Tetranychus urticae*)

Es la plaga más grave en el cultivo de rosal ya que la infestación se produce muy rápidamente y puede producir daños considerables antes de que se reconozca. Se desarrolla principalmente cuando las temperaturas son elevadas y la humedad ambiente es baja.

Inicialmente las plantas afectadas presentan un punteado o manchas finas blanco-amarillentas en las hojas, posteriormente aparecen telarañas en el envés y finalmente se produce la caída de las hojas.

#### 2.4.1.2 Nemátodos (*Meloidogyne*, *Pratylenchus*, *Xiphinema*)

Atacan la parte subterránea provocando frecuentemente agallas sobre las raíces, que posteriormente se pudren.

#### 2.4.1.3 Trips (*Frankliniella occidentalis*)

Los trips se introducen en los botones florales cerrados y se desarrollan entre los pétalos y en los ápices de los vástagos. Esto da lugar a deformaciones en las flores que además muestran listas generalmente de color blanco debido a daños en el tejido por la alimentación de los trips. Las hojas se van curvando alrededor de las orugas conforme se van alimentando.

## 2.4.2 Enfermedades

### 2.4.2.1 Mildiu velloso o tizón (*Peronospora sparsa*)

Provoca la enfermedad más peligrosa del rosal ya que ocasiona una rápida defoliación, sino se actúa a tiempo puede resultar muy difícil recuperar la planta.

Se desarrolla favorablemente bajo condiciones de elevada humedad y temperatura, dando lugar a la aparición de manchas irregulares de color marrón o púrpura sobre el haz de las hojas, pecíolos y tallos, en las zonas de crecimiento activo. En el envés de las hojas pueden verse los cuerpos fructíferos del hongo, apareciendo pequeñas áreas grisáceas.

### 2.4.2.2 Oídio (*Sphaerotheca pannosa*)

Los síntomas, manchas blancas y pulverulentas, se manifiestan sobre tejidos tiernos como: brotes, hojas, botón floral y base de las espinas. Las hojas también se deforman apareciendo retorcidas o curvadas.

### 2.4.2.3 Roya (*Phragmidium disciflorum*)

Se caracteriza por la aparición de pústulas de color naranja en el envés de las hojas. Suele aparecer en zonas donde se localiza la humedad. Una fertilización nitrogenada excesiva favorece la aparición de la roya. Por el contrario, la sequía estival y la fertilización potásica frenan su desarrollo.

#### 2.4.2.4 Mosaicos foliares.

Esta denominación agrupa a diversas manifestaciones virales que afectan al follaje del rosal. El síntoma más común consiste en líneas cloróticas discontinuas en zigzag generalmente dispuestas asimétricamente con relación al nervio medio. Las alteraciones cromáticas pueden venir acompañada de crispamientos y deformaciones del limbo. En una misma plantación, el grado de exteriorización y la severidad de los síntomas varían de un año a otro y no apareciendo nunca sobre el total del follaje, limitándose a algunas ramas, o pisos de hojas situados sobre la misma rama, quedando las demás partes del vegetal aparentemente sanas. Aunque la incidencia viral sobre el crecimiento de los individuos enfermos no sea siempre evidente en el cultivo, algunos estudios han citado retrasos en la floración y reducción de la longevidad de las plantas.

#### 2.4.2.5 Fisiopatías

La caída de las hojas puede tener su origen en diversas causas. Por un lado, cualquier cambio brusco en el nivel de crecimiento puede determinar cierto grado de defoliación, ya que el área de alrededor de los pecíolos se expande rápidamente, aumentando el diámetro del tallo en ese punto, mientras que la base de los pecíolos que no presentan tejido meristemático no puede expandirse, causando la ruptura del tejido del pecíolo y, por consiguiente, la caída de la hoja. Las enfermedades que dan lugar a la producción de etileno también pueden causar la defoliación y el mismo efecto tiene lugar en presencia de gases como el dióxido de azufre y el amoníaco. (GARDEN)

### **2.5 Recolección**

Generalmente el corte de las flores se lleva a cabo en distintos estadíos, dependiendo de la época de recolección. La mayor parte de las variedades se cortan cuando los sépalos del cáliz son reflejos y los pétalos aún no se han desplegado. Sin embargo, el corte de las flores durante el invierno se realiza cuando están más



abiertas, aunque con los dos pétalos exteriores sin desplegarse. Si se cortan demasiado inmaduras, las cabezas pueden marchitarse y la flor no se endurece, ya que los vasos conductores del pedicelo aún no están suficientemente lignificados.

En todo caso, siempre se debe dejar después del corte, el tallo con 2-3 yemas que correspondan a hojas completas. Si cortamos demasiado pronto, pueden aparecer problemas de cuello doblado, como consecuencia de una insuficiente lignificación de los tejidos vasculares del pedúnculo floral. (GARDEN)

## **2.6 Postcosecha**

Una vez cortadas las flores los factores que pueden actuar en su marchitez son: dificultad de absorción y desplazamiento del agua por los vasos conductores, incapacidad del tejido floral para retener agua y variación de la concentración osmótica intracelular. Los tallos cortados se van colocando en bandejas o cubos con solución nutritiva, sacándolos del invernadero tan pronto como sea posible para evitar la marchitez por transpiración de las hojas. Se sumergen en una solución nutritiva caliente y se enfrían rápidamente. Antes de formar ramos se colocan las flores en agua o en una solución nutritiva conteniendo 200 ppm de sulfato de aluminio o ácido nítrico y azúcar al 1,5-2%, en una cámara frigorífica a 2-4°C para evitar la proliferación de bacterias. Finalmente se procede a la formación de ramos por decenas que son enfundados en un film plástico y se devuelven a su almacén para un enfriamiento adicional (4-5°C) antes de su empaquetado, ya que la rosa cortada necesita unas horas de frío antes de ser comercializada. (GARDEN)

## **CAPITULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1 Introducción.**

En el siguiente capítulo desarrollará el estudio o plan de mercado, se definirá e identificará a la población, seleccionando el segmento de mercado más conveniente, con el motivo de arrojar datos relevantes y de ese modo tomar decisiones acertadas, consecuentemente obtener objetivos a corto plazo y dar ejecución a un plan de diseño, que se pondrá en ejecución de acuerdo a las diferentes estrategias que amerite el caso.

Con esto podremos delinear nuestro plan de acción, tomando en cuenta los diferentes mix de plaza, promoción, producto, precio, personas y procesos, efectivizando nuestro trabajo y consiguiendo mejores resultados al poseer una visión amplia de lo que se necesita estructurar y para que segmento se lo debe promocionar, en base a datos demográficos, geográficos, psicológicos y conductuales.

#### **3.2 Objetivos**

##### **3.2.1 General.**

Obtener información clara concisa y acertada que nos ayude a analizar interna y externamente los gustos, preferencias, necesidades y exigencias del mercado.

### 3.2.2 Específicos

#### 3.2.2.1 Específicos para los turistas

- Llegar a determinar el universo.
- Utilizar instrumentos los cuales faciliten a obtener los resultados.
- Poder determinar el flujo de turistas que ingresan a las provincia de Pichincha y más específicamente al cantón Cayambe.
- Conocer el perfil del visitante y de esta forma delinear un producto, el mismo que sea adaptado a sus inclinaciones y necesidades.

#### 3.2.2.2 Específicos de La Ruta de las Flores

- Identificar la competencia directa e indirecta para la Ruta de las Flores.
- Realizar un análisis FODA de la Ruta de las Flores.
- Determinar las falencias de la Ruta de las flores con respecto a su competencia.

### **3.3 Universo tamaño de la muestra.**

Para la elaboración de las encuestas es necesario determinar el universo, que en este caso serán los turistas y visitantes del cantón Cayambe. Siendo nuestra base estudiantes de colegios y universidades, tomando dichos datos proporcionados por Ruben Acero, técnico de desarrollo turístico del Cantón Cayambe.

Contando con un numero de 502 visitantes provenientes del Distrito Metropolitano de Quito.

### 3.3.1 Finito

#### Fórmula población finita y cálculo:

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

n= tamaño muestra

z= nivel de confianza 95%= 1.96

p= variabilidad negativa 20

q= variabilidad positiva 80

N= tamaño de la población 300

e= error 0.05

$$N = \frac{(1.96)^2 \times 502 \times (0.20)(0.80)}{(0.50)^2 (502-1) + (1.96)^2 \times 0.20 \times 0.80}$$

$$N = \frac{3.84 \times 502 \times 0.20 \times 0.80: 314.8544}{0.0025(501) + 3.84 \times 0.20 \times 0.80: 125.5636}$$

$$N = \frac{3.84 \times 502 \times 0.20 \times 0.80: 308.4}{1.2525 + 0.6144: 1.8}$$

**Total 171 personas encuestadas entre estudiantes de colegio y universidades y personas que visitaron el Cantón Cayambe.**

### 3.4 Métodos de contacto

Para llevar a cabo la investigación de campo, es decir el contacto directamente con clientes y consumidores potenciales, existen diversos métodos y técnicas.

#### 3.4.1 Personal

Se llevara a cabo el mayor número de encuestas y entrevistas personalmente las mismas que aseguren la fiabilidad de los datos que serán puesto a consideración para el estudio del mercado, los mismos que se podrán realizar a estudiantes, tanto estudiantes de colegios como de universidades.

#### 3.4.2 Correo

Por este medio se enviaran mensajes de correo electrónico adjuntado el cuestionario pertinente, a través de Hotmail, con ello no solo se podrá realizar las encuestas a personas dentro del ecuador sino lo más importante a turistas extranjeros y mayoritariamente a estados unidos el cual es el país con mayor turista que ingresan al país

### 3.5 Entrevista N°1

#### ENTREVISTA APLICADA AL REPRESENTANTE DEL ZONAL NORTE 60 Y PIQUITO

*La presente entrevista ha sido elaborada con fines académicos, dirigida para el representante del zonal norte; gracias*

*Temas a tratar.*

- *Planes de trabajo*
- *Actividades alternas para las personas de edad adulta*
- *Actividades turísticas realizadas en el año*
- *Actividades de esparcimiento realizadas en el año*
- *Actividades de esparcimientos realizadas en los últimos años*
- *Lugares visitados*
- *Actividades turísticas prioritarias por el zonal norte*
- *Distribución de grupos*

#### **Resumen de los temas expuestos.**

En el dialogo que se pudo tener con el representante del zonal norte del programa 60 y piquito, ayudo a despejar algunas dudas y d este modo analizar a fondo que segmento de mercado era el más apto y tendría un mejor funcionamiento para implantar nuestro producto en el mercado.

Los diferentes temas a tratarse en la entrevista presentada en la parte norte de calderón, donde se encuentra localizada el zonal norte del programa 60 y piquito.

- Planes de trabajo

Los planes que se van a ponen en acción está todavía por confirmarse, debido a que el número de adultos mayores se redujo considerablemente, esto recayó debido a que los aportes y el financiamiento ofertado por el patronato de quito no se entregara

en su totalidad, debido a que el monto es un valor representativo y el interés por las actividades por cada lado de las partes ha recaído.

- Actividades alternas para las personas de edad adulta

Se han elaborado diversos cursos, en los cuales capacitadores y personas del patronato, como médicos se han encargado de realizar caminatas, aeróbicos y diversas actividades, que dinamicen el funcionamiento de las personas con edad adulta.

- Actividades turísticas realizadas en el año

Durante el presente año 2012 aún no se han realizado actividades turísticas, debido al poco número de personas inscritas y de igual forma a que las personas tendrán que cubrir una parte del monto a ser invertido para la salida o visita turística.

- Actividades de esparcimientos realizadas en los últimos años

Durante el año 2009, 2010 y 2011 se realizaron 3 viajes de esparcimientos anuales para las adultos mayores, viajes los cuales fueron subsidiados por el patronato de Quito y el distrito metropolitano de Quito, la afluencia de adultos mayores que tubo cada viaje estuvo entre 10 y 15 personas, donde tuvieron apoyo de guías y paramédicos, los mismos que son los encargados de velar por la seguridad y el disfrute de los adultos mayores.

- Actividades turísticas prioritarias por el zonal norte

Entre las actividades priorizadas por el zonal norte del programa 60 y piquito están actividades integradoras, las mismas que sean palpables y reconocidas por la comunidad y de misma forma tengan un gasto no tan representativo, como por ejemplo festejos cantonales y fiestas patronales en parroquias de la zona norte.

### **3.6 Entrevista N°2**

#### **ENTREVISTA APLICADA AL REPRESENTANTE DEL AREA DE MARKETING DE EXPOFLORES**

*La presente entrevista ha sido elaborada con fines académicos, dirigida para el alcalde del cantón Cayambe; gracias*

*Temas a tratar.*

- *Trabajo con la municipalidad*
- *Trabajo con el ministerio de turismo*
- *La ruta de las flores en el cantón Cayambe*
- *La ruta de las flores como ruta priorizada por el estado*
- *Proyectos conjuntos con florícolas*

#### **Resumen de los temas expuestos.**

La entrevista se desarrolló en los mejores términos posibles, donde se pudo conocer de parte de la empresa privada como se ha desarrollado la ruta turística Ruta de las Flores, se pudo comprender que se ha adaptado diferentes tramos los cuales han sido desarrollados por Expoflores y los diferentes dueños de las fincas.

El trabajo que se manejaba conjuntamente entre el ministerio de turismo y Expoflores se deterioró considerablemente, debido que la ruta dejó de tener apoyo por parte del ente encargado de la difusión turística y la organización de la misma ruta, por lo que se pudo hablar la promoción, difusión y organización de la ruta turística está a cargo al 100% por parte de Expoflores y con ello la ruta ha quedado ligada directamente a la empresa privada, sin obtener apoyo del ente regulador de la actividad turística.



Las actividades y el desarrollo de la ruta se va desarrollando con el apoyo de los dueños de las florícolas y los pueblos donde presentan una notable economía ligada a la exportación florícola, es por ello que se armó unas micro rutas o puntos de referencias los cuales se va tomando en referencia para poder armar los paquetes turísticos a ser ofertados.

También se pudo discutir temas como el trabajo que se realiza conjuntamente con cada gobernación de cada Cantón, en el cual si bien se ha realizado trabajos conjuntos y una dinámica adecuada, la ruta está a cargo el 100% por el sector privado, uno de estos factores radica en que la ruta dejó de ser priorizada por el estado.

Entre los proyectos que se han desarrollado con las diferentes florícolas, están proyectos de inclusión social, para amenorar y erradicar el trabajo infantil en los diferentes cantones, es por ello que se crean trabajos con la comunidad y la inclusión social. Entre los otros proyectos que se realizan, se puede mencionar las diferentes ferias a las que se acude, en base a la promoción de las flores Ecuatorianas.

Por cuanto a todo lo mencionado y discutido en la entrevista, se entendió que el trabajo que se ha presentado para sacar adelante de la ruta de las flores, sin duda necesita de las dos partes tanto la privada como la pública, en el caso de la ruta únicamente se está desarrollando por el aporte de las empresas privadas, es por ello que el desarrollo de la ruta no se refleja en las magnitudes que se estima y la importancia que tendría que dársele.

### **3.7 Entrevista N°3**

#### **Entrevista Aplicada A La Coordinadora De La Ruta De Las Flores**

##### **Señorita Lilian Figueroa y a la señorita Andrea Cicenía.**

*La presente entrevista ha sido elaborada con fines académicos, dirigida para el director de rutas del Ecuador; gracias*

*Temas a tratar.*

- *Segmentación del mercado de La Ruta de la Flores*
- *La Ruta de las Flores en diferentes tramos*
- *Rutas prioritarias para el MINTUR*
- *Estrategias de La Ruta de las Flores*
- *Atractivos del cantón Cayambe que prioriza la ruta de las flores*
- *Estructuración de la Ruta de las Flores.*
- *Planes de contingencia.*

#### **Resumen de los temas expuestos.**

En la entrevista que se pudo realizar a la señora coordinadora de las rutas nacionales del ministerio de turismo, se pudo recalcar y constatar el grado de trabajo que ha realizado el ministerio de turismo en la ruta priorizada por el estado, donde se proporcionó información de cómo se empezó dando como proyecto la ruta de las flores, pero de igual forma, por parte del ministerio de turismo se explicó que la ruta ya no estaba siendo trabajada por el ente organizador de la actividad turística, debido a que los trabajos que se realizaban en conjunto con la empresa privada no era lo que pretendía el gobierno ecuatoriano, por lo que se decidió separar la ruta como ruta turística priorizada, de esta forma únicamente no se pudo hablar únicamente de este tema, debido a que no están autorizados el ministerio de turismo para seguir con los trabajos de la ruta, de igual forma se pudo constatar que el manejo de las rutas si bien son una fuente para mejorar la actividad turística, aún falta mucho por hacer y sobre todo por descentralizar y trabajar conjuntamente con municipalidades, comunidad y empresa privada, para el beneficio colectivo sustentable.

### 3.8 Entrevista N°4

#### ENTREVISTA APLICADA AL COORDINADOR DE QUITO TURISMO

*La presente entrevista ha sido elaborada con fines académicos, dirigida para el director de rutas del Ecuador; gracias*

*Temas a tratar.*

- *Segmentación del mercado de La Ruta de la Flores*
- *La Ruta de las Flores en diferentes tramos*
- *Trabajos realizados por la cámara de turismo de Quito*
- *Trabajos conjuntos con el patronato*
- *Programa 60 y piquito*

#### **Resumen de los temas expuestos.**

En la entrevista realizada a uno de los coordinadores de planes de acción de Quito Turismo, se pudo hablar sobre las diferentes actividades que se trabajaban en acción conjunta con el patronato de Quito y las diferentes acciones que se están tomando para la difusión de actividades de esparcimiento y turísticas dentro del Distrito Metropolitano de Quito, de misma forma se habló de los diferentes grupos de turistas que por medio de las entidades municipales, se ha empezado a trabajar para realizar un plan de integración social a diferentes grupos vulnerables.

Dentro de la entrevista se pudo conocer que los diferentes planes de acción para los adultos mayores, se realizaban bajo la concesión no únicamente del patronato de Quito sino de misma forma de parte de Quito Turismo, donde se puede conocer que el costo que se dirige para estos trabajos de esparcimiento son sumamente bajos por parte de cada uno de los adultos mayores, de esta forma fue que por medio de la entrevista se llegó a determinar que aun así el número de adultos mayores sea representativo y el plan de inclusión social 60 y piquito sea una base importante para tomar en cuenta como segmento de mercado, no cumpliría con nuestro margen económico requerido ni con las necesidades de la estructura del proyecto, es así como se dejó de lado este segmento de lado.

### 3.9 Entrevista N°5

#### ENTREVISTA APLICADA AL TECNICO DE DESARROLLO TURISTICO DEL CANTON CAYAMBE

**Señor Rubén Acero**

*La presente entrevista ha sido elaborada con fines académicos, dirigida para el director de rutas del Ecuador; gracias*

*Temas a tratar.*

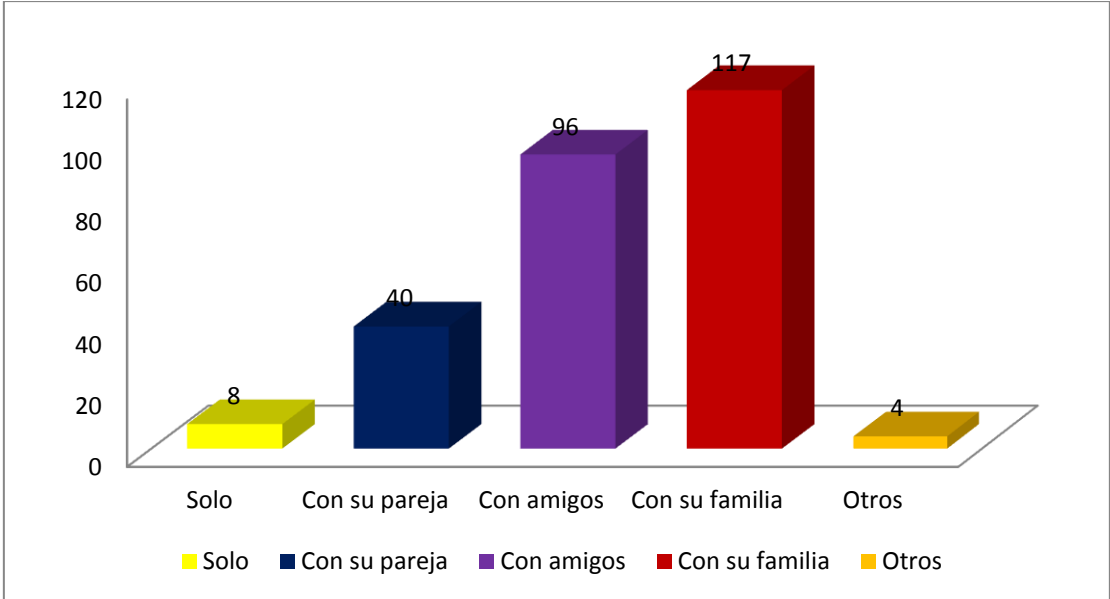
- *Cifra de turistas que ingresan al Cantón Cayambe*
- *Estudiantes que visitan como parte de aprendizaje el Cantón Cayambe*
- *La Ruta de las Flores en diferentes tramos*
- *Trabajos realizados por la municipalidad*
- *Planees de acción*
- *Plan de desarrollo turístico del Cantón Cayambe*

#### **Resumen de los temas expuestos.**

Por medio de la entrevista se llegó a confirmar datos claves para poder implantar el segmento de mercado, a través de los antecedentes históricos, mismos que fueron proporcionados por el coordinador, donde se logró obtener información importante, el encargado acoto; el número de turistas que ingresan al cantón Cayambe se significativo y de una forma mayoritaria los turistas son procedentes del distrito metropolitano de quito, también se pudo dialogar y constatar la veracidad de los datos proporcionados, siendo estos un poco irreales, debido que el único registro que se maneja en base a los visitantes y turistas del Cantón Cayambe, son personas que se acercan al órgano regulador de la actividad turística en el Cantón Cayambe por motivos de información y con el objeto de conocer datos más técnicos. Es por ello que se tomó en base a este registro los pronósticos y las proyecciones para realizar las encuestas del segmento de mercado al cual se aplicara el proyecto, ya establecidas por conclusiones de cada una de las encuestas realizadas.

**3.10 Tabulación y resultados de las encuestas.**

**1¿Cuándo realiza un viaje, lo hace con?**

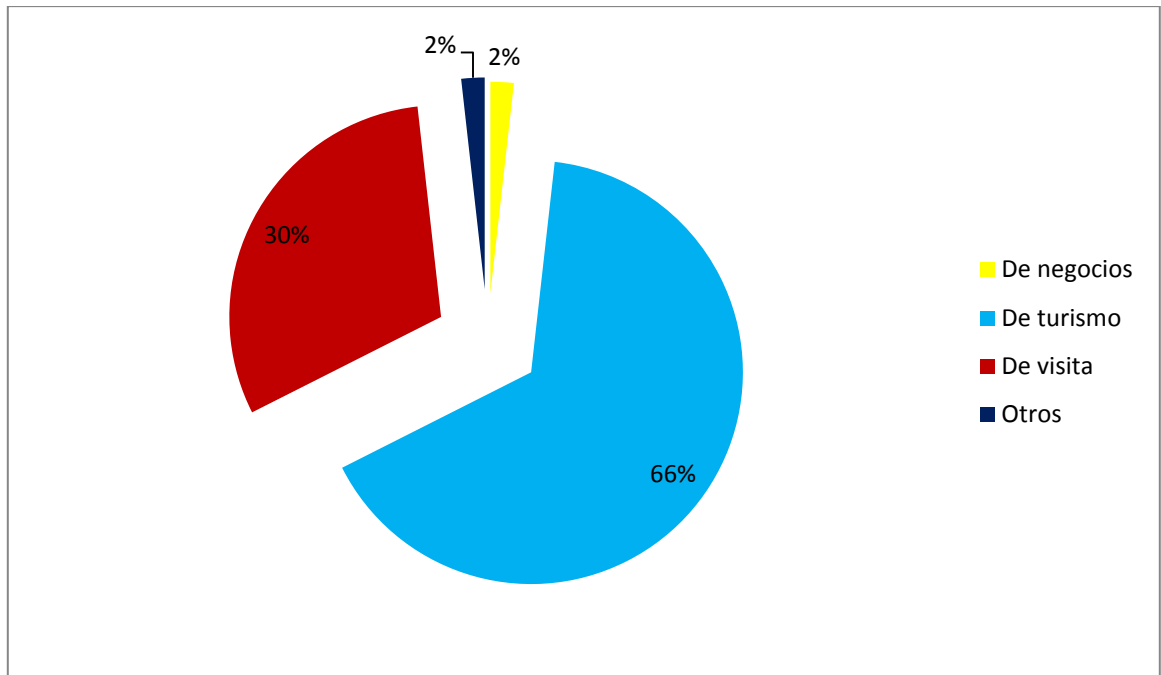


**Elaborado por: Carlos Andrés Cando Castro**

**Análisis.**

Verificando la información que se presenta en base a las respuestas proporcionada por las personas encuestadas, se llega a la conclusión que la preferencia, cuando se realizan viajes, la mayoría lo realiza en base al núcleo familiar, este el más importante y preponderante en las familias Ecuatorianas, por lo que se podrá crear paquetes afines no solamente para personas de colegios y universidades, también se podría tomar en cuenta como un mercado tentativo viajes familiares para apuntalar nuestra ruta.

## 2 ¿Cuándo realiza viajes, cuál es su motivación?:

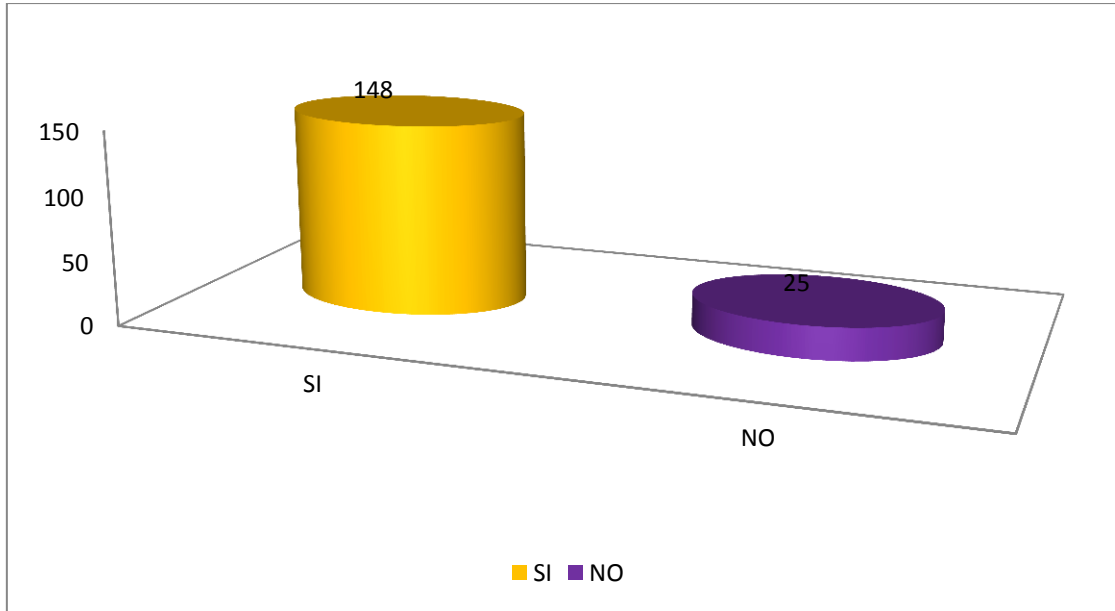


Elaborado por: Carlos Andrés Cando Castro

### Análisis.

Se viaja por el país por motivación de turismo con un 66% dando analizar que la población encuestada al igual que la población del país tiene como sinónimo el recorrer el país por actividades de disfrutes y no así por actividades laborales, también a tomar en cuenta que el subdesarrollo o no descentralización del poder a lo largo de las ciudades presentes en el país, han generado que se realice actividades de negocios solo en 4 ciudades claves (quito, Guayaquil, cuenca y manta) por lo que el resto de las ciudades se percibe como ciudades para realizar actividades netamente de ocio.

**3 ¿Estaría interesado en realizar un viaje en el que pueda conocer todo acerca de las flores Ecuatorianas, además de los atractivos naturales y culturales, localizados en el Cantón Cayambe?**

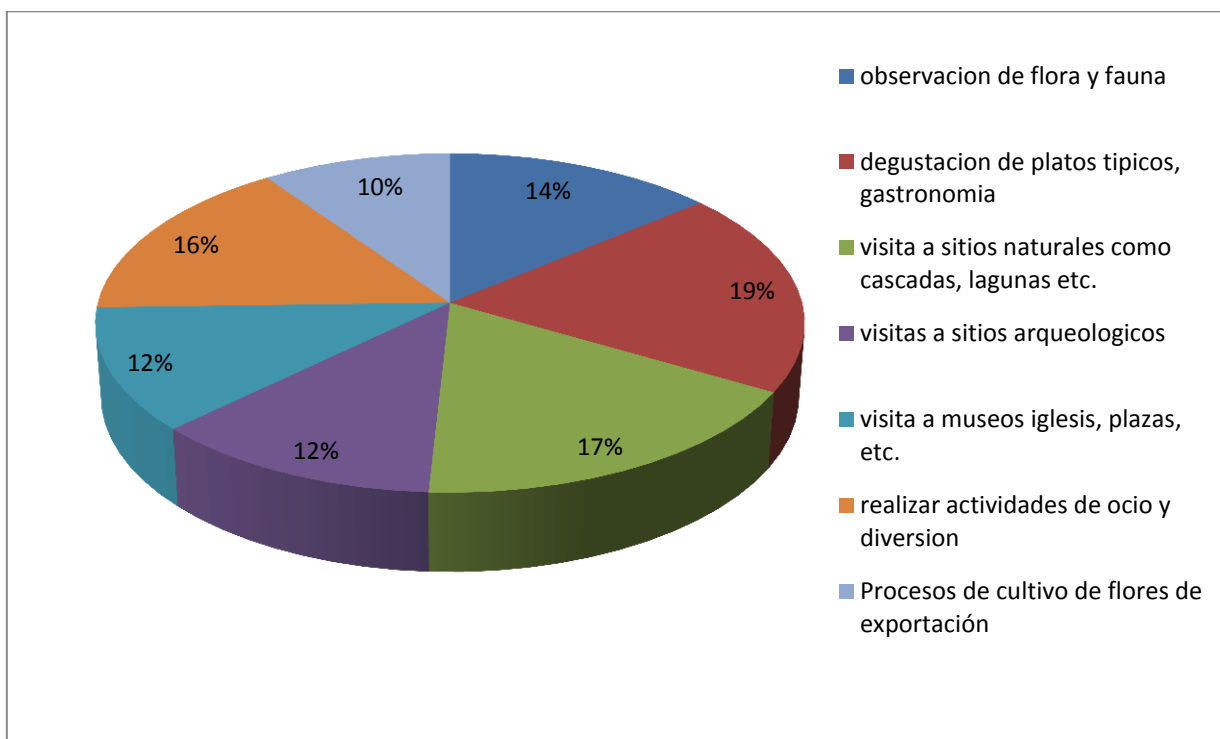


**Elaborado por: Carlos Andrés Cando Castro**

**Análisis.**

De un total de 173 encuestados, se obtuvo un contundente favoritismo por la respuesta si, la misma que consiste en el interés de visitar el Cantón Cayambe y la propuesta de implementar una ruta que abarque atractivos culturales, naturales y lo primordial; temática sobre las flores Ecuatorianas, una de las razones de la favorable se puede mencionar por la cercanía del atractivo al distrito metropolitano, siendo el mencionado el segmento de mercado que se destinó como sujeto a investigar, las características de los atractivos y la mezcla de los productos turísticos, determinan a este producto como agradable para el consumidor.

#### 4¿Qué actividades conjuntamente con la visita a florícolas le gustaría realizar cuando visite el Cantón Cayambe?



Elaborado por: Carlos Andrés Cando Castro

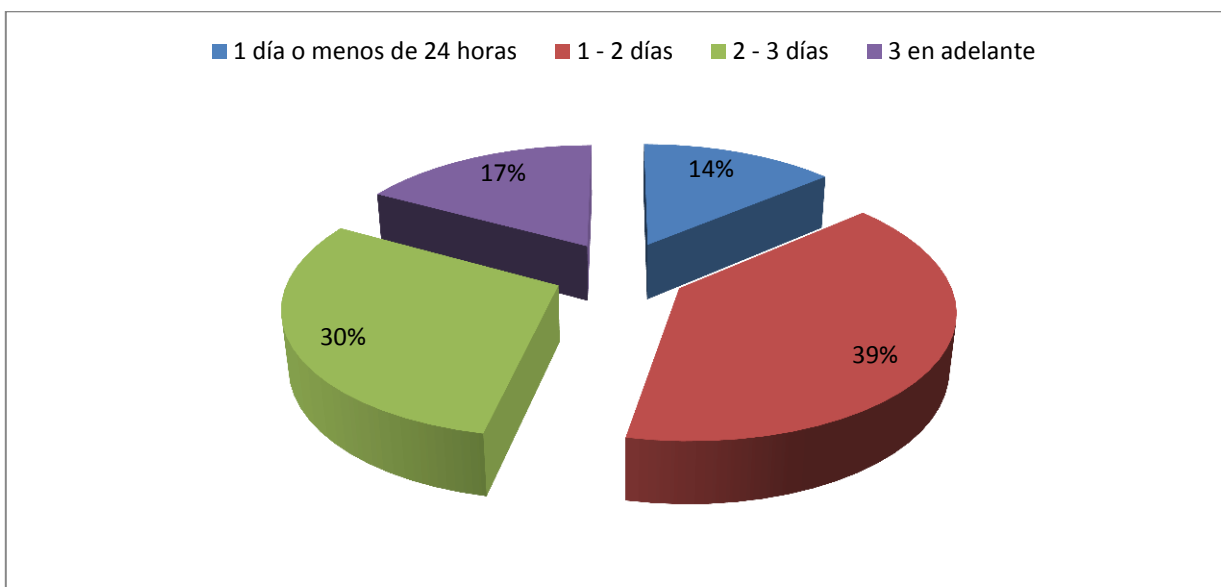
#### Análisis.

Las actividades más llamativas para las personas encuestadas son: deportes de aventura, esta respuesta dando un porcentaje del 17%, seguida de muy cerca con un porcentaje del 16% por degustación de platos típicos, 14%, visita a sitios naturales como cascadas, lagunas, etc.

Las actividades como deportes extremos son las más representativas en el país, debido a las características geográficas y demográficas a lo largo del territorio ecuatoriano, brindando un ambiente apropiado para el desarrollo de estas actividades, además de ser dinamisos que se encuentran de auge y moda a lo largo del continente aptas a ser realizadas.



## 5 Generalmente por cuánto tiempo viaja para realizar las actividades que escogió en la pregunta anterior

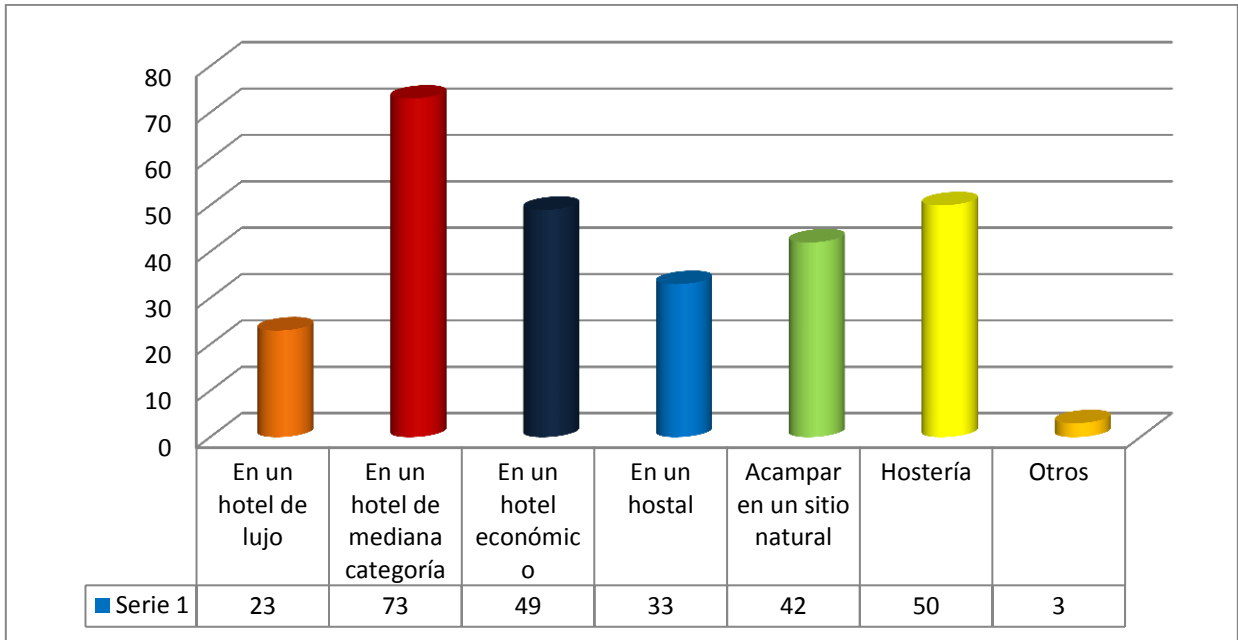


Elaborado por: Carlos Andrés Cando Castro

### Análisis.

En relación a la pregunta que se ejecutó a las personas encuestadas, consultando en relación a los días de estadía que generalmente utilizan para realizar actividades que escogieron en la pregunta 5, se obtuvo como resultado que el proporción el 39% de los encuestados prefieren una estadía de entre 1 y 2 días, lo que nos permite añadir que debido a la cercanía del atractivo turístico al lugar de procedencia de visitantes o turistas, se predispone un lapso menor para conocer del lugar a ser conocido y de esta forma se puede tomar en cuenta en crear paquetes que se moldeen a una estadía de 1 a dos días para de esta forma agradar a nuestro segmento.

## 6 En caso de necesitar alojamiento, ¿Dónde acostumbra hospedarse?

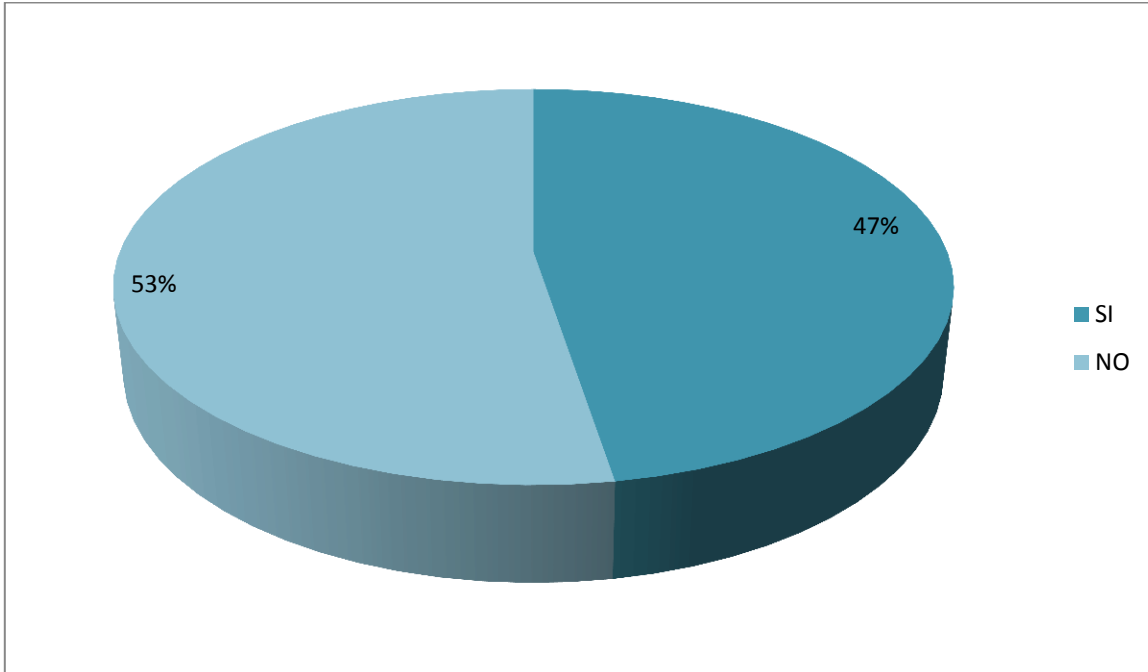


Elaborado por: Carlos Andrés Cando Castro

### Análisis.

Se puede acotar que los gatos intentan reflejarse a una mediada cómoda que se ajuste a las necesidades pero que tampoco exceda los parámetros, de misma forma se puede llevar a flote la estratificación de la población ecuatoriana en base a niveles socioeconómicos, estando la mayoría de la población en un nivel medio, la que puede cubrir con un servicio de categoría mediana. En segundo lugar y como tema llamativo podemos mencionar que aparte de lo ya reflejado en las anteriores preguntas, podemos darnos cuenta que la mentalidad de hacer turismo en el país se basa en un ambiente que se adecue al ambiente natural, por lo tanto un total de 50 personas escogieron la opción hostería como un lugar apto para hospedarse, de esta forma podremos apuntarnos a nuestro segmento de mercado, ya que la ruta es un contraste y unificación de fincas hosterías, que pueden cubrir la demanda.

## 7¿Le interesaría visitar La Ruta De Las Flores como paseo familiar?

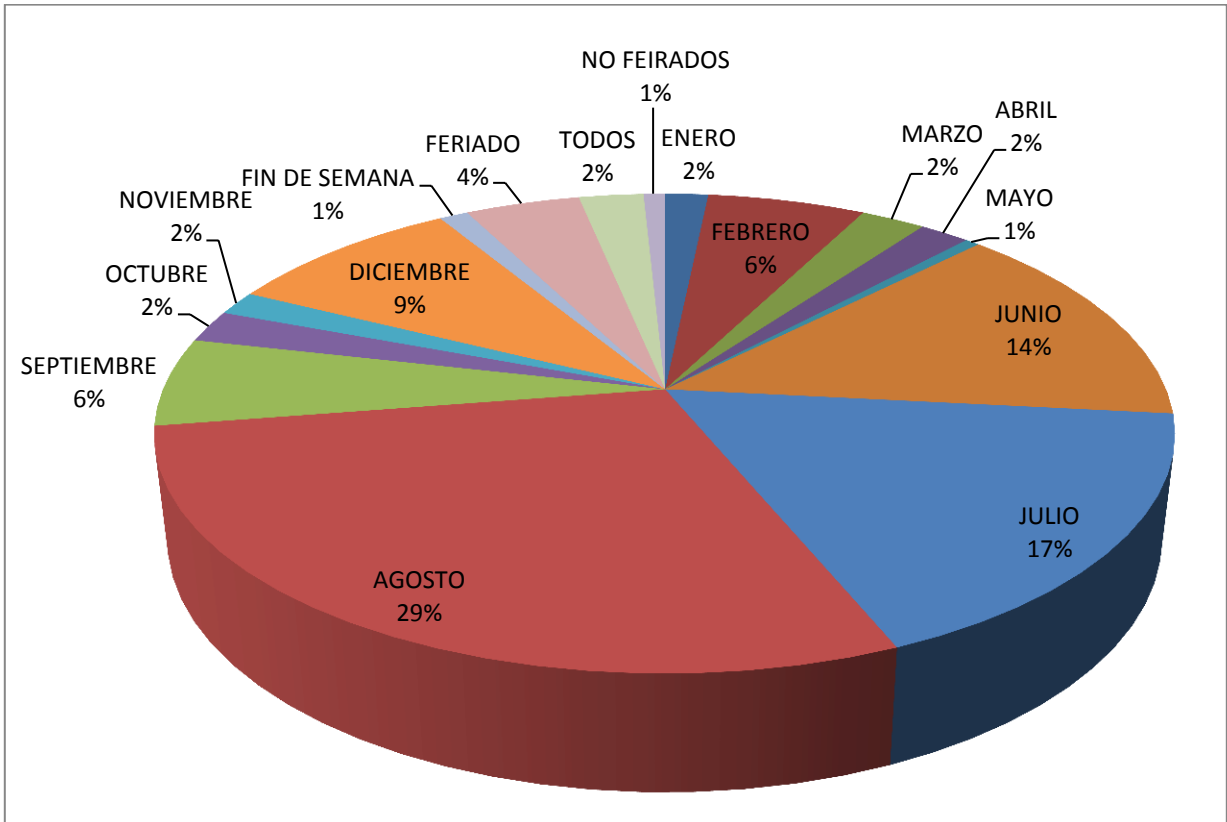


Elaborado por: Carlos Andrés Cando Castro

### Análisis.

Se puede mencionar que la respuesta con mayor influencia fue el sí, a tomar en cuenta en base a la conformación del núcleo familiar presente en el país, también es relevante para actividades turísticas, tales por las características que presenta la ruta, oferta delineamiento y naturaleza del proyecto, tomando esta actividad como una recreación en un núcleo familiar importante y existente en el país, ya sea este porque se constituye como un factor básico para el desarrollo y protección de los derechos de los individuos.

**8 Escriba cuáles son los meses, fechas o época del año en que prefiere realizar sus viajes**

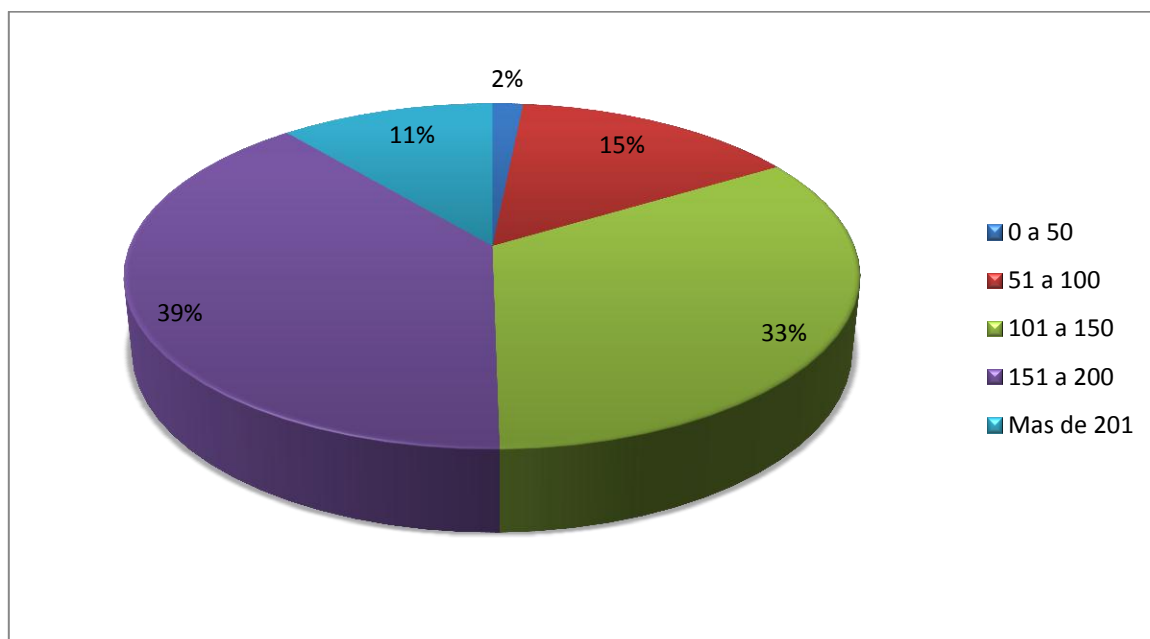


**Elaborado por: Carlos Andrés Cando Castro**

**Análisis.**

Se marca notoriamente la tentativa de la gente, se inclina por realizar viajes en la época de verano, misma que termina siendo época de vacación para régimen sierra el cual fue encuestado, esta podría ser una de la razones por las cuales la mayoría eligieron la opción, además de ser época de verano, aptas para realizar actividades de disfrute, relajamiento y disfrute por las características climatológicas y los sistemas turísticos potencializados en estas fechas.

**9 ¿Cuándo realiza viajes de turismo que porcentaje de dinero destina para sus gastos en dicho viaje en un periodo de 3 días?**

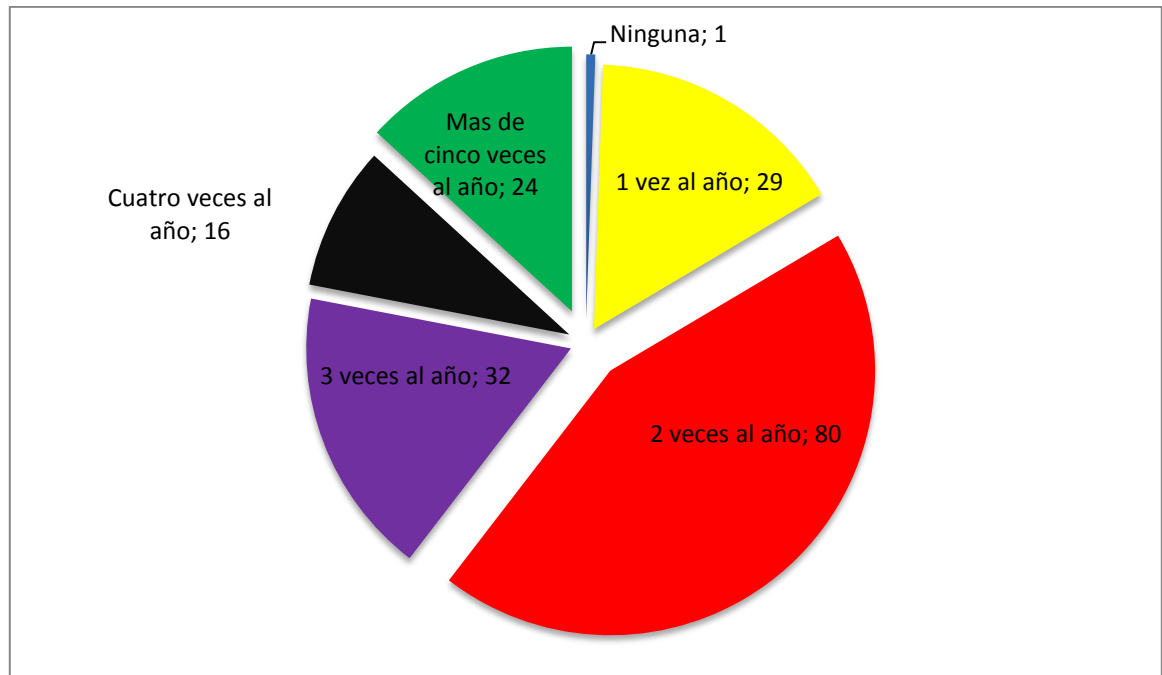


**Elaborado por: Carlos Andrés Cando Castro**

**Análisis.**

En relación al gasto que se acostumbra a tener en viajes con un periodo de tres días, el rango mayoritario, con un 39% escogió el valor de 151 a 200 dólares americanos, lo que se podría añadir que por día se gastaría entre 50 a 65 dólares diarios, siendo un rango medio, acorde a los resultados obtenidos en preguntas anteriores como hospedaje. Seguido de este resultado también se tiene una cifra importante de un 33% en personas que eligieron la opción gastos oscilado entre 101 a 150 dólares americanos, a esto se puede sustentar el nivel socioeconómico en el país se divide por estratos siendo el mayoritario el estrato c+ con el 22,8% y el estrato c- con el 49,3 (siendo A es estrato más alto y D. el estrato mínimo) por lo que se puede argumentar que el 72,1% de la población pueden realizar actividades turísticas con un gasto moderado. (Inec)

## 10 ¿Con qué frecuencia usted realiza turismo en el Ecuador?

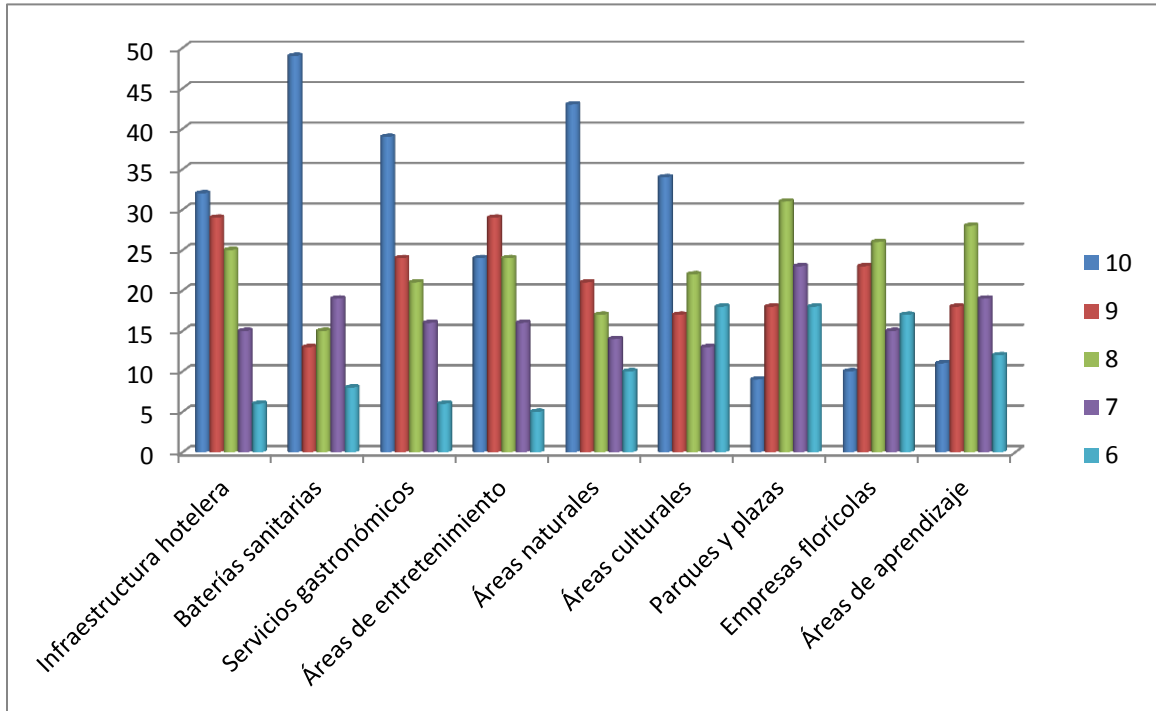


Elaborado por: Carlos Andrés Cando Castro

### Análisis.

En el siguiente análisis podremos comentar sobre las respuestas obtenidas, mismas que intenta conocer la frecuencia con la que las personas encuestadas realizan viajes de turismo durante un año, obteniendo el resultado mayoritario de: 2 veces al año, resultado escogido en 80 ocasiones (44%) seguido por, 3 veces al año con un total de 32 veces escogidas, por lo que se llega a la conclusión de: las personas ecuatorianas han empezado a tener una ideología de valorización por lo que representa la identidad ecuatoriana y valorizar la riqueza turística, que conlleva a realizar viajes más de una ocasión al año y estos en su mayoría en época de vacaciones para la región sierra.

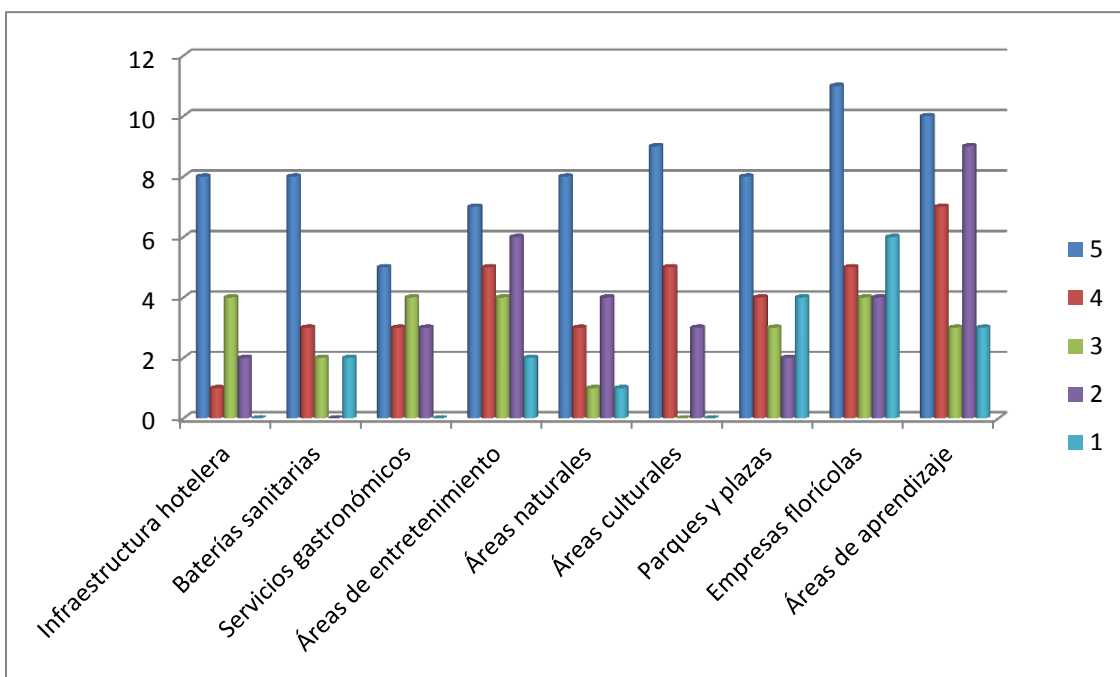
**11 Califique según el grado de relevancia que tiene para usted los siguientes servicios, del 1 al 10 tomando en cuenta uno es el valor más bajo y 10 el más alto.**



**Elaborado por: Carlos Andrés Cando Castro**

**Análisis.**

En base a las resoluciones dadas podemos acotar: se llegó a demostrar que la opción que tiene mayor influencia para los encuestados es: baterías sanitarias escogida 49 veces, seguido por áreas naturales; con 43 veces escogidas y servicios gastronómicos con 39 veces escogido, estas opciones se han puntuado como más relevantes debido a que los temas que generalmente influyen en turistas resaltan en aspectos de higiene y salubridad, además que nuestro segmento de mercado se han delineado por normas y características que lo colocan en un nivel socioeconómico medio alto.



**Elaborado por: Carlos Andrés Cando Castro**

### **Análisis.**

Con respecto a la pregunta que se formuló en el anterior ítem podremos mencionar, que además de los puntos clave priorizados por las personas encuestadas, también amerita analizar los puntos donde nuestro segmento escogió como menos representativos y un impacto escaso como son: procesos de producción escogida con menos importancia en 10 ocasiones seguida de empresas florícolas en 6 ocasiones y terminando por parques y plazas, podremos mencionar que la característica de estas tres opciones se refleja, en que ideas muy convencionales y poco llamativas, con lo que se tendrá que armar actividades en las cuales se dinamice y se pueda aplacar dichas actividades, o de igual forma se puede combinar con actividades alternas, además de determinar que las motivaciones de viajes son de ocio y no de aprendizaje y al no mostrar una forma lúdica para poder dirigir el mensaje no es atractivo ni tampoco interesante.



### **3.11 Conclusiones de la Investigación**

Por medio del estudio de mercado y la investigación, tanto por medio de entrevistas como de encuestas, se pudo llegar a tomar en cuentas varias resoluciones como de misma forma diferentes conclusiones para el correcto funcionamiento de nuestro producto frente al mercado.

Por consecuente se pudo determinar en primera instancia que segmento de mercado es el más propicio y se caracteriza más a nuestro producto, se pudo despejar dudas por medio de entrevistas tanto a funcionarios de entidades estatales como gubernamentales, las cuales fueron de ayuda, tanto para descartar como para escoger que segmento de mercado era el más apto he indicado.

Las entrevistas sin duda fueron la herramienta más importante para la determinación de los planes de acción a ponerse en marcha para poder encontrar gustos preferencias y necesidades del segmento de mercado a ser escogido y las razones por las cuales se determinó a, estudiantes de colegios y universidades, se originó en base a una dato importantísimo, entregado por la cámara de turismo del Cantón Cayambe, al determinar que el número de estudiantes que realizaban viajes de turismo hacia el mencionado Cantón, era significativo, esto se pudo constatar en base a las firmas registradas de las personas que acudían a la oficina de turismo en el Cantón Cayambe, misma que el número más importante de turistas procedía del distrito metropolitano de quito y los estudiantes oscilaban de entre 14 a 24 años de edad.

Las encuestas que se procedieron a realizar fueron obtenida de dos entidades estudiantiles principalmente; la Universidad Tecnológica Equinoccial y el Colegio Rumipamba, estas dos entidades se tomó en base de: Carreras afines a la actividad turística y de entidades que tenían marcada como asistencia en visita al Cantón Cayambe y por último se tomó al azar estudiantes de diversas entidades estudiantiles, tanto universidades como colegios.

### **3.12 Consumidores potenciales**

El perfil del consumidor potencial de nuestro producto, en base al estudio realizado, quedaría de la siguiente manera:

Sin rango de edad.

Procedentes del Distrito Metropolitano De Quito.

Motivación: actividades de disfrute donde se pueda conocer los atractivos turísticos que tiene el país, disfrutar de los atractivos naturales y también de la amplia gastronomía que se encuentra localizada en nuestro producto.

Estadía de 1 a 2 días.

Gasto promedio por día se gastaría entre 55 a 66 dólares americanos diarios por persona

### **3.13 Demanda futura**

En base a datos históricos proporcionados por el técnico de turismo del Cantón Cayambe, del número de turistas que visitan el Cantón Cayambe, procedentes del distrito metropolitano de quito, se pudo realizar una proyección. Tomando en cuenta que la proyección es únicamente a la cifra de turistas del distrito metropolitano de quito que se registrados en la oficina del MINTUR del Cantón Cayambe.

**Grafico 12 Estudiantes Del Distrito Metropolitano de Quito que visitan el Cantón Cayambe**

Año	Número de turistas
2009	461
2010	483
2011	502
2012	526
2013	551
2014	577

Para poder analizar la proyección de la demanda y saber la perspectiva en relación al número de turistas que se podrá esperar para nuestro producto, se tendrá que aplicar el método de tasa de crecimiento.

### **3.14 Fórmula para la proyección de la demanda**

$$Y_2 - Y_1 * 100 = TC$$

Y

$$483 - 461 * 100 = 4,77\%$$

461

$$502-483 * 100= 3,94\%$$

483

$$4,77\%+3,94\%= 4,36\% \text{ TC}$$

### **Tasa de crecimiento del 4,36%**

$$502 * 4,36\%=524$$

$$524 * 4,36\%=547$$

$$547 * 4,36\%=571$$

$$571 * 4,36\%=595$$

$$595 * 4,36\%=621$$

$$621 * 4,36\%=648$$

$$648 * 4,36\%=676$$

$$676 * 4,36\%=706$$

### **3.15 Demanda potencial**

Se llamara demanda potencial, al porcentaje de turistas que se puede captar por encima de la demanda futura , para esto se aplicara diferente tipos de estrategias y planes de acción, los mismos que aún no son desarrollado y con su aplicación se espera una mejor evolución en la demanda

**Grafico 13 Demanda potencial**

<b>Años</b>	<b>Demanda futura</b>	<b>Demanda potencial 50%</b>
2013	502	251
2014	524	262
2015	547	273,5
2016	571	285,5
2017	595	297,5
2018	621	310,5
2019	648	324
2020	676	338

## **CAPITULO IV**

### **ANÁLISIS DEL IMPACTO AMBIENTAL**

#### **4.1 Objetivos**

##### **4.1.1 Objetivos Generales**

Determinar los posibles impactos ambientales que puedan ser generados por el proyecto

##### **4.1.2 Objetivos Específicos**

- Describir la situación actual del entorno
- Realizar una ficha ambiental de identificación del proyecto
- Realizar una matriz de identificación de los posibles impactos producidos por desarrollo del proyecto
- Proponer medidas de mitigación para los posibles impactos

#### **4.2 Situación Del Entorno**

##### **4.2.1 Suelo**

Uno de los más importantes elementos para la vida, de igual forma que viene a tener su grado de importancia, como lo tienen componentes como el aire y el agua, los mismos que son vitales, es por ello que posee su grado de responsabilidad los trabajos que se realicen en él y de esta manera precautelar el impacto que se pueda

producir, compuesto el mismo por complejos sistemas donde ocurren una vasta gama de procesos químicos, físicos y biológicos que se ven reflejados en la gran variedad de suelos existentes en la tierra.

La tipología de suelos presente en el Cantón Cayambe, en la mayoría llega a presentar suelos arcilloso-arenosos en las partes más bajas y arcillosos en las laderas, con esto también podemos mencionar que el Cantón Cayambe presenta una climatología marcada en estaciones por mencionarlo así periodo de verano caracterizados por lapsos de sequía y los de invierno prolongando lluvias.

Suelos derivados de materiales piroclásticos, alofánicos, francos a arenosos, con gran capacidad de retención de agua, muy negros en régimen frígido y mésico, negros en régimen térmico y con presencia, de horizonte amarillo de gran espesor en régimen hipertérmico.

Suelos poco profundos, erosionados, sobre una capa dura (cangagua) a menos de un metro de profundidad, con horizonte argílico de poco espesor, textura franco arcillo arenoso.

Suelos negros, profundos, francos a arenosos, derivados de materiales piroclásticos, con menos de 30 % de arcilla.

También vale recalcar la existencia de un número considerable de plantaciones florícolas, siendo como hecho relevante el suelo que posee el ya mencionado Cantón Cayambe.

Al momento de poner en marcha el plan no existe un mayor impacto ambiental sobre el suelo debido que no se tiene planificado realizar construcciones o acciones contaminaste para con este elemento. (Pichincha, Caracterización del Cantón Cayambe)

**En este cantón se distinguen 6 zonas de vida y son las siguientes:**

**Bosque seco Montano Bajo (b.s. MB) (9)**

Altitud entre los 2.000 – 2.200 y 3.000 m.s.n.m; temperatura coincide aproximadamente con la isotérmica de los 12° C; precipitación media anual 500 y 1.000 mm.

**Bosque húmedo Montano (b.h. M) (10)**

Altitud por encima de los 3.000 m.s.n.m.; temperatura entre 7 y 12° C; precipitaciones anuales 500 y 1.000 mm.

**Bosque húmedo Montano Bajo (b.h. MB) (13)**

Altitud de los 200 a los 2.900 m.s.n.m.; temperatura entre 12 y 18°c; precipitaciones entre 1.000 y 2.000 mm anuales.

**Bosque muy húmedo Montano – (b.m.h. M) (14)**

Altitud 2.800 a 3.000 m.s.n.m; temperatura entre 12 y – 6° C; precipitaciones entre 1.000 y 2.000 mm anuales.

**Bosque muy húmedo Sub Alpino (Páramo) (b.m.h. SA) (23)**

Altitud superior a 3.000; temperatura 6-3° C; precipitaciones 500 y 1.000 mm anuales.



### **Bosque pluvial Sub Alpino (Páramo pluvial) (b.p. SA) (24)**

Altitud sobre los 3.000 m.s.n.m.; temperatura - 6 - 3°C; precipitaciones 1.000 y 2.000 mm. (Pichincha, Caracterización del Cantón Cayambe)

#### **4.2.2 Clima**

El cantón Cayambe se encuentra en la región andina Ecuatoriana la misma que se encuentra localizada en los andes ecuatoriales, es por ello que su clima está entre una temperatura promedio de 12 °C y una humedad relativa cercana al 80%.

Al sur y al occidente, la temperatura aumente unos pocos grados, esto debido al nivel de altura que se encuentra localizadas estas zonas.

En las zonas donde el clima se torna frio podemos mencionar a parroquias como Cangahua y Olmedo

En las alturas la tipología de clima se torna frio y hasta glaciario, mientras que en el valle de Cayambe se vuelve templado con un clima que oscila entre los 8°C y 22°C. (Pichincha, Caracterización del Cantón Cayambe)

#### **4.2.3 Agua**

Al oeste del cantón se ubica la microcuenca del río Pisque perteneciente a la subcuenca del río Guayllabamba, alimentado por deshielos y vertientes del Cayambe que recargan el curso superior del río, presentando patrones de drenaje rectangular, paralelo, subparalelo, radial, con el curso alineado y cambios bruscos de dirección, el total de Área de la microcuenca es 1.118 km<sup>2</sup>, la longitud del río hasta la desembocadura es de 65 km, densidad de drenaje 0,40 (unidad permeable) y pendiente media del 4%. Al este, se localiza la subcuenca del río Quijos, perteneciente a la cuenca del río Napo, su cauce principal es el río Quijos, el cual se

alimenta de los ríos que nacen del volcán Cayambe y Sarahurco presentado patrones de drenaje radial, subparalelo y angular. (Pichincha, Caracterización del Cantón Cayambe)

La población de Cayambe es abastecida con agua potable de varias captaciones, que tienen la particularidad de ser de afloramiento superficial y aprovechadas en su origen; es decir, estas fuentes de captación tienen un área pequeña de donde brota el agua y desde este lugar se la conduce mediante tuberías a los tanques de bombeo, hechos de hormigón armado. (MACIAS, 2002)

### 4.3 Matriz de identificación de impactos ambientales

Grafico 14 Matriz De Identificación De Impactos Ambientales

Actividades proyecto			Planificación				construcción						operación			abandono		TOTAL		
componentes ambientales			A	B	C	D	A	B	C	D	E	F	G	A	B	C	A		B	
<b>Físico</b>	Suelo	Compactación	0	0	0	0	X	X	0	0	X	0	X	0	X	0	X	X	<b>8</b>	
		Desechos sólidos y líquidos	0	0	0	0	X	X	X	X	X	X	X	X	0	X	0	X	X	<b>11</b>
		Erosión	0	0	0	0	X	X	X	X	X	X	X	X	0	X	0	X	X	<b>118</b>
	Agua	Desechos sólidos y líquidos	0	0	0	0	X	X	0	0	X	0	X	0	X	0	X	X	<b>8</b>	
		Sedimentación y turbidez	0	0	0	0	X	X	0	0	X	0	X	0	X	0	X	X	<b>8</b>	
		Sustancias químicas orgánicas (plaguicidas)	0	0	0	0	0	0	0	0	X	0	X	0	X	0	0	0	<b>4</b>	
		Aire	0	0	0	0	X	X	X	X	X	X	X	X	0	X	0	X	X	<b>11</b>
	<b>Biótico</b>	Flora	Perdida de la biodiversidad	0	0	0	0	X	X	0	0	0	0	X	0	X	0	X	X	<b>7</b>
Perdida cobertura vegetal			0	0	0	0	X	X	0	0	0	0	X	0	X	0	X	X	<b>7</b>	
Introducción de productos para sembrar			0	0	0	0	X	X	0	0	0	0	X	0	X	0	X	X	<b>7</b>	
Fauna		Interrupción procesos reproductivos	0	0	0	0	X	X	0	0	0	0	X	0	X	0	X	X	<b>7</b>	
		Cambio patrones de conducta	0	0	0	0	X	X	0	0	0	0	X	0	X	0	X	X	<b>7</b>	
		Disminución tamaño de la población	0	0	0	0	X	X	0	0	0	0	X	0	X	0	X	X	<b>7</b>	
		Migración de especies	0	0	0	0	X	X	0	0	0	0	X	0	X	0	X	X	<b>7</b>	
Ecosistemas		Alteración de habitats	0	0	0	0	X	X	0	0	0	0	X	0	X	0	X	X	<b>7</b>	
<b>Socio-Económico</b>	Población	Alteración de paisajes	0	0	0	0	X	X	0	0	0	0	X	0	X	0	X	X	<b>7</b>	
		Impactos en los valores culturales y comunitarios	0	0	0	0	X	X	0	0	0	0	0	0	X	X	X	X	<b>7</b>	
	Local	Generación de nuevos ingresos alternativos	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	<b>18</b>	
		provisión de fuentes de empleo	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	<b>18</b>	
<b>TOTAL</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>18</b>	<b>2</b>	<b>20</b>	<b>3</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>159</b>		
<b>SIMBOLOGIA</b>			Positivo	0																
			Negativo	X																

## **SIMBOLIZACIÓN**

- a. Estudio Ambiental
  - b. Permisos
  - c. Elaboración de Planos
  - d. Trámite de Permisos
- 
- a. Contrato de Obreros
  - b. Limpieza de la Cobertura Vegetal
  - c. Diseño de la Ruta
  - d. Acceso al centro
  - e. Designación de Florícolas
  - f. Señalización
  - g. Construcción de la Ruta
- 
- a. Contratación de Especialistas
  - b. Atención al cliente
  - c. Ingreso de visitantes
- 
- a. Limpieza del Entorno
  - b. Reforestación

## **ACTIVIDADES:**

El proyecto tendrá como actividades: Fase de planificación, en esta etapa del proyecto se iniciará con: el estudio técnico, ambiental y topográfico del lugar adecuado que cruzará la ruta, para lo cual necesitaremos la ayuda de expertos en el tema de este tipo de estudios.

Se tramitarán los permisos correspondientes con las diferentes entidades como son el Ministerio del Ambiente, el Ministerio de Turismo, y el Municipio del Cantón Cayambe.

Aprobados los permisos correspondientes, a continuación se elaborarán los planos de la ruta, se tomarán en cuenta el diseño de los diferentes espacios para brindar al turista y visitante la mejor comunicación que combina tanto los elementos artísticos-creativos como los técnicos para transmitir un mensaje positivo y efectivo con relación al entorno, acerca del legado histórico, cultural y natural que en ella podemos apreciar y de la importancia de este sector y su potencial.

Ya finalizado el diseño de construcción de la Ruta, se iniciarán con los trámites de financiamiento para que Entidades Públicas como Privadas nos puedan colaborar con elaboración de esta ruta.

La siguiente fase será la de construcción donde se empleará mano de obra local para las acciones a realizarse, para el diseño de la ruta se utilizarán materiales propios de la zona para no causar impacto visual ni natural en donde va a ubicarse esta ruta.

En el acomodaciones de la ruta, se busca traducir el lenguaje técnico de nuestro patrimonio cultural, a una forma no técnica, casi coloquial y comprensible para las personas que visitan el lugar, y a la vez sea una ruta auto guiada; esto también busca la concienciación que los turistas y visitantes puedan mantener en su memoria para la conservación y protección del espacio natural que poseemos.

Para cumplir la misión que tienen esta ruta de revelar al público los significados e interrelaciones del patrimonio natural y cultural, para lo cual se implementará recursos expositivos e interpretativos clásicos, visitas auto guiadas y recorridos señalizados, además de otras actividades de sensibilización ambiental. La ruta es un recurso de referencia para la transmisión de la cultura; Promoverá el turismo y se y factores de valor económico, por su atractivo como actividad de ocio.

La accesibilidad del turista y visitante a la Ruta es muy importante ya que se consigue generar experiencias atractivas para los visitantes, más allá de solo observar, es el reto para una mejor difusión cultural.

En la etapa de operación se necesitarán de personas con conocimientos acerca de los procesos empleados en las florícolas y demás información que permita brindar mejor información y la importancia económica y social de esta ruta, los mismos que actuarán de informadores-educadores ambientales.

Con el funcionamiento de la ruta se buscará promover la sensibilización de la población local y visitantes en cuanto al cuidado del entorno medioambiental y urbano.

Las actividades que se desarrollarán en la ruta están dirigidas a la población en general, dedicando especial atención a las visitas de grupos organizados. Se desarrollará un conjunto de actividades de comunicación con el público visitante cuyo objetivo es revelar y explicar el papel y el significado del patrimonio histórico y cultural de la Ruta mediante su interpretación contemporánea, con el fin de aumentar la sensibilización del público y de hacer más eficaz su conservación. Es por ello que como condición fundamental de funcionamiento es de personal especializado para la realización de los itinerarios didácticos y para la atención al público.

También se desarrollará programas y estudios de tipo ambiental para concienciar a las personas que la visitan, complementario a estas se producirá material informativo acerca de la flora y la fauna existente en el sitio, florícolas importantes, su producción y métodos que emplean para producir las mejores flores del mundo.

En la etapa de abandono se limpiará la zona en la cual se diseñó y se implementó la ruta para no causar impacto y se realizará una revegetación de la flora que causamos algún daño.

## ANÁLISIS:

- La limpieza de la cobertura vegetal, la construcción en sí de la edificación y el ingreso de turistas y visitantes de la Ruta, que son parte de la Fase de Construcción y de Operación del Proyecto, son las actividades que mayor impacto ambiental causan en el sector.
- El Componente Socioeconómico, el factor de generación de empleo, es el elemento ambiental el de mayor efecto, producto de las actividades del proyecto.
- En la realización del proyecto, las actividades en la fase de planificación, es la fase que menor impacto va a causar en componente físico y biológico.
- La Fase de Operación es el que mayor impacto causa en el Componente Físico y Biológico.

## ÍNDICE DE IMPACTOS AMBIENTALES:

- **Fase de Planificación:**  $\Sigma(-) = -8$                        $\Sigma(+)= -10$
- **Fase de Construcción:**  $\Sigma(-) = -10$                        $\Sigma(+)= -20$
- **Fase de Operación:**  $\Sigma(-) = -8$                        $\Sigma(+)= -15$
- **Fase de Abandono:**  $\Sigma(-) = -5$                        $\Sigma(+)= -10$

<b>TOTAL</b>	<b><math>\Sigma(-) = 31</math></b>		<b><math>\Sigma(+)=45</math></b>
	-31	+	45
		=	
			<b>+14 Impacto Severo</b>

#### **4.4 Planes de mitigación**

En base al análisis realizado al impacto ambiental y sociocultural que podría presentar la Ruta, de forma positiva o negativa, se propondrá algunas estrategias con el fin de mitigar el impacto que posee la Ruta a ser implantada, por consecuencias de la afluencia de los turistas y los proyectos a ser implementados.

Las medidas de mitigación pueden incluir una o varias de las acciones alternativas:

- Evitar el impacto total al no desarrollar todo o parte de un proyecto.
- Minimizar los impactos al limitar la magnitud del proyecto.
- Rectificar el impacto reparando, rehabilitando o restaurando el ambiente afectado.
- Reducir o eliminar el impacto a través del tiempo por la implementación de operaciones de preservación y mantenimiento durante la vida útil del proyecto.
- Compensar el impacto producido por el remplazo o sustitución de los recursos afectados.

##### **4.4.1 Clasificación de las Medidas de mitigación.**

###### **a. Medidas de Manejo.**

Aplicación obligatoria de normativas, planes de Contingencias Ambientales, de Seguridad e Higiene. Así como criterios de protección descritos en Planes de Ordenamientos y Áreas Naturales Protegidas existentes en el área.

###### **b. Medidas de prevención.**

Se realizara actividades de mantenimiento, planes y programas de emergencia, y algunas otras medidas encaminadas al mismo fin.



c. Medidas de minimización o mitigación.

Entre las medidas de mitigación más comunes se encuentran el rescate del medio que puede ser afectado, como por ejemplo el trasplante de organismos vegetales o especies de flora endémicas del sector, la toma de decisión sobre un proyecto, misma que puede ayudar a sobrellevar de mejor forma los problemas que presentan dicho espacio físico, a partir de la posibilidad de emplear diversas alternativas.

d. Medidas de restauración.

Son aquellas medidas que tienden a promover la existencia de las condiciones similares a las iniciales.

e. Medidas de compensación.

Algunas de las actividades que se pueden utilizar como medidas de compensación para el ecosistema, incluyen repoblación vegetal o la inversión en obras de beneficio al ambiente; la medida no es aplicable en el sitio, sino en áreas equivalentes o similares a las afectadas. (Ambiente, 2001. Manual de buenas prácticas ambientales en las familias profesionales: Turismo y Hotelería, Sector Turístico. )

#### **4.4.2 Generación de residuos sólidos**

Los principales impactos producidos por las actividades a realizarse, se las provocara en mayor número por los residuos desechados por los turistas o visitantes de la ruta, con esto se menciona la recolección de y distribución de la basura mediante tachos de basura previamente implementados en puntos clave de la ruta y con una frecuencia ya planificada, de misma manera para las fincas se implementara, la recolección selectiva domiciliaria: orgánicos (restos crudos y cocinados procedentes de cocinas, restaurantes, etc.); papel y cartón (envases y

embalajes de papel y cartón procedente de oficina);; vidrio (botellas y restos de cristal de roturas de material); envases ligeros (botellas plásticas, latas, aluminio, etc.) y otros restos plásticos (envases y embalajes). (Navarra, 2005.)

Es importante, distinguir entre los diferentes tipos de basura: orgánica, envases, vidrio, papel y aquellas que contengan sustancias tóxicas; siguiendo un tratamiento adecuado para cada uno de ellas. Donde no existan criterios establecidos por la ley, también es importante instar por la reducción, reutilización y reciclaje, y una correcta eliminación de los residuos. (Limpia, 2006)

#### **4.4.3 Generación de residuos líquidos (aguas residuales)**

De acuerdo a la magnitud del tamaño del proyecto a ser implementado, se puede tener un cálculo, sobre los generadores de aguas residuales, eliminadas en fregaderos, duchas, lavabos, suelos, baños y jardines. Con esto se puede mencionar que estas aguas, al no ser tratadas correctamente, constituyen un peligro tanto para los seres humanos como para el medio ambiente, debido a que contaminan las fuentes locales de agua, agricultura, ríos y en el caso podría perjudicar reservas y plantaciones, lo cual provoca un mayor riesgo para la propagación de enfermedades. Una correcta gestión de las aguas residuales no solo significa un menor gasto y presión sobre el recurso agua sino también una protección del hábitat que rodea.

#### **4.4.4 Impacto en la energía**

Al igual que con el agua y los residuos, lo que se debe hacer para conseguir una correcta gestión energética las actividades a realizarse en la ruta, es conocer los datos actuales de consumo. A partir de los datos obtenidos, se podrán adoptar los procedimientos que se consideren más adecuados para ajustar los consumos energéticos con criterios ambientales y de ahorro. Es importante que los equipos usen solo la energía requerida para su funcionamiento, que solo funcionen cuando sea necesario y que su funcionamiento sea el correcto para evitar pérdidas, por ello

se pondrá a funcionar planes de ahorro tanto en las diferentes fincas como en centro de ventas de surveniers.

#### **4.4.5 Impactos Positivos por Etapa del Proyecto**

Los efectos positivos del plan de desarrollo, se generan desde la etapa de factibilidad, por el cumplimiento de los planes de ordenamiento territorial y la generación de empleos y la reactivación socioeconómico de la comunidad.

En la etapa de construcción, los beneficios ambientales se identifican en el uso racional de los diversos recursos existentes en la región, por medio del cumplimiento de las leyes y normas técnicas ambientales, el uso racional de los recursos ante el cumplimiento de las leyes y normas técnicas ambientales, los impactos socioeconómicos se resumen en el incremento de ingresos y aporte al desarrollo económico social, como así también, la reducción en la presión de los recursos por su demanda, sobreexplotación de la tierra y los recursos naturales.

#### **4.5 Control e implementación del programa “La Flor de Ecuador”**

El programa ya implementado en algunas florícolas presentes a lo largo de la Ruta de las flores, adoptado por Expoflores, como ente regulador de la actividad florícola en el país, tiene previsto utilizar; un manual de mejores prácticas, proyecto de visitas (auditorias) plataforma informática (lista de chequeo on-line) Esto persigue un mejoramiento en la actividad florícola acercando al sector florícola a los requerimientos para la obtención de sellos ambientales y sociales existentes en el extranjero.

#### **4.5.1.1 Manual de mejores prácticas**

Tiene como objetivo constituirse en una guía de manejo ambiental y social; y muestra en forma genérica las prácticas desarrolladas y aplicadas con base en la Legislación Ambiental Ecuatoriana y el Código Laboral.

#### **4.5.1.2 Proyecto de visitas**

Las visitas a las fincas las realizará el auditor externo de Expoflores y programadas conforme al orden en el que las fincas llenen las Listas de Chequeo.

Si bien es cierto el Programa trabaja a nivel sectorial por un mejoramiento continuo de las prácticas ambientales y sociales internas, es importante aclarar que cada empresa es protagonista de su propio cambio por lo tanto se convierte en un Programa de autogestión.

Este cambio requerido tiene los siguientes objetivos:

- Mejorar el desempeño ambiental de la empresa
- Mejorar el desempeño social de la empresa
- Mejorar la rentabilidad del negocio

#### **4.5.1.3 Plataforma Informática**

Se despliega esta plataforma con el objetivo de facilitar el registro en línea desde el lugar de operación de cada finca y el proceso de auditoría monitoreado centralmente por el Programa.

Se desarrollaron Manuales en tipo plantillas para el ingreso de datos en línea, un back-end utilizando una base de datos Mysql sobre un servidor Linux. Dicha base incluirá 7 módulos independientes y un módulo central, el cual permitirá monitorear y registrar los ingresos de cada uno de los módulos.

Se manejará con un sistema de auditoría de formulario independiente por pregunta. Toda la información y aprobación de temarios, así como el ingreso de información se realizará en línea, manteniendo un historial de cada caso.

Los Módulos se dividirán en:

- Agua Y Riegos
- Suelos Y Fertilización
- Plaguicidas
- Paisajismo
- Ordenanza Municipal
- Manejo Ambiental
- Gestión Humana
- Control Y Seguridad

Se instaurará una interface para cargar y descargar datos desde un Palm contra la base de datos. Esta interface será el soporte para el sistema de auditoría en línea que se realizará cada vez que el Inspector del Programa visite la finca y compruebe los avances en una lista de chequeo y ésta a su vez sea cargada a través de una sincronización con la base de datos central vía Internet.

Los usuarios (fincas asociadas) podrán acceder a los resultados de la auditoría inmediatamente después de haberse realizado la misma y así verificar las no conformidades halladas durante la visita. Este proceso de consulta de no conformidades on line garantizará que las fincas implementen lo antes posible los respectivos planes de acción.

Luego de la inspección se difundirá a cada finca las NO CONFORMIDADES encontradas en los diferentes procesos que registra el Programa con el fin de que se generen cambios inmediatos de mejoramiento.

Adicionalmente, con los datos obtenidos de las empresas, el sistema generará reportes individuales y reportes comparativos para que la fincas puedan realizar un benchmarking con el resto de fincas participantes del programa.

El manejo de la información generada una vez realizadas las inspecciones es estrictamente confidencial y será manejada a través de códigos individuales asignados a cada una de las fincas garantizando de esta forma el uso responsable de los datos obtenidos.

#### **4.5.1.4 Bases Conceptuales de La Flor de Ecuador**

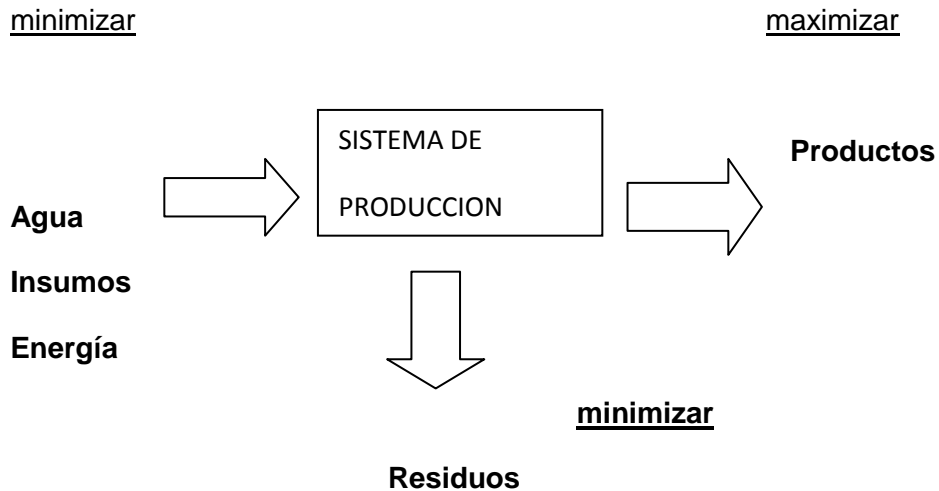
##### Gestión Ambiental – Producción Más Limpia

El Programa “La Flor de Ecuador” recoge el concepto del Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA o UNEP), cuya definición es la siguiente:

“Es la aplicación continua de una estrategia ambiental integral preventiva a los procesos y productos con el fin de reducir los riesgos a los seres humanos y al medio ambiente. Para estos procesos de producción, la producción más limpia implica conservar las materias primas y la energía, eliminar los insumos tóxicos y reducir la cantidad de toxicidad de todas las emisiones y residuos antes de abandonar el proceso. Para los productos, la estrategia se enfoca en reducir los impactos a lo largo del ciclo de vida del producto, desde la extracción de materias primas hasta la disposición final del producto.”

Producción más limpia

“Cleaner production”



#### 4.5.1.4.1 Gestión Humana

El contexto en que se aplica la Gestión Humana está representado por las organizaciones y las personas que participan en ellas. Las organizaciones están conformadas por personas de las cuales dependen para conseguir sus objetivos y cumplir sus misiones. A su vez, las organizaciones son un medio para que las personas alcancen sus objetivos individuales en el menor tiempo posible, con el menor esfuerzo y mínimo conflicto, muchos de los cuáles jamás serían logrados con el esfuerzo personal aislado. Las organizaciones surgen para aprovechar la sinergia de los esfuerzos de varios individuos que trabajan en conjunto.

Las personas como socios de la organización deben ser capaces de llevarla a la excelencia y al éxito. En calidad de socios de la organización, los empleados invierten esfuerzo, dedicación, responsabilidad, compromiso para obtener ciertas ganancias, ya sean salarios, incentivos, crecimiento profesional, carrera. Cualquier inversión sólo se justifica cuando trae algún retorno significativo. Si el retorno es bueno y sostenible, se tenderá a aumentar la inversión. De ahí la reciprocidad de la

interacción entre personas y organizaciones, y la actividad y autonomía de las personas, que dejan de ser pasivas e inactivas. Es decir, las personas como socios de la organización y no sólo como meros sujetos pasivos que pertenecen a ella.

Partiendo de esta idea, el Programa La Flor de Ecuador propone una visión responsable y humana del manejo del recurso humano del Sector Florícola.

En lo social, Flor del Ecuador promueve la estabilidad laboral, la capacitación, salud ocupacional, el cumplimiento de las leyes descritas en el Código Laboral y el crecimiento de las personas vinculadas al sector, con el fin de generar un ambiente productivo en el cual la calidad sea su componente fundamental.

#### **4.5.1.4.2 Gestión de Control y Seguridad**

Un Programa de seguridad representa una serie de medidas operacionales, implementadas para proteger una organización, sus activos, propiedades, empleados y clientes.

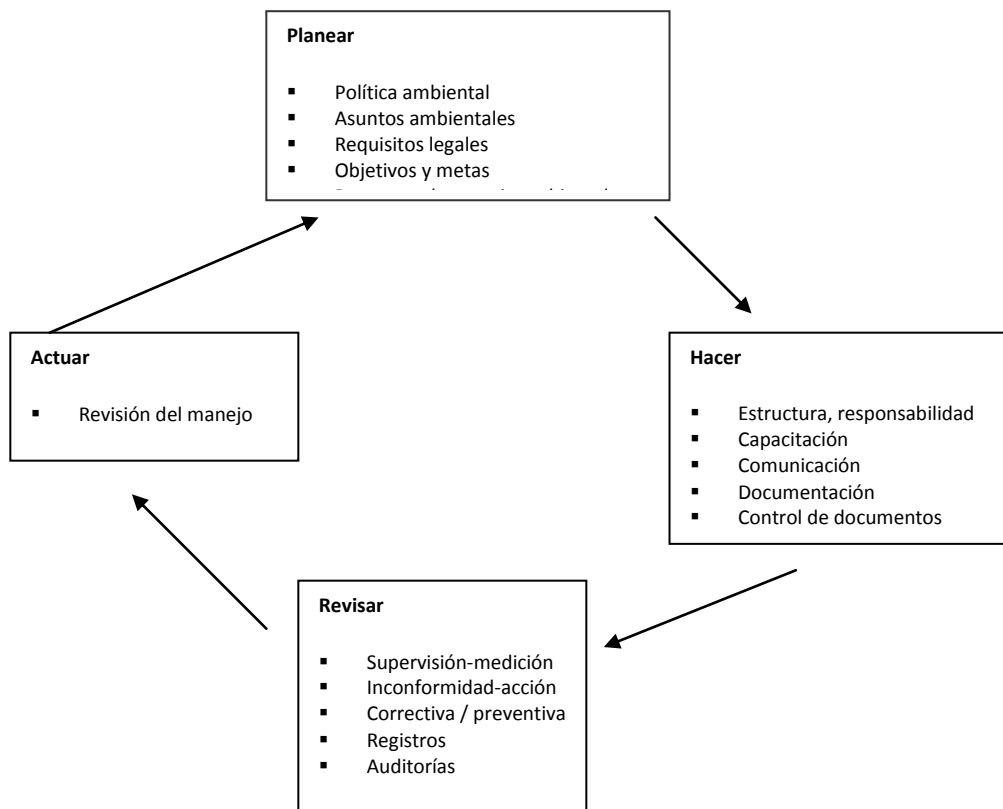
- Las consideraciones para preparar un Programa de seguridad tenemos:
- Los requerimientos de seguridad de la organización.
- El potencial de la organización para cumplir los requisitos.
- La vulnerabilidad de la organización a problemas de seguridad actuales y futuros.
- El programa de Control y Seguridad se enfoca en el manejo de aspectos de seguridad con respecto al personal, manejo de visitantes, identificación de empleados, seguridades en las instalaciones de la empresa y el transporte de la carga



#### 4.5.1.4.3 Sistema de Gestión Ambiental

Un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) es un conjunto planeado y coordinado de acciones administrativas, procedimientos operativos, documentación y registros, implementados por una estructura organizacional específica con competencia, responsabilidad y recursos definidos, con el fin de prevenir efectos ambientales adversos, así como promover acciones y actividades que preservan y/o mejoran la Calidad Ambiental (ISO 14001)

Un SGA se basa en: Planear, Hacer, Revisar, Mejorar. Es una herramienta administrativa para el mejoramiento continuo del desempeño ambiental. Es una opción de autocontrol para el sector privado. Una empresa con SGA puede ahorrar costos, prevenir accidentes, controlar situaciones, y puede aspirar a una relación más cercana y de confianza con la autoridad ambiental.



El SGA nace de la política ambiental, escrita y firmada por el Gerente General o Presidente de la empresa. Se incorpora al documento gerencial, el plan de acción desarrollado por escrito por los jefes de áreas, el Gerente y los asesores externos. Dentro del SGA se determinan los responsables (departamentos, jefes de área, operarios). Incluye también la elaboración de manuales de procedimientos para contar con una memoria institucional de las actividades que son ambientalmente deseables. Finalmente, incluye un sistema de revisión del plan de acción para que en base a este se replantee tanto el plan de acción como la política ambiental, la cual es un compromiso que la empresa hace acerca de sus principios e intenciones en relación con su desempeño ambiental.

El Programa “La Flor de Ecuador” no pretende que los participantes se certifiquen bajo la norma internacional ISO 14001. Sin embargo el estudio sobre gestión ambiental permitirá que las empresas mantengan de manera sistemática los registros de las actividades desarrolladas, los mismos que pueden ser evaluados y desde ahí determinar los beneficios logrados con la implementación de este sistema.

El sistema de gestión ambiental propone la adopción de algunos elementos sobre política ambiental tales como: el Plan de acción y el seguimiento del mismo.

#### **4.5.1.4.4 El tema ambiental puede ser asumido por las empresas florícolas de tres formas:**

1.- La empresa ingresa al proyecto ambiental de Expoflores y recibe a los inspectores con una frecuencia determinada siendo ellos los que llevan el liderazgo de la implementación. En la empresa el tema se supone que está debidamente cubierto y mide el desarrollo del mismo a través de los datos derivados de las inspecciones. La experiencia de esta aproximación es que si el número de visitas es bajo, el tema pierde el interés de la empresa.

2.- El Gerente nombra un coordinador ambiental quien es responsable de todas las actividades referentes a la inspección. Los jefes de área implicados en el proceso consideran que lo ambiental no es su responsabilidad sino del coordinador ambiental. El coordinador ambiental debe escribir la política y el Plan de acción en cada área cuando esa no es responsabilidad única de su cargo y finalmente, cuando se presentan problemas ambientales en algún departamento o área, no se mira el proceso de producción donde se originó el problema sino que se asume que el responsable es el coordinador ambiental. La gerencia no asume la responsabilidad ni el compromiso que requiere la implementación de un Sistema de Gestión Ambiental y por ende no termina de aplicarse y gestionarse en la empresa.

3.- El Gerente se compromete a través de una manifestación clara y objetiva de la política ambiental de la empresa. Los jefes de áreas se comprometen al escribir los planes de acción de sus respectivas áreas dentro del marco de la política ambiental definida por la gerencia. Los operarios de cada área conocen sus responsabilidades y los procedimientos más adecuados para el cumplimiento de los planes de acción de sus áreas. Las visitas de los inspectores sirven como apoyo y evaluación del avance en el cumplimiento legal ambiental y social y de esta manera se inicia la adopción de un sistema de autogestión Ambiental y de Gestión Humana.

#### **4.5.1.4.5 Política Ambiental**

- Es el Plan de Manejo Ambiental (PMA) definido por la Gerencia.
- Dará las metas de la Empresa cuantificadas.
- La política ambiental dará una pauta para el manejo ético de los procesos de una empresa que garanticen la salud ambiental.
- Es un documento que puede ser revisado periódicamente y adaptado a la realidad vigente de la organización.

- Debe estar integrada a la estrategia empresarial general y también deber ser compatible con otras políticas organizacionales.
- Debe contener el compromiso de cumplir con los requerimientos de la Ley Ambiental Ecuatoriana.

#### **4.5.1.4.6 Estudio de Impacto Ambiental**

El estudio de Impacto Ambiental es un instrumento que permite aplicar las políticas ambientales, y mediante el cual, se identifican en forma anticipada los efectos negativos y positivos que los planes, programas y proyectos pueden generar sobre el ambiente.

Además cuantifica y propone las medidas correctivas, mitigadoras o compensatorias necesarias para evitar o disminuir los daños ambientales previstos y optimizar los impactos positivos.

Tiene el propósito de asegurar que las opciones de expansión y desarrollo sean aceptables y sostenibles ambientalmente, y que cualquiera de las consecuencias ambientales sea reconocida desde las etapas iniciales del proyecto y que sean consideradas en el diseño de la misma.

#### **4.5.1.4.7 Plan de Manejo Ambiental**

Conjunto de actividades destinadas a asegurar que los impactos ambientales relevantes de la instalación sean mantenidos al mínimo posible. Para instalaciones existentes, sin experiencia ambiental previa, el plan se establece luego de identificados los principales problemas encontrados en un EIA o la Auditoría.

Tiene el propósito de vigilar el cumplimiento continuo de regulaciones, leyes ambientales, políticas internas, planes y gestión. Además se interesa por manejar los desechos generados de forma que se prevenga o minimice su efecto en el medio.

Pretende generar planes de acción específicos, con costos y cronogramas de las acciones a ejecutarse; adicionalmente, mejora el desempeño ambiental en la Empresa involucrando a todos los miembros de la Organización.

#### **4.5.1.4.8 Plan de acción**

El Plan de Acción desarrolla los objetivos y metas del Plan de Manejo Ambiental. Describe las medidas que tomará la empresa en el (los) próximo (s) año (s) para analizar las prioridades y desarrollar un procedimiento concreto gradual para tratar los asuntos y oportunidades identificadas en las inspecciones iniciales y para lograr las metas especificadas en la Política Ambiental y Social.

#### **4.5.1.4.9 Pasos para desarrollar el plan de acción**

Paso 1.- Analizar e identificar prioridades

Además de identificar fortalezas de la organización, la inspección inicial arrojará una lista de No Conformidades que deben ser tomadas en cuenta por la empresa y a partir de estos datos establecer prioridades en el tiempo de ejecución; definiendo así cuales son los cambios que se deben realizar con urgencia y cuales pueden irse resolviendo con el tiempo.

De vital importancia (urgente)

- La No Conformidad es una amenaza grave a los seres humanos o al medio ambiente.
- La No Conformidad es una amenaza para la continuidad de la organización.

#### Prioridad alta

- La No Conformidad causa el incumplimiento de la Legislación Ambiental Ecuatoriana, de los requisitos o de las ordenanzas municipales sectoriales o del Código de Trabajo.
- La No Conformidad causa alto riesgo de contaminación ambiental.

#### Prioridad media

- La No Conformidad representa el incumplimiento importante de la política de la empresa.
- La No Conformidad representa el incumplimiento importante del sistema de manejo ambiental.

#### Prioridad baja

- La No Conformidad representa el incumplimiento menor del sistema de manejo ambiental.

#### Paso 2.- Desarrollar un Plan de Acción Ambiental a corto plazo

El Plan de Acción Ambiental es un plan dinámico que trata las prioridades de la empresa, define las acciones reales que deben ejecutarse con el fin de cumplir las metas anuales (y por lo tanto el avance a los objetivos) y muestra la forma de cómo se realizará el plan estratégico empresarial. Este plan debe:

- Identificar pasos específicos de acción
- Establecer Programas definidos
- Asignar personal y recursos financieros
- Establecer responsabilidades individuales y grupales

- Desarrollar en el personal destrezas para el proceso de manejo
- Establecer un sistema de revisión

Debido a la importancia del Plan de Acción a corto plazo la empresa debe designar a un representante administrativo que tenga la responsabilidad de desarrollar y supervisar el Plan de Acción.

Sin embargo, gran parte de la información inicial provendrá de los jefes de los departamentos o áreas, quienes pueden hacer participar al personal de las empresas para la identificación de las posibles acciones tendientes a lograr los objetivos.

Incluso en una empresa pequeña la identificación cuidadosa e implementación de un rango de acción, puede ser necesario para asegurar el logro de un solo objetivo. Puede resultar de utilidad consultar los tres ejemplos de metas que se dieron en el paso 2 y formular las siguientes preguntas.

1. ¿Cuáles tecnologías podrían utilizarse para abordar el problema?
2. ¿Cuáles cambios de procedimiento o de proceso podrían adoptarse?
3. ¿Hay oportunidades para mejorar la eficiencia?
4. ¿Las mejoras de capital o ajustes contractuales ayudarían a la solución del problema?
5. ¿Cómo se vería el otorgamiento de una mejor capacitación?

### Paso 3. Analizar los beneficios y los costos de cada opción

Una vez que se hayan identificado todas las opciones para cada meta, el siguiente paso es llevar a cabo un análisis costo beneficio para cada una.

- a) Si la empresa puede afrontar los costos de las soluciones particulares.
- b) Si las opciones a corto y largo plazo resultarán y cómo se relaciona como una prioridad determinada.
- c) Si la opción es práctica y viable en relación con los recursos y las capacidades del personal.

- d) Si la opción es compatible con la estrategia de la empresa.

#### Paso 4. Escribir el Plan de Acción

La relación misma del Plan de Acción tiene que ver con la descripción clara de las acciones planteadas. Como mínimo, la descripción de dicho Plan debe contener los siguientes puntos:

- 1) Descripción clara de la acción.
- 2) El objetivo y el propósito de la acción.
- 3) La persona o departamento responsable de la ejecución de la acción. El presupuesto para la acción.
- 4) Las necesidades de capacitación y/o entrenamiento.
- 5) Plazo para completar la acción.

Finalmente las empresas deben establecer un sistema de revisión y evaluación del Plan de Acción. La empresa debe conocer si va a cumplir con los plazos y que se ha logrado hasta la fecha. Se debe establecer un sistema para la revisión periódica del Plan de Acción y para informar los resultados a la administración.

#### **4.5.1.4.10 Criterios para verificar la consistencia del Plan de Acción**

- ¿Qué problema se pretende solucionar con la puesta en marcha de este PA?
- ¿En qué medida la solución afecta los problemas detectados en el análisis del diagnóstico actual?
- ¿Cómo se articula el PA con los objetivos generales de la empresa?
- ¿Existe coherencia entre los objetivos del PA, las estrategias y recursos previstos?
- ¿El PA requiere estudios de factibilidad adicionales? ¿Si se han realizado, el diseño tiene en cuenta las potencialidades y limitaciones planteadas?



- ¿El PA ha sido formulado teniendo en cuenta los valores culturales de la empresa y los empleados?
- El PA compromete la participación de los empleados en la gestión y evaluación?
- ¿Genera capacidad de gestión por parte de los empleados? ¿Se han previsto estrategias para fortalecer capacidad de decisión?
- ¿Qué implicaciones económicas tiene el proyecto y qué fases y estrategias se han previsto para lograrlo?
- ¿El tiempo propuesto para la implementación del PA es suficiente para el logro de los objetivos planteados?
- ¿El PA tiene flexibilidad para adaptarse a situaciones o contingencias del contexto, sin perder de vista el objetivo general de la empresa?
- ¿Qué tan vulnerable es el proyecto frente a hechos no controlables por la empresa?
- ¿Tiene probabilidad de expansión futura y de transferencia en espacios más amplios?
- ¿Cuál sería el costo de postergar el proyecto o de no implementarlo?

#### **4.6 Comentario.**

Después de analizar, considerar y resaltar varios de los puntos claves que tiene Expoflores como ente regulador de la actividad florícola del país, se puede mencionar el arduo trabajo que viene realizando esta entidad para un mejor manejo de esta industria para con el medio ambiente, regulando, implantando y determinando políticas las cuales deben ser acatadas por las florícolas que se encuentran reguladas por Expoflores.

La intención que mantiene este agente regulador, el cual prima el bienestar social y ambiental sobre lo productivo, con lo que se consigue un manejo ambiental responsable, normando las actividades y generando un impacto positivo para los diferentes factores que comprenden este mercado.

El plan que se mantiene por parte de Expoflores con relación a este proyecto, cubre varias etapas, las cuales se han dividido en procesos que deben ser acatados rigurosamente, con la finalidad de mejorar la producción florícola, el manejo ambiental responsable, la capacitación humana y un desenvolvimiento correcto de los diferentes residuos tanto orgánicos como no orgánicos que se emplean para el cultivo de flores, tomando diferentes parámetros y analizando cada uno de los factores, efectuando procesos a ser evaluados y corregidos, procesos que son afines o similares para la obtención de sellos verdes internacionales, pero no así, Expoflores expresamente garantiza ni mucho menos entrega esta categorización, sino de esta forma ayuda a la empresa se familiarice a estándares y rangos de calidad internacional siendo responsables con el medio ambiente. Planteando diferentes categorizaciones a impactos que puedan ser causados por la naturaleza del negocio, para de esta forma poder remediar daños, direccionar acciones y poner en marcha planes de contingencia y estudios de impacto ambiental, con planes de acción midiendo costos y beneficios y estos mismos poniéndolos a criterios de verificación.

## CAPITULO V

### PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO

#### 5.1 Introducción

La actividad turística se ha convertido en un potencial económico y social el mismo que puede alcanzar magnas proporciones, sin duda alguna esta actividad económica a deslizado a otras actividades tradicionales por así mencionarlo, conforme se ha acentuado como una de las más grandes industrias generadoras de empleo y al mismo tiempo en actividad repartidora de la riqueza, teniendo un efecto dinamizador en las economía de los diferentes países.

La actividad turística posee varios pros y contras y entre los grandes problemas que vive esta actividad económica, se puede mencionar las repercusiones para con el ambiente, debido al inadecuado manejo ambiental y poca importancia al control del impacto que pueda ejercer la misma para con los ecosistemas.

La actividad turística sin duda posee una gama de ramas las mismas que se desprenden, para poder ofrecer diferente tipos de productos afines a las exigencias, gustos, preferencias e inclinaciones del mercado que cada día son más exigente.

La globalización que se presenta en el ambiente moderno de la economía y las grandes naciones es sin duda, una fuerza a la cual no nos podemos hacer ajenos, los diferentes países cada vez desarrollan nuevas actividades donde se puedan armar, organizar y hasta combinar actividades relacionadas o no relacionadas entre ellas.

El turismo de negocios nace con base e ideales en la visión del hombre del siglo XXI, en sus necesidades inclinaciones y el rápido movimiento que engloba al mundo actual. El turismo de negocios es sin duda una opción en la cual se combina actividades inherentes a negocios con actividades de confort, relax o de igual manera actividades que requiera el perfil de la persona y se pueda realizar en lapsos cortos

los mismos que muestren flexibilidad en ser realizados en los tramos que lo permita la actividad contractual.

Es de vital importancia que no se debe dejar de lado la organización de paquetes turísticos los mismos que se encarguen de mostrar una base o un delineamiento de cómo podrían ser explotados los diferentes atractivos, y con ello poder enfocar las diferentes mezclas de los servicios que se quiere promocionar e impulsar.

De igual forma es sumamente importante y de requerimiento, poder explotar el entorno al sector que se quiere promocionar, con ello podemos ayudarnos de atractivos no solamente naturales, sino de igual forma, culturales, gastronómicos y lo más importante mostrar, potencializar, capacitar y organizar a los habitantes para que estas estén preparadas y puedan hacer frente a esta nueva industria. Es importante el planificar conjuntamente tanto con la comunidad como con las autoridades pertinentes para llegar a acuerdos que permitan una buena organización y un desempeño de óptimas características para poder llegar a conseguir servicios ofertados de calidad total.

La realización de este plan no solo se lleva como objetivo el conseguir una explotación turística en el cantón Cayambe en base a la Ruta de las Flores, la misma que percibe y tiene como uno de sus fines, lograr desarrollar un nuevo estilo de turismo en el país en base a un mercado tan lucrativo como es la producción florícola, y por medio de ello desarrollar el cantón en base a la actividad turística, persiguiendo que las diferentes comunidades se incluyan en esta nueva actividad y puedan obtener beneficios económicos a base del buen manejo de la actividad turística responsable con el medio ambiente y llegar a conseguir un desarrollo sustentable la misma que dé como resultado un buen vivir.

El cantón Cayambe viene a ser un intervalo muy importante para la Ruta de las Flores, en la cual no solo es privilegiada para el cultivo y la industria florícola por sus características climatológicas, sino de igual forma por poseer un sinfín de atractivos turísticos complementarios los cuales pueden crear un aglomerado de actividades organizadas a ser realizadas.

La importancia en base a la riqueza tanto en especies de flora como en especies de fauna que posee la serranía ecuatoriana es un factor importante, el cual no podemos dejar de lado y con ello la tipología de clima la misma que presenta factores sustancialmente favorables para la vida y el cultivo de diferentes especies importantes

Uno de los principales problemas que posee la Ruta de las Flores es sin duda la falta gestión por parte de las autoridades competentes, esto no solo por parte de la municipalidad y la cámara de comercio de Cayambe, sino por parte del organismo central y encargado de la ruta turística el ministerio de turismo, una de las razones más importantes porque no se desarrolla la actividad turística en todas sus proporciones.

Indispensablemente las autoridades locales deberían poner de parte para el desarrollo del cantón y apuntalarlo como potencial turístico y está en ellos fomentar y dotar al cantón con los servicios básicos, el controlar que los diferentes establecimientos posean la documentación pertinente para su correcto funcionamiento, y así también programas de vinculación con la comunidad y capacitación en servicio al cliente.

Los población local debe no solo estar preparadas para actividades pertinentes a un excelente servicio, de igual manera deben conocer perfectamente el producto que se comercializa y se quiere explotar, con ello no solo podrán ofertar información verídica con respecto a los diferentes paraderos, destinos turístico, planta hotelera y de mas y a la vez ir forjando esa consciencia por el turismo, siendo esta actividad un reeditó económico importante con importantes beneficios para ellos.

Por último podemos acotar como uno de los más importantes atractivos a ser resaltados será sin duda el nevado Cayambe con 5.790 m.s.n.m. y de igual forma la reserva ecológica Cayambe Coca con una extensión de 403.103 hectáreas la misma que se encuentra localizada entre las provincias de Imbabura Pichincha Napo y Sucumbíos.

## **5.2 Misión**

Lograr una concientización en las empresas florícolas con relación a la actividad turística y el buen manejo ambiental para el correcto desempeño de la misma y con ello poder denotar un desarrollado igualitario y significativo en el cantón, la misma que pueda contribuir y dar paso al buen vivir, sin olvidar los principios de sostenibilidad y conservación de ecosistemas.

## **5.3 Visión**

Hacer de la actividad turística en el cantón Cayambe en base a La Ruta de las Flores un reeditó monetario alterno y de esta forma convertir al turismo en una actividad alterna, la misma que no solo genere ingresos en la población sino concienticé, desarrolle y se llegue a implantar como cantón modelo del buen vivir, misturando estas dos actividades monetarias relevantes tanto la industria florícola como la industria turística.

## **5.4 Objetivos**

### **5.4.1 Objetivo General**

Conseguir un desarrollo turístico en el cantón Cayambe en base a La Ruta de las Flores, consiguiendo el buen vivir para la población en base a los principios de la calidad de vida de la población sin olvidar los principios por la conservación de ambiente, los ecosistemas y las diferentes especies, desarrollando actividades de respeto e involucrando a la población en las diferentes actividades las mismas que nos permitan ayudar a preservar su entorno físico y todos los componentes que forman parte de él.

#### **5.4.2 Objetivos Específicos**

- Incorporar una nueva actividad económica a la población la misma que mezcle la actividad florícola con la turística.
- Capacitar al personal, para que con ello puedan conocer de mejor manera el producto que se brindará y de esta forma se pueda valorar de mejor manera los servicios y productos que se oferten.
- Implementar Señalética en el cantón Cayambe, la misma que corresponda a La Ruta de las Flores.
- Capacitar a los diferentes establecimientos tanto en planta hotelera como en servicios de atención al cliente, para que puedan brindar servicios de calidad alrededor de todo el cantón Cayambe
- Concientizar a la población, autoridades y empresas en el desarrollo conjunto en base a valores éticos y responsables para con el medio ambiente y la preservación del ecosistema, por medio de un plan de manejo y un estudio de análisis ambiental, como también de normas regulatorias para las florícolas como para los turistas.
- Desarrollar un plan para estructurar paquetes turísticos los mismos que puedan dinamizar y mezclar diferentes actividades en los paquetes los mismos que sean flexibles y puedan estructurar diferentes actividades a ser realizadas para los turistas.

#### **5.5 Análisis FODA de La Ruta de las Flores.**

El análisis FODA es una herramienta que permite realizar un análisis pormenorizado y ajustado a la realidad, enfocándose en la empresa y su entorno, ésta constituye un

referente indispensable y fundamental para el establecimiento de estrategias y toma de decisiones.

Para el efecto hemos preparado la siguiente hoja de trabajo, que constituye una recopilación y clasificación de la información obtenida a través de la herramienta lluvia de ideas, incluyendo un resumen de los factores claves cuyos resultados se verán reflejados en las Matrices de Impacto.

### **5.5.1 Fortalezas**

- Ser la única ruta dedicada a la promoción e investigación florícola del país.
- El Ministerio de Turismo está a cargo del desarrollo y promoción de ésta ruta.
- El Ecuador se caracteriza por ser el productor más grande de rosas del planeta, exportando a 90 países del mundo, contando con 404 variedades y por ser el mayor productor de orquídeas. Gracias a la ruta de las flores el turista podrá conocer la maravillosa gama de especies de flora existentes.
- El poseer alianzas estratégicas del Ministerio de Turismo con empresas privadas para promover el desarrollo de la ruta de las flores.
- El poseer promoción turística internacional al haber participado en la en la Trigésima Feria de Turismo Word Travel Market, que arrancó el lunes 9 de noviembre del 2009 en Londres.
- El contar con una infraestructura vial de primer orden.
- Poseer atractivos históricos, naturales y culturales relevantes como la presencia de grupos étnicos y áreas protegidas en el trayecto.
- Se están implementando varias estrategias de promoción de la ruta como la creación de una página web.



- Poseer un diferencial relevante al promover las mejores flores del mundo y a la vez desarrollar un turismo sostenible.
- Ser una ruta nueva que ofrece nuevas opciones al turista nacional y extranjero.
- Tener una marca con prestigio al promocionar las mejores flores del mundo
- La diversidad de pisos climáticos que se presenta a lo largo de la ruta
- La biodiversidad en flora que presenta
- El poder realizar turismo florícola debido a su clima
- Las cortas distancias presentes en los diferentes atractivos turísticos
- Tener como uno de los atractivos a Otavalo, quien ya posee una marca a nivel internacional.
- El poseer áreas protegidas aledañas para así atraer turistas interesados en turismo ecológico.

### **5.5.2 Oportunidades**

- Puede posicionarse en el mercado como uno de los destinos naturales más importantes del Ecuador, teniendo en cuenta que la variedad de ecosistemas es demasiado atractivo para los turistas extranjeros.
- Varios empresarios dedicados a la importación de las flores, especialmente rosas, en diferentes partes del mundo, pueden hacer uso de la misma para conocer el proceso florícola y los estándares de calidad.
- Es una oportunidad para el aprendizaje de estudiantes de botánica y biología tanto nacionales como extranjeros que deseen hacer uso de la ruta para realizar estudios científicos de las diferentes especies que encontrarán en el trayecto.

- Se pueden realizar alianzas con diferentes comunidades indígenas del sector para promover el turismo sostenible junto con el turismo comunitario para que la población encuentre nuevas oportunidades de desarrollo y a la vez mejorar sus condiciones de vida.
- Se pueden utilizar diferentes canales de distribución en diferentes partes del mundo, que sean una ayuda indispensable para la promoción de la ruta.
- La ruta posee la oportunidad de ofrecer un sinnúmero de actividades a realizarse tomando en cuenta la motivación del turista de acuerdo a diferentes segmentos de mercado.
- Aumentar las fuentes de trabajo en el sector ofreciendo a los habitantes de la zona nuevas alternativas de empleo que estén relacionadas con varias ramas del turismo como por ejemplo el turismo gastronómico o el turismo de aventura.
- Ser una de las alternativas que busca el turista extranjero para conocer la cosmovisión de los pueblos indígenas y la riqueza natural de la sierra ecuatoriana.
- Estar situada la ruta en todo el callejón interandino
- El estar cercana la ruta hacia la región de la amazonia así se podría vender los paquetes turísticos más completos apalancando a todo el país
- Poseer un grupo organizado con respecto a nacionalidades indígenas ya con un alto valor de importancia a nivel mundial

### **5.5.3 Debilidades**

- No poseer un posicionamiento en el mercado.
- No poseer un nicho de mercado o una segmentación bien estructurada.

- Existe una competencia interna con respecto a rutas ya existentes que también están a cargo del Ministerio de Turismo.
- Tener competencia directa con la biodiversidad existente en otros lugares del Ecuador como el Noroccidente de Pichincha y la región Amazónica.
- No contar aún con un plan de marketing que permita desarrollar las estrategias que permitan el posicionamiento de la ruta como uno de los destinos turísticos más importantes.
- Poco conocimiento de la ruta a nivel nacional.
- Mala organización administrativa interna.
- Falta de iniciativa por parte del personal que está a cargo de la ruta.
- Falta de conocimiento de la ruta por parte de la población del sector.
- El no poseer una asociación de floricultores del Ecuador
- No poseer un logo que caracterice la imagen de la ruta
- La poca inversión en la difusión de la ruta
- La poca información que posee el mismo ministerio de turismo

#### **5.5.4 Amenazas**

- Incremento del desempleo.
- Mendicidad en algunos tramos de la ruta, en especial en el sector de Cayambe.
- Mala imagen del país en el exterior.
- La crisis mundial.
- El decrecimiento de flujos turísticos hacia el país.

- La competencia directa con Costa Rica.
- El calentamiento global en la variación del clima que provoca largos períodos de sequía o de invierno afectando la producción de flores.
- La inseguridad y delincuencia que es inminente en algunos sitios del país y a la vez, en algunos tramos de la ruta.
- El mal uso de pesticidas y otras sustancias químicas en la producción florícola que provocan altos índices de enfermedades entre los trabajadores de las florícolas como cáncer o enfermedades congénitas entre la población especialmente de Cayambe y a la vez la contaminación de ríos y vertientes de agua.
- Las constantes lluvias que azotan la serranía ecuatoriana
- La falta de apoyo por parte del gobierno para con estas florícolas
- La poca fiabilidad que posee nuestro país como país exportador
- La falta de un equipo adecuado de sobrecargo para el envío del producto

## **5.6 Matriz de impacto interno y externo**

La matriz de impacto se realiza para determinar el grado de impacto o intervención de los factores analizados tanto en el ámbito externo como interno, ubicándolos en orden descendente de acuerdo a su incidencia y ponderación. Esta matriz permite seleccionar los factores claves de éxito de la empresa, para ello se analizó el impacto de cada elemento FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), de acuerdo al criterio del dueño de la finca y autor de este trabajo, valorando el impacto de la siguiente forma:

## 5.6.1 Matriz De Fortalezas

**Grafico 15 Matriz de Fortalezas**

FORTALEZAS	IMPACTO		
	Alto	Medio	Bajo
- Ser la única ruta dedicada a integración de la producción florícola del país, al sector turístico y a la comunidad.	X		
- El Ministerio de Turismo está a cargo del desarrollo y promoción de ésta ruta.			X
- Los visitantes de la ruta podrán realizar actividades eco turísticas y a la vez se promoverá la conservación de la biodiversidad existente.		X	
- El poseer alianzas estratégicas del Ministerio de Turismo y con empresas privadas para promover el desarrollo de La Ruta De Las Flores.		X	
- El poseer promoción turística internacional al haber participado en la en la Trigésima Feria de Turismo Word Travel Market, que arrancó el lunes 9 de noviembre del 2009 en Londres.		X	
- El contar con una infraestructura vial de primer orden.	X		
- Poseer atractivos históricos, naturales y culturales relevantes como la presencia de grupos étnicos y áreas protegidas en el trayecto.	X		
- Se están implementando varias estrategias de promoción de la ruta como la creación de una página web.		X	
- Poseer un diferencial relevante al promover las mejores flores del mundo y a la vez desarrollar un turismo sostenible.	X		
- Ser una ruta nueva que ofrece nuevas opciones al turista nacional.		X	
- La variedad de pisos climáticos que se presenta a lo largo de la ruta	X		
- La biodiversidad en flora que presenta		X	
-Cortas distancias en los diferentes atractivos turísticos	X	X	

## 5.6.2 Matriz De Debilidades

**Grafico 16 Matriz de Debilidades**

DEBILIDADES	IMPACTO		
	Alto	Medio	Bajo
- Ser una ruta nueva.		X	
- No poseer un posicionamiento en el mercado.	X		
-No poseer un nicho de mercado o una segmentación bien estructurada.	X		
- Existe una competencia interna con respecto a rutas ya existentes que también están a cargo del Ministerio de Turismo		X	
- Tener competencia directa con la biodiversidad existente en otros lugares del Ecuador como el Noroccidente de Pichincha y la región Amazónica.			X
- No contar aún con un plan de marketing que permita desarrollar las estrategias que permitan el posicionamiento de la ruta como uno de los destinos turísticos más importantes.		X	
- Poco conocimiento de la ruta a nivel nacional.		X	
- Mala organización administrativa interna.	X		
- Falta de iniciativa por parte del personal que está a cargo de la ruta.		X	
- Falta de conocimiento de la ruta por parte de la población del sector.		X	
- No poseer un logo que caracterice la imagen de la ruta			X
- La poca inversión en la difusión de la ruta		X	
- La poca información que posee el mismo ministerio de turismo	X		

### 5.6.3 Matriz De Oportunidad

**Grafico 17 Matriz de Oportunidad**

OPORTUNIDAD	IMPACTO		
	Alto	Medio	Bajo
- Puede posicionarse en el mercado como uno de los destinos naturales más importantes del Ecuador, teniendo en cuenta que la variedad de ecosistemas y la cercanía del atractivo a nuestro segmento es importante.		x	
- El Ecuador se caracteriza por ser el productor más grande de rosas del planeta, exportando a 90 países del mundo, contando con 404 variedades y por ser el mayor productor de orquídeas. Gracias a la ruta de las flores el turista podrá conocer la maravillosa gama de especies de flora existentes.	x		
- Es la única ruta en su género.	x		
- Es una oportunidad para el aprendizaje de estudiantes de botánica y biología y ramas afines a las áreas naturales, que deseen hacer uso de la ruta para realizar estudios científicos de las diferentes especies que encontrarán en el trayecto.	x		
- Se pueden utilizar diferentes canales de distribución en diferentes medios de comunicación, teniendo como propósito la difusión de la Ruta.	x		
- La ruta posee la oportunidad de ofrecer un sinnúmero de actividades a realizarse tomando en cuenta la motivación del turista de acuerdo a diferentes segmentos de mercado.		x	
- Aumentar las fuentes de trabajo en el sector ofreciendo a los habitantes de la zona nuevas alternativas de empleo que estén relacionadas con varias ramas del turismo motivando a la inversión para reactivar el sector.	x		
- Tener como uno de los atractivos a la mitad del mundo, quien ya posee un impacto positivo a nivel internacional	x		
- El poseer áreas protegidas aledañas para así atraer turistas interesados en turismo ecológico		x	
- Estar situada la ruta en todo el callejón interandino	x		
- El estar cercana la ruta hacia la región de la amazonia así se podría vender los paquetes turísticos más completos apalancando a todo el país			x

## 5.6.4 Matriz De Amenazas

**Grafico 18 Matriz de Amenazas**

AMENAZAS	IMPACTO		
	Alto	Medio	Bajo
- Incremento del desempleo.			X
- Mendicidad en algunos tramos de la ruta, en especial en el sector de Cayambe.		X	
- La crisis mundial			X
- El decrecimiento de flujos turísticos hacia el país.			x
- El calentamiento global en la variación del clima que provoca largos períodos de sequía o de invierno afectando la producción de flores y sobre todo la afluencia de turistas y visitantes.		X	
- La inseguridad y delincuencia que es inminente en algunos sitios del país y a la vez, en algunos tramos de la ruta.		x	
- El mal uso de pesticidas y otras sustancias químicas en la producción florícola que provocan altos índices de enfermedades entre los trabajadores de las florícolas como cáncer o enfermedades congénitas entre la población especialmente de Cayambe y a la vez la contaminación de ríos y vertientes de agua.	x		
- El carecimiento de la población y de las autoridades de una visión turística, como una actividad de réditos económicos significativa para el sector.		X	
- La falta de apoyo por parte del Ministerio de Turismo para con el gremio florícola	x		
- La desestabilización económica por la cual cruza nuestro país			X



### 5.6.5 Matriz de aprovechabilidad “Ruta De Las Flores”

Gráfico 19 Matriz de Aprovechabilidad

OPORTUNIDADES		-Puede posicionarse en el mercado como uno de los destinos naturales más importantes del Ecuador, teniendo en cuenta que la variedad de ecosistemas y la cercanía del atractivo a nuestro segmento es importante.	- El Ecuador se caracteriza por ser el productor más grande de rosas del planeta, exportando a 90 países del mundo, contando con 404 variedades y por ser el mayor productor de orquídeas. Gracias a la ruta de las flores el turista podrá conocer la maravillosa gama de especies de flora existentes.	Es la única ruta en su género.	- Es una oportunidad para el aprendizaje de estudiantes de botánica y biología y ramas afines a las áreas naturales, que deseen hacer uso de la ruta para realizar estudios científicos de las diferentes especies que encontrarán en el trayecto.	- Aumentar las fuentes de trabajo en el sector ofreciendo a los habitantes de la zona nuevas alternativas de empleo que estén relacionadas con varias ramas del turismo motivando a la inversión para reactivar el sector.	- Tener como uno de los atractivos a la mitad del mundo, quien ya posee un impacto positivo a nivel internacional	- Estar situada la ruta en todo el callejón interandino	Total
FORTALEZAS									
- Ser la única ruta dedicada a integración de la producción florícola del país, al sector turístico y a la comunidad.	9	9	8	7	6	7	7	53	
- El contar con una infraestructura vial de primer orden.	3	2	2	3	7	6	6	29	
- Poseer atractivos históricos, naturales y culturales relevantes como la presencia de grupos étnicos y áreas protegidas en el trayecto	5	8	6	6	8	8	7	48	
- Poseer un diferencial relevante al promover las mejores flores del mundo y a la vez desarrollar un turismo sostenible.	9	9	8	7	5	6	6	50	
- Ser una ruta nueva que ofrece nuevas opciones al turista nacional.	10	10	8	8	6	3	5	50	
- La variedad de pisos climáticos que se presenta a lo largo de la ruta	7	9	9	8	4	3	7	47	
- Las cortas distancias presentes en los diferentes atractivos turísticos	4	3	3	6	6	6	5	33	
<b>TOTAL</b>	<b>47</b>	<b>50</b>	<b>44</b>	<b>45</b>	<b>42</b>	<b>39</b>	<b>43</b>		

En esta matriz se observa los factores que son de mayor aprovechabilidad para la “La Ruta De Las Flores”, es decir los factores que impactan positivamente en su funcionamiento, tanto a nivel externo como interno, esto es, oportunidades y fortalezas.

Entre todos estos factores que fueron tomados de las matrices de impacto, se realiza la confrontación, permitiéndonos identificar cuantitativamente los factores de mayor importancia para la finca, para desarrollar estrategias que contribuyan a su crecimiento; seguido de esto se realizó una comparación de cómo el elemento que se encuentra internamente, es decir una fortaleza, puede ayudar a la consecución de una oportunidad, que se encuentra externamente.

Finalmente se obtienen las fortalezas y oportunidades de mayor importancia para la empresa, es decir las que tienen mayor puntuación; con las cuales se elaborará la Matriz de Estrategias.

De este análisis se desprende que las principales fortalezas de “la ruta de las flores” son: Ser la única ruta dedicada a la promoción e investigación florícola del país., por otro lado, Poseer un diferencial relevante al promover las mejores flores del mundo y a la vez desarrollar un turismo sostenible y Tener una marca con prestigio al promocionar las mejores flores del mundo

De la misma manera, las principales oportunidades son: El Ecuador se caracteriza por ser el productor más grande de rosas del planeta, exportando a 90 países del mundo, contando con 404 variedades y por ser el mayor productor de orquídeas. Gracias a la ruta de las flores el turista podrá conocer la maravillosa gama de especies de flora existentes, sumado a esto, se puede manifestar que Puede posicionarse en el mercado como uno de los destinos naturales más importantes del Ecuador, teniendo en cuenta que la variedad de ecosistemas es demasiado atractivo para los turistas extranjeros, también así, Es una oportunidad para el aprendizaje de estudiantes de botánica y biología tanto nacionales como extranjeros que deseen hacer uso de la ruta para realizar estudios científicos de las diferentes especies que encontrarán en el trayecto.

### 5.6.6 Matriz De Vulnerabilidad De La Ruta De Las Flores

**Grafico 20 Matriz De Vulnerabilidad**

Esta herramienta nos permite confrontar las debilidades y amenazas de la finca en estudio, con la finalidad de analizar el nivel de vulnerabilidad que tienen en esta microempresa de servicios. Para el efecto hemos valorado cada una en la siguiente escala: Alto (5), Medio (3) y Bajo (1). Respondiendo a la pregunta ¿Esta amenaza agrava más esta debilidad?

<b>DEBILIDADES</b> \ <b>AMENAZAS</b>	- Mendicidad en algunos tramos de la ruta, en especial en el sector de Cayambe.	- La inseguridad y delincuencia que es inminente en algunos sitios del país y a la vez, en algunos tramos de la ruta.	- El calentamiento global en la variación del clima que provoca largos períodos de sequía o de invierno afectando la producción de flores y sobre todo la afluencia de turistas y visitantes.	- El carecimiento de la población y de las autoridades de una visión turística, como una actividad de réditos económicos significativa para el sector.	<b>Total</b>
- No poseer un posicionamiento en el mercado.	3	5	6	5	19
- No poseer un nicho de mercado o una segmentación bien estructurada.	2	4	6	5	17
- No contar aún con un plan de marketing que permita desarrollar las estrategias que permitan el posicionamiento de la ruta como uno de los destinos turísticos más importantes.	2	7	7	4	20
- Mala organización administrativa interna.	3	5	7	7	22 (2)
- Tener competencia directa con la biodiversidad existente en otros lugares del Ecuador como el Noroccidente de Pichincha y la región Amazónica.	2	5	8	8	23 (1)
- La poca inversión en la difusión de la ruta	2	8	5	5	20 (3)
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>34</b>	<b>39</b>	<b>34</b>	
	(4)	(2)	(1)	(2)	

En esta matriz se muestra los factores que son más vulnerables para “la ruta de las flores”, es decir los factores que impactan negativamente en su funcionamiento a nivel interno versus externo, esto es, debilidades y amenazas.

Entre todos estos factores que fueron tomados de las matrices de impacto, se realiza la confrontación respectiva; seguido de esto, una comparación de cómo el elemento que se encuentra internamente, es decir una debilidad, puede ser afectada por una amenaza que se encuentra externamente.

Finalmente se obtienen las debilidades y amenazas de mayor importancia para el estudio, es decir las que tienen mayor puntuación; las cuales posteriormente servirán para la elaboración de la Matriz de Estrategias.

De este análisis, se establece que las principales Amenazas para esta propiedad son: La poca fiabilidad que posee nuestro país como país exportador; seguido del decrecimiento de flujos turísticos hacia el país como así también, La falta de un equipo adecuado de sobrecargo para el envío del producto

De igual manera las debilidades más importantes a considerarse en la Propuesta estratégica son: El no poseer una asociación de floricultores del Ecuador, a esto se suma la Mala organización administrativa interna, seguido de la poca inversión en la difusión de la ruta

En base a lo expuesto, en la Matriz de Estrategias se establecerán alternativas para afrontar las Amenazas, minimizando el nivel de vulnerabilidad, tratando de eliminar las debilidades, aprovechando y maximizando las fortalezas que posee La Ruta De Las Flores

## 5.7 Matrices de Evaluación

### 1. FACTORES INTERNOS (1-4)

✚ Fortaleza menor	3
✚ Fortaleza importante	4
✚ Debilidad importante	1
✚ Debilidad menor	2

### 2. RESULTADOS

✚ Grandes fortalezas internas	4
✚ Grandes debilidades internas	1
✚ Resultado promedio	2.5

### 3. FACTORES EXTERNOS (1-4)

✚ Amenaza importante	1
✚ Amenaza menor	2
✚ Oportunidad menor	3
✚ Oportunidad importante	4

### 4. RESULTADOS

✚ Grandes oportunidades externas	4
✚ Grandes amenazas externas	1
✚ Resultado promedio	2.5

## 5.7.1 Matriz De Evaluación De Análisis Interno

**Grafico 21 Matriz De Evaluación De Análisis Interno Fortalezas**

FORTALEZAS	CALIFICACION TOTAL		CALIFICACION PONDERADA	EVALUACION O IMPORTANCIA	EFFECTIVIDAD DE LA PONDERACION
- Ser la única ruta dedicada a integración de la producción florícola del país, al sector turístico y a la comunidad.		53	0.2137	3	<b>0.6411</b>
- Poseer atractivos históricos, naturales y culturales relevantes como la presencia de grupos étnicos y áreas protegidas en el trayecto		48	0.1935	2	<b>0.387</b>
- Poseer un diferencial relevante al promover las mejores flores del mundo y a la vez desarrollar un turismo sostenible.		50	0.2016	4	<b>0.8064</b>
- El contar con una infraestructura vial de primer orden.		50	0.2016	4	<b>0.8064</b>
- La diversidad de pisos climáticos que se presenta a lo largo de la ruta		47	0.1895	3	<b>0.5685</b>
<b>TOTAL</b>		<b>248</b>	<b>1</b>	<b>16</b>	<b>3.2094</b>

Fortaleza menor

**Grafico 22 Matriz De Evaluación De Análisis Interno Oportunidades**

OPORTUNIDADES	CALIFICACION TOTAL		CALIFICACION PONDERADA	EVALUACION O IMPORTANCIA	EFFECTIVIDAD DE LA PONDERACION
-Puede posicionarse en el mercado como uno de los destinos naturales más importantes del Ecuador, teniendo en cuenta que la variedad de ecosistemas y la cercanía del atractivo a nuestro segmento es importante.		47	0.2061	2	<b>0.4122</b>
- El Ecuador se caracteriza por ser el productor más grande de rosas del planeta, exportando a 90 países del mundo, contando con 404 variedades y por ser el mayor productor de orquídeas. Gracias a la ruta de las flores el turista podrá conocer la maravillosa gama de especies de flora existentes.		50	0.2192	4	<b>0.8768</b>
- Es la única ruta en su género		44	0.1929	2	<b>0.3858</b>
- Es una oportunidad para el aprendizaje de estudiantes de botánica y biología y ramas afines a las áreas naturales, que deseen hacer uso de la ruta para realizar estudios científicos de las diferentes especies que encontrarán en el trayecto.		45	0.1973	4	<b>0.7892</b>
- Aumentar las fuentes de trabajo en el sector ofreciendo a los habitantes de la zona nuevas alternativas de empleo que estén relacionadas con varias ramas del turismo motivando a la inversión para reactivar el sector.		42	0.1842	3	<b>0.5526</b>
<b>TOTAL</b>		<b>228</b>	<b>1</b>	<b>15</b>	<b>3.0166</b>

Oportunidad Menor

## 5.7.2 Matriz De Evaluación De Análisis Externo

**Grafico 23 Matriz De Evaluación De Análisis Externo Debilidades**

DEBILIDADES	CALIFICACION TOTAL		CALIFICACION PONDERADA	EVALUACION O IMPORTANCIA	EFFECTIVIDAD DE LA PONDERACION
- No contar aún con un plan de marketing que permita desarrollar las estrategias que permitan el posicionamiento de la ruta como uno de los destinos turísticos más importantes.		20	0.2352	3	0.7056
- Mala organización administrativa interna.		22	0.2588	2	0.5176
- Tener competencia directa con la biodiversidad existente en otros lugares del Ecuador como el Noroccidente de Pichincha y la región Amazónica.		23	0.2705	4	1.082
- La poca inversión el de difusión de la ruta		20	0.2352	3	0.7056
<b>TOTAL</b>		<b>85</b>	<b>1</b>	<b>12</b>	<b>3.0108</b>

Debilidad Menor



**Grafico 24 Matriz De Evaluación De Análisis Externo Amenazas**

AMENAZAS	CALIFICACION TOTAL		CALIFICACION PONDERADA	EVALUACION O IMPORTANCIA	EFFECTIVIDAD DE LA PONDERACION
- Mendicidad en algunos tramos de la ruta, en especial en el sector de Cayambe.		20	0.3076	3	<b>0.9228</b>
- La inseguridad y delincuencia que es inminente en algunos sitios del país y a la vez, en algunos tramos de la ruta.		22	0.3384	4	<b>1.3536</b>
- El carecimiento de la población y de las autoridades de una visión turística, como una actividad de réditos económicos significativa para el sector.		23	0.3538	3	<b>1.0614</b>
<b>TOTAL</b>		<b>65</b>	<b>1</b>	<b>10</b>	<b>3.3378</b>

Amenaza Menor

## **5.8 Participación de la comunidad**

Uno de los objetivos trascendentales del proyecto, está en ofertar una mejor calidad de vida para las personas involucradas en los trabajos, sin duda alguna el trabajo con la comunidad en el proyecto será uno de los puntuales más importantes, debido al número significativo de comunas existentes en el Cantón Cayambe y debido a un grado alto de población suburbana del 60 % (Norte., 2008)

El Cantón Cayambe presenta diferentes cambios y desigualdades con respecto al desarrollo de los servicios básicos, teniendo una cobertura de 35% en el sector rural, mientras que los servicios como alcantarillado, tratamiento de basura, recolección y clasificación de desechos, se da apenas en una cobertura del 15% mientras que la tasa de mortalidad infantil en niños y niñas nacidos vivos alcanza 25 puntos, siendo que, 10 de cada 100 niños menores de 5 años presentan desnutrición. (Norte., 2008)

El Cantón Cayambe se caracteriza por ser una zona productiva, donde a mas de los diversos productos agrícolas, se desarrolla la elaboración de biscochos y manjar de leche y que so de hoja. El área rural se basa en la agricultura, ganadería debido a las características que posee el Cantón Cayambe y su suelo, pero sin duda los últimos años se han denotado un cambio sustancial en su economía, convirtiéndose en un puntual por excelencia la producción de florícola es por ello que un puntual importante para este proyecto es la participación de la comunidad rural, misma que se ve envuelta en el oficio de las empresas florícolas, siendo este personal el que cubre las necesidades de mano de obra para las empresas florícolas, de esta forma lo que se plantea con el proyecto, es capacitar, actualizar y fomentar el trabajo del personal, mismo que termina siendo población rural del canto, de forma que puedan alcanzar un mejor estilo de vida y llegar al buen vivir tanto la persona como la familia y por ende la sociedad.

Se creara un grupo del personal de trabajo, la cual se capacitará y serán encargadas de las actividades alternas de ocio, disfrute y esparcimiento para los turistas y visitantes que obtengan la Ruta De Las Flores, por lo que los turistas a mas de conocer las diferentes fincas que se encuentren desarrollando la producción florícola,

sus procesos, a más de sus servicios de alimentación, alojamiento y distracción, podrán tener actividades alternas, las cuales lleguen a satisfacer todas sus necesidades de disfrute como de aprendizaje, es por ello que la comunidad hace un fuerte peso en respecto a la elaboración y puesta en marcha de la Ruta de las Flores, la comunidad se encargara de las actividades alternas, tanto en actividades culturales, vistas a senderos naturales implementados, visitas a zonas arqueológicas y comunidades aledañas.

### **5.9 Programas para la capacitación de la comunidad**

Los métodos que se tomará en cuenta para poder poner a punto y capacitar al personal, se los ira realizando de una forma modular, la misma que serán realizados durante varios períodos, después de analizar el personal mas apto para las actividades a implementarse en el trabajo diario, como recibimiento a turistas en lugares de acopio, información turística, prestación de servicios básicos y alternos para turistas, actividades inherentes, etc.

Los cursos que se proporcionarán trataran temas como: servicio al cliente, temas de conocimiento general, de la zona y generalidades del Cantón, temas como salubridad y correcto tratamiento de alimentos y de igual forma se darán módulos de capacitación similares a los expuestos a guías nativos ya que deben poseer los mismos conocimientos para que complementen su servicio a los turistas.

### **5.10 Programa Académico para la capacitación del personal**

El siguiente programa se lo dividirá por módulos convenientes, los mismos que serán modificados y adaptados para un fácil entendimiento de las personas que serán capacitadas, con la finalidad de obtener una mayor comprensión y sea aprovechado los conocimientos en su totalidad, mismos que sean empleados y puesto en práctica en los diferentes servicios que brindara La Ruta De Las Flores, moldeando materias y conocimientos a las necesidades y exigencias que presente cada uno de los individuos, el conglomerado y la comunidad, como así también el medio geográfico y

sus características, para con esto, posean aspectos claves, básicos y necesarios que deben manejar y conocer como guías.

La capacitación estaría a cargo de cada una de las florícolas, debido que estarán capacitando al personal que ya tiene contratado

La municipalidad por su parte, ayudara con la publicidad de la ruta de las flores y de los esfuerzos realizados por Expoflores como de cada una de las florícolas, con la finalidad de ofertar un mayor confort a los visitantes y turistas, de esta forma se publicitara la ruta de las flores por los diferentes medios y portales de internet.

#### **5.10.1 Módulo 1 (Aspectos culturales)**

- Nacionalidades y comunidades existentes en el Cantón Cayambe
- Identidad y rasgos andinos
- Tradiciones y costumbres
- Importancia de la cultura en la sociedad

#### **Metodología**

El curso a ser dictado sobre aspectos culturales contara con teoría, talleres, trabajos grupales, debates y presentación de videos y proyectos en clases para realizar el curso más dinámico.

El curso tendrá una duración de 6 horas.

#### **5.10.2 Módulo 2 (Historia y Folklore)**

- Folklore andino
- Historia del Cantón Cayambe

## **Metodología**

El curso a ser dictado sobre historia y folklore tendrá temas teóricos y se realizarán charlas, debates, teoría, y exposiciones con apoyo de material audiovisual.

El curso tendrá una duración de 6 horas.

### **5.10.3 Módulo 3 (Ecología y Conservación)**

- Importancia de los ecosistemas
- Biodiversidad
- Conservación y su importancia
- Reciclaje

## **Metodología**

Los temas a ser tratados en el curso sobre ecología y conservación, se los realizará con el apoyo del ministerio del medio ambiente, donde se dictarán charlas sobre los temas más importantes y relevantes para la comunidad y el entorno geográfico, mismo que se utilizará apoyo de material audiovisual, talleres, estudio de casos con ejemplos, prácticas de campo y actividades en práctica.

El curso tendrá una duración de 30 horas.

### **5.10.4 Módulo 4 (Características de la zona y biodiversidad de flora, fauna y atractivos naturales)**

- Flora y fauna representativa de la zona
- Atractivos existentes en la zona y su ubicación.

## **Metodología**

Los temas a ser tratados en el curso sobre características de la zona y biodiversidad de flora, fauna y atractivos naturales tendrán temas a tratarse como características

de la zona, charlas mediante el uso de material audiovisual, visitas de campo, reconocimiento de flora fauna y recorrido por los diferentes atractivos turísticos.

El curso tendrá una duración de 18 horas.

#### **5.10.5 Módulo 5 (Turismo, técnicas de Guiar y Servicio al Cliente)**

- Beneficios del Turismo
- Turismo comunitario
- Áreas Protegidas en Ecuador y su importancia
- Atención a Grupos
- Formas para dinamizar manejo de grupos
- Técnicas de comunicación y expresión

#### **Metodología**

Los temas a ser tratados en el curso sobre Turismo, técnicas de Guiar y Servicio al Cliente se las realizaran mediante Talleres, charlas con ayuda de material POP, audiovisual, videos, exposiciones grupales e individuales, también contara con teoría, apoyo de materiales escritos y documentos que ayuden a reforzar conceptos técnicos, interpretaciones teatrales por en cuanto la capacitación como guías nativos se debe coordinar de manera directa con el Ministerio de Ambiente y el Ministerio de Turismo ya que son los entes reguladores oficiales de la actividad turística.

El curso tendrá una duración de 24 horas.

#### **5.10.6 Módulo 6 (Primeros Auxilios)**

- Concepto de primeros auxilios.
- Responder a emergencias de manera segura
- Formas para Reconocer una emergencia que amenaza una vida

- Reconocer, asesorar y apoyar las emergencias más comunes hasta que llegue ayuda
- Principios de actuación en primeros auxilios.

### **Metodología**

El curso tendrá un marcado carácter participativo, consistiendo en exposiciones teóricas y clases prácticas con charlas y uso de material escrito, audiovisual y material POP, de misma forma se realizarán dramatizaciones donde se pueda poner en práctica lo aprendido. La capacitación contará con personal capacitado de la Cruz Roja, encargado de dictar el curso mismo que tendrá una duración de 12 horas.

#### **5.10.7 Módulo 7 (Atención al Cliente)**

- Qué es la calidad de Servicio
- La atención del cliente como característica de calidad
- Los tipos de cliente.
- Beneficios para el personal de una adecuada atención al cliente

### **Metodología**

La metodología utilizada en la capacitación de la población permitirá que las personas participantes puedan tener una capacitación adecuada, para poder brindar un servicio de calidad a los turistas, por medio de debates y charlas explicativas, sobre los temas tratados, trabajos grupales con dramatizaciones y ejemplos visuales. El curso tendrá una duración de 12 horas.

## 5.11 Venta de Artesanías

Como uno de los servicios alternos que ofertará la Ruta De Las Flores, es la venta de artesanías y surveniers elaborados por las mismas comunidades existente a lo largo del trayecto de la Ruta De Las Flores, convirtiéndose en una actividad en la cual la comunidad puede aportar para este plan y poder obtener una fuente financiera alterna misma que de un reconocimiento al turista del lugar y la ruta que visito.

La elaboración de artesanías se las realizará y ofertarán con imágenes y símbolos que caractericen las diferentes comunidades existentes y de misma forma la mencionada Ruta De Las Flores, además para poder optimizar el trabajo y poder entregar un valor agregado y una mejor apreciación del producto, se utilizara como materia prima para la elaboración de dichos productos elementos encontrados en sus localidades y de igual forma productos típicos de la región.

Se trabajará conjuntamente con la cámara de turismo de Cayambe, con la municipalidad del Cantón Cayambe y con asociaciones gremiales que se crearán para un mejor desenvolvimiento para las comunidades, por ello tendrán un aporte no solo financiero sino de control y capacitación por estas entidades para que el proyecto a implementarse se lleve a cabo con la mayor normalidad.

Para poder medir y evaluar el desarrollo de la comunidad, se creara una entidad la misma que cuente con representantes del ministerio de turismos, de la cámara de turismo de Cayambe, la municipalidad del Cantón Cayambe, el ministerio del ambiente y de la comunidad, los cuales informarán el desarrollo, las falencias, las necesidades y de igual forma serán los encargados de planificar y ejecutar los talleres definiendo la fecha a ser dictados para que los interesados se inscriban y así tener un estimado de interesados



## **5.12 Adecuación, Ampliación e Implementación de nuevos atractivos del sendero “Ruta de las flores” en el Cantón Cayambe**

El objetivo de este sendero es contribuir con el desarrollo del Cantón Cayambe, de esta forma se organizara un pequeño recorrido que será tomado en cuenta para la macro Ruta De Las Flores, siendo esta ruta interna, la que se implementara al plan macro, que se está desarrollando, con esto el Cantón de Cayambe podrá mostrar un mejor desarrollo en la actividad turística y los servicios a ser presentados en La Ruta De Las Flores, con lo que podrá ser percibido por los turistas y captara un mayor flujo de turistas en este sector a diferencia de los otros puntos implementados en otros cantones por donde atraviesa La Ruta De Las Flores.

Por lo tanto con este sendero tomaremos de ayuda para que los turistas sigan una señalización sencilla y procurar pasar por lugares de interés paisajístico para que el turista conozca más determinada zona.

El sendero será un recorrido que los turistas podrán hacer con el fin de observar flora y fauna característica de la zona y que forma parte del Parque Nacional Cayambe Coca, misma zona que cuenta con una hidrografía, donde podemos encontrar a los ríos Cosanga, Quijos, Coca, Napo, Aguarico, mientras que en el costado occidental, se originan principalmente los ríos Pisque, Papallacta, Sardinas, San José, Parada Larga, Oyacachi, Salado, Dué, Condué, Cofanes, Dorado. En el flanco occidental están el Blanco, Terreras y Blanquillo. (SALESIANA, 2009)

En el parque hay 81 lagunas distribuidas indistintamente en el páramo, abarcando una superficie de 1.217 hectáreas. Las de San Marcos, Puruhanta (El Chique), Papallacta, Sucus, Numalviro, Pogycocha, Huasitaloma, Puñamachi.

La participación de la comunidad es importante en la implementación de este sendero ya que con su colaboración los mismos comuneros serán parte primordial en la implementación del mismo ya que su mano de obra será requerida a más de sus ideas.

Los materiales para ser utilizados en el sendero será; materiales existentes en la zona, de igual manera se reutilizara y utilizara material reciclado que no afecte el

entorno y sea adecuado para su implementación dependiendo de cada entorno paisajístico, como puede ser; madera inmunizada, debido a que este material está cubierto con aceites que impiden el crecimiento de organismos que atrapan la humedad y pueden causar daño a los postes y letreros, este material es muy duradero. El diseño de los letreros tendrán diferentes tipologías, es fundamental una buena señalización direccional y de orientación para que el usuario no se sienta perdido

Durante el recorrido se colocaran basureros en lugares estratégicos para evitar que los visitantes ensucien el lugar.

El sendero constará de 11 paradas en las cuales se podrá observar especies tanto de flora como de fauna representativa del lugar, zonas naturales, áreas protegidas y zonas arqueológicas.

### **Primera parada.**

En nuestro recorrido para la ruta de las flores empezara por una visita arqueológica a las pirámides de Cochasqui, donde podremos conocer sobre sus vestigios, la misma que corresponde a alrededor de 84 hectáreas localizadas a una altura de 3.100m. (ADVENTURE)

En el recorrido podremos observar el complejo, mismo que cuenta con 15 pirámides truncadas, nueve de las pirámides tienen rampas. Además se han encontrado un total de 21 tolas.

Las pirámides como las tolas corresponden a un periodo que va entre los años 850 A.C. al 1.550 A.C. Ubicadas en lo que fue el territorio Caranqui, fueron construidas y ocupadas por los Cara, y luego posiblemente por los Inca.

## **Segunda parada.**

En esta parte de nuestro recorrido visitaremos brevemente la Comunidad San Luis de Guachalá donde localizaremos el Monumento a la Mitad del Mundo, más conocida como “La Bola del Mundo”, hecho en piedra con un diámetro de 1.80 m.

Asentado sobre una gran plancha de cemento rodeado por una circunferencia de piedra labrada, es un monumento en honor a la línea ecuatorial, pues está ubicado sobre esta línea que divide a la tierra en dos hemisferios iguales: Norte y Sur.

Además podremos observar: el reloj solar de Quitsato ubicado exactamente en la línea equinoccial, el museo de Cultura Solar. (ECUADOR V. X., MONUMENTO MITAD DEL MUNDO)

Por último en nuestra parada aprenderemos un poco sobre Quitsato el primer proyecto integral del Ecuador, mismo que desarrolla un amplio trabajo en lo que concierne el estudio y puesta en valor del concepto de la Mitad del Mundo que es la base de la identidad cultural de los ecuatorianos. (ECUALE)

## **Tercera parada**

La segunda etapa del sendero “Origen de los Jóvenes” se abordará a partir de un reconocimiento y recorrido por lindares de la Reserva Cayambe Coca cercanas al Cantón Cayambe, en la misma que se podrá contar con un clima frío, templado y subtropical según la altura, con temperaturas variantes entre los 25° c: en las partes bajas y 9° C. en las partes altas, mientras que en relación a la flora de la Reserva está compuesta de especies de importancia ecológica, económica y medicinal como la orquídea, bálsamo, caoba, cedro, guayacán, moral, polilepis, arrayán, puma maqui, aliso, laurel, romerillo y paja. Las plantas medicinales son la sangre de drago, una de gato, ayahuasca, chuquiragua, urcurosa, cerote, valeriana y otras, mientras que en la riqueza y abundancia de la flora encontramos una extensa variedad de especies, muchas en peligro de extinción, constituye el patrimonio faunístico del Parque integrado mayoritariamente por el cuchucho, armadillo, guatusa, danta,

guanta, mono, conejo, sachacuy, cervicabra, venado cola blanca, pudú y oso de anteojos. Además se han identificado 450 especies de aves, que incluyen al cóndor, gavián, gallinazo de cabeza roja, negra y amarilla; el mirlo, papagayo, gorrión, minga lito, corbata maigua, dumbique, carpintero, chupa flor, corbata blanca, gallo de pena, tucán, perdiz grande, paloma santa, garza tigre, loro cala calí, papagayo toro, churupango, lora fina, valdivia gavián y, quindes calzonario, real y de cola verde.

#### **Cuarta parada.**

En esta parada podremos mezclar conocimiento y visitas por la finca Hoja Verde, donde además de disfrutar de un desayuno típicamente de Cayambe, podremos visitar los huertos, sembríos y conocer el proceso florícola que se realiza hasta poder concebir el producto finalizado y listo para ser exportado y puesto a la venta, de igual forma podremos conocer las diferentes tipologías de flores, las clases, familias y todo lo que corresponde a su taxonomía.

#### **Quinta parada.**

La cuarta parada que se realizara por el sendero “De Los Jóvenes” consistirá en una visita por otra florícola conocida con el nombre de “Rosen Oavillon” siendo esta además de una florícola, una Corporación con Personería Jurídica, de carácter privado, sin fines de lucro, donde podremos apreciar el trabajo realizado por la florícola y la comunidad en el ámbito de planificación estratégica para pequeños productores agropecuarios y agroindustriales, de esta manera se realizara un breve explicación sobre el trabajo realizado por los productores, donde se explicara los resultados con estas capacitaciones a la comunidad, en donde se puede mencionar: mejora la competitividad, mejora de sus condiciones de vida, mejora la visión de sus negocios, ser sujetos de crédito, mayor aprovechamiento de los programas de desarrollo del sector público y privado.

Teniendo como objetivo principal el de capacitar a pequeños y medianos productores agropecuarios de las provincias de Pichincha, Tungurahua y Chimborazo, dando un total de 225 Beneficiarios. (AGROECUADOR)

### **Sexta parada.**

Continuando por nuestro recorrido visitaremos el centro del Cantón Cayambe para poder observar un poco de la parte arquitectónica colonial, misma que se identifica como la zona comercial, de desarrollo y parte donde se localiza las sedes de la autoridad máxima del Cantón Cayambe, uno de sus monumentos estrellas que se podrá observar es la Iglesia Matriz, localizada en centro de la urbe entre las calles Sucre entre Rocafuerte y Terán, al lado sur del parque 3 de Noviembre, la iglesia con un origen colonial con transformaciones en el siglo XIX de época de construcción de 1.887. (ECUADOR V. X., IGLESIA MATRIZ DE CAYAMBE)

### **Séptima parada.**

En la séptima parada realizaremos una visita por las comunidades ya organizadas y preparadas para atender y ofertar productos a los turistas de esta ruta, ofertando surveniers de la ruta de las flores, donde los turistas podrán tener un momento de dispersión, comprando productos, tanto alimenticios como recuerdos ofertados por propios personajes pertenecientes a la comunidad.

### **Octava parada.**

Como nuestra última parada visitaremos la hacienda Flor y Campo, donde además de poder visitar esta hacienda colonial importante y conocer las flores q son producidas, se podrá degustar de la comida típica del Cantón y de la sierra

ecuatoriana, siendo esta parada la última en el recorrido de nuestra ruta para retornar.

### **5.13 Señalética**

El objetivo clave y primordial que persigue la normativa de presentar una señalética clara, coherente y concisa, maneja la responsabilidad de presentar una señalización turística que permita desarrollar con eficiencia cada uno de nuestros destinos, resultando fundamental que la señalización turística, pueda resolver los requerimientos e intereses de los visitantes, ayudándoles a orientarse de una forma clara sobre los diferentes atractivos turísticos y a nivel global sobre los corredores viales hacia los diferentes atractivos que se ofertan en el país. (turismo, MINTUR, 2011)

#### **5.13.1 Señalética Orientativa**

Para el buen entendimiento de la ruta de las flores a implementarse en el Cantón Cayambe se estipulara una adecuada señalética, cuyo objetivo es informar al turista de manera general en qué lugar se encuentra, con el objetivo de ayudar a los turistas a orientarse en el entorno en que se localizan y los diferentes atractivos turísticos que podrán localizar a lo largo de la ruta de las flores.

#### **5.13.2 Señalética Identificativa**

Este tipo de señal será oportuno utilizarla para Identificar los diferentes atractivos turísticos, teniendo una variedad en base a la importancia de los atractivos turísticos a ser visitados y estipulados a lo largo del sendero o ruta turística tales como: el parque arqueológico Cochasqui y el Monumento a la mitad del mundo, el parque

nacional Cayambe coca el centro histórico del Cantón Cayambe, la iglesia matriz, los centros artesanales a ser implementados y las floricultoras y haciendas, misma señalética que será implementada contara con material que soporten las condiciones climáticas de la zona y de misma forma sea amigable con el medio ambiente. (turismo, MINTUR, 2011)

### **5.13.3 Lenguaje a utilizar en la Señalética**

La tipología a ser implementada en la señalética constara de 2 tipos, tanto mensajes en letras como en imágenes para un mejor entendimiento.

La simbología con imágenes utilizara un lenguaje universal, la misma que permitirá tener una mayor flexibilidad y un mayor ingenio para poder atraer la atención del segmento de mercado seleccionado “estudiantes”

La señalética que cuente con letras y explicación sobre la importancia y relevancia del atractivo a ser observado, estará en tres idiomas Ingles Español y Kichua, contara con explicación breve concisa e importante la misma que capte la atención del interlocutor.

De igual modo las señales serán colocadas en sitios iluminados, de fácil acceso y mucho tránsito, al igual de sectores donde cuenten con vigilancia y no sean presas del vandalismo. (turismo, MINTUR, 2011)

### **5.13.4 Materiales a utilizar en la Señalética**

Para este tipo de señalización se va a tomar en cuenta el trabajo de los comuneros y de los diferentes materiales ecológicos y reciclables, de igual forma se tomara en cuenta el material que ha sido éxito en otras rutas como es el uso de madera inmunizada, esta es lo recomendable ya que es más resistente a las condiciones climáticas y tiene una duración no menor a los 10 años, los colores, imágenes, íconos a utilizarse deberán ser cuidadosamente estudiados y definidos con

anterioridad para que la señal ética tenga coherencia y homogeneidad para que sea entendible para todos, deben ser además de un tamaño adecuado, visible, por lo que considera que el diseño se lo realizara por profesionales, costeados por la municipalidad y fincas aliadas.

## 5.14 Señalización

Es una parte importante en el objeto por ayudar al turista a identificarse con el entorno y los servicios que pudiese encontrar a su alrededor, por medio de una comunicación visual a través de signos de orientación en el espacio, para un mejor comportamiento de los individuos.

Se aplicara al servicio de los visitantes, a su orientación en un espacio, a un lugar determinado, para la mejor y la más rápida accesibilidad a los servicios requeridos y para una mayor seguridad en los desplazamientos y las acciones.

### 5.14.1 Tipos de señalización

#### 5.12.1.1 Señales regulatorias

Como su nombre lo menciona, son señales las cuales se encargan de normar y regular el movimiento del tránsito e indican cuando se aplica un requerimiento legal, la falta del cumplimiento de sus instrucciones constituye una infracción de tránsito.





#### 5.12.1.2 Señales preventivas

Advierten a los usuarios de las vías, sobre condiciones inesperadas o peligrosas en la vía o sectores adyacentes a la misma, con el objeto de informar cualquier evento inesperado.



#### 5.12.1.3 Señales de información

Las señales se encargan de Informar a los transeúntes y a los usuarios de la vía de las direcciones, distancias, destinos, rutas, ubicación de servicios y puntos de interés turístico.



#### 5.12.1.4 Señales especiales delineadoras

Sirven para prevenir diversos acontecimientos que se presenten en diversos tramos de la vía como puede ser ancho, altura o dirección de la vía, delineando el tránsito.



#### 5.12.1.5 Señales para trabajos en la vía y propósitos especiales

Alertan, comunican y guían a los usuarios viales a movilizarse de una forma segura por diferentes sitios donde se realicen trabajos en las vías o aceras y también alertan

sobre condiciones extraordinarias temporales y peligrosas que podrían causar daños a los usuarios viales o peatones.



### 5.14.2 Ubicación

Los elementos a ser incorporados serán previamente analizados, para con ellos medir donde es lo más adecuado de colocarlos a lo largo de la vía, siempre tomando en cuenta el lugar a ser colocado, mismo que garanticen buena visibilidad y no confundan al transeúnte, visitante o turista. Por lo mismo el informativo que indique la aproximación al atractivo, servicio o destino turístico, no menos de 300 metros antes del mismo, con el objeto de informar y de misma forma una segunda señal, la misma que nos dé una confirmación del arribo al servicio, lugar o atractivo.

Las señales publicitarias deben cumplir con el Acuerdo Ministerial del MTOP 010 R.O.284 jueves 28 de febrero del 2008. (turismo, 2010)

### 5.14.3 Pictogramas Atractivos Naturales



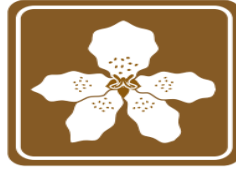
Observación de Aves



Observación de Flora



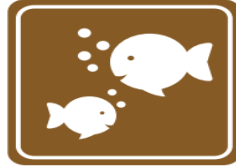
Vivero



Orquideario



Mariposario



Acuario



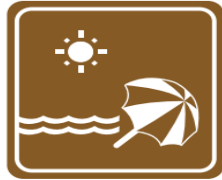
Sendero



Mirador



Vista Panorámica



Playa



Manglares



Bosque



Río Navegable



Cascada



Lago / Laguna



Volcán

#### 5.14.4 Pictogramas Atractivos Culturales



Agroturismo



Artesanías Andes



Artesanías Costa



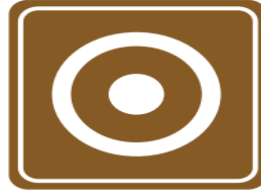
Artesanías Amazonía



Turismo Comunitario



Iglesia



Centro Histórico



Mitad del Mundo



Monumento



Monumento Nacional



Centro de Interpretación



Museo



Petroglifo



Paleontología



Zona Arqueológica Andes



Zona Arqueológica Costa



Zona Arqueológica Amazonía

### 5.14.5 Pictogramas Actividades Turísticas



Escalada en Agua



Caminata



Escursión



Escursión en la Selva



Ciclismo Deportivo



Ciclismos Turístico



Paseo en Caballo



Fogatas



Refugio



Camping

#### 5.14.6 Pictogramas de Servicio de Apoyo



Basurero



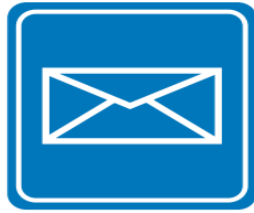
Servicios Higenicos H/M



Servicios Higiénicos M



Servicios Higiénicos H



Correo



Correo Electrónico



Información



Agencia de Viajes



Renta de Autos



Gasolinera



Teléfono



Auxilio Mecánico





Teléfono



Auxilio Mecánico



Vulcanizadora



Primeros Auxilios



Hospital



Alojamiento



Restaurante



Comida Rápida



Cafetería



Bar



Discoteca



Centro Comercial



Juegos Infantiles



Karaoke

### 5.14.7 Pictogramas de Restricción



Prohibido Mascotas



No arrojar basura



No pisar



No tomar fotos



No Recolectar Flora y Fauna



No acampar



No encender fogatas



No pescar



No cazar

## 5.15 Sistema de Vallas y Señales (Dimensiones Básicas y su ubicación)

**Gráfico 25 Dimensiones Básicas y su Ubicación (Vallas y Señales)**

Medidas	Carretera	Tipos de señales o vallas
600mm x 600mm	2do orden / peatonal	Pictograma
750mm x 750mm	2do orden / peatonal	Pictograma
900mm x 900mm	2do orden / peatonal	Pictograma
2,40 x 1,20 m	2do orden / peatonal	Señales de aproximación
2,40 x 1,20 m	2do orden / peatonal	Vallas informativas de destino
2,40 x 1,20 m	2do orden / peatonal	Atractivos turísticos/tótems
4,80 x 2,40 m	1er y 2do orden	Vallas de atractivos y de servicio
6,00 X 3,00 m	1er y 2do orden	Vallas identificativas parroquiales
8,00 x 4,00 m	1er orden	Vallas capital de provincia / cantones
11,00 x 2,00 m	1er orden	Pórticos límites provinciales

(turismo, 2010)

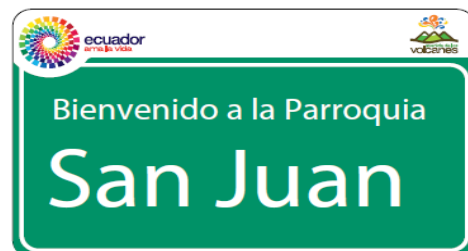
5.15.1 Señales Turísticas de Aproximación - Medida: 2,40 m X 0,60 m



5.15.2 Vallas Informativas de Destino - Medida: 2,40 m X 1,20 m



5.15.3 Vallas Informativas de Destino - Medida: 6,00 m X 3,00 m



#### 5.15.4 Vallas Informativas de Destino - Medida: 8,00 m X 4,00 m

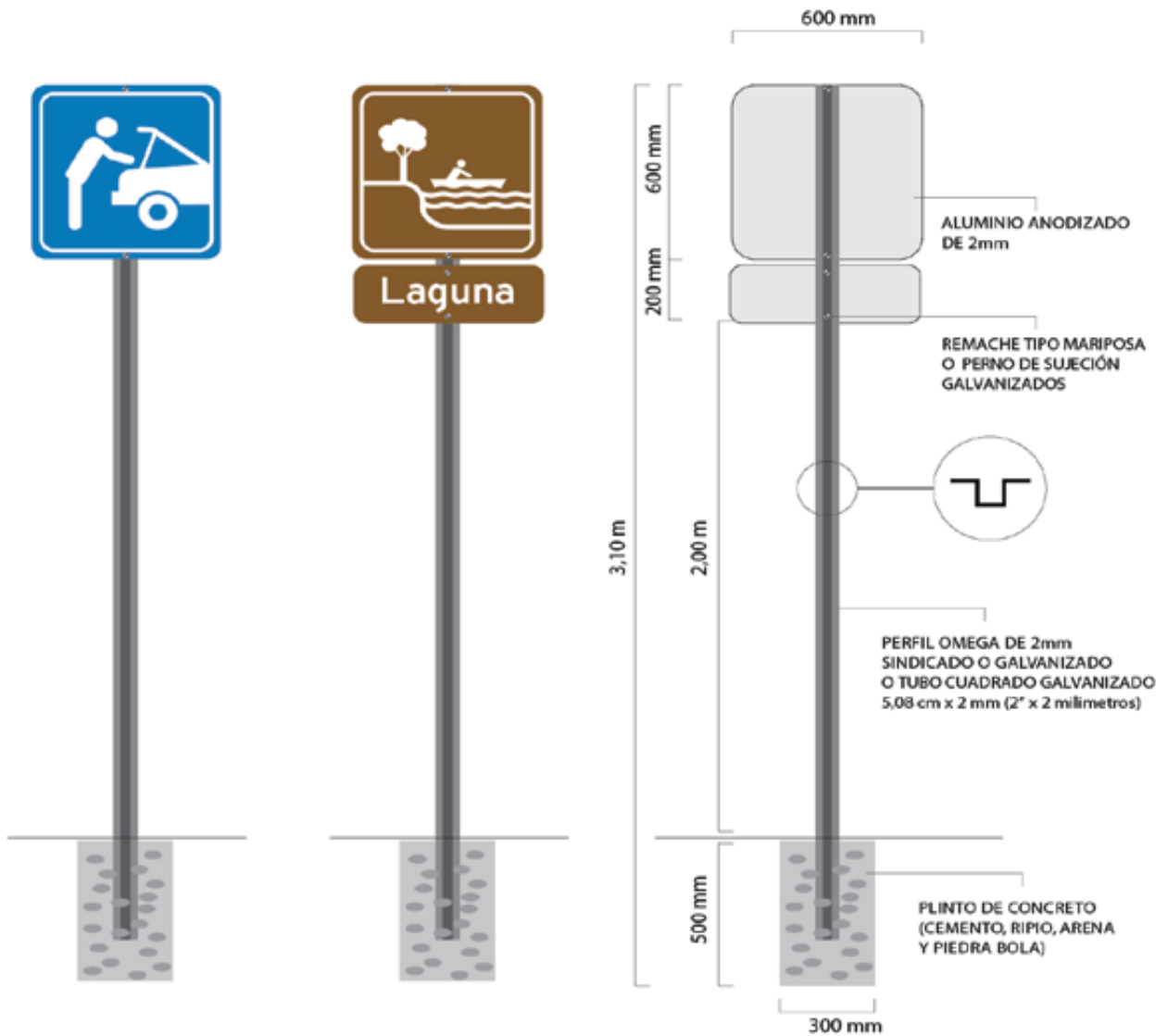


#### 5.15.5 Vallas Informativas de Destino - Medida: 4,80 m X 2,40 m



### 5.15.6 Pictograma con poste

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



### **5.15.7 Mano de Obra**

Como es de conocimiento, el proyecto a ser instalado compete acciones integradoras y de desarrollo para el Cantón Cayambe, en base a La Ruta De Las Flores, se realizara los trabajos por parte de los comuneros fincas y municipalidad, de igual forma por el ministerio del ambiente por tratarse de un atractivo localizado en La Reserva Ecológica Cayambe Coca y por último el ministerio de turismo ente regulador de la actividad, con esto se podrá tener un apoyo tanto financiero como la mano de obra. Dando como resultado un trabajo integrador enriquecedor y profesional.

## **5.16 Políticas**

### **5.16.1 Estrategia 1: Trabajo con las comunidades**

- Fomentar la participación colectiva de la comunidad del Cantón Cayambe en las capacitaciones a ser impartidas por cada ente encargado, para el buen desenvolvimiento de las mismas, en un ambiente de colaboración, participación e iniciativa.
- Incentivar a la comunidad a salvaguardar su cultura, sus actividades y distintas tradiciones, con el objetivo de recuperar y perpetuar la identidad de las comunidades presentes en la Serranía Ecuatoriana.
- Lograr un resultado positivo en todas las personas participantes en los módulos a ser presentados, los mismos que sirvan como ejemplo para el resto de la comunidad, teniendo resultados favorables.
- Concientizar a la población en un manejo adecuado y responsable de los diferentes recursos naturales.

- Concientizar a la comunidad en un manejo adecuado de los residuos tanto en desechos sólidos como líquidos.
- Conseguir que los pobladores se identifiquen con las nuevas actividades a ser implementadas, como un estilo de vida y una actividad activa lucrativa que se pueda vivir de ella.
- Concientizar a la comunidad a proteger y conservar los diferentes ecosistemas en especial los frágiles.

#### 5.16.2 Estrategia 2: Trabajo conjunto del proyecto a poner en marcha con los pobladores

- Se llevara a cabo las capacitaciones las cuales serán previamente preparadas, elaboradas y diseñadas a las necesidades de la comunidad y estructura de la ruta de las flores.
- El plan a desarrollarse ayudara a llevar un número considerable de turistas conocido como “Segmento De Mercado”, para el desenvolvimiento y puesta en marcha del proyecto, de manera que la población tenga una afluencia de visitas.
- Los pobladores trabajarán conjuntamente con el ministerio de turismo en lo que fuere necesario para así lograr integrar a los pobladores a trabajar por su comunidad en beneficio de ella y la actividad turística.
- Los diferentes entes reguladores de las diferentes actividades, como los organismos cantonales y provinciales, conjuntamente con la comunidad, se encargarán de poner a punto los trabajos de Señalética necesaria ha ser implementada.



- Se realizara trabajos conjuntos por parte de la cámara de comercio del Cantón Cayambe como de la municipalidad y el ministerio de turismo para implementar el paraje donde se realizara ventas de sorvenirers para los turistas.

## **5.17 Estrategias a ser aplicadas en el marketing turístico de La Ruta De Las Flores**

### 5.17.1 Estrategias de Publicidad (Plan de medios)

Objetivo general:

Informar al mercado y persuadirlo respecto a sus productos y servicios, por medio de un estudio complejo debido a la cantidad de dimensiones tales son, la dimensión económica, psicológica, sociológica y técnica, utilizando la comunicación, herramientas tales como la venta personal, publicidad, promoción de ventas, Merchandising (o promoción en el punto de venta), relaciones públicas y publicidad blanca (comunicación en medios masivos que no paga la empresa u organización que se beneficie con ella)

#### **Características:**

Se las concretas directamente para el mercado, llámese así al segmento, pueda obtener con mayor claridad y sobriedad todas los rasgos y diferenciales del producto que se está ofertando con ello utilizando una estrategia de medios dirigida solo al segmento que se quiere ofertar de esa manera no se malgastara y se venderá publicidad al segmento al cual nuestro producto se quiere dirigir.

En este tramo vamos a encontrar dos segmentos al cual nos queremos direccionar, estos dos con diferentes rasgos y características, por lo cual tiene una implicación y un desenvolvimiento diferente.

## **Desarrollo:**

- Uso de espacios masivos de ocio y transporte. Esta estrategia busca el aprovechamiento de los espacios de gran concentración de población residente para actividades de promoción, por ej. paseos públicos, centros comerciales, terminales terrestres, terminales aéreas, colegios, escuelas y universidades, festividades populares, etc.
- Convenios y alianzas con sector público, privado y comunitario para la realización de campañas de promoción. Esta estrategia busca optimizar los contactos con el sector público, empresas privadas y comunitarias para favorecer la promoción del turismo interno por todo el territorio nacional; por ejemplo empresas de telefonía móvil, líneas aéreas nacionales, tarjetas de crédito, cooperativas de transporte terrestre. La búsqueda de incentivos para la promoción turística en los mercados emisores internos, tales como descuentos y promociones, podrán ser acordados con estas organizaciones para favorecer el turismo interno.
- Campañas generales y específicas de promoción en bajas temporadas y descansos obligatorios. Apunta a impulsar el turismo interno en baja temporada como una estrategia para mitigar la estacionalidad turística y con enfoque de responsabilidad social.
- Potenciación de líderes de opinión y personajes de referencia pública (deportistas, artistas, etc.) tanto en sectores públicos como privados por ejemplo periodistas, ministros de gobierno, otros personajes célebres en distintos ámbitos a recorrer el país y promoverlo a los ecuatorianos.

### 5.17.2 Promoción de ventas (Descuentos)

Objetivo general:

Promocionar un producto o servicio, en esta circunstancia dada la de ofertar los servicios que forman parte de esta nueva ruta turística para con la persona que lo requiera, a través del uso de incentivos o actividades destinadas a inducir al consumidor a decidirse por la compra o requerimiento de este servicio; para ello vamos a utilizar un método el cual es factible para el servicio, el mercado y el segmento, al cual nos queremos dirigir a nivel nacional.

#### **Características:**

Esta estrategia será destinada principalmente para el fortalecimiento y difusión de la ruta, con el objeto de fomentar e incentivar al segmento del turismo nacional, de esta forma podremos estrechar lazos con el segmento del turismo interno, al cual será dirigida esta estrategia de una forma directa, para ser aplicada y poder tener un mayor grado de aceptación de La Ruta De Las Flores.

Se tratara de realizar un plan de descuentos el mismo que consistirá en:

- Reducciones del precio regular del producto en este caso el servicio que oferta la ruta de las flores, por un periodo de tiempo determinado.
- En este proceso podremos realizar diferentes tipos de promociones, con el objeto de una mayor efectividad y de esa forma podrá brindar un servicio personalizado, acorde el requerimiento y necesidad de la institución que decida contratar esta ruta.
- Por lo cual las metodología a sr utilizada tendrá como variantes dos tipo de descuentos por así llamarlo.

## **Desarrollo:**

- Descuentos por cantidad.

Este tipo de descuento consistirá en; cuando la institución, universidad o centro educativo desee requerir de este servicio en una gran cantidad de estudiantes, de esta forma a mayor número de estudiantes se realizara una rebaja en el precio unitario; con la finalidad de adquirir mayor grado de estudiantes proporcionando un descuento el cual será un beneficio no solo en rédito económico, sino así también a la difusión y mayor conocimiento como atractivo natural científico. En esta parte se intentara vender paquetes completos a diferencia de una carga mayor de estudiantes que acudan al sector en el mismo tiempo, con esto se intentara aprovechar tanto el entorno y el estudio que se realizara, como así también tomando en cuenta el cargo o impacto ambiental que pueda tener ciertos tramos de la ruta, con ello se manejara de una forma responsable los efectos que pueda causar la actividad turística para con el ecosistema.

- Descuentos por temporada:

En esta propuesta pondremos a flote dos ideas claves uno para el incentivo que en épocas de jornadas turísticas que ofrece el gobierno con el motivo de promover el desarrollo turístico.

Con esto se incentivará a que la ruta sea elegida como destino turístico para estudiantes y de igual forma tendrán un descuento económico al presentar el carnet de la institución educativa a la cual pertenecen. Y así de otra forma también se realizara este descuento a estudiantes al reducir los precios de los productos que estén fuera de temporada.

### 5.17.3 Relaciones públicas (Eventos)

#### **Objetivo general:**

Las Relaciones Públicas (RR.PP) son el conjunto de acciones destinadas a crear y mantener una buena imagen de la empresa, tanto ante el público en general (consumidores, clientes, inversionistas, instituciones públicas, organizaciones sociales, grupos de opinión, etc.), como ante los trabajadores de la empresa; por lo tanto tendrá la misión de dar una buena imagen no solo ante el consumidor sino así también ante los trabajadores de la empresa proyectando un buen ambiente y una excelente imagen para con ello proyectarnos y posicionarnos en el mercado nacional e internacional

#### **Características:**

Debido a la naturaleza de la oferta o mejor llamado servicio, estas acciones pueden estar conformadas por la organización de eventos o actividades, o en la participación en eventos o actividades organizadas por otras empresas o instituciones.

Por lo cual La Ruta De Las Flores se basara de esta estrategia para realizar una difusión masiva de los rasgos y diferentes características que posee la ruta como tal y los diferentes puntos a visitarse. También se promocionara como tal, los diferentes tipos de ambientes y pisos climáticos que atraviesa la ruta y la importancia que posee el suelo con respecto a diferentes aspectos ecológicos, que dan como resultado para la obtención o resultado de las flores con mayor grado de calidad del mundo, constituyendo a nuestro país un destino muy atractivo no solo turísticamente sino así también como un país exportador de productos de alta calidad.

Por lo cual se realizará un calendario de actividades, para con ello difundir las características y la ruta de las flores en los países más importantes y con un grado

alto de características que mantengan una relación importante de turismo y también así de importación florícola con nuestro país.

**Datos:**

- Eventos culturales

En este tipo de eventos de carácter cultural vamos a llevar a cabo los factores turísticos de valores no tangibles que resalta la ruta de las flores, por encontrarse localizada a lo largo de la ruta del callejón interandino vamos a poder situar diferentes grupos étnicos que se encuentran en la zona, esto sería un punto adicional como rasgos característico a nuestra ruta, ya que aparte de promover un turismo florícola, ecológico sino de igual forma un turismo con rasgos culturales; de esta forma nuestro producto no solamente se podrá promover en eventos a nivel internacional dedicado a la industria exportadora sino con ello también a eventos culturales, por la gran variedad de grupos culturales pertenecientes a lo largo del callejón interandino.

- Eventos deportivos

Los eventos deportivos también tendrán su parte en nuestra ruta que por encontrarse en la Serranía ecuatoriano estamos privilegiados al poseer rutas y parajes naturales que pueden servir como caminos en los cuales se puedan realizar caminatas excursionistas y así también ciclismo de montaña.

Así se puede promocionar en eventos deportivos teniendo mayor importancia.

- Eventos sociales

Nuestra ruta también contara una difusión masiva en eventos sociales con el fin de no solo difundir el producto que se quiere ofertar en este caso las mejores flores del mundo sino así también tratar de mejorar la imagen de nuestro país Ecuador en

mejorar la imagen como país exportador de esta manera podremos lograr mayores réditos económicos y la fiabilidad de nuestro país podrá mejorar y con ello generar mayor fuentes de empleo.

#### **5.17.4 Marketing directo (Captación de clientes)**

##### **Objetivo General:**

El Marketing Directo consistirá en promocionar nuestro producto o servicio, a través de un trato o relación directa o personal con el consumidor, es decir, la promoción que va a ser dirigida a un determinado consumidor individual.

Generalmente el Marketing Directo no sólo busca la promoción del producto, sino también, el mantener una relación duradera con el cliente, así podremos mantener un lazo de coexistencia con nuestro mercado para poder seguir realizando negocios y poder mantenerlos.

##### **Características:**

Antes de conocer cómo captar nuevos clientes es necesario recordar que las los ingresos en una primera instancia para la ruta de las flores será a través de los clientes a los cuales se dirigirán nuestras propuestas y las mismas que dieran consecuencia del estudio de mercado, por tanto, si una empresa desea mantener sus volúmenes de venta debe retener aquellos clientes y pensar en fidelizar antes de buscar nuevos segmentos de mercados alternos.

En ese sentido, a continuación se explica un proceso general para fidelizar a los clientes:

1. Identificación de Clientes Potenciales: Este primer paso consiste en identificar a aquellas personas, empresas u organizaciones que pueden llegar a adquirir el

producto o servicio. Para ello, se pueden realizar algunas de las siguientes actividades, como un proceso indeterminado para su institución o empresa:

- **Recolección de Sugerencias de Clientes Actuales:** Consiste en acudir a los clientes actuales para solicitarles referencias de personas, empresas u organizaciones que a su criterio puedan necesitar el producto o servicio.
- Se puede dar también a través de medios tales como correo electrónico; de esta forma se podrá realizar un mayor esfuerzo tomando ayuda del medio tecnológico, con mejores resultados y sin una inversión la cual sea un egreso para la ruta de las flores.

#### 5.17.5 Cuotas de ventas (Cuotas de ventas en medida de puntos de ventas)

##### **Objetivo general:**

Las cuotas de ventas tiene por objeto el proporcionar incentivos a los vendedores, Evaluar el rendimiento de los mismos, para con el desempeño de su trabajo como así también, Controlar los esfuerzos de venta, cuotas de venta, cuota de actividad esto nos quiere decir de la efectividad del vendedor al realizar un número de visitas (diarias, semanales,...)que consiga un número de clientes nuevos que alcance un número de pedidos determinados con ello podremos realizar un control de la actividad y el desempeño y con ello también crear un ambiente de desarrollo e incentivo en los ofertantes de la ruta de las flores teniendo en cuenta el potencial del mercado.



## **Características principales:**

Las cuotas de ventas son las más populares, debido a que los gerentes de ventas, como los representantes de ventas, han sido educados con la idea de maximizar el volumen de ventas. Las cuotas basadas en el volumen son relativamente fáciles de calcular y de entender. Presenta desventaja definitivamente de que en esta forma puede darse demasiada importancia a la producción de ventas, a costa de un desempeño más equilibrado. Una cuota de ventas no toma en cuenta lo lucrativo de los artículos vendidos: si la línea de producto de una firma muestra una diversidad sustancial de utilidades, tal omisión puede dar como resultado en una énfasis exagerado en los artículos de poco margen y de movimientos rápido, a costa de los que llevan un sobreprecio mayor y una utilidad general más elevada.

Las cuotas presupuéstales cambian el énfasis de la maximización de las ventas a la reducción del costo de ventas o a un aumento en la utilidad bruta. A la primera puede llamársele cuotas de gastos, y su objetivo es fomentar una conciencia de costos con respecto a los viajes, agasajos y otros gastos.

La cuota de gastos puede expresarse en unidades monetarias o como determinado porcentaje de las ventas.

La cuota de actividad quita el énfasis al volumen de ventas, y tiene como base del desempeño deseado una o más actividades que no se refieren a las ventas, tales como:

- Visitas a nuevos prospectos
- Demostraciones
- Exhibiciones presentadas
- Visitas de servicio
- Encuestas

Las cuotas de actividad se utilizan para fomentar un trabajo de ventas más equilibrado.

En esta forma se reconoce que algunos aspectos del trabajo de ventas no proporcionan resultados inmediatos pero si con ello vamos a poder fijar objetivos claros.

## **5.18 Presupuesto de marketing**

El presupuesto para nuestra ruta turística “Ruta de las Flores” se basa básicamente en la sumatoria entre estrategias del mix de marketing que se utilizaron estas siendo estrategias de producto precio y promoción y de misma forma se suma el valor que tomara la implementación de la señalética.

### **1. Plan de medios:**

El costo de la estrategia se medirá para un año por lo cual podremos especificar que en el sector turístico se trabajará en época preuniversitaria, siendo estos los meses de febrero marzo agosto y septiembre, los 4 meses en lo cual será: para realizar un descuento por cantidad, con ello se establecerá primero un precio al cual se venderá la ruta para los estudiantes de un promedio de \$150 al público y el costo que saldrá sin beneficio será de \$120 como punto de equilibrio por lo cual por cada por ser motivo de estrategia el costo para los turistas.

El valor por cada grupo de 15 turistas tendrá un costo de \$120 dólares, el caso de conseguir 5 grupos por mes, sería 20 turistas a un valor de \$ 120 dólares dando un total de \$ 2400 dólares.

Por lo cual:

$$120 * 15 : 1800$$

$$150 * 15 : 2250$$

## **2. Eventos:**

El costo de esta estrategia se trabajará en relación a un calendario de actividades durante un año, la promoción de la ruta a nivel nacional, por lo cual se publicitara mediante eventos nacionales turísticos de interés nacional, siendo el ministerio de turismo el ente encargado de promocionar la Actividad turísticas y Expoflores corriendo con valores para material P.O.

\$1000 por evento

## **3. Captación de clientes:**

El costo en esta estrategia tendrá un valor único mensual de 380 dólares por consenso a un sueldo a la persona encargada de la publicación a través de medios de comunicación gratuitos, creando boletines e información en páginas o publicidad vía correos electrónicos.

\$ 380 mensuales

## **4. Programas de capacitación para los trabajadores:**

Capacitaciones para los trabajadores de las florícolas, este será una rubro financiado directamente por los dueños de las florícolas para con sus trabajadores teniendo un aproximado de \$ 500 dólares por curso o capacitación.

\$ 3500 dólares americanos

## **5. Señalética:**

El mismo que será financiado por el ministerio debido a ser una ruta turística y el plan que conlleva el trabajo realizado supondrá en reconocer esta ruta en un trabajo conjunto.

### **5.19 Calidad de servicios turísticos.**

La calidad de los servicios, viene a tornarse en una cualidad exclusiva de cada producto a ser ofertado, el éxito para conseguir el boom esperado, depende de varios factores como es; el precio, las condiciones que caractericen la calidad del producto y por los factores tangibles e intangibles que hacen que el turista se sienta satisfecho con el servicio que es brindado.

Lo que permitirá crear un producto que pueda competir en el mercado turístico, teniendo un conocimiento adecuado de nuestro producto y de misma manera las condiciones de la competencia, de esta forma, con un análisis profesional obtendremos datos como; deseos y necesidades de la demanda.

El trabajo a ser realizado depende ya no solamente de la percepción de quien crea el producto y su valoración, se trata ahora de una calidad total, donde el producto a ser ofertado sea de calidad y este pueda ser medido y valorizado por el turista, donde el mismo sea capaz de retribuir y ser medido si la calidad que se oferto fue la esperada. Para conseguir una calidad lineal se debe estar pendiente de diferentes factores que contribuyen con nuestro producto como son los: proveedores de servicios turísticos; estén de acorde a la calidad que nuestro producto ofertado, de esta forma el trabajo a ser implementado en la construcción del espacio para vender recuerdos y surveniers debe tener estándares donde las personas que oferten las mercancías posean no solamente técnicas de ventas y servicio al cliente, sino también el ambiente y espacio físico debe desarrollarse en un ambiente cómodo, la misma que se encuentra en un estado de pulcritud para proporcionar un ambiente primordial para los turistas.

El nivel de calidad en los servicios, no solamente estará al margen de los productos, también tendrá parte importante el servicio intangible como es el servicio de guía, por lo cual se realizara las capacitaciones adecuadas, ya mencionadas en anterioridad, por lo cual la persona encargada de esto debe ya haber pasado los cursos pertinentes y de igual manera haber pasado los requerimientos para conseguir la licencia de guía nativo para poder realizar este trabajo, como así también debe poseer características como facilidad de palabra.

Para garantizar que la calidad del producto en conjunto sea el adecuado se tomara medidas y se dictara reglas las mismas que deben ser cumplidas como es: horarios y caminos a ser recorridos de las rutas, regirse a un reglamento interno y realizar sus actividades en un ambiente el cual no sea perjudicial para el turista y el buen procedimiento de las actividades turísticas.

#### **5.19.1 Normas de conducta de los visitantes**

Se estipulara diferentes tipos de actividades las cuales no pueden ser realizadas por los turistas o visitantes, las mismas que garanticen el cuidado y buen desempeño de La Ruta De Las Flores

- Utilizar adecuadamente los basureros.
- Seguir las indicaciones que se dicten por los guías.
- Caminar por los senderos estipulados.
- No abandonar el grupo.
- No realizar actividades que alteren el entorno.
- Limitar las visitas solo a lugares que el guía señala.
- Prohibido el ingreso de armas de juego y casa.
- Prohibida la recolección de plantas , semillas , insectos etc.,

- Prohibido fumar e ingerir bebidas alcohólicas.
- Prohibido la destrucción de las instalaciones.
- Prohibida la caza de animales.
- Utilizar la ropa adecuada.
- Respetar la vida de todos los seres que habitan en el área.

## **5.20 Paquete turístico.**

### **Descripción actividades de un día.**

#### Itinerario

07:30 am Empieza el recorrido con destino a La Ruta De Las Flores.

08:30 am Se arribara al parque arqueológico Cochasqui

10:00 am Se arribara al monumento de la mitad del mundo Cayambe (comunidad de Guachala

10:30 am Se desayunara en la hostería La Finca Hoja Verde (desayuno)

11:30 am Recorrido por La Reserva Ecológica Cayambe Coca

14:00 pm Recorrido por La Florícola “Rosen Oavillon” (Almuerzo)

15:30 pm Recorrido por el centro del Cantón Cayambe

16:30 pm Visita por las comunidades y el centro de artesanías.

17:00 pm Visitaremos la hacienda Flor y Campo

18:00 Retorno para El Distrito Metropolitano de Quito

Duración:

Itinerario desarrollado para un día.

Incluye:

- Movilización (punto de arribo preestablecido y de misma forma allí terminará el recorrido)
- Entrada Parque Arqueológico Cochasqui
- Desayuno (Hostería La Finca Hoja Verde)
- Entrada al parque nacional Cayambe coca
- Almuerzo en La Hostería "Rosen Oavillon"
- Guía turístico

No incluye:

- Surveniers
- Extras en alimentación
- Bebidas

Costo del paquete turístico:

60 dólares americanos

## Conclusiones

En base al proyecto que se ha realizado y el trabajo ejecutado en cada uno de los capítulos, se puede comentar desde diferentes aspectos, dando resalte a puntos claves como:

- La Ruta De Las Flores, una Ruta que inicialmente fue priorizada por el Estado y el Ministerio De Turismo, ha presentado un sinnúmero de cambios y problemas, los mismos que se han evidenciado en el progreso y desarrollo de la misma Ruta, el no contar con un equipo de trabajo, el mismo que ha carecido del esfuerzo en conjunto por parte del sector privado, como de las mismas instituciones públicas, han generado un revuelo en cuanto la Ruta sea denominada como ruta priorizada y descartada de este titular, por lo que mucho más al momento requiere de un trabajo y un plan de desarrollo para desenvolverla en el Cantón Cayambe.
- La localización privilegiada en la cual se encuentra ubicado el Cantón Cayambe ha generado un sinnúmero de actividades laborales y económicas representativas de la provincia y de similar forma representativas para la economía del país.
- La industria florícola en el país se ha desarrollado y ha evolucionado a un ritmo favorable, mismo que se ha reflejado en las cifras que posee el banco central en relación a las exportaciones de La Republica del Ecuador para con el mercado internacional, de esta forma se ha logrado conseguir un posicionamiento importante en la balanza de pagos como uno de los productos importantes para la economía Ecuatoriana, desarrollándose e incrementándose anualmente, es de este medio productivo que se encuentra una oportunidad para generar una actividad económica integral que ayude a beneficiar al Cantón Cayambe y a quienes forman parte de él



- El mercado ecuatoriana en base a la industria florícola se ha generado de acuerdo a las característica geográficas presentes en nuestro país, resultando una implantación de esta actividad en zonas como: las provincias de Pichincha, Cotopaxi, Azuay, Imbabura, Guayas, Cañar, Chimborazo, El Carchi y Loja; teniendo un mayor impacto en la región andina, tomando en cuenta que los destinos o mercados a los cuales se exporta el producto de acuerdo a datos de la balanza de pagos del Banco Central Del Ecuador, se encuentra en primer lugar Estados Unidos seguido por Rusia, Holanda y Canadá.
- Finalizado el estudio de mercado, se pudo constatar que después de realizar varias entrevistas, tanto a los representantes de la Ruta en el ámbito público como privado, se direccionó nuestro producto para el segmento “turistas y visitantes procedentes del Distrito Metropolitano de Quito, el cual fue dirigido nuestros planes de acción.
- Conforme se pudo evidenciar el impacto que se produciría en las zonas a ser visitadas será de magnitudes mínimas y no es notorio debido a que se realizara una visita por un numero de atractivos ya implantados, por ello el recorrido únicamente se tiene en cuenta realizarse en base a la demanda y carga de los sitios a ser visitados, implementando un número adecuado de turistas y con una frecuencia planificada, de misma forma sucederá en los atractivos naturales.
- En el estudio que se realizó para conocer gustos necesidades y preferencias del segmento de mercado escogido, se justificó, que los turistas viajan por el Ecuador teniendo muy en cuenta que es un destino netamente natural arraizado a ámbitos culturales, los mismos a ser apreciados desde diferentes magnitudes y expresiones culturales, dando como resultado una respuesta favorable para la implementación de planes de acción, tomando siempre en cuenta que el segmento elegido fue “turistas y visitantes procedentes del Distrito Metropolitano de Quito”

- El impacto socio ambiental, cultural y económico es uno de los puntuales más importantes del proyecto, debido a que se respetará los límites de carga de determinadas zonas, ya previamente establecidas y de misma forma se implementara tareas de apoyo y de ejecución para que de esta forma se contrarreste los problemas que pudiese provocar el plan, por otro lado el impacto cultural será interesante, ya que con los años la perspectiva social y económica de la zona ha ido mudando, en primera instancia de ser una zona agrícola por excelencia, a una zona florícola, con un impacto fuerte y es, como ahora, se intenta mezclar la idea florícola con la turística comunitaria, para encontrar un desarrollo integrador.
- Las diferentes tácticas y planes en aplicación para desarrollar al Cantón Cayambe en base a La Ruta De Las Flores, se han implementado con relación a las necesidades y características del sector, de misma forma se ha implementado acciones para disuadir precios a nuestro segmento e implementar un producto de calidad ajustado a las necesidades del consumidor tanto en expectativas como en cualidades de calidad, debido a que el producto por los rasgos que contiene se balanza como un atractivo a ser visitado en un periodo de estadía inferior a 48 horas.
- Los planes en aplicación y el trabajo conjunto con las autoridades del Cantón Cayambe ya sean estos; La Cámara De Turismos de Cayambe y el Municipio de Cayambe, de misma forma citar sector privado, como La Asociación De Florícolas Del Ecuador EXPOFLORES y la comunidad capacitada, generara un desarrollo sustentable en la zona y una distribución apropiada de la riqueza por medio de una reactivación económica del Cantón.
- Con las diferentes características que presenta el territorio donde se acentúa el Cantón Cayambe y los atractivos turísticos tanto naturales, culturales, históricos y sociales, se podrá constituir como una zona destinada para la reactivación económica, basado en un desarrollo sustentable y respetuoso con el medio ambiente, siendo el eje de este desarrollo el correcto desempeño de las florícolas

y la inversión en capacitación del personal y la implementación de áreas para un mejor desempeño de las diversas actividades que se requiera.

## Recomendaciones

- Es necesario encontrar una solución para que el Ministerio De Turismo vuelva a restablecer la ayuda en la planificación control y difusión de la Ruta de las Flores, esto se puede reestablecer con el plan de desarrollo en el Cantón Cayambe e ir implementándolo a los demás cantones, haciendo un esfuerzo micro a uno macro.
- Se debe implantar una conciencia turística ecológica sustentable en el pensamiento de los pobladores de las zonas más vulnerables del Cantón, ya que si bien no son un componente directo, influyen radicalmente el desarrollo del plan, así también se debe concientizar exigir la seriedad de los empleadores para que dé resultado el proyecto e implantar en sus trabajadores un sistema y una idea turística integradora, visualizando este plan como una actividad económica sustentable y cambiar el panorama del Cantón Cayambe.
- Se debe implementar un plan de trabajo a largo plazo, mismo que se ejecute en proyectos por zonas y se pueda medir la eficacia de las técnicas a ser aplicadas, con el objeto de descartar las que den menos resultados e intensificar a las propuestas con mejores resultados, para de esta forma aplicarse a otras zonas, adaptándose a las necesidades que presenten.
- Se debe realizar un seguimiento a las actividades que se pondrán en marcha y de misma forma se debe dar una continuidad en las capacitaciones al personal de las florícolas, para de esta forma mantener una evolución encaminada y un desarrollo constante.
- Se debe aplicar los planes de manejo y los cursos dictados, en las diferentes áreas y microempresas que pudiesen darse de dichas capacitaciones, con supervisión y asesoramiento para descartar errores y perdida financiera.

- Se debe realizar un cronograma de actividades de ocio recreación y cultura, para el resalte y relevancia del Cantón y sus atractivos, mismos que llamen el interés de los visitantes, con el fin de convertirlos en turistas, de esta forma se debe generar un trabajo en común entre todas las partes interesadas en el desarrollo del Cantón Cayambe y sus habitantes.
- Se deberá crear un comité encargado de verificar el desarrollo y las actividades a ser realizadas, dicho comité deberá estar integrado de tres a cuatro integrantes de cada sector involucrado con los proyectos.
- Se deberá realizar estudios, para medir el impacto positivo y la acogida de La Ruta De Las Flores en el Cantón Cayambe, para con esto poder implementar proyectos más ambiciosos, siempre tomando en cuenta la medición del avance del proyecto, factibilidad, estudio ambiental, su impacto en la zona y la capacidad de carga.

## Bibliografía

- ADVENTURE, Q. F. (s.d.). *COCHASQUI IMBABURA*. Acceso em 10 de ABRIL de 2011, disponível em <http://www.quitoadventure.com/cultura-gente-ecuador/arqueologia-ecuador/andes-ecuador/ruinas-cochasqui-01.html>
- AGROECUADOR. (s.d.). *PLANIFICACION ESTRATEGICA*. Acceso em 21 de ABRIL de 2011, disponível em <http://www.agroecuador.com/web/index.php/servicios/capacitacion/planificacion-estrategica>
- ALFREDO, R. (11 de ABRIL de 2007). *FLORES Y COMERCIO INTERNACIONAL*. Acceso em 10 de FEBREO de 2011, disponível em <http://www.slideshare.net/alfredorodolfo/flores-y-comercio-internacional>
- ALFREDO, R. (11 de ABRIL de 2007). *FLORES Y COMERCIO INTERNACIONAL*. Acceso em 10 de FEBRERO de 2011, disponível em <http://www.slideshare.net/alfredorodolfo/flores-y-comercio-internacional>
- Álvaro, M. (2008). *Estadísticas del turismo de reuniones en 2008*. Acceso em 1 de FEBRERO de 2011, disponível em <http://turismomice.wordpress.com/introduccion/turismo-de-negocios-y-reuniones/turismo-de-negocios/>
- Ambiente, M. d. (2001). Manual de buenas prácticas ambientales en las familias profesionales: Turismo y Hotelería, Sector Turístico. ). *Manual de buenas prácticas ambientales en las familias profesionales: Turismo y Hotelería, Sector Turístico. España*. Madrid, España.
- Andes, I. (2011). Acceso em 15 de ENERO de 2011, disponível em Turismo ecuatoriano arrancó el año 2011 con incremento del 9,83%. : [http://radiohuancavilca.com.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2585:turismo-ecuadoriano-arranco-el-ano-2011-con-incremento-del-983&catid=46:noticias&Itemid=110](http://radiohuancavilca.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=2585:turismo-ecuadoriano-arranco-el-ano-2011-con-incremento-del-983&catid=46:noticias&Itemid=110)
- CARLOS. (14 de FEBRERO de 2009). *EL NEGOCIO LUCRATIVO DE LAS FLORES*. Acceso em 17 de FEBRERO de 2011, disponível em <http://www.articuloz.com/marketing-articulos/el-negocio-lucrativo-de-la-flores-770179.html>
- ECUADOR, B. C. (2008). *CONSULTA DE TOTALES POR NANDINA - PAIS*. Acceso em 5 de FEBRERO de 2011, disponível em <http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000767>
- ECUADOR, B. C. (2009). *CONSULTA DE TOTALES POR NANDINA - PAIS*. Acceso em 5 de FEBRERO de 2011, disponível em <http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000767>
- ECUADOR, B. C. (2010). *CONSULTA DE TOTALES POR NANDINA - PAIS*. Acceso em 5 de FEBRERO de 2011, disponível em <http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000767>

- ECUADOR, B. C. (2011). *CONSULTA DE TOTALES POR NANDINA - PAIS*. Acceso em 8 de FEBRERO de 2011, disponível em <http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000767>
- ECUADOR, V. X. (s.d.). *IGLESIA MATRIZ DE CAYAMBE*. Acceso em 25 de ABRIL de 2011, disponível em <http://www.viajandox.com/pichincha/iglesia-matriz-cayambe.htm>
- ECUADOR, V. X. (s.d.). *MONUMENTO MITAD DEL MUNDO*. Acceso em 16 de ABRIL de 2011, disponível em <http://www.viajandox.com/pichincha/cangahua-parroquia-cayambe.htm>
- ECUALE. (s.d.). *CANTÓN CAYAMBE*. Acceso em 20 de ABRIL de 2011, disponível em <http://www.ecuale.com/pichincha/cayambe.php>
- GARDEN, A. (s.d.). *EL CULTIVO DE LAS ROSAS PARA CORTE*. Acceso em FEBRERO 5 de 2011`, disponível em <http://www.infoagro.com/flores/flores/rosas.htm>
- Gola, G. N. (1965). Tratado de Botánica. 2da. edición. In: G. N. Gola, *Tratado de Botánica*. (p. 1110 p.). Barcelona: Editorial Labor S.A.
- hostelería, G. d. (s.d.). *Poraqui*. Fonte: <http://www.poraqui.net/diccionario/index.php/term/Glosario+de+turismo+y+hosteler%C3%ADa,fam+trip.xhtml>.
- INEC. (2001). *CENSO DE VIVIENDA 2001*. QUITO.
- INEC. (2010). *OPTUR ANALISIS DE TURISMO DICIEMBRE 2010*. QUITO.
- Lalama, G. (17 de Mayo de 2011 ). *Turismo de Negocios: una tendencia que crece en Ecuador*. Acceso em 12 de enero de 2012, disponível em <http://www.trafficnews.ec/Economia-Turistica/turismo-de-negocios-una-tendencia-que-crece-en-ecuador.html>
- Limpia, C. d. (enero de 2006). Buenas prácticas ambientales en los hoteles. Mediterráneo, España.
- MACIAS, R. (2002). *EFECTOS DE LA ERUPCIÓN DEL VOLCÁN REVENTADOR (2002) EN LOS SISTEMAS DE AGUA Y ALCANTARILLADO*. Acceso em 1 de MARZO de 2011, disponível em <http://helid.digicollection.org/pdf/s8247s/s8247s.pdf>
- MINTUR. (2010). *INGRESO DE DIVISAS POR TURISMO AL ECUADOR 2006-2010*. QUITO.
- MINTUR. (2010). *EVOLUCION DE LLEGADAS INTERNACIONALES AL ECUADOR. AÑO 2006-2010*. QUITO.
- Navarra. (2005.). *Centro de Recursos Ambientales de Navarra, Guía de buenas prácticas ambientales*. Madrid, España.
- Norte., U. T. (26 de NOVIEMBRE de 2008). *CAYAMBE*.

- Perez, D. (16 de ENERO de 2011). *Quito y el turismo de negocios*. Acceso em 25 de ENERO de 2012, disponível em <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/quito-y-el-turismo-de-negocios-453276.html>
- Pichincha, G. d. (s.d.). *Caracterización del Cantón Cayambe*. CAYAMBE.
- Pichincha, G. d. (s.d.). *Caracterización del Cantón Cayambe*. CAYAMBE.
- Pichincha, G. d. (2007). *Caracterización del Cantón Cayambe*. QUITO.
- Pichincha, G. d. (202). *Más datos del cantón*. Acceso em 28 de ENERO de 2012, disponível em [http://www.pichincha.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=81&Itemid=77&date=2007-08-01](http://www.pichincha.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=81&Itemid=77&date=2007-08-01)
- RUANO, J. (s.d.). MANUAL DE CULTIVO Y PROYECTOS. In: *VIVEROS FORESTALES* (p. 65).
- SALESIANA, U. P. (2009). *EL ESCENARIO TERRITORIAL DE LA PROPUESTA DE LOS CENTROS INFANTILES COMUNITARIOS DE LA MITAD DEL MUNDO*. Acceso em 1 de ABRIL de 2011, disponível em <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/621/3/Capitulo%202.pdf>
- Sanz, Á. (2008). *Estadísticas del turismo de reuniones en 2008*. Acceso em 20 de ENERO de 2011, disponível em <http://turismomice.wordpress.com/introduccion/turismo-de-negocios-y-reuniones/turismo-de-negocios/>
- turismo, m. d. (2010). Ecuador.
- TURISMO, M. D. (1 de FEBRERO de 2011). *Ecuador busca convertirse en el centro del turismo en América Latina*. Acceso em 28 de ENERO de 2011, disponível em [http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101102658/-1/Ecuador\\_busca\\_convertirse\\_en\\_el\\_centro\\_del\\_turismo\\_en\\_Am%C3%A9rica\\_Latina.html](http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101102658/-1/Ecuador_busca_convertirse_en_el_centro_del_turismo_en_Am%C3%A9rica_Latina.html)
- turismo, m. d. (2011). *MINTUR*. Fonte: <http://jorgepaguay.files.wordpress.com/2011/10/manual-sec3b1alizac3b3n-25-08-2011.pdf>
- Vera, F. (1997). *et alter*.
- ADVENTURE, Q. F. (s.f.). *COCHASQUI IMBABURA*. Recuperado el 10 de ABRIL de 2011, de <http://www.quitoadventure.com/cultura-gente-ecuador/arqueologia-ecuador/andes-ecuador/ruinas-cochasqui-01.html>
- AGROECUADOR. (s.f.). *PLANIFICACION ESTRATEGICA*. Recuperado el 21 de ABRIL de 2011, de <http://www.agroecuador.com/web/index.php/servicios/capacitacion/planificacion-estrategica>



- ALFREDO, R. (11 de ABRIL de 2007). *FLORES Y COMERCIO INTERNACIONAL*. Recuperado el 10 de FEBREO de 2011, de <http://www.slideshare.net/alfredorodolfo/flores-y-comercio-internacional>
- ALFREDO, R. (11 de ABRIL de 2007). *FLORES Y COMERCIO INTERNACIONAL*. Recuperado el 10 de FEBRERO de 2011, de <http://www.slideshare.net/alfredorodolfo/flores-y-comercio-internacional>
- Álvaro, M. (2008). *Estadísticas del turismo de reuniones en 2008*. Recuperado el 1 de FEBRERO de 2011, de <http://turismomice.wordpress.com/introduccion/turismo-de-negocios-y-reuniones/turismo-de-negocios/>
- Ambiente, M. d. (2001. Manual de buenas prácticas ambientales en las familias profesionales: Turismo y Hotelería, Sector Turístico. ). *Manual de buenas prácticas ambientales en las familias profesionales: Turismo y Hotelería, Sector Turístico. España*. Madrid, España.
- Andes, I. (2011). Recuperado el 15 de ENERO de 2011, de Turismo ecuatoriano arrancó el año 2011 con incremento del 9,83%. : [http://radiohuancavilca.com.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2585:turismo-ecuatoriano-arranco-el-ano-2011-con-incremento-del-983&catid=46:noticias&Itemid=110](http://radiohuancavilca.com.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=2585:turismo-ecuatoriano-arranco-el-ano-2011-con-incremento-del-983&catid=46:noticias&Itemid=110)
- CARLOS. (14 de FEBRERO de 2009). *EL NEGOCIO LUCRATIVO DE LAS FLORES*. Recuperado el 17 de FEBRERO de 2011, de <http://www.articuloz.com/marketing-articulos/el-negocio-lucrativo-de-la-flores-770179.html>
- ECUADOR, B. C. (2008). *CONSULTA DE TOTALES POR NANDINA - PAIS*. Recuperado el 5 de FEBRERO de 2011, de <http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000767>
- ECUADOR, B. C. (2009). *CONSULTA DE TOTALES POR NANDINA - PAIS*. Recuperado el 5 de FEBRERO de 2011, de <http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000767>
- ECUADOR, B. C. (2010). *CONSULTA DE TOTALES POR NANDINA - PAIS*. Recuperado el 5 de FEBRERO de 2011, de <http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000767>
- ECUADOR, B. C. (2011). *CONSULTA DE TOTALES POR NANDINA - PAIS*. Recuperado el 8 de FEBRERO de 2011, de <http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000767>
- ECUADOR, V. X. (s.f.). *IGLESIA MATRIZ DE CAYAMBE*. Recuperado el 25 de ABRIL de 2011, de <http://www.viajandox.com/pichincha/iglesia-matriz-cayambe.htm>
- ECUADOR, V. X. (s.f.). *MONUMENTO MITAD DEL MUNDO*. Recuperado el 16 de ABRIL de 2011, de <http://www.viajandox.com/pichincha/cangahua-parroquia-cayambe.htm>
- ECUALE. (s.f.). *CANTÓN CAYAMBE*. Recuperado el 20 de ABRIL de 2011, de <http://www.ecuale.com/pichincha/cayambe.php>

- GARDEN, A. (s.f.). *EL CULTIVO DE LAS ROSAS PARA CORTE*. Recuperado el FEBRERO 5 de 2011, de <http://www.infoagro.com/flores/flores/rosas.htm>
- Gola, G. N. (1965). Tratado de Botánica. 2da. edición. En G. N. Gola, *Tratado de Botánica*. (pág. 1110 p.). Barcelona: Editorial Labor S.A.
- hostelería, G. d. (s.f.). *Poraqui*. Obtenido de <http://www.poraqui.net/diccionario/index.php/term/Glosario+de+turismo+y+hosteler%C3%ADa,fam+trip.xhtml>.
- INEC. (2001). *CENSO DE VIVIENDA 2001*. QUITO.
- INEC. (2010). *OPTUR ANALISIS DE TURISMO DICIEMBRE 2010*. QUITO.
- Lalama, G. (17 de Mayo de 2011 ). *Turismo de Negocios: una tendencia que crece en Ecuador*. Recuperado el 12 de enero de 2012, de <http://www.trafficnews.ec/Economia-Turistica/turismo-de-negocios-una-tendencia-que-crece-en-ecuador.html>
- Limpia, C. d. (enero de 2006). Buenas prácticas ambientales en los hoteles. Mediterráneo, España.
- MACIAS, R. (2002). *EFFECTOS DE LA ERUPCIÓN DEL VOLCÁN REVENTADOR (2002) EN LOS SISTEMAS DE AGUA Y ALCANTARILLADO*. Recuperado el 1 de MARZO de 2011, de <http://helid.digicollection.org/pdf/s8247s/s8247s.pdf>
- MINTUR. (2010). *INGRESO DE DIVISAS POR TURISMO AL ECUADOR 2006-2010*. QUITO.
- MINTUR. (2010). *EVOLUCION DE LLEGADAS INTERNACIONALES AL ECUADOR. AÑO 2006-2010*. QUITO.
- Navarra. (2005.). *Centro de Recursos Ambientales de Navarra, Guía de buenas prácticas ambientales*. Madrid, España.
- Norte., U. T. (26 de NOVIEMBRE de 2008). *CAYAMBE*.
- Perez, D. (16 de ENERO de 2011). *Quito y el turismo de negocios*. Recuperado el 25 de ENERO de 2012, de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/quito-y-el-turismo-de-negocios-453276.html>
- Pichincha, G. d. (s.f.). *Caracterización del Cantón Cayambe*. CAYAMBE.
- Pichincha, G. d. (s.f.). *Caracterización del Cantón Cayambe*. CAYAMBE.
- Pichincha, G. d. (2007). *Caracterización del Cantón Cayambe*. QUITO.
- Pichincha, G. d. (202). *Más datos del cantón*. Recuperado el 28 de ENERO de 2012, de [http://www.pichincha.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=81&Itemid=77&date=2007-08-01](http://www.pichincha.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=81&Itemid=77&date=2007-08-01)
- RUANO, J. (s.f.). *MANUAL DE CULTIVO Y PROYECTOS*. En *VIVEROS FORESTALES* (pág. 65).

SALESIANA, U. P. (2009). *EL ESCENARIO TERRITORIAL DE LA PROPUESTA DE LOS CENTROS INFANTILES COMUNITARIOS DE LA MITAD DEL MUNDO*. Recuperado el 1 de ABRIL de 2011, de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/621/3/Capitulo%202.pdf>

Sanz, Á. (2008). *Estadísticas del turismo de reuniones en 2008*. Recuperado el 20 de ENERO de 2011, de <http://turismomice.wordpress.com/introduccion/turismo-de-negocios-y-reuniones/turismo-de-negocios/>

turismo, m. d. (2010). Ecuador.

TURISMO, M. D. (1 de FEBRERO de 2011). *Ecuador busca convertirse en el centro del turismo en América Latina*. Recuperado el 28 de ENERO de 2011, de [http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101102658/-1/Ecuador\\_busca\\_convertirse\\_en\\_el\\_centro\\_del\\_turismo\\_en\\_Am%C3%A9rica\\_Latina.html](http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101102658/-1/Ecuador_busca_convertirse_en_el_centro_del_turismo_en_Am%C3%A9rica_Latina.html)

turismo, m. d. (2011). *MINTUR*. Obtenido de <http://jorgepaguay.files.wordpress.com/2011/10/manual-sec3b1alizac3b3n-25-08-2011.pdf>

Vera, F. (1997). *et alter*.

# Anexos

## Cuestionario N°1

### ENCUESTA APLICADA A VISITANTES DEL CANTON CAYAMBE

*El presente cuestionario ha sido elaborado con fines académicos, se solicita responder a las preguntas con absoluta sinceridad; gracias*

Edad..... Género: F.....M ..... Nacionalidad:.....

#### 1. Cuando realiza un viaje, lo hace.....

- a) Solo....
- b) Con su pareja.....
- c) Con amigos.....
- d) Con su familia.....
- e) Otros.....

#### 2. Cuando realiza viajes, cuál es su motivación es:

- a. De negocios.....
- b. De turismo.....
- c. De visita.....
- d. Otros.....

#### 3. Estaría interesado en visitar las industrias en el Cantón Cayambe, donde pueda conocer todo acerca de las flores Ecuatorianas además de los atractivos naturales y culturales localizados en el Cantón Cayambe?

SI.....NO.....

¿Porqué?.....  
.....

#### 4. ¿Qué actividades conjuntamente con la visita a florícolas le gustaría realizar cuando visite el Cantón Cayambe?

- a) Observación de flora y fauna.....
- b) Degustación de platos típicos, gastronomía.....

- c) Visitar sitios naturales como lagunas, cascadas, ríos, etc.....
- d) Visitar sitios arqueológicos.....
- e) Visitar iglesias, museos, plazas, etc.....
- f) Realizar actividades de ocio y diversión.....
- g) Procesos de cultivo de flores de exportación.....

¿Por qué? .....

.....

**5. ¿Generalmente por cuánto tiempo viaja para realizar las actividades que escogió en la pregunta anterior?**

- a. 1 día o menos de 24 horas.....
- b. 1 - 2 días.....
- c. 2 - 3 días.....
- d. 3 en adelante... ..

**6. ¿En caso de necesitar alojamiento para realizar todas las actividades anteriormente consultadas combinando visitas a comunidades y florícolas, dónde preferentemente escogería para hospedarse?**

- a) En un hotel de lujo....
- b) En un hotel de mediana categoría....
- c) En un hotel económico.....
- d) En un hostel.....
- e) Acampar en un sitio natural.....
- f) Hostería.....
- g) Otros.....

¿Porqué?.....

**7. ¿Le interesaría visitar La Ruta De Las Flores como paseo familiar?**

SI.....NO.....

¿Porqué?.....

**8. ¿Escriba cuáles son los meses, fechas o época del año en que prefiere realizar sus viajes?**

- a) Enero y Febrero....
- b) Marzo y Abril....
- c) Mayo y Junio....

- d) Julio y Agosto....
- e) Septiembre y Octubre....
- f) Noviembre y Diciembre....
- g) Fin de semana....
- h) Feriados....
- i) Todo....
- j) No feriados....

**9. Cuando realiza viajes de turismo que porcentaje de dinero destina para sus gastos en dicho viaje en un periodo de 3 días**

- a) 0 a 50....
- b) 51 a 100 .....
- c) 101 a 150.....
- d) 150 a 200.....
- e) Más de 201.....

**10. Con que frecuencia usted realiza turismo en la Serranía Ecuatoriana**

- a) Ninguna.....
- b) 1 vez al año....
- c) 2 veces al año
- d) 3 veces al año
- e) Cuatro veces al año
- f) Más de cinco veces al año .....

**11. Califique según el grado de relevancia que tiene para usted los siguientes servicios al combinarlo con visita a la ruta de las flores, del 1 al 10 tomando en cuenta uno es el valor más bajo y 10 el más alto.**

- a. Infraestructura hotelera.....
- b. Baterías sanitarias.....
- c. Servicios gastronómicos.....
- d. Áreas de entretenimiento.....
- e. Áreas naturales.....
- f. Áreas culturales.....
- g. Parques y plazas.....
- h. Empresas florícolas....
- i. Áreas de aprendizaje.....
- j. Procesos de producción....

## **Entrevista N°1**

### **ENTREVISTA APLICADA AL REPRESENTANTE DEL ZONAL NORTE 60 Y PIQUITO**

*La presente entrevista ha sido elaborada con fines académicos, dirigida para el representante del zonal norte; gracias*

*Temas a tratar.*

- *Planes de trabajo*
- *Actividades alternas para las personas de edad adulta*
- *Actividades turísticas realizadas en el año*
- *Actividades de esparcimiento realizadas en el año*
- *Actividades de esparcimientos realizadas en los últimos años*
- *Lugares visitados*
- *Actividades turísticas prioritarias por el zonal norte*
- *Distribución de grupos*

## **Entrevista N° 2**

### **ENTREVISTA APLICADA AL REPRESENTANTE DEL AREA DE MARKETING DE EXPOFLORES**

*La presente entrevista ha sido elaborada con fines académicos, dirigida para el alcalde del cantón Cayambe; gracias*

*Temas a tratar.*

- *Trabajo con la municipalidad*
- *Trabajo con el ministerio de turismo*
- *La ruta de las flores en el cantón Cayambe*
- *La ruta de las flores como ruta priorizada por el estado*
- *Proyectos conjuntos con florícolas*

### **Entrevista N°3**

#### **Entrevista Aplicada A La Coordinadora De La Ruta De Las Flores**

**Señorita Lilian Figueroa y a la señorita Andrea Cicenía.**

*La presente entrevista ha sido elaborada con fines académicos, dirigida para el director de rutas del Ecuador; gracias*

*Temas a tratar.*

- *Segmentación del mercado de La Ruta de la Flores*
- *La Ruta de las Flores en diferentes tramos*
- *Rutas prioritarias para el MINTUR*
- *Estrategias de La Ruta de las Flores*
- *Atractivos del cantón Cayambe que prioriza la ruta de las flores*
- *Estructuración de la Ruta de las Flores.*
- *Planes de contingencia.*

### **Entrevista N°4**

#### **ENTREVISTA APLICADA AL COORDINADOR DE QUITO TURISMO**

*La presente entrevista ha sido elaborada con fines académicos, dirigida para el director de rutas del Ecuador; gracias*

*Temas a tratar.*

- *Segmentación del mercado de La Ruta de la Flores*
- *La Ruta de las Flores en diferentes tramos*
- *Trabajos realizados por la cámara de turismo de Quito*
- *Trabajos conjuntos con el patronato*
- *Programa 60 y piquito*



## Entrevista N°5

### ENTREVISTA APLICADA AL TECNICO DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTON CAYAMBE

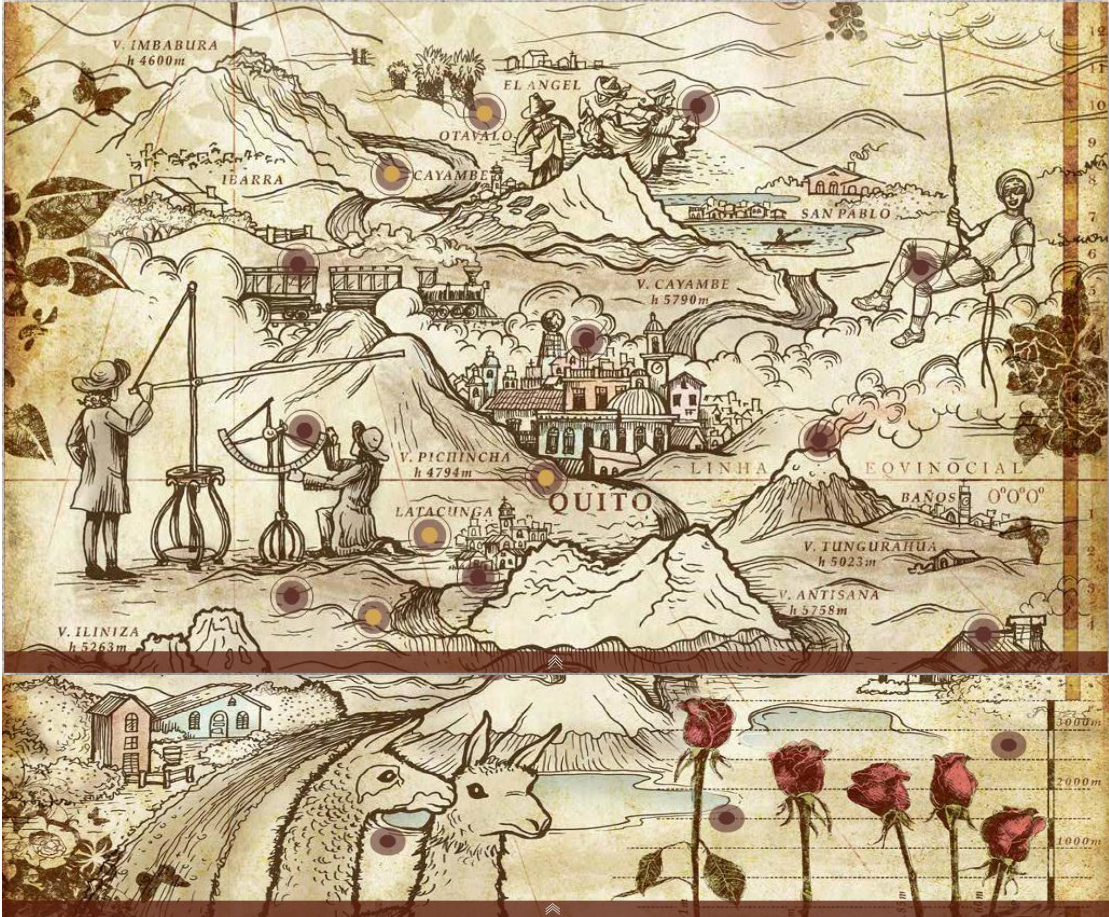
**Señor Rubén Acero**

*La presente entrevista ha sido elaborada con fines académicos, dirigida para el director de rutas del Ecuador; gracias*

*Temas a tratar.*

- *Cifra de turistas que ingresan al Cantón Cayambe*
- *Estudiantes que visitan como parte de aprendizaje el Cantón Cayambe*
- *La Ruta de las Flores en diferentes tramos*
- *Trabajos realizados por la municipalidad*
- *Planees de acción*
- *Plan de desarrollo turístico del Cantón Cayambe*

# Mapa Ruta De Las Flores



## Mapa Ruta De Las Flores Cantón Cayambe

