

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Tema: “Oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de rosas de la empresa Red Roses ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo”

Trabajo de titulación previa la obtención del
título de Licenciada en Comercio Exterior

AUTORA: Susan Paola Sánchez Cholo

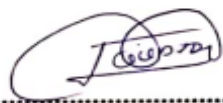
TUTORA: MSc. Liliana Montenegro Obando

Tulcán, 2022

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Susan Paola Sánchez Cholo con el número de cédula 100459104-4 ha elaborado el trabajo de titulación: “Oportunidad de mercados internacionales para la comercialización de rosas de la empresa Red Roses ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.



MSc. Liliana Montenegro

TUTOR



MSc. Julio Alexander Paillacho

LECTOR

Tulcán, septiembre de 2022

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de **Licenciada** en la Carrera de Comercio Exterior de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial.

Yo, Susan Paola Sánchez Cholo con cédula de identidad número 100459144 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



.....

Susan Paola Sánchez Cholo

AUTOR(A)

Tulcán, septiembre de 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Susan Paola Sánchez Cholo declaro ser autor/a de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Oportunidad de mercados internacionales para la comercialización de rosas de la empresa Red Roses ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



.....

Susan Paola Sánchez Cholo

AUTOR(A)

Tulcán, septiembre de 2022

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero dar gracias a Dios por brindarme sabiduría y entendimiento en cada momento de mi vida estudiantil y personal, por permitirme sobresalir en la vida ante cualquier adversidad, por haberme guiado en todo momento y experiencias logradas, pero sobre todo por concederme la felicidad de culminar una meta más en mi vida.

A mis amados padres; Nelson y Rosalva, quienes son mis pilares fundamentales por haberme inculcado valores y principios que hoy definen mi vida, gracias a su apoyo y cariño incondicional el cual me permitió culminar mis estudios universitarios.

A mis queridos hermanos, Stalin, Stefany y Samanta por su confianza y apoyo moral e incondicional de hermandad.

A mis profesores de la carrera de Comercio Exterior, quienes han compartido sus sabios conocimientos durante mi etapa de estudiantil.

A todas las personas que aportaron de una u otra manera con conocimientos y experiencias para hacer posible la realización de mi tesis.

DEDICATORIA

Este proyecto de investigación está dedicado con todo cariño a toda mi familia, en especial a mis padres y abuelitos, quienes depositaron toda su confianza en mí ya que con sus consejos y ejemplo de esfuerzo y disciplina se puede salir adelante y cumplir con nuestras metas.

A mis hermanos por sus ánimos de seguir adelante, por el amor incondicional de hermanos y estar en todo momento, hicieron de mí una mejor persona y a no darme por vencida y luchar por lo que se quiere lograr que de una u otra forma me acompañan en la realización de mis objetivos.

Y a todas las personas que creyeron en mí y que siempre me transmitieron sus buenos deseos de emprender, disfrutar la vida y ser una mujer independiente.

RESUMEN

La finalidad de la presente investigación es analizar la oportunidad de mercados internacionales que permitan realizar la comercialización de rosas frescas de la empresa Red Roses, para ello se realizó un estudio de mercado de los factores políticos, económicos, sociales y legales de los principales destinos, resultando el mercado óptimo Estados Unidos, mismo que permitirá incrementar los negocios de la empresa a través de la comercialización de las flores. Finalmente, se desarrolló un estudio técnico y financiero el cual permitió identificar la oferta exportable de la empresa y cubrir la demanda del país de destino. Los resultados obtenidos al finalizar el proyecto indican que la investigación es factible, esto se debe a que el producto es aceptado por los estadounidenses, lo cual genera rentabilidad económica y social para los actores que participan en la producción y proceso de las rosas frescas. Por otra parte, la investigación permitió conocer las exportaciones que el Ecuador ha realizado durante los últimos años hacia mercados internacionales, siendo las rosas un pilar fundamental en la economía ecuatoriana debido a que generan beneficios para el país y para las empresas exportadoras. Cabe recalcar que las rosas son muy cotizadas por sus peculiares características que las hacen únicas, y son catalogadas como las mejores del mundo lo cual ha facilitado su internacionalización. Red Roses posee una ventaja competitiva en cuanto a la ubicación geográfica pues cuenta con terrenos aptos para la producción de las rosas; instalaciones propias, y maquinaria adecuada donde se obtiene un producto de calidad, atractivo y que cumple con los estándares del consumidor al momento de su adquisición, de la misma manera, la satisfacción del comprador será un elemento clave para aumentar la producción y comercialización de rosas.

Palabras claves: oportunidad de mercados, comercialización internacional, rosas frescas, producción, mercados, demanda y oferta.

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the opportunity to reach international markets that allow the commercialization of fresh roses by the Red Roses company. For this goal, a study of political, economic, social, and legal factors about the main destinations was carried out. As a result, the optimal market was The United States. This market will highly increase the company's business through the commercialization of flowers. Finally, a market, technical and financial study was developed which allowed identifying the exportable offer of the company and covering the destination country's demand. The results obtained at the end of this project pointed out that this research is feasible. This is because the product is accepted by the Americans, such acceptance will generate economic and social profitability for those involved in the production and processing of fresh roses. On the other hand, the investigation allowed reckoning of the exports that Ecuador has made to international markets in recent years, which has made roses a backbone of the Ecuadorian economy, because they generate benefits for the country and for exporting companies. It is worth highlighting that roses are highly rated due to the peculiar characteristics that make them unique, and they are cataloged as the best in the world which has contributed to their internationalization. The Red Roses has a competitive advantage in terms of its geographic location because it has land suitable for rose production, facilities, and adequate machinery where a high-quality product is obtained. This quality product is attractive and meets consumer standards at the time of purchase, likewise, consumer satisfaction will be a key element to increase production and rose commercialization.

Keywords: market opportunity, international commercialization, fresh roses, production, markets, demand and supply.

ÍNDICE

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR.....	2
AUTORÍA DE TRABAJO.....	3
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	4
AGRADECIMIENTO.....	5
DEDICATORIA.....	6
RESUMEN.....	7
ABSTRACT.....	8
INTRODUCCIÓN.....	I
I. PROBLEMA.....	23
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	23
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	25
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	25
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	28
1.4.1. <i>Objetivo General</i>	28
1.4.2. <i>Objetivos Específicos</i>	28
1.4.3. <i>Preguntas de Investigación</i>	29
II. FUNDAMENTACIÓN TEORICA.....	30
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	30
2.2. MARCO TEÓRICO.....	40
2.2.1. <i>Fundamentación teórica</i>	40
2.2.2. <i>Fundamentación conceptual</i>	42
2.2.3. <i>Fundamentación legal</i>	46
III. METODOLOGÍA.....	52
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO.....	52
3.1.1. <i>Enfoque cualitativo</i>	52

3.1.2.	<i>Enfoque cuantitativo</i>	52
3.1.3.	<i>Tipo de investigación</i>	53
3.2.	IDEA QUE DEFENDER.....	54
3.3.	DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	54
3.3.1.	<i>Definición de variables</i>	54
3.3.2.	<i>Operacionalización de variables</i>	55
3.4.	MÉTODOS UTILIZADOS	57
3.4.1.	<i>Método deductivo e inductivo</i>	57
3.4.2.	<i>Técnicas e Instrumentos</i>	57
3.4.3.	<i>Población y muestra</i>	59
IV.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	62
4.1.	RESULTADOS	62
4.1.1.	<i>Descripción y posición arancelaria</i>	63
4.1.2.	<i>Estudio de Mercado</i>	64
4.1.3.	<i>Diagnóstico de la Matriz POAM</i>	73
4.1.4.	<i>Análisis del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)</i>	92
4.1.5.	<i>Análisis situacional del mercado estadounidense</i>	96
4.1.7.	<i>Estudio Técnico</i>	124
4.1.8.	<i>Estudio Financiero</i>	199
4.2.	DISCUSIÓN	229
V.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	237
5.1.	CONCLUSIONES	237
5.2.	RECOMENDACIONES	238
VI.	REFERENCIAS	240
VII.	ANEXOS	248

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Acuerdos y convenios internacionales	48
Tabla 2. Operacionalización de la variable independiente y dependiente	55
Tabla 3. Técnicas e instrumentos.....	57
Tabla 4. Empresas exportadoras de rosas de la provincia de Imbabura	59
Tabla 5. Empresas ubicadas en la provincia de Imbabura.....	60
Tabla 6. Empresas exportadoras de rosas con destino a Estados Unidos de América y Alemania.....	61
Tabla 7. Información del producto	63
Tabla 8. Clasificación arancelaria de las rosas	64
Tabla 9. Principales países importadores de rosas frescas a nivel mundial.....	65
Tabla 10. Principales empresas importadoras a nivel mundial disponibles en TRADE MAP.....	67
Tabla 11. Exportaciones del Ecuador hacia mercados internacionales	69
Tabla 12. Principales países exportadores de rosas frescas.....	71
Tabla 13. Política comercial de los potenciales países para la exportación	74
Tabla 14. Barreras arancelarias que mantiene el Ecuador con los posibles importadores	76
Tabla 15. Barreras no arancelarias que mantiene el Ecuador con los posibles importadores	77
Tabla 16. Producto Interno Bruto	78
Tabla 17. PIB Per cápita	79

Tabla 18. Inflación.....	80
Tabla 19. Balanza comercial del Ecuador	82
Tabla 20. Balanza comercial Ecuador-Estados Unidos de América	83
Tabla 21. Balanza comercial Ecuador-Federación de Rusia	85
Tabla 22. Balanza comercial Ecuador-Países Bajos.....	86
Tabla 23. Población de los potenciales países importadores	87
Tabla 24. Tasa de desempleo.....	88
Tabla 25. Perfil del consumidor de Estados Unidos de América	89
Tabla 26. Perfil del consumidor de Federación de Rusia	89
Tabla 27. Perfil del consumidor de Países Bajos.....	90
Tabla 28. Idioma y moneda oficial	91
Tabla 29. Valoración del POAM	92
Tabla 30. Matriz del Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM).....	93
Tabla 31. Resultados de los datos POAM	94
Tabla 32. Perfil del país: Estados Unidos de América	96
Tabla 33. Proyecciones de la economía de Estados Unidos de América	98
Tabla 34. Ficha técnica del perfil del consumidor de Estados Unidos de América	100
Tabla 35. Proyecciones y tasa de crecimiento de la población de Florida	102
Tabla 36. Lista de los países proveedores a nivel mundial durante el año 2020.....	103
Tabla 37. Lista de los mercados para un producto exportado por Estados Unidos de América bajo la partida 0603.11.....	106

Tabla 38. Tarifa arancelaria para las rosas ecuatorianas en Estados Unidos de América	107
Tabla 39. Ficha técnica del Ecuador.....	109
Tabla 40. Balanza Comercial Ecuatoriana.....	111
Tabla 41. Relaciones comerciales vigentes que mantiene el Ecuador con el mundo..	114
Tabla 42. Ficha técnica de las rosas.....	115
Tabla 43. Uso y proceso de las rosas.....	117
Tabla 44. Participación de las empresas en el cultivo de flores	118
Tabla 45. Nivel de producción de rosas a nivel nacional para el 2020	119
Tabla 46. Consumo Nacional Aparente.....	121
Tabla 47. Producción de rosas de la empresa Red Roses	122
Tabla 48. Demanda insatisfecha	123
Tabla 49. Provincias productoras de rosas a nivel nacional 2020	125
Tabla 50. Micro localización	127
Tabla 51. Perfil para el cargo de Gerente General.....	135
Tabla 52. Perfil para el cargo de Secretaria.....	136
Tabla 53. Perfil para el cargo de Contador	137
Tabla 54. Perfil para el cargo de Ventas.....	138
Tabla 55. Perfil para el cargo de Supervisor de producción.....	139
Tabla 56. Perfil para el cargo de obreros de cosecha	140
Tabla 57. Perfil para el cargo de obreros de post cosecha.....	141

Tabla 58. Personal de la empresa Red Roses	142
Tabla 59. Activos fijos.....	143
Tabla 60. Ficha Técnica del Producto	147
Tabla 61. Variedad de la rosa	149
Tabla 62. Variedad de la rosa	149
Tabla 63. Ciclo de vida de la rosa Explorer.....	152
Tabla 64. Ciclo de vida de la rosa Freedom	152
Tabla 65. Precio por kilogramo de rosa exportada al mercado estadounidense.....	153
Tabla 66. Proceso de cultivo de las rosas	154
Tabla 67. Proceso de la cadena de suministros de las rosas frescas.....	156
Tabla 68. Envase de las rosas	158
Tabla 69. Embalaje para las rosas.....	158
Tabla 70. Matriz FODA.....	159
Tabla 71. Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI).....	159
Tabla 72. Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)	161
Tabla 73. Estrategias para aplicar	163
Tabla 74. Matriz cuadrática FODA	164
Tabla 75. Estererías a aplicar.....	164
Tabla 76. Matriz de Objetivos, Variables, Acciones y Responsables	166
Tabla 77. Ficha de procesos del Gerente General	172
Tabla 78. Ficha del proceso de cosecha y procesamiento de las rosas fresas	174

Tabla 79. Ficha de proceso de Comercialización Internacional	176
Tabla 80. Ficha de proceso del área financiera.....	178
Tabla 81. Pasos para la obtención de la Declaración Juramentada de Origen	191
Tabla 82. Cubicaje del producto	193
Tabla 83. Cubicaje por pallet.....	193
Tabla 84. Cubicaje por camión.....	194
Tabla 85. Cubicaje de pallet aéreo.....	194
Tabla 86. Cantidad de rosas en el pallet	195
Tabla 87. Peso del embarque	195
Tabla 88. Transporte internacional	197
Tabla 89. Contacto comercial de Estados Unidos de América.....	198
Tabla 90. Contacto comercial de Estados Unidos de América.....	198
Tabla 91. Inversión inicial	200
Tabla 92. Financiamiento	201
Tabla 93. Capital de Operación	201
Tabla 94. Activos Fijos del Estado Financiero	202
Tabla 95. Activos diferidos o Gastos de Construcción.....	204
Tabla 96. Costos de producción.....	205
Tabla 97. Gastos Administrativos.....	205
Tabla 98. Gastos de Exportación	206
Tabla 99. Balance General.....	207

Tabla 100. Estados de Resultados	208
Tabla 101. Flujo de Efectivo Neto.....	209
Tabla 102. Resultados el Flujo Efectivo Neto	209
Tabla 103. Punto de Equilibrio.....	210
Tabla 104. Análisis de las entrevistas.....	212

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i> Antecedentes investigativos.....	30
<i>Figura 2.</i> Variable independiente	43
<i>Figura 3.</i> Variable independiente	45
<i>Figura 4.</i> Rosas	63
<i>Figura 5.</i> Principales importadores de rosas frescas a nivel mundial.....	65
<i>Figura 6.</i> Evolución de las importaciones de rosas a nivel mundial	66
<i>Figura 7.</i> Distribución de las empresas importadores disponibles en Trade Map.....	68
<i>Figura 8.</i> Lista de los principales importadores de rosas frescas	70
<i>Figura 9.</i> Evolución de las exportaciones de las rosas ecuatorianas a nivel mundial ...	70
<i>Figura 10.</i> Lista de países exportadores de rosas hacia mercaos internacionales	72
<i>Figura 11.</i> Evolución de las exportaciones de rosas a nivel mundial.....	72
<i>Figura 12.</i> PIB Per cápita.....	80
<i>Figura 13.</i> Inflación de los potenciales importadores.....	81
<i>Figura 14.</i> Balanza comercial del Ecuador	82
<i>Figura 15.</i> Balanza comercial Ecuador-Estados Unidos de América.....	84
<i>Figura 16.</i> Balanza comercial Ecuador-Federación de Rusia.....	85
<i>Figura 17.</i> Balanza comercial Ecuador-Países Bajos	86
<i>Figura 18.</i> Porcentaje de participación de los mercados	95
<i>Figura 19.</i> Pronostico del Producto Interno Bruto.....	98
<i>Figura 20.</i> Segmentación de mercado	99

<i>Figura 21.</i> Cadena productiva y comercialización de productos.....	104
<i>Figura 22.</i> Canales de distribución	105
<i>Figura 23.</i> Principales puertos de Miami, Estados Unidos de América	105
<i>Figura 24.</i> Balanza Comercial Ecuatoriana	112
<i>Figura 25.</i> Participación de las empresas por provincia en el Cultivo de flores	118
<i>Figura 26.</i> Nivel de producción de rosas a nivel nacional.....	120
<i>Figura 27.</i> Macro localización de la empresa Red Roses	125
<i>Figura 28.</i> Micro localización de la empresa Red Roses.....	126
<i>Figura 29.</i> Micro localización de la empresa Red Roses.....	126
<i>Figura 30.</i> Área administrativa de la empresa Red Roses	129
<i>Figura 31.</i> Área de post cosecha.....	129
<i>Figura 32.</i> Organigrama de la empresa Red Roses.....	134
<i>Figura 33.</i> Identificación de procesos.....	146
<i>Figura 34.</i> Marca de la empresa Red Roses	148
<i>Figura 35.</i> Diseño del envase.....	150
<i>Figura 36.</i> Diseño del empaque	150
<i>Figura 37.</i> Diseño de la etiqueta en las cajas de exportación.....	151
<i>Figura 38.</i> Ciclo de las rosas.....	151
<i>Figura 39.</i> Precio por kilogramo de rosa exportada al mercado estadounidense	153
<i>Figura 40.</i> Flujograma del proceso de la cadena de suministros de las rosas frescas .	156

Figura 41. Matriz resultante de oportunidad de mercados internacionales para la comercialización.....	163
Figura 42. Cadena de Suministros.....	180
Figura 43. Factura Comercial	183
Figura 44. Conocimiento de Embarque.....	184
Figura 45. Certificado de Origen.....	185
Figura 46. Sello del Certificado Flor Ecuador.....	186
Figura 47. Certificado Flor Ecuador y Buenas Prácticas Agropecuarias	186
Figura 48. Etiqueta de AGROCALIDAD	187
Figura 49. Etiqueta del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).....	188
Figura 50. Empaque de las rosas	188
Figura 51. Embalaje de las rosas	189
Figura 52. Declaración Aduanera de Exportación (DAE).....	191
Figura 53. Furgón térmico florícola	196
Figura 54. Pregunta 1 del Cuestionario	218
Figura 55. Pregunta 2 del Cuestionario de la empresa	219
Figura 56. Pregunta 3 del Cuestionario de la empresa	220
Figura 57. Pregunta 4 del Cuestionario de la empresa	221
Figura 58. Pregunta 5 del Cuestionario de la empresa	222
Figura 59. Pregunta 6 del Cuestionario de la empresa	223
Figura 60. Pregunta 7 del Cuestionario de la empresa	223

<i>Figura 61.</i> Pregunta 8 del Cuestionario de la empresa	224
<i>Figura 62.</i> Pregunta 9 del Cuestionario de la empresa	225
<i>Figura 63.</i> Pregunta 10 del Cuestionario de la empresa	226
<i>Figura 64.</i> Pregunta 11 del Cuestionario de la empresa	227
<i>Figura 65.</i> Pregunta 12 del Cuestionario de la empresa	227
<i>Figura 66.</i> Pregunta 13 del Cuestionario de la empresa	228
<i>Figura 67.</i> Pregunta 14 del Cuestionario de la empresa	229

INTRODUCCIÓN

Ecuador al ser un país primario-exportado se puede aprovechar los sectores productivos como es el caso la agricultura, al estar ubicado en la línea equinoccial y con ello el país posee cuatro regiones y en especial la sierra norte que cuenta con una variedad de climas y altitudes apropiados para producir productos agrícolas, al mismo tiempo, la sierra se encuentra la parte andina y por ende las provincias cuentan con una altura de 3000 m.s.m. aproximadamente y esto es una ventaja muy importante porque gracias a ello se obtiene rosas hermosas y de excelente calidad.

La oportunidad de mercados internacionales crea espacios adecuados para la comercialización de un producto que en este caso son las flores, aprovechando los suelos fértiles y climas apropiados que brinda la provincia de Imbabura, especialmente la parroquia de San Rafael de la Laguna, además, se toma en cuenta los acuerdos que mantiene el Ecuador con el resto del mundo logrando fomentar las exportaciones como lo plantea en la constitución.

El trabajo de investigación esta dividido en cinco capítulos y la sección de bibliografía y anexos, donde se parte con la identificación de la problemática que presenta la empresa Red Roses y como inciden las oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de las rosas frescas. En cuanto a la justificación, se establece la importancia de las oportunidades de mercados y la comercialización de las rosas frescas ecuatorianas desde el punto de vista económico, político y social.

Para fundamentar conceptual, teórica y legalmente el trabajo de investigación, se recopiló información de estudios previos de tesis y artículos científicos que tienen relación con las variables de estudio, de acuerdo con la variable “Oportunidades de Mercados Internacionales” y “Comercialización”, de igual manera, se tomó en cuenta a la Constitución del Ecuador donde se considera a los artículos que tienen mención a las exportaciones. Por otro lado, dentro del marco teórico se empleó las teorías del comercio internacional.

La metodología utilizada en la investigación tiene un enfoque mixto, para la recolección de datos cuantitativos se usa fuentes secundarias como Trade Map, Cobus, Banco Central del Ecuador y plataformas oficiales que brindan cifras estadísticas de las

exportaciones e indicadores económicos, sociales, políticos. Igualmente, se utilizó fuentes primarias como la encuesta dirigida a las empresas exportadoras de rosas, del mismo modo, para la recolección de datos cualitativos se usa fuentes secundarias como informes anuales, sitios web, guías de exportación, entre otros, y como fuentes primarias se realiza entrevistas dirigidas al propietario de la empresa Red Roses y a expertos de la comercialización del sector florícola.

De igual manera, se utiliza la investigación de campo para diagnosticar la situación de la empresa Red Roses a través de la investigación bibliográfica para tomar en cuenta las referencias documentales sobre las variables del estudio e investigación descriptiva y de campo para establecer el procedimiento para acceder a los mercados internacionales.

Los resultados obtenidos de la investigación son conseguidos por medio de las encuestas, entrevistas, datos estadísticos y otras fuentes secundarias. Además, se utilizaron herramientas como la matriz FODA que permite el análisis externo e interno de la empresa, la matriz OVAR que permite desarrollar estrategias y la toma de decisiones en base al objetivo, el análisis PESTEL y la Matriz del Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM) cuyo fin es determinar un mercado meta para las exportaciones de las rosas frescas. En cuanto a la discusión, se relaciona con los antecedentes y resultados como base de evidencia encontrados en el estudio.

Finalmente, las conclusiones y recomendaciones, se menciona que la empresa Red Roses tiene la capacidad de acceder a mercados internaciones, de cubrir con un porcentaje de la demanda internacional, además es necesario la alianza estratégica con las instituciones público-privadas del país y la implementación de las TIC en su plan de producción y administración.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La globalización exige que con el tiempo vaya generando nuevas formas de relación entre empresas y países en un escenario de intercambio donde se puede identificar claramente las importaciones y las exportaciones. Así mismo, conocer las nuevas oportunidades de mercado que proporcionen facilidad al realizar intercambios de bienes y servicios entre dos o más estados para satisfacer la demanda y sus necesidades de sus habitantes, además, de satisfacer el desarrollo económico y social. (Sarmiento, 2014).

De acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL] (2020), la economía mundial se vio afectada por las medidas sanitarias adoptadas por cada gobierno a nivel mundial y esto a causa de la pandemia del COVID-19 debido a ello se cerraron fronteras y como resultado se disminuyeron los porcentajes de exportaciones, importaciones, transporte y logística, que son actividades productivas; como es el caso de Estados Unidos, China y Europa, como economías mundiales al tener flujo de capital económico y humano de cierta manera controlaron la propagación del virus en sus naciones y su economía se recuperó paulatinamente, pero ocurre todo lo contrario para América Latina y el Caribe que es una región en vías de desarrollo, por ende, está muy afectada en relación a sus indicadores macroeconómicos.

Cabe señalar que el Ecuador registró cifras oficiales que aumentaron constantemente durante en las primeras semanas de propagación del Covid-19, en América Latina los organismos internacionales mantienen que Sudamérica sufrirá secuelas económicas, política y sociales a causa de la emergencia sanitaria, al ser el país considerado como una economía en vías de desarrollo, es decir que la recuperación económica del país tardará un tiempo para que vuelva a la normalidad y para ello se debe de fortalecer las actividades productivas como son las exportaciones de productos principales que representan mayores rubros económicos para el país como es el caso del banano, camarón, cacao, rosas frescas, entre los demás productos tradicionales y no tradicionales que más son cotizados por los diferentes consumidores internacionales. (Corporación Británica de Radiodifusión [BBC], 2020)

Por consiguiente, la apertura a nuevos mercados internacionales se ha visto limitada por la falta de un estudio de mercado que ayude a determinar la demanda internacional y los posibles mercados óptimos para la comercialización de productos, el desconocimiento de los gustos y preferencias y la cultura de negocios, siendo los motivos para no lograr expandir y promocionar bienes y servicios a los diversos y exigentes consumidores.

Además en el transcurso del año 2020 la economía ecuatoriana decreció un 12,4% y esto se debe a la suspensión de las actividades productivas del país a causa de la pandemia del COVID-19, que afectó negativamente a la economía ecuatoriana y la exportación de rosas frescas que se encuentra entre las primeras actividades del Ecuador, no fue la excepción y por ello se vio afectada debido a que la mayoría de las aerolíneas y fronteras se cerraron con rutas hacia Estados Unidos, Europa y China como primer, segundo y tercer país importador referentemente, para evitar la propagación del virus. (Banco Central del Ecuador [BCE], 2020)

Las pequeñas y medianas florícolas a nivel nacional que producen rosas frescas tienen una producción limitada, por la falta de incentivos agrícolas por parte de las autoridades del estado ecuatoriano, haciendo que los costos de producción sean elevados y así no poder competir con los precios del país vecino Colombia.

Las ventas de rosas hacia mercados internacionales durante el primer trimestre del 2020 han caído en un 70% a comparación del primer trimestre del año 2019, y fue causado por la cancelación de pedidos de rosas que ya estaban previamente anticipados, a ello se suma el cierre de fronteras y la paralización de actividades por la propagación del COVID-19; el sector floricultor se encontraba en un proceso de recuperación después del paro nacional en octubre del año 2019, cuando la emergencia sanitaria del COVID-19 empezó para empeorar la situación económica de este fragmento productivo, además de que el precio de las rosas igualmente se vio afectado, asimismo otro factor influyente para este sector fue los cambios climáticos inestables que afectó directamente a la producción. (Asociación Nacional de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador [Expoflores], 2020)

Por otra parte, la florícola Red Roses ubicada en el cantón Otavalo provincia de Imbabura, es un cultivo de rosas que ha venido produciendo rosas de alta calidad, pero debido a la carencia de un estudio técnico de mercado, se ha visto limitada al procesamiento y exportación directa del producto final con su propia marca, y así posicionarse en las diferentes plataformas tecnológicas de los mercados internacionales. Asimismo, la escasa o poca asesoría técnica en el área de ventas, genera dificultades al momento de tratar de exportar directamente las rosas a los diferentes destinos internacionales debido a la falta de personal capacitado e idóneo en temas para la comercialización.

Además, carece de una línea directa de comercialización, por ende se ve en la necesidad de entregar su producto a una empresa mayorista-exportadora de flores, quienes manejan su canal directo de distribución a diferentes mercados internacionales.

Se debe de tener en cuenta que el precio varía principalmente de acuerdo con la temporada y fecha tales como: San Valentín, Día de la Mujer, Día de las Madres, entre otras; así mismo depende de la negociación pactada entre el productor y la empresa procesadora- exportadora, es decir que dichas empresas obtienen altos márgenes de ganancia, por esta razón la florícola Red Roses se ha visto en la necesidad de procesar, comercializar y exportar directamente a mercados internacionales.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo inciden las oportunidades de mercados internacionales en la comercialización de rosas de la empresa Red Roses del cantón Otavalo?

1.3. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se desarrolla con el objetivo de determinar la oportunidad de mercados internacionales para la comercialización de rosas de la empresa “Red Roses” ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo, actualmente las flores son el cuarto producto de exportación de productos no petroleros que representan ingresos de divisas al estado, contribuyendo así al desarrollo económico y social del estado ecuatoriano.

Cabe destacar que las rosas ecuatorianas están consideradas entre las mejores del mundo, por su la calidad y durabilidad en el florero además de cumplir con los estándares y normas internacionales; que las diferencia de las demás, aprovechando cualidades como la ubicación geográfica, la altitud, luminosidad, la fertilidad del suelo que son adecuados y necesarios, para el desarrollo del sector florícola debido a que les brinda a las rosas caracteres específicos y únicos como son producir rosas con tallos largos, capullo más grande, colores definidos, es decir que le otorgan cualidades que las hacen competitivas en los diferentes mercados internacionales, conociendo que a nivel de Latinoamérica, Colombia es su principal competidor y a nivel mundial es Países Bajos. (Corporación Financiera Nacional [CFN], 2017)

El Ecuador se posicionó en segundo lugar a nivel mundial en la lista de exportadores bajo la partida arancelaria 0603.11 Rosas “flores y capullos” cortadas para ramos o adornos frescas” con 591.243 miles de dólares americanos y en cantidades de 116.379 TN exportados. (TRADE MAP, 2020)

En la actualidad las tendencias del mercado están centradas en la eliminación de los intermediarios, es decir que el producto final en este caso las rosas lleguen al comprador por parte del productor, lo cual beneficia indirectamente a los consumidores al adquirir un producto de calidad a mejores precios del mercado, por ende, las industrias ecuatorianas deben empezar con la exportación directa hacia mercados internacionales, con el fin de obtener los márgenes de ganancias que obtenían ciertas empresas intermediarias resultando una operación comercial favorable para los emprendedores y con ello crecer empresarialmente ayudando a la economía del país. (Instituto de Promociones de Exportaciones e Inversiones [PROECUADOR], 2017)

En cuanto al Sistema General de Preferencias, las rosas ecuatorianas ingresan desde el 1 de noviembre de 2020 con el cero arancel a los mercados de Estados Unidos, resultando muy beneficioso para el sector florícola exportador ecuatoriano que vendría formar parte de los incentivos a las exportaciones para ser más competitivo y generar empleo lo que contribuye con una oportunidad para recuperar el sector floricultor que se vio afectado en la época de la pandemia por causa del COVID-19. (Ministerio de Producción Comercio Exterior, Inversión y Pesca [MPCEIP], 2020)

Por otro lado, cada año se exportan alrededor de 650 millones de dólares en rosas frescas, donde el 40% están destinadas para el mercado estadounidense, donde el Ecuador es el segundo proveedor a nivel mundial y su posicionamiento a escala mundial se debe por la alta calidad de sus características de las rosas ecuatorianas y al cumplir los estrictos estándares ambientales y laborales. (MPCEIP, 2020)

Con este proyecto de estudio técnico se logrará colaborar de forma directa a la empresa Red Roses, que actualmente se encuentra en una etapa de producción abierta en el cultivo de rosas de exportación; a fin de que el florícola comience a poner en marcha la presente investigación para empezar con la exportación directa del producto (rosas frescas) hacia mercados internacionales, aprovechando su ubicación geográfica, el manejo técnico adecuado que lo realiza para la obtención de rosas altamente calificadas y certificadas, cumpliendo así con los estándares y normas de calidad internacionales, que los potenciales clientes exigen. Y a su vez los compradores vienen a ser los beneficiarios indirectos de las rosas frescas al adquirir un producto de calidad a un precio justo.

Cabe mencionar las rosas al estar entre los cinco principales productos no petroleros exportados por Ecuador durante el año 2019 y 2020, lo que representa una actividad productiva importante para la economía ecuatoriana, por ende, la exportación directa de rosas es un negocio altamente rentable y fructífero, siempre y cuando se mantenga un manejo técnico y administrativo adecuado en la producción y comercialización de las rosas; debido a que por información extraoficial se conoce que, algunas empresas exportadoras de flores han quebrado financieramente por la falta de una asesoría técnica en negociación internacional. (PROECUADOR, 2020)

Por esta razón la empresa Red Roses, se ve en la necesidad de manejar canales directos con una cartera de clientes a nivel internacional, es decir que su producto final se distribuya directamente con el consumidor.

Finalmente, la presente investigación está enfocada en la búsqueda de un mercado óptimo para la comercialización de las rosas de la empresa Red Roses, la cual que se dedica actualmente a la producción y entrega del producto a empresas procesadoras-exportadoras de rosas frescas. Por lo tanto, el desarrollo de este proyecto nos permitirá identificar la demanda y a partir de ello empezar con la venta del producto a los

mercados internacionales; esto se lo realizará previo un estudio y análisis de mercado donde permita determinar la comercialización, el comportamiento y las nuevas tendencias que los potenciales clientes exigen.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

- Determinar las oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de rosas de la empresa Red Roses ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente las oportunidades de mercados internacionales y la comercialización de las rosas de la empresa Red Roses.
- Diagnosticar los mercados internacionales para la comercialización de las rosas frescas de la empresa Red Roses ubicada en el cantón Otavalo.
- Determinar las oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de rosas de la empresa Red Roses ubicada en el cantón Otavalo.
- Realizar un estudio de mercado, técnico y financiero para medir la factibilidad de la comercialización de rosas de la empresa Res Roses, ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo.

1.4.3. Preguntas de Investigación

1. ¿Cuáles son los fundamentos teóricos de las oportunidades de mercados internacionales?
2. ¿Cuáles son los fundamentos teóricos de la comercialización?
3. ¿Cuál es la oferta exportable de las rosas frescas?
4. ¿La florícola Red Roses está en condiciones de expandir su oferta exportable a mercados internacionales?
5. ¿Qué permisos se debe obtener para la comercialización de rosas frescas a los potenciales mercados internacionales?
6. ¿Existen acuerdos comerciales con los diferentes mercados internacionales para la comercialización del producto?
7. ¿Qué efectos tiene la realización de un estudio de mercado para la empresa?
8. ¿Cómo contribuye un estudio técnico y financiero para la empresa?
9. ¿Es factible la comercialización de rosas de la empresa Res Roses?

II. FUNDAMENTACIÓN TEORICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Con el propósito de robustecer el presente trabajo de investigación se recolectó información de investigaciones nacionales como internacionales que aportan al proyecto de investigación y se relacionan con la oportunidad de mercados internacionales para la comercialización de rosas, donde destacan los siguientes:

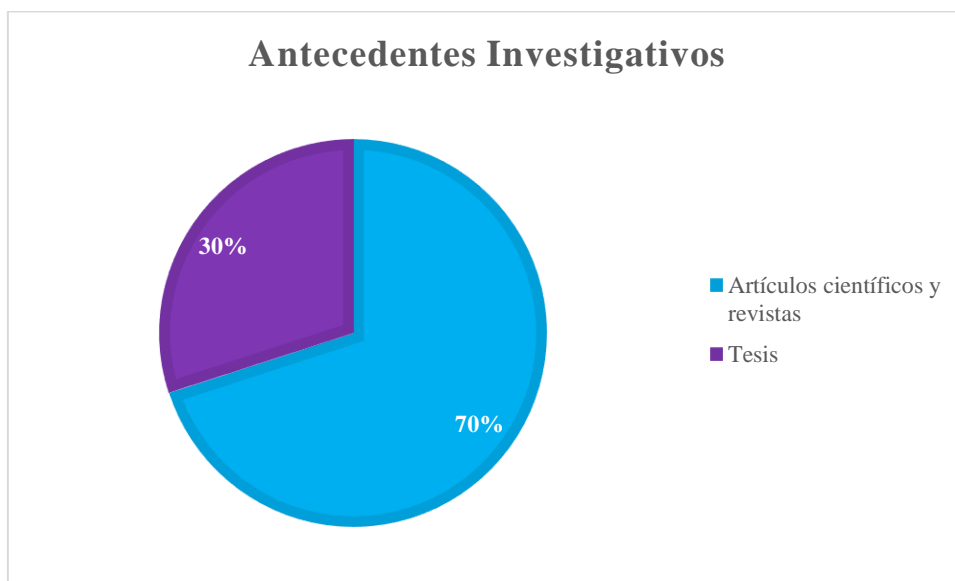


Figura 1. Antecedentes investigativos

Para la elaboración de los antecedentes investigativos se tomó en cuenta a tesis realizadas en años anteriores con temas relacionados en búsqueda de mercados y la comercialización de rosas frescas, donde un 30% son tesis y el 70% son artículos científicos y revistas.

Tesis

Antecedente Investigativo 1

Paulina Reinoso en el año 2017 publicó su tesis titulada *“Los estudios de mercado internacionales y su impacto en la rentabilidad del sector florícola de la parroquia de Joseguango Bajo del Cantón Latacunga”* en la Universidad Técnica de Ambato, menciona que:

La exportación de rosas en el Ecuador es una actividad agrícola que se destaca por ser un motor productivo que aporta significativamente al desarrollo

económico del país, siendo una fuente de empleo en su mayoría de género femenino, además, de ser uno de los principales productos no petroleros que se envía al exterior, ocupando un sitio importante en el mercado internacional, debido a la calidad de la rosa ecuatoriana como intensidad del color, botones más grandes, duración y tallos más largos que le han permitido ganar la preferencia del consumidor. (Reinoso, 2017, p.13)

En cuanto a la metodología se refiere utiliza un enfoque mixto, puesto que se analizan cualidades sociales, demográficas, geográficas, preferencias de consumo, además, de medir la rentabilidad de la aplicación de indicadores financieros para acceder a nuevos mercados internacionales, y para el levantamiento de datos e información aplica la técnica de encuesta y entrevista como instrumento el cuestionario, y la autora concluye que “la exportación de rosas es una actividad, que promueve el desarrollo del aparato productivo del país, con el ingreso constante de divisas a la economía local y generando fuentes de empleo para la gente que habita en la zona, preferentemente de género femenino” (Reinoso, 2017, p.94)

El aporte a la presente investigación se caracteriza fundamentalmente en la identificación de factores que resultan ser rutinarios y no favorecen al sector florícola, por motivo de mantener a los mismos países de destino como importadores permite que se genere una dependencia comercial y esto causa en muchos de los casos la quiebra financiera de los pequeños productores, sin embargo, otro de los problemas es la falta de acuerdos comerciales con los diferentes países objetivos para la comercialización de rosas frescas a los cuales este producto podría ingresar con preferencias arancelarias, y su alta calidad es uno de los principales motivos por las cuales son cotizadas a nivel mundial y esto se debe por la ubicación en la que se cultivan obteniendo así sus características peculiares las cuales han permitido al Ecuador ubicarse entre los principales proveedores de rosas en el mundo.

Antecedente Investigativo 2

De acuerdo con la tesis de Daniela Cabeza Romero sobre “*Exportación de flores hacia Estados Unidos*”, publicada en el año 2017 en la Universidad de las Américas (UDLA); plantea que:

En el proceso de exportación de rosas hacia los Estados Unidos se pretende exponer la logística de exportación y dar a conocer más sobre el envío florícola ecuatoriana, además, estas continúan siendo un producto apetecido internacionalmente, a pesar de la crisis económica mundial, este sigue siendo un proyecto beneficioso para el país y las relaciones comerciales que mantienen con otros países. Existen varios componentes en los cuales no podemos tener influencia los cuales son factores; climáticos, económicos, políticos, entre otros, los mismos que afectan al desarrollo normal de las exportaciones de Ecuador ya sea incrementado o disminuyendo las mismas. (Cabezas, 2017,p.6)

Con respecto a la metodología, aplica el método explicativo, deductivo e inductivo, debido a que le permite utilizar casos particulares al igual que información que se complementara a partir de investigaciones previas, partiendo de que se enfoca en determinar las causas y fenómenos que han incurrido durante un determinado tiempo, además, se fundamenta en la teoría de la proporción de factores de Heckscher-Ohlin porque las rosas tienen ventaja competitiva por la diferencia en la dotación de factores como tierra, mano de obra y capital, concluyendo que “hay un margen de ganancias que benefician a la empresa exportadora de rosas, facilitando a los productores proyectar a nivel internacional sus productos, siendo el sector florícola un potencial negocio aun para desarrollar” (Cabezas, 2017, p.40).

Por lo tanto esta investigación aporta al proyecto al mostrar el proceso detallado del proceso de exportación de las rosas en cuanto a su logística hasta que llegue al mercado destino, además, cabe señalar que el mercado estadounidense se mantiene entre los primeros países de la lista de importadores de rosas ecuatorianas por la influencia de las fechas importantes que generan un alto nivel de demanda al sector florícola y ocupa también los distintos espacios decorativos en eventos sociales, decoración de interiores, supermercados, entre otros lo que hace que durante todo el año se mantenga su demanda activa.

Artículos

Antecedente Investigativo 3

Escando Daniela y Hurtado Andrea, 2014 en su artículo titulado “*Los determinantes de la orientación exportadora y los resultados de las PYMES exportadoras de Colombia*” publicado por la revista ScienceDirect, donde plantean que:

El mundo actual se caracteriza por el incremento de la internacionalización del mercado y la consolidación de las relaciones entre las organizaciones, convirtiendo a la competitividad en uno de los aspectos característicos del mercado global. En este sentido, una de las estrategias más relevantes para hacer frente a la globalización es la decisión de la empresa de dirigirse a mercados geográficos externos a su lugar de origen, como una estrategia empresarial que resulta ser muy compleja pero que genera crecimiento y desarrollo económico. (Escando y Hurtado, 2014)

Escando y Hurtado (2014) aplicaron una encuesta realizada en 2011 a 297 pymes manufactureras colombianas, se estima un modelo de redes neuronales tipo perceptrón multicapa para establecer la importancia de los determinantes de la orientación exportadora como factores que influyen en los resultados empresariales de las pymes exportadoras colombiana. Se concluye que la orientación emprendedora y la innovación son los factores determinantes de la orientación exportadora que más influyen en los resultados empresariales de las pymes en Colombia, entonces finiquitan en que la rápida evolución del entorno, las exigencias de los clientes, la creciente competencia y la reducción de márgenes hacen imprescindible la innovación como fuente de una mejor posición empresarial, más aún cuando se pretende ingresar a mercados internacionales. Es por esta razón que para las pymes exportadoras la innovación se convierte no en una opción sino en una necesidad que debe ser abordada dándole toda la importancia que merece y con el claro entendimiento de que es indispensable no solo para poder acceder a nuevos mercados sino para poder subsistir en un mercado tan competitivo como el que ya se ha mencionado anteriormente.

El aporte a la presente investigación se centra en la importancia para determinar los nuevos factores importantes para enmarcar la orientación exportadora de las PYMES ecuatorianas como son la implementación de tecnología, innovación y los diferentes niveles de procesos de la empresa como son los planes estratégicos, tácticos y

operativos, donde el objetivo primordial es aprovechar las oportunidades del mercado global para las rosas ecuatorianas y reducir los riesgos asociados a las actividades comerciales empresariales para así lograr ser competitivas dentro del sector florícola, ya que la orientación exportadora se relaciona directamente con el éxito de la organización en el ámbito internacional y lo que conlleva a obtener buenos resultados como es el de la expansión geográfica comercial para las empresas ecuatorianas.

Antecedente Investigativo 4

Según Eduardo Martin Caro 2019 en su artículo titulado “*Competitividad y Diversificación geográfica de las exportaciones españolas*” publicado por la revista Dialnet, quien se enfoca en:

La economía española que ha venido mantenido tasas de crecimiento razonables y superiores a las registradas que están en vías de desarrollo. A diferencia de lo acontecido durante otros ciclos expansivos, el periodo de expansión económica ha sido compatible con la obtención de un superávit de balanza española por cuenta corriente que acumula ya siete años consecutivos. Con una Posición de Inversión Internacional Neta situada en el entorno del -80 % del PIB, la consecución de superávits exteriores es una palanca imprescindible para alcanzar un crecimiento robusto y sostenible que no desemboque en la aparición de nuevos desequilibrios. Este hecho diferencial de la reciente expansión económica es, por tanto, ampliamente reconocido como uno de los signos más claros del fortalecimiento de la economía española los últimos años. Finalmente, el autor analizó la contribución de los Países con Actuación Sectorial Estratégica al crecimiento de las exportaciones y realizó una caracterización de estos. (Martin, 2019)

Martin (2019) aplica el método descriptivo y explicativo, por cuanto describen el proceso de las exportaciones en un periodo de tiempo y como factores como la competitividad y la diversificación tienen influencia para una balanza comercial con superávit; concluyendo en que a pesar de la recesión que sufrió España el sector exportador obtuvo mejorías en cuanto a sus tasas que fueron positivas acompañadas de un superávit en su balanza corriente y que para el 2027 y al mismo tiempo realista en alcanzar un valor de exportaciones de 400.000 millones de euros pues su consecución

supone conseguir, en un entorno de creciente competencia internacional, que las exportaciones crezcan a un ritmo ligeramente superior al registrado en los años pasados.

De manera evidente, el artículo mencionado tiene aportaciones en cuanto al desarrollo de una nueva metodología basada en la utilización de indicadores indirectos de la similitud estratégica entre negocios y ofrecen una visión mucho más dinámica de los beneficios de la diversificación relacionada. El Ecuador es un país que carece en cierta medida de innovación, equipos tecnológicos y multifuncionales, sin embargo, las empresas del sector florícola están adaptándose a las exigencias del consumidor. Por ello, es preciso que el propietario de la finca adopte medidas encaminadas en mejorar su proceso de producción y comercialización con el objetivo de ganar reconocimiento en mercados internacionales.

Antecedente Investigativo 5

Según Camino Segundo, Andrade Víctor y Pesantes Diana, 2016 en su artículo titulado “*Posicionamiento y eficiencia del banano, cacao y flores del Ecuador en el mercado mundial*” publicada por la revista Ciencia UNEMI, donde:

Los productos ecuatorianos se han comercializado en el mercado mundial y han ganado participación con el paso del tiempo los investigadores analizan la inserción del banano, cacao y flores del Ecuador al mercado internacional y observar el nivel de aceptabilidad y posicionamiento de los productos antes mencionados en el mercado objetivo a nivel mundial, teniendo así en primer lugar, el banano ha experimentado una pérdida de eficiencia en el mercado mundial ya que ha cedido participación del mercado, en segundo lugar, las flores ecuatorianas han presentado un crecimiento de las exportaciones y así mismo de la participación de mercado a nivel mundial, pero ha crecido de una manera lenta lo que ocasiona que su inserción al mercado internacional se ubique en el límite entre óptimo y oportunidades perdidas, por último en tercer lugar, el cacao ecuatoriano, de los tres productos analizados es el que se encuentra en la mejor situación en el mercado mundial ya que es muy bueno su posicionamiento y su eficiencia. (Camino, Andrade y Pesantes, 2016)

Camino, Andrade y Pesantes (2016) aplican un enfoque metodológico mixto, debido a que en su investigación se realiza un estudio de los potenciales mercados y competitividad, además, describe el análisis de los resultados obtenidos a través de la información recolectada de las diferentes plataformas sobre comercio exterior, finalmente el Ecuador es un país exportador de materias primas y commodities, específicamente de banano, cacao y flores encontrándose en el top 5 de exportadores a nivel mundial de estos productos y lo que demuestra una inserción positiva al mercado mundial.

El aporte a la investigación se enfoca en la caracterización del Ecuador al ser un país primario-exportador y sus productos se han comercializado a nivel mundial y han ido ganando participación en los diferentes mercados objetivos con el paso del tiempo, y en la actualidad es necesario que se elaboren estrategias para cada uno de los sectores comerciales y productivos del país para con ello obtener ventajas comparativas y competitivas para mantenerse o aumentar su posición en cada uno de los destinos de los productos también necesita atención por parte del estado ecuatoriano para incentivar las exportaciones; el sector florícola aprovecha sus ventajas competitivas en cuanto a su situación geográfica para obtener rosas de calidad las cuales son deseadas por los consumidores, cabe mencionar que este sector para llegar a sus metas comerciales y empresariales han implementado tecnología moderna y adecuada para cada una de las fincas y es así como se logran posicionar en el mercado internacional abriendo oportunidades de mercado y el consumo de las rosas y de sus diferentes variedades.

Antecedente Investigativo 6

De acuerdo con Fernando Lámbarry Vilchis, 2016 en su artículo titulado “*Análisis estructural de la red económica de exportaciones e importaciones de la Alianza del Pacífico y el Mercado Común del Sur*” publicada por la revista ScienceDirect, donde:

Analiza cada uno de los tratados de integración que han ocurrido durante la historia de Latinoamérica, el acuerdo Alianza del Pacífico, representa una oportunidad de unificación regional con el Mercado Común del Sur, con un enfoque abierto y explícito por fortalecer las relaciones con la región Asia-Pacífico, con intervención del Estado en post del bienestar pero que ha

desalentado una integración real y efectiva de sus economías y su inserción en la economía mundial. (Lámbarry, 2016)

Lámbarry (2016) aplica un enfoque metodológico que aplica el autor es cuantitativo y transversal, debido a que analizó y estudió el intercambio económico al interior de los dos tratados de integración y de una eventual unificación de estos, bajo tres atributos estructurales de la métrica de centralidad: cercanía, grado e intermediación y una eventual integración de ambos tratados, a partir del intercambio económico de las importaciones y exportaciones entre los países signatarios y naciones con quienes en forma vigente mantienen relaciones comerciales, con la finalidad de conocer su estructura y funcionamiento.

El aporte a la investigación se centra en la importancia de mantener acuerdos comerciales y el alto grado de participación en las exportaciones que debe tener el Ecuador frente a las alianzas y convenios, como son el intermedio de producto y servicios entre países; donde las partes que intervienen serán beneficiadas mutuamente creando vínculos comerciales, cabe destacar que el Ecuador cuenta con un amplio número de pequeñas y medianas empresas y junto al comercio vienen a ser una de las principales actividades económicas del país, y sus productos tradicionales y no tradicionales, han tenido mucha aceptabilidad por parte de los países latinoamericanos y al mantener acuerdos comerciales entre ellos hace que esta actividad sea fructífera para ambas partes como son la eliminación de los aranceles, aumento de la producción nacional, generando empleo, crear nuevas empresas y además de la facilitación en procedimientos aduaneros siendo el consumidor el más favorecido.

Antecedente Investigativo 7

De acuerdo con Daniel Izquierdo, María Fernanda Mosquera, Gustavo Roble y Segundo Rosales, 2018 en su artículo titulado “*Competitividad en las exportaciones florícolas del Ecuador*” publicado por la revista Ciencia Digital, donde

Los investigadores determinaron que el comercio internacional, además, de ser una materia de estudio es un estilo de vida, una fuente de generación de capital y empleo para varios exportadores e importadores que basan sus negocios en la compraventa de varios productos. En caso de los compradores, cuando por

varias razones como altos costos o escasez de los bienes no se encuentran a su disposición y deben adquirirlos desde otras partes del mundo. Mientras los vendedores, aprovechan los bajos costos y la abundancia de algún producto vendiéndolo y enviándolo hacia otro lugar y generando utilidad. A estas acciones de comercio se les llama importación y exportación respectivamente. (Izquierdo, Mosquera, Roble y Rosales, 2018)

En la investigación Izquierdo, Mosquera, Roble y Rosales (2018) aplican en su metodología un enfoque mixto, porque la trayectoria del artículo realizan un análisis de la información sobre el índice de ventaja comparativa relevada, balanza comercial ecuatoriana, el nivel de exportaciones durante un determinado tiempo, además, describen y explican cada uno de los resultados obtenidos por medio de las páginas web referentes al comercio exterior y a las exportaciones e importaciones de rosas al mercado ecuatoriano, concluyendo así, que el Ecuador es el segundo país competitivo en el sector de exportaciones florícolas siendo superado por Kenya y superando a Colombia y a Países Bajos, también es un país que se ha posicionado en el mercado florícola internacional y es necesario profundizar en la investigación de este mercado para aprovechar todas las ventajas que tiene el país frente a otros.

El aporte a la presente investigación se define en que el Ecuador es un país competitivo a nivel mundial posicionándose en segundo lugar a nivel global y primero en Latinoamérica superando al país vecino Colombia, donde el principal factor de competencia es que las rosas colombianas tienen costos menores en los mercados pero las rosas ecuatorianas compiten por calidad al ser consideradas como las mejores del mundo por su calidad y belleza, por lo cual han ido ganando mercados internacionales y otro aspecto a tomar en cuenta es que es necesario que el país cuente con acuerdos comerciales donde las rosas ingresen con 0% de arancel, beneficiando así a los exportadores ecuatorianos generando un sector competitivo y rentable para el Ecuador, además, de generar ingresos económicos y plazas de trabajo.

Antecedente Investigativo 8

Según Alfredo Yagual, Sofia Lobato y María Teresa Mite, 2018 en su artículo titulado *“Importancia de la explotación de flores sobre el total de las exportaciones FOB no*

tradicionales en Ecuador 2012-2016” publicada por la revista Espacios, donde analizan:

La importancia de las exportaciones de flores sobre el total de exportaciones FOB no tradicionales, cuál es su importancia frente a otros productos no tradicionales, y en los últimos años el sector floricultor en países en vías de desarrollo tiene una alta incidencia y el mercado floricultor tiene una importancia trascendental en el desarrollo económico, además, en los países andinos se presente una ventaja competitiva, un caso muy cercano es del vecino país Colombia, las flores se cultivan en las llanuras de Bogotá, donde las condiciones de cultivo son bastante uniformes. En las tierras altas ecuatorianas las flores se producen en una amplia variedad de microclimas que varían la actitud, el viento prevaleciente y la lluvia, permitiendo cultivar una notable variedad de flores, asimismo, la diversidad de zonas ecológicas en Ecuador es explotada por emprendedores inventivos que buscan igualar flores, campo y mercado para maximizar los beneficios. Como resultado, Ecuador produce algunas de las rosas finas en el mundo y cantidades masivas de rosas de calidad mediana otras flores también. Su capacidad para hacerlo descansa en su geografía humana y física. El trabajo, la tierra y el agua cuestan aún menos que en sus vecinos, el competidor más importante del Ecuador. La ubicación del país es privilegiada la cual le permite no sólo una buena luz solar óptima para el cultivo de flores. (Yagual, Lobato y Mite, 2018)

En cuanto a su metodología Yagual, Lobato y Mite (2018) aplican un diseño de investigación documental y descriptivo, revisan documentación de carácter teórico doctrinario sobre el tema para realizar un análisis e interpretación de la información, como la relación del mercado floricultor que va desde un enfoque macro, meso y micro, es decir, partiendo por la globalización, sector floricultor Europeo, a nivel de Latinoamérica y como incide una adecuada cadena logística para un proceso completo hasta que las rosas lleguen al consumidor final, a través de una serie de principios, protocolos y técnicas que regulan y controlan las actividades de comercialización mediante la mitigación del impacto negativo de las mismas. En conclusión, determinan que las exportaciones de flores sobre el total de exportaciones FOB no tradicionales en Ecuador tienen una importancia baja, debido a que es una parte del rubro de productos

no tradicionales, y representa entre un 12 al 13% del total de las exportaciones FOB totales. Es decir que su representación no es tan considerable frente a otros productos no tradicionales.

Por lo tanto el aporte para la presente investigación a desarrollarse radica en que durante el periodo 2012-2016 la exportación de las rosas representó un porcentaje no superior al 12%, es decir que sobresalga sobre los demás productos no tradicionales, pero actualmente la exportación de rosas a los diferentes mercados internacionales representa ingreso de divisas al país, además, de aumentar el índice de empleo y un negocio rentable, debido a que las rosas están entre los cinco primeros productos más exportados por el país posicionando en segundo lugar a nivel mundial al Ecuador en exportaciones de rosas frescas de calidad.

2.2. MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo de la presente investigación se toma en cuenta fundamentos teóricos conceptuales y legales vigentes a nivel nacional, con la finalidad de dar cumplimiento y respaldo al trabajo de investigación.

2.2.1. Fundamentación teórica

Para sustentar teóricamente las variables de investigación, se procede a destacar algunas de las teorías del comercio exterior de distintos autores en relación con la comercialización de productos a los diferentes mercados internacionales y en cuanto a la competitividad de un producto como se presenta a continuación:

2.2.1.1. *Teoría de la ventaja comparativa*

La teoría de la ventaja comparativa fue planteada por David Ricardo en el siglo XIX en el libro "*Principios de Política Económica*" ampliando la explicación y su alcance de la teoría de Adam Smith que es la Ventaja Absoluta, y se refiere a que un país tiene ventaja comparativa en la elaboración de un producto y su costo de oportunidad en el proceso de producción es inferior en el país de lo que es en otros países del mundo, donde podrán exportar aquellos bienes que su trabajo produce de forma eficiente e importaran los bienes los cuales resultan una producción ineficiente. (Moreno, Narváez y Sancho, 2016)

Esta teoría se relaciona con la variable independiente “Oportunidades de mercado para las rosas ecuatorianas” es importante para el desarrollo de la presente investigación, porque el Ecuador cuenta con una ventaja comparativa en el cultivo y exportación de rosas con respecto a la competencia tanto a nivel latinoamericano como a nivel mundial, debido a que cuenta con el clima, suelo y geografía perfecta, por ende puede producir en este caso las rosas a un precio relativamente bajo, permitiendo llegar a mercados internacionales con rosas de excelente calidad cumpliendo con las exigencias del cliente y a ello se le suma su producción durante todo el año y en diferentes provincias del país; generando una oportunidad de mercados para el sector floricultor ecuatoriano, otorgando un valor competitivo en los destinos internacionales donde cotizan las rosas frescas, a ello se le suma que, la mano de obra barata, precio de la materia prima es accesible y ubicación geográfica la cual otorga características peculiares generando competitividad en las empresas locales.

2.2.1.2. *Teoría de las proporciones de factores*

La teoría de Eli Filip Heckscher y Bertil Ohlin la misma que plantea que los países tienen una abundancia relativa de un factor como trabajo y capital, y así obtener una ventaja comparativa y competitiva en aquellos bienes que se requiere una mayor cantidad de cierto factor o recurso, es decir, que los países podrán exportar los productos que exigen el uso intensivo del factor relativamente abundante y de bajo costo y por otro lado importara productos donde su elaboración requiera el uso intensivo del factor relativamente escaso y costoso del que dispone el país, en otras palabras, es la diferenciación en la dotación y en los precios relativos de los factores. (Steinberg, 2004)

El aporte a la investigación radica en que ayuda a identificar los factores con los que está dotado el Ecuador en el sector florícola ecuatoriano, así como la tierra y mano de obra las cuales toman ventaja comparativa al producir rosas de manera tan eficaz, disminuyendo costos de producción, y para ello se debe de explotar al máximo sus recursos productivos tomando en cuenta que no sean perjudiciales para la sociedad en general aplicando las buenas prácticas de manufactura y responsabilidad social empresarial. La provincia de Imbabura cuenta con factores climáticos y geográficos favorables para el cultivo de rosas, por ende, los floricultores obtienen una ventaja al

producir las flores a un menor costo y al aprovecharlo pueden realizar la exportación de rosas a los diferentes mercados internacionales.

2.2.1.3. *Teoría competitiva*

Esta teoría de Michael Porter señala que las empresas pretenden desarrollar varias actividades que se enfocan en crear, producir y vender para entregar un producto y/o servicio de calidad y de manera rápida, con menos defectos que la competencia y todas las actividades conforman un conjunto denominado como eficiencia operacional, es decir, que hace las mismas actividades que la competencia, pero de una mejor manera. Por otro lado, Porter menciona para que una empresa obtenga éxito en el mercado debe de mantener un constante desarrollo en cuanto a temas como son la innovación y tecnología y que para ello se debe aplicar las estrategias competitivas como son liderazgo, diferenciación y enfoque. (Pérez y Zapata, 2014)

La teoría de la ventaja competitiva está relacionada con la variable “comercialización”, teniendo en cuenta que es una herramienta que aplican muchas empresas y países con el fin de diferenciarse de la competencia para así acaparar a los clientes cumpliendo con las expectativas, y resulta indispensable estudiar a la competencia y desarrollar capacidades y estrategias que permitan obtener ventajas competitivas para llegar a nuevos mercados y para lograr en si la ventaja competitiva, se debe de innovar de acuerdo a las nuevas tendencias y tecnologías del mercado; el sector florícola de la provincia de Imbabura es competitivo en cuanto a los factores de calidad y volumen, y para que la empresa Red Roses logre ingresar a mercados internacionales debe enfocarse en la diferenciación tales como la calidad y variedad de su producto, y adoptando las medidas y estándares de calidad internacionales.

2.2.2. *Fundamentación conceptual*

Para sustentar conceptualmente, se procede con la definición de cada variable de investigación y su desglose en cuanto a su alcance dentro de la presente tesis.



Figura 2. Variable independiente

En la figura 2 se encuentra detallada el desglose de la variable dependiente del tema de investigación.

2.2.2.1. Oportunidad de mercados

Según la Organización Mundial del Comercio (OMC), las oportunidades de mercados son el acceso de productos a los mercados, de acuerdo con las situaciones económicas y las medidas arancelarias y no arancelarias convenidas por los Miembros para la entrada de determinadas mercancías; los compromisos arancelarios respecto de los bienes y servicios se establecen en las listas de concesiones de cada país miembro, lo que significa que no aplica derechos arancelarios a los productos que están en la enumeración. (Organización Mundial del Comercio [OMC], 2020)

2.2.2.2. Competencia

De acuerdo con Gregory Mankiw define a la competencia como la condición donde diferentes agentes económicos (estado, empresas y familias) que tienen participación en el mercado y para mantenerse en la cúspide de la pirámide de la demanda es necesario que desarrollen y apliquen estrategias para lograr minimizar los costos y maximizar los beneficios. (Mankiw, 2017, p. 66)

2.2.2.3. Demanda

Según Gregory Mankiw define a la demanda como la cantidad total demanda de un bien y servicios, que los consumidores desean adquirir con el fin de satisfacer sus necesidades, además, están en condiciones de pagar por ello. (Mankiw, 2017, p. 67)

2.2.2.4. Mercado

Mankiw considera que los mercados son un es el lugar no necesariamente físico por el apareamiento de las nuevas tecnologías donde compradores y vendedores realizan transacciones comerciales o intercambio de bienes y/o servicios entre individuos que interactúan entre sí, para satisfacer al grupo de demandantes y oferentes de un bien específico. (Mankiw, 2017, p. 66).

Monopolio

En términos económicos es una falla del mercado, donde una empresa es la única la que tiene el poder del mercado y en la industria o sector conjuntamente con otra empresa ubicada en una diferente área geográfica, además, tiene el privilegio de vender un producto y/o servicio determinado y diferenciado a sus consumidores, es decir una sola organización domina el mercado de oferta y es probable que fije sus precios libremente tenido como consecuencia afectar a los consumidores que necesitan el producto. (Mankiw, 2017, p. 299).

Oligopolio

Según Mankiw define al oligopolio como una forma de competencia imperfecta donde hay muchas empresas ofreciendo sus productos y/o servicios, frente a un gran número de demandantes y el precio del bien dependerá del resto de los competidores. (Mankiw, 2017, p. 349)

2.2.2.5. Oferta

En términos económicos, se define como la cantidad total de bienes y servicios que están disponibles que se ofrecen y que quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado, el cual es regulado por entidades gubernamentales de cada país. (Mankiw, 2017, p. 73)



Figura 3. Variable independiente

En la figura 3 se especifica el desglose de la variable independiente del tema de investigación.

2.2.2.6. Comercialización

Es un conjunto de funciones que se desarrollan desde que el producto sale de las instalaciones de la empresa o infraestructura de un productor hasta que llega al cliente o intermediario, además, es un mecanismo de coordinación para las transferencias que realizan los diferentes agentes inmiscuidos en una cadena productiva. (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2018)

2.2.2.7. Estudio de mercado

De acuerdo con Randall es “la recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing”, es decir, es un conjunto de acciones que se ejecutan para analizar la oferta y demanda, el precio y los canales de distribución de los productos, para que un producto ingrese en un nuevo mercado. (Randall, 2016, p. 120)

2.2.2.8. Estudio técnico

Según Gabriel Baca un estudio técnico “consta de determinar el tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal”, es decir permite analizar algunas opciones tanto tecnológicas e innovadoras para producir los productos finales y servicios a los que se dedica la

empresa, así mismo consiste en determinar la factibilidad de cada opción en la cadena de producción con el fin de que sea más óptimo y eficiente alcanzando los objetivos empresariales. (Baca, 2013, p. 6)

2.2.2.9. Estudio financiero

El estudio financiero se ejecutan los recursos económicos para poder llevar a cabo un proyecto, previo un estudio los resultados analizados determinaran la viabilidad de este, también el costo total del proceso de producción, al igual que los ingresos que estima recibir cada una de las etapas del proyecto. (Canive y Balet, 2017)

2.2.2.10. Logística

La logística es la suma de conocimientos necesarios para realizar adecuadamente una operación de comercio, sea de importación o de exportación, donde hay que identificar cada paso y en los momentos en que ocurren cada operación como son el despacho aduanal, los fletes terrestres, aéreos, y marítimos nacionales e internacionales, entre otros. (Peñaranda, 2017)

2.2.2.11. Competitividad

Es la capacidad de las empresas por competir y desarrollar estrategias con el fin de generar mayor satisfacción al ofrecer sus productos a los consumidores, siendo eficientes y eficaces con respecto a la competencia de la industria. (Roldán, 2016)

2.2.3. Fundamentación legal

Para dar soporte legal a la investigación se procede a tomar en cuenta a la pirámide de Kelsen que representa gráficamente el sistema jurídico escalonado del Ecuador que también está relacionado con las leyes y normas teniendo en la cúspide a la Constitución, los tratados y convenios internacionales, leyes orgánicas, normas, decretos y terminando con las demás decisiones y actos de los poderes públicos.

2.2.3.1. Constitución de la República del Ecuador 2008

Según la Constitución de la República del Ecuador en el artículo 306 manifiesta que:

El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza. (Const. 2008/art.306)

De acuerdo con la Constitución del Ecuador en el artículo 319 manifiesta que:

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional. (Const. 2008/art.319)

Por otra parte, en el artículo 320 “La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social”. (Const. 2008/art.320).

La constitución ecuatoriana apoya e incentiva a las pequeñas y medianas empresas emprendedoras para que logren posicionarse en mercados internacionales, pues la creación de compañías nacionales genera plazas de trabajo e ingresos para el estado ecuatoriano, además, colabora con aquellas que generan valor agregado a los bienes para que lograr obtener productos industrializados, por ende, los empresario y/o emprendedores el sector florícola se benefician de las leyes nacionales para con ello exportar las rosas a los diferentes países con los cuales se cuenta con acuerdos comerciales y acceder a la exoneración parcial o total de los tributos al comercio exterior.

2.2.3.2. Principales Acuerdos y Convenios Internacionales del Ecuador

El Ecuador mantiene varios acuerdos comerciales con distintos países como se describe brevemente.

Tabla 1. Acuerdos y convenios internacionales

No.	Acuerdo	Descripción
1	Acuerdo Comercial Multipartes de Ecuador y Unión Europea	<p>El acuerdo ha permitido importar variedad bienes alimenticios, maquinarias, libros, insumos médicos, automóviles, etc., a un menor costo; y las exportaciones también se han visto beneficiadas, en el 2016 el comercio entre Ecuador y la Unión Europea fue de \$ 4.746 millones, mientras que para el 2018 se logró aumentar hasta llegar a \$ 6.235 millones. (Vicepresidencia de la República del Ecuador, 2020)</p> <p>La Vicepresidencia de la República del Ecuador (2020) determina esta relación comercial bilateral ha favorecido al país para mejorar la industria nacional y así poder ofrecer productos de mejor calidad y a precios competitivos a nuestros distintos socios comerciales.</p> <p>Por otro lado, las condiciones de acceso de varios productos ecuatorianos al mercado de la Unión Europea mejorarán sustancialmente y algunos de los productos que se benefician con este acuerdo son rosas, frutas frescas (melones, pitahaya, papaya, uvilla, maracuyá, guabas, mango, frutas congeladas, piñas, café, atún, cacao, camarón, maderas, textiles, y manufacturas plásticas. (Vicepresidencia de la República del Ecuador, 2020)</p>
2	Acuerdo de Complementación Económica Ecuador-Chile	<p>La Federación Ecuatoriana de Exportaciones [FEDEXPORT] (2018) menciona que la situación de relaciones comerciales en el Ecuador ha estado principalmente enmarcada por la exportación de materia prima e importación de productos elaborados. Esto ha generado una desventaja al depender del área agrícola, como el cacao, café, banano y flores como principales productos comercializados. Mientras que no ha</p>

cambiado su matriz productiva, dependiendo de las importaciones para la demanda de bienes manufacturados por parte de la población económicamente activa.

Dentro de los objetivos del Acuerdo de Complementación (ACE) se encuentran, la eliminación de barreras comerciales entre los países miembros ya sea la eliminación de aranceles entre ambos o reducción de restricciones hacia las importaciones, además, también buscan promover el desarrollo cooperativo entre los países que conforman en acuerdo. Se requiere entablar relaciones de inversión para la estimulación del crecimiento productivo y económico. (Cárdenas, 2016)

- 3 Comunidad Andina El Ecuador es país miembro de esta integración subregional que fue creada mediante el Acuerdo de Cartagena con el propósito de mejorar la calidad de vida y desarrollo de los habitantes de los Países Miembros mediante la integración y la cooperación económica y social, esta integración la conforma Colombia, Perú y Bolivia.

Lo que busca esta política comunitaria es aumentar la calidad de vida de las personas y el desarrollo de sus naciones, dentro de los ámbitos territoriales fronterizos entre los Países Miembros de la Comunidad Andina (CAN). (Cancillería de Colombia, 2019)

Se establecieron las Zonas de Integración Fronteriza (ZIF) para impulsar el desarrollo económico de las zonas y facilitar la libre movilización de personas, bienes, capitales y servicios, a través de los pasos de frontera se estableció el mecanismo de los Centros Binacionales de Atención en Frontera (CEBAF) (Decisión 502). (COMINIDAD ANDINA, 2019)

- 4 Asociación Latinoamericana de Integración Es el mayor grupo latinoamericano de integración que está conformado por 13 países Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay, Venezuela, Cuba y Panamá, que permite impulsar un mercado latinoamericano común. (Asociación Latinoamericana de

Integración [ALADI], 2019)

Los países calificados de menor desarrollo económico relativo de la región (Bolivia, Ecuador y Paraguay) gozan de un sistema preferencial. A través de las nóminas de apertura de mercados que los países ofrecen a favor de los PMDER; de programas especiales de cooperación (ruedas de negocios, preinversión, financiamiento, apoyo tecnológico); y de medidas compensatorias a favor de los países mediterráneos, se busca una participación plena de dichos países en el proceso de integración. (ALADI, 2019)

Se caracteriza por:

- Preferencia Arancelaria Regional.
- Acuerdos de Alcance Regional, Nomina de apertura de mercados a favor de países de menor desarrollo donde esta Ecuador, Bolivia y Paraguay.

Acuerdos de Alcance Parcial, en los que participan dos o más países miembros. (ALADI, 2019)

Fuente: Vicepresidencia del Ecuador y FEDEXPORT

El Ecuador mantiene tratados y convenios internacionales de manera bilateral y con bloques económicos, lo cual es beneficioso para el país pues con ello se puede acceder a beneficios arancelarios y hacer que los productos ecuatorianos estén exentos de los tributos al comercio exterior y se genera un ir y venir de productos y sería “Mas Ecuador en el mundo y más mundo en el Ecuador”

2.2.3.3. *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*

Según el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones en el artículo 154 manifiesta que:

La exportación definitiva es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico ubicada dentro del territorio aduanero ecuatoriano, con sujeción a las disposiciones establecidas en el

presente Código y en las demás normas aplicables. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones [COPCI], 2018/art.154).

La exportación definitiva es uno de los regímenes aduaneros más utilizados dentro de las exportaciones de no transformación y se basa legalmente en el COPCI, en pocas palabras es la salida definitiva de las mercancías ecuatorianas fuera del territorio nacional hacia los diferentes destinos internacionales, añadiendo así que las exportaciones de rosas cada año e incluso a pesar de la pandemia del Covid-19, ha ido creciendo de a poco, obteniendo representativamente divisas para el Ecuador.

2.2.3.4. *Plan de Desarrollo del Buen Vivir*

De acuerdo con el Plan de Desarrollo del Buen Vivir 2017-2021, establece en su objetivo 5 de promover la productividad y competitividad para el desarrollo económico sostenible de manera solidaria y redistributiva, es decir que se impulse una economía basada en el aprovechamiento de los recursos naturales que existen en el Ecuador, además, de una economía circular donde se dé cumplimiento con los Objetivos Nacionales de Desarrollo y de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo [SENPLADES], 2017)

Es importante que se mantenga una brecha firme con la naturaleza donde todas las empresas apliquen la Responsabilidad Social Empresarial, así mismo, otorgar valor agregado a los productos primarios que se producen en mayores cantidades y con buena calidad y comercializarlos internacionalmente, sin dejar de lado a los actores que se encuentran inmiscuidos dentro de todo el proceso, generando plazas de trabajo con remuneraciones dignas y seguridad social, lo cual implica desarrollar una economía que reduzca las asimetrías del mercado laboral, incorpore mayor conocimiento y capacidad de innovación, y que cuente con una política industrial clara.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

Para realizar el presente trabajo de titulación se utilizó el tipo de enfoque cualitativo y cuantitativo.

3.1.1. Enfoque cualitativo

La presente investigación aplicó un enfoque cualitativo según Hernández, Fernández y Baptista (2014), en su libro de Metodología de la Investigación menciona que la ayuda con la profundidad de datos e información, riqueza interpretativa, detalles y experiencias, es decir, que se basa en el análisis de la información recogida buscan identificar las cualidades de cada componente para así interpretar mediante un informe los resultados de los estudios realizados.

Este enfoque se utilizó en la investigación para describir el análisis de los resultados los cuales se obtuvieron y permitieron dar una solución a los problemas que mantiene la empresa Red Roses por medio de la entrevista y la observación, y con la información que se recolectó permitió conocer el proceso de producción de rosas, de las características que requiere el producto para ser exportado e identificar por medio de documentos bibliográficos y linkográficos sobre los usos y aplicaciones que tiene las rosas.

3.1.2. Enfoque cuantitativo

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) “representa un conjunto de proceso y utiliza la recolección de datos para probar Hipótesis con base en la medición numérica y análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (p.4).

Se aplicó este tipo de enfoque porque se realizó un análisis estadístico en cuanto a los potenciales mercados, la competitividad en relación con la demanda y producción y distribución de la empresa “Red Roses” para las rosas frescas, con la interpretación de datos y se consiguió resultados precisos en cuanto cual será el mercado más factible para su exportación donde la información fue conseguida mediante la revisión documental, encuestas y estadísticas o datos referentes al comercio exterior.

3.1.3. Tipo de investigación

3.1.3.1. Investigación descriptiva

Según Martínez esta investigación “es aquel método de investigación que se centraba en describir las características de un sujeto o fenómeno con el registro, análisis e interpretación la situación actual del escenario” (Martínez, 2019).

El tipo de investigación descriptiva permitió analizar y describir cada elemento que intervino en las variables de manera detallada para lograr un diagnóstico de la situación de la empresa para saber si estaba en condiciones de cubrir con la demanda extranjera, además, si el precio de las rosas es competitivo con los demás del mercado e identificar los diferentes acuerdos comerciales que mantiene el Ecuador con los diferentes países de igual manera las barreras arancelaria y no arancelarias impuestas por la nación de destino, por medio de internet y de datos secundarios donde se encontraron datos y estadísticas sobre la comercialización de las rosas.

3.1.3.2. Investigación explicativa

Arias (2017) menciona que se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto, en este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas, como los efectos, mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimiento.

Con el estudio de los potenciales mercados internacionales para la comercialización de rosas de la empresa “Red Roses” se identificó los diferentes factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos que permitirán la oportunidad de exportación para la empresa antes mencionada, conociendo las características del perfil del consumidor y se analizó los resultados obtenidos del estudio determinando así el mercado, además, se manejaron fichas técnicas, internet y documentos que proporcionaron la información necesaria para la investigación.

3.1.3.3. Investigación de campo

Consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde concurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental. (Arias, 2017)

Se aplicó la investigación de campo al momento de realizar las diferentes etapas de observación para la debida recolección de información, a través de fichas de observación, encuestas y una entrevista dirigida al propietario de la empresa Red Roses.

3.2. IDEA QUE DEFENDER

Las oportunidades de mercados internacionales inciden en la comercialización de rosas de la empresa Red Roses del cantón Otavalo

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

3.3.1. Definición de variables

3.3.1.1. Variable independiente

Oportunidad de Mercados Internacionales

Las oportunidades de mercado son situaciones favorables debido a que aprovechan una necesidad por parte de los clientes, logrando así satisfacer una demanda o presentar un nuevo bien o servicio que destaque en el mercado por su potencial innovador generando beneficios económicos para la compañía. (García, 2017)

3.3.1.2. Variable dependiente

Comercialización

Es el conjunto de acciones, procedimientos y estrategias encaminados a comercializar productos y servicios para introducir de manera eficaz a un determinado mercado nacional o internacional y conseguir que llegue finalmente al consumidor con un adecuado sistema de distribución. (Secretaría de Economía, 2020)

3.3.2. Operacionalización de variables

Tabla 2. Operacionalización de la variable independiente y dependiente

Variables	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumento
Oportunidad de Mercado Internacionales	Demanda del Mercado	Entorno	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la situación política en la que se encuentra el país? • ¿Cuál es la situación económica en la que se encuentra el país? • ¿Cuál es la situación social en la que se encuentra el país? 	Revisión bibliográfica (Análisis linkográficos y bibliográfico)	Internet: sitios web, archivos PDF, artículos Datos secundarios
		Mercado	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son los gustos y preferencias del consumidor? • ¿Cuál es la tendencia del consumidor? • ¿Cuál es el salario del consumidor? • ¿Cuál es el perfil del consumidor? • ¿Cuál es la demanda? 	Observación	Fichas de observación Grabadora
		Producto	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es el precio de las rosas en el mercado de destino? • ¿Cuáles son los productos sustitutos de las rosas? • ¿Cuáles son las barreras arancelarias y no arancelarias para el mercado de destino? • ¿EL Ecuador mantiene acuerdos comerciales? 	Entrevista no estructurada	Guía de entrevista

Comercialización	Oferta	Entorno	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la capacidad de producción? • ¿Cuál es la situación actual del sector florícola? • ¿Cómo está la situación económica del Ecuador? 	Revisión bibliográfica (Análisis linkográficos y bibliográfico)	Internet: sitios web, archivos PDF, artículos
		Exportación	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son los requisitos del empaque y embalaje? • ¿Qué medio es el adecuado para el transporte de las rosas hasta llegar al mercado de destino? • ¿Cuál es el Incoterms que va a utilizar? • ¿Cuáles son los costos de origen? • ¿Cuáles son los costos de destino? 		Encuesta
		Producto	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son las características de las rosas frescas? • ¿Cuál es la competencia a nivel nacional? • ¿Cuál es la capacidad de rosas a procesar por parte de la empresa? 		Cuestionario

Fuente: Elaboración propia

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. Método deductivo e inductivo

Según Hernández, Zapata y Mendoza menciona en su libro de metodología de la investigación que “el método deductivo los investigadores parten de hechos particulares o concretos para llegar a conclusiones generales”, por otro lado “el método inductivo es donde los investigadores parten de proposiciones generales o más universales para llegar a una afirmación particular”. (Hernández, Zapata y Mendoza, 2017)

El método deductivo fue utilizado porque hay datos cuantitativos como son cantidades de las exportaciones de rosas a nivel mundial, balanzas comerciales y de pagos, y para determinar cuál sería el mejor destino se realizó el correspondiente análisis de estos datos, enfocándose en la empresa Red Roses ubicada en la provincia de Imbabura.

En cuanto al método inductivo fue aplicado para la recopilación de datos referentes a la situación actual, con el fin de determinar e identificar las ventajas y desventajas de la comercialización de rosas frescas, también en cuanto a la competencia del sector florícola de la provincia de Imbabura y Pichincha.

3.4.2. Técnicas e Instrumentos

Tabla 3. Técnicas e instrumentos

Técnicas e instrumentos	Características
Revisión bibliográfica	Se recolecto, selecciono y clasifico datos e información proveniente de distintas fuentes en relación con el comercio exterior como, páginas web, artículos, revistas y libros que a través de un informe se plasma información en cuanto a destinos de exportación, gustos y preferencias de las rosas de la empresa Red Roses también la demanda que establece una base para la realización de un análisis e interpretación.
Entrevista semi estructurada	Esta técnica permite al investigador tener libertad y flexibilidad de plantear las preguntas para que sea más fácil de responder por parte del sujeto de estudio, lo que permite la

	<p>recolección de datos de forma más detallada o de factores que pudieron ser ignorados durante el planteamiento de la investigación, donde se realizó una serie de preguntas relacionadas con la comercialización y producción de rosas, además, está dirigida a expertos cultivo, proceso y exportación de las rosas.</p>
<p>Observación</p>	<p>Esta técnica se la utilizo con el fin de observar detenidamente los procesos que se llevan a cabo dentro de cada área de la florícola “Red Roses”, y tener conocimiento de sus principales características y actividades para la venta de las flores.</p>
<p>Encuesta</p>	<p>Con esta técnica se logró recopilar información por medio de un cuestionario, además es el medio más común para la realización de estudio de mercado, donde se pudo determinar la respuesta de los potenciales clientes en relación con sus gustos y preferencias, además de identificar distintos factores que influyen en la compra de las flores. Para ello, se seleccionó un grupo de personas manejables a quien estuvo dirigida la encuesta para obtener información precisa tanto a la competencia como a la demanda internacional.</p>
<p>Fichas de observación</p>	<p>Este instrumento de investigación se utilizó para obtener información detallada sobre la situación económica, política, legal, social, entre otras, de los posibles destinos para las rosas ecuatorianas, además, de datos precisos sobre las rosas, con el fin de obtener información amplia sobre el entorno de cada país para determinar cuál es el óptimo para efectuar la exportación.</p>
<p>Datos secundarios</p>	<p>La información de los datos secundarios fue recopilada de</p>

tesis, investigaciones, libros, instituciones, universidades que tienen relación con el tema de investigación como son las estadísticas de las exportaciones de las rosas ecuatorianas a los diferentes mercados internacionales, el perfil del consumidor, acuerdos comerciales que mantiene el país, identificar a la competencia, fichas de información sobre el entorno económico, político, social, demográfico, entre otros factores macro y microeconómicos de los potenciales pies de destino, entre otro tipo de información que ayudo para la elaboración del trabajo de investigación.

Fuente: Hernández, Fernández y Samperi

La tabla describe las técnicas e instrumentos que serán aplicados para la recopilación de datos necesarios para la investigación donde se obtendrá información primaria y secundaria.

3.4.3. Población y muestra

3.4.3.1. Población

Según Mendoza y Hernández (2018) “la población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común la cual se estudia y da como origen a los datos de la investigación” (p.114).

Tabla 4. Empresas exportadoras de rosas de la provincia de Imbabura

Población	
Empresas exportadoras	12
Cultivos	28
TOTAL	40

Fuente: Agrocalidad

3.4.3.2. Muestra

De acuerdo con Mendoza y Hernández (2018), menciona que “la muestra es el grupo de individuos que es tomada de la población, para ser estudiada basada en un fenómeno

estadístico” (p.38), es decir, la muestra se enfoca en seleccionar un grupo de sujetos para realizar el correspondiente análisis de la investigación. Cabe recalcar que no supero a los 50 sujetos a investigar, por ende, no se aplicó ninguna fórmula estadística para la determinar esta.

De acuerdo con la lista oficial de empresas certificadas de producción de rosas de exportación, la población son las empresas ubicadas en la provincia de Imbabura las mismas que destacan en actividades como producción, acopiadoras y exportadoras. (Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca, 2016)

Empresas productoras-exportadoras de rosas

En la siguiente tabla que se presenta a continuación, están enlistadas ciertas empresas productoras-exportadores de rosas frescas ubicadas en la provincia de Imbabura, mismas que se les realizó la encuesta para la recopilación de información relevante para la investigación, de acuerdo con los datos de Agrocalidad de Imbabura.

Tabla 5. Empresas ubicadas en la provincia de Imbabura

No.	Razón Social	Tipo de Registro	Producto Ornamental	Contacto
1	ANAFO FLOWERS CIA. LTDA	Acopiador- Exportador	Rosas	06-2 906 236
2	ROSAS DE PERUGACHI ROSASPE S. A	Productor- Exportador	Rosas	06-2 668 065
3	ROSAS DEL MONTE ROSEMONTE S. A	Productor- Acopiador- Exportador	Rosas	06-3801158
4	GLOW FLOWERS PRODUCCION S.A.	Productor- Exportador	Rosas	06- 291-8225
5	FLORES DE TUMBABIRO S.A. FLORETUM	Acopiador- Exportador	Rosas	

6	ROSES INFINITY	acopiador	Rosas
7	J Y K	Comercializador	Rosas

Fuente: Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca

Principales empresas exportadoras de rosas frescas

De acuerdo con los datos recolectados de Cobus Group, en la siguiente lista se muestra las principales empresas exportadoras de rosas frescas bajo la subpartida arancelaria 0603.11 hacia los principales mercados internacionales.

Tabla 6. Empresas exportadoras de rosas con destino a Estados Unidos de América y Alemania

No.	Nombre de la empresa exportadora	País importador
1	OLYA FARMS S.A.	Estados Unidos de América, Países Bajos y Alemania
2	GROWFLOWERS PRODUCCIONES S.A.	Estados Unidos de América
3	CULTIVOS VERDES S.A. CULTIVERDE	Estado Unidos de América
4	FLORES ECUATORIANAS DE CALIDAD FLORECAL S.A.	Alemania y Países Bajos
5	ECUANDROS ECUADORIAN NEW ROSES S.A.	Alemania, China y Kazajistán

Fuente: Cobus Group

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

Plan de recolección de la información para el Estudio de Mercado

La información se la obtuvo mediante fuentes primarias y secundarias, como primera instancia se hizo un acercamiento al realizar una entrevista al propietario de la florícola “Red Roses”, donde se planteó preguntas en cuanto a la producción y comercialización de las rosas, con el fin de obtener datos de primera mano y saber así sobre la actualidad de la empresa.

Por otro lado, los datos de la investigación fueron recolectados por parte de fuentes de: Trade Map, Agrocalidad, Banco Central del Ecuador, Banco Mundial, Datos Macro, Expoflores, entre otros, para con ello dar cumplimiento con los objetivos establecidos en el trabajo de investigación.

La florícola “Red Roses” es una empresa que trabaja en el sector floricultor y que opera en la provincia de Imbabura, y sus actividades se limitan al abastecimiento del mercado local, sin embargo, al contar con tierras productivas se proyecta a la exportación directa siendo sus principales destinos Estados Unidos de América, Federación de Rusia y Países Bajos, debido a que las rosas ecuatorianas son apetecidas por su calidad y variedad que se ofertan. Con el fin de conocer las nuevas oportunidades de mercado se toma en cuenta los acuerdos comerciales internacionales que mantiene el Ecuador con diferentes países del mundo. Por ello, se realizó la Matriz del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM), y con ello conocer el mercado más factible para la exportación de rosas, donde se analizó los diferentes factores políticos, económicos, sociales por mencionar los más principales.

Por otra parte, se identificó la clasificación arancelaria de las rosas, con la finalidad de realizar la recopilación de datos y consiguiente a ello el análisis de la información, como se muestra en la siguiente tabla:

4.1.1. Descripción y posición arancelaria

A continuación, se detalla la información y clasificación arancelaria del producto elegido:

El producto



Figura 4. Rosas

Tabla 7. Información del producto

Rosas	
Nombre científico	<i>Rosas sp</i>
Descripción del producto	<p>Las rosas actualmente son muy comercializadas por el tema de la decoración, perfumería y en jardines (terrazas de edificios), entre otros.</p> <p>Las empresas que se enfocan en el cultivo de las rosas deben tener en cuenta los factores climáticos y de altitud, para ofrecer una rosa de calidad.</p>
Colores	Rojo, blanco, amarillo, rosado, azul, naranja, etc.

Fuente: Florespedia

Clasificación arancelaria

Rosas

Tabla 8. Clasificación arancelaria de las rosas

ARANCEL		POSICIÓN
SECCIÓN	II	Productos del Reino Vegetal
CAPITULO	06	Plantas vivas y productos de la floricultura
PARTIDA	0603	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.
SUBPARTIDA	0603.11	Rosas

Fuente: Resolución 20

4.1.2. Estudio de Mercado

Por medio de la plataforma TRADE MAP, la cual permitió obtener información de datos estadísticos de las exportaciones e importaciones de cada país y de los diferentes productos que se comercializan alrededor del mundo. Donde se analizó los principales países importadores de rosas a nivel mundial, cabe recalcar que para conseguir dicha información se indago bajo la subpartida arancelaria 0603.11 Rosas “flores y capullos” cortadas para ramos o adornos frescas”, por último, se tiene en cuenta los datos de cinco años atrás, es decir desde el periodo 2016-2020.

A continuación, se detalla los principales mercados exportadores e importadores a nivel mundial y desde el Ecuador de las rosas:

4.1.2.1. Principales países importadores de rosas frescas a nivel mundial

Unidad: Miles de Dólares Americanos

Tabla 9. Principales países importadores de rosas frescas a nivel mundial

Importadores	Valor importado en					Total FOB USD	Tasa de crecimiento	Porcentaje de Participación
	2016	2017	2018	2019	2020			
1 Estados Unidos	\$569.544	\$580.741	\$636.538	\$696.393	\$680.016	\$3.163.232	3.61%	26.50%
2 Países Bajos	\$645.559	\$636.202	\$560.039	\$512.638	\$586.497	\$2.940.935	-1.90%	24.64%
3 Alemania	\$365.820	\$370.710	\$383.278	\$359.489	\$338.567	\$1.817.864	-1.54%	15.23%
4 Reino Unido	\$215.968	\$209.406	\$225.498	\$187.657	\$174.232	\$1.012.761	-4.20%	8.48%
5 Federación de Rusia	\$180.682	\$179.833	\$192.312	\$161.670	\$133.568	\$848.065	-5.86%	7.10%
6 Francia	\$157.493	\$155.794	\$157.272	\$141.753	\$125.881	\$738.193	-4.38%	6.18%
7 Bélgica	\$41.707	\$40.572	\$97.952	\$119.826	\$103.649	\$403.706	19.97%	3.38%
8 Polonia	\$29.639	\$48.185	\$75.822	\$95.337	\$73.371	\$322.354	19.88%	2.70%
9 Italia	\$77.878	\$76.319	\$83.200	\$60.389	\$64.458	\$362.244	-3.71%	3.03%
10 Suiza	\$68.084	\$67.401	\$67.540	\$63.353	\$61.906	\$328.284	-1.88%	2.75%
Total FOB						\$11.937.638		

Fuente: Trade Map

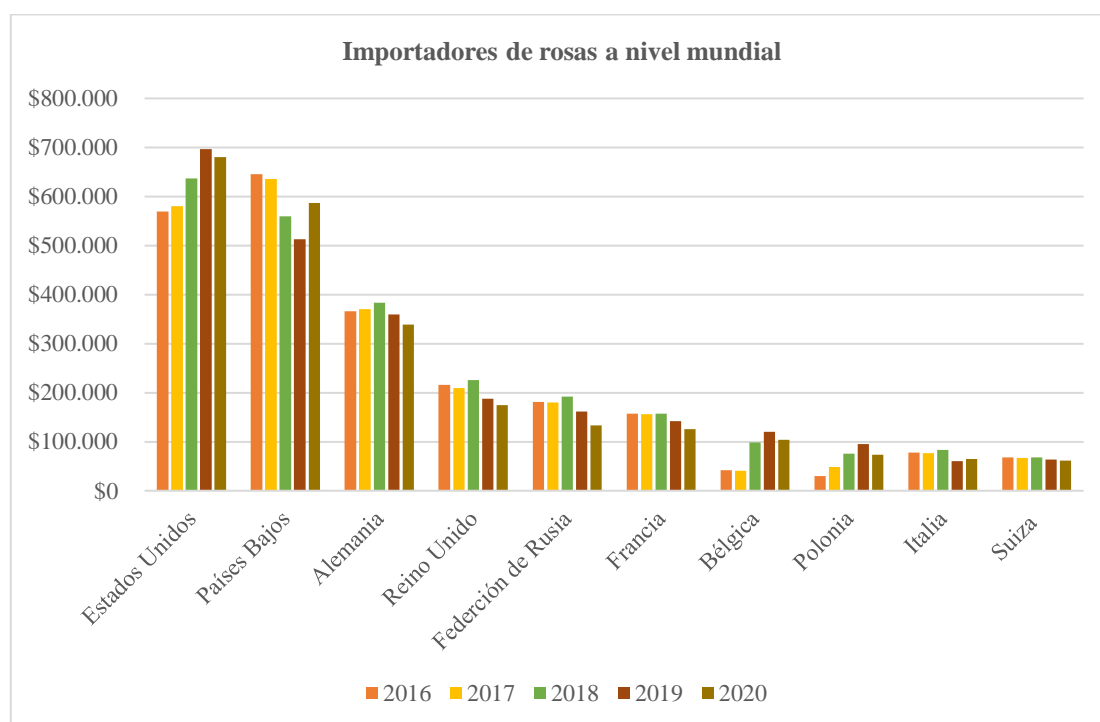


Figura 5. Principales importadores de rosas frescas a nivel mundial

Fuente: Trade Map

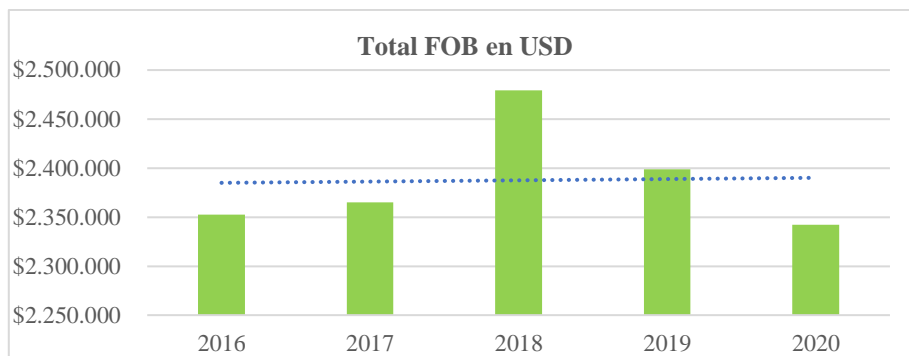


Figura 6. Evolución de las importaciones de rosas a nivel mundial
Fuente: Trade Map

En la tabla 8 muestra los mercados consumidores de rosas fresca a nivel mundial, es decir, que dichos importadores compran rosas de todos quienes son exportadores de este producto sin tener preferencia por alguno en específico; se puede apreciar que Estados Unidos de América es quien lidera esta lista de mercados potenciales, es por ello que se le toma en cuenta como posible mercado objetivo, como segunda opción se encuentra Pasaje Bajos pero hay que tener en cuenta que este no es solo un país importador sino que también es exportador de rosas posicionando así como nuestra competencia en el lado oriental pero no deja de ser un mercado atractivo para la venta de este producto, finalmente Federación de Rusia es otro de los mercados potenciales pero a pesar de que existe una diferencia de cantidades notorias a diferencia del primer país, aun así es considerado como un mercado estratégico para la venta; los tres potenciales mercados identificados serán analizados mediante factores internos que los caracteriza, para así determinar el destino más óptico y adecuado para la comercialización internacional de la florícola Red Roses.

Hay que mencionar que al momento de ingresar las rosas en el mercado estadounidense debe de cumplir con todos los requisitos y estándares de calidad exigidos, para brindar un servicio garantizado a los clientes y mantener un compromiso claro en términos referentes al comercio exterior en cuanto a la comercialización, distribución y venta.

4.1.2.2. Principales empresas importadoras a nivel mundial

En la siguiente tabla se muestra un listado de las principales empresas importadoras a nivel mundial disponibles en Trade Map bajo la subpartida arancelaria 0603.11 que corresponde a las Rosas “flores y capullos”, cortados para ramos o adornos frescos.

Tabla 10. Principales empresas importadoras a nivel mundial disponibles en TRADE MAP

Categoría de productos	Número de empresas importadoras
Almacenes para viveros y jardines al detalle	1574
Árboles y arbustos de fruta	606
Arbustos ornamentales	820
Bulbos	501
Flores cortadas	965
Flores y plantas (al por mayor)	275
Flores y suministros para floristería	3788
Flores, hojas, ramas y hierbas desecadas, preparadas y teñidas químicamente	111
Floristas	453
Importadores exportadores de flores y productos de horticultura	369
Plantas decorativas	1452
Plantas para suelos o tierras ácidas	531
Productos ornamentales y de vivero	1970
Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas	2
Rosas cortadas	37
Semillas, agrícolas y hortícolas	1337
Servicios de propagación vegetativa y fitomejoramiento.	75

Fuente: Trade Map

Con respecto a las empresas importadoras de rosas frescas existen varias categorías donde se agrupan de acuerdo con su razón social donde existen alrededor de 14.866 grandes, medianas y pequeñas empresas u organizaciones que se dedican a esta actividad, ya sea para abastecer tanto al mercado nacional, local e incluso internacional que están ubicadas en todo el mundo.

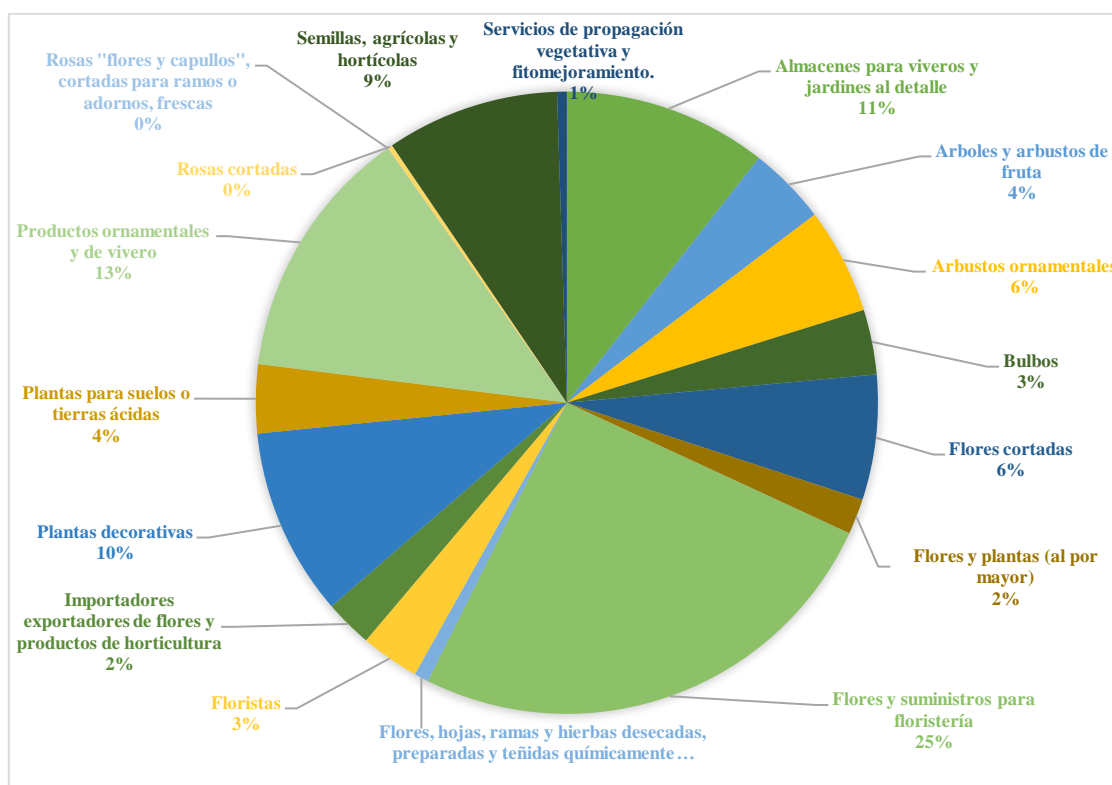


Figura 7. Distribución de las empresas importadores disponibles en Trade Map
Fuente: Trade Map

De acuerdo con los datos de la tabla 10 sobre la parte de la participación de mercados en la figura 7 muestra los principales países importadores a nivel mundial de rosas frescas, bajo la subpartida arancelaria 0603.11 Rosas "flores y capullos", cortados para ramos o adornos frescos. Se puede apreciar claramente que Estados Unidos de América es el principal importador convirtiéndose así en el mayor mercado con oportunidades para la comercialización del producto a exportar, seguidamente de Países Bajos y Alemania que no se pueden descartar como posibles mercados de destino por establecer brechas comerciales y así poder acceder a preferencias arancelarias.

Cabe recalcar que según la tasa de crecimiento el mercado idóneo sería el mercado de Bélgica al obtener un 19.97%, seguido por los compradores polacos ya que alcanzó un 19.88%, donde el margen de diferencia es de 0.09% y en tercer lugar se logró posicionar la empresa estadounidense con un 3.61% del nivel de crecimiento al momento de adquirir rosas frescas.

4.1.2.3. Principales destinos de rosas exportadas por Ecuador

Unidad: Miles de Dólares Americanos

Tabla 11. Exportaciones del Ecuador hacia mercados internacionales

Importador	Valor importado en					Tasa de crecimiento	Porcentaje de participación	Total FOB USD
	2016	2017	2018	2019	2020			
1 Estados Unidos de América	\$249.545	\$266.980	\$275.022	\$256.229	\$272.151	-0.02%	48.70%	\$1.337.158
2 Rusia	\$110.656	\$105.035	\$124.800	\$125.153	\$116.970	3.88%	21.82%	\$598.987
3 Países Bajos	\$46.035	\$44.583	\$43.365	\$53.243	\$52.408	4.94%	9.12%	\$250.337
4 Italia	\$20.105	\$22.150	\$22.452	\$24.695	\$23.634	2.37%	4.29%	\$117.837
5 Ucrania	\$12.155	\$11.346	\$12.879	\$12.817	\$20.598	13.46%	2.88%	\$78.973
6 España	\$16.216	\$15.390	\$18.452	\$21.327	\$19.897	8.24%	3.57%	\$97.931
7 Kazajstán	\$9.722	\$11.285	\$18.743	\$18.887	\$19.321	15.43%	3.33%	\$91.358
8 Canadá	\$19.101	\$14.457	\$15.850	\$15.685	\$15.330	1.98%	2.81%	\$77.266
9 Chile	\$11.473	\$10.957	\$12.418	\$10.414	\$9.493	-3.39%	1.91%	\$52.503
10 Suiza	\$7.913	\$8.594	\$8.583	\$9.061	\$8.304	-0.13%	1.57%	\$43.080
								Total FOB

Fuente: Trade Map

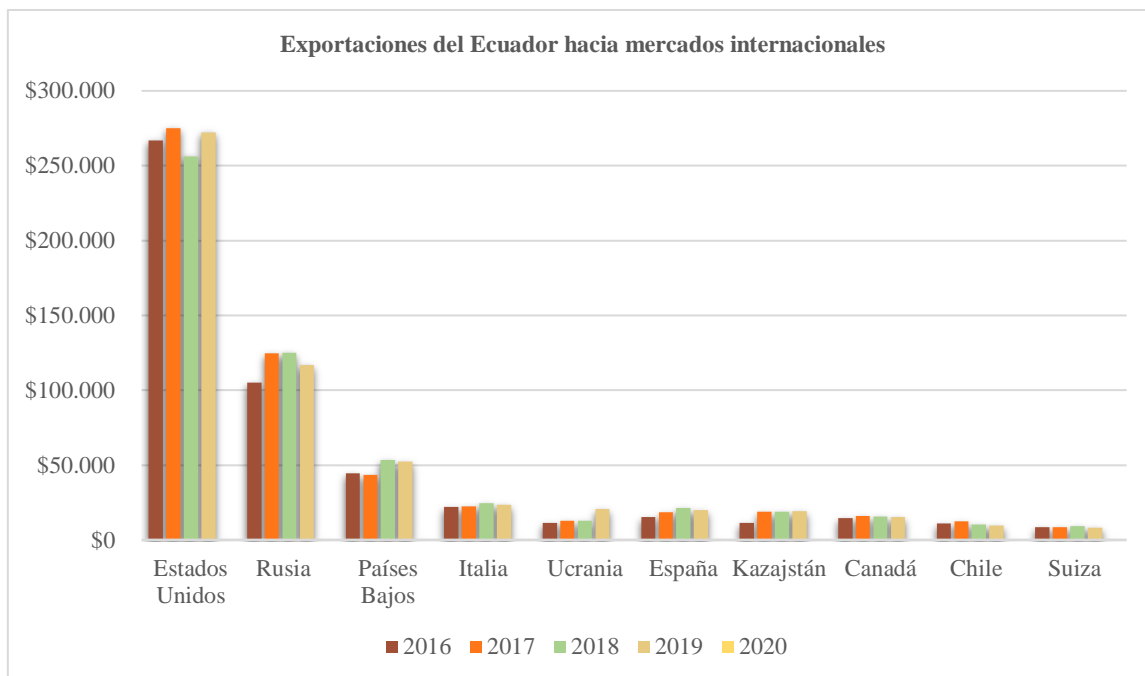


Figura 8. Lista de los principales importadores de rosas frescas
Fuente: Trade Map

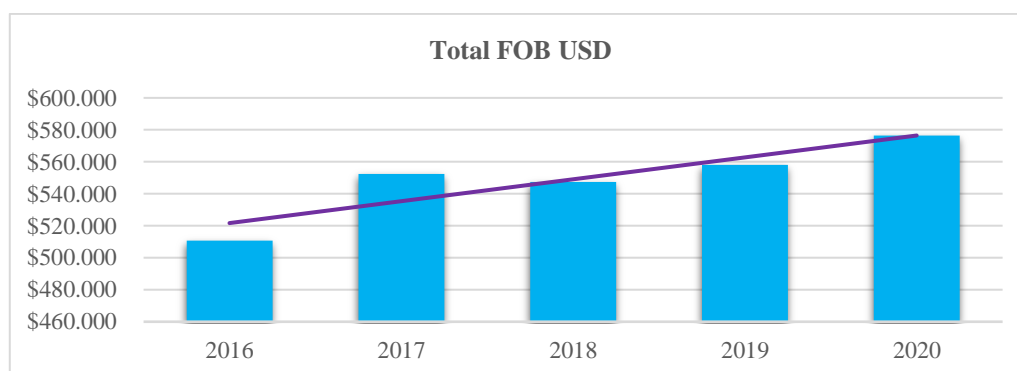


Figura 9. Evolución de las exportaciones de las rosas ecuatorianas a nivel mundial
Fuente: Trade Map

La tabla 11 y las figuras 8 y 9 muestran los principales destinos de las rosas ecuatorianas, bajo subpartida arancelaria 0603.11 Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas, donde respectivamente se observa el país que lidera en cuanto a la adquisición de rosas frescas es Estados Unidos de América, el cual será considerado como un potencial mercado para la exportación del flores desde el Ecuador, otro mercado alternativo que se tomará en cuenta es Federación de Rusia, a pesar de que existe una diferencia de cantidades notorias a diferencia del primer país, sin embargo es considerado como un mercado estratégico para la venta; finalmente Países Bajos cuenta en una buena posición para la compra del producto, los tres potenciales mercados

identificados serán analizados mediante factores internos que los caracteriza para con ello determinar el destino más óptico y adecuado para la comercialización internacional de la florícola Red Roses.

Hay que mencionar que al momento de ingresar las rosas en el mercado estadounidense debe de cumplir con todos los requisitos y estándares de calidad exigidos, para brindar un servicio garantizado a los clientes y mantener un compromiso claro en términos referentes al comercio exterior en cuanto a la comercialización, distribución y venta.

4.1.2.4. Principales países exportadores de rosas a nivel mundial

Unidad: Miles de Dólares Americanos

Tabla 12. Principales países exportadores de rosas frescas

Exportador	Valor exportado en					Tasa de crecimiento	Porcentaje de Participación	Total FOB USD
	2016	2017	2018	2019	2020			
1 Países Bajos	\$1.195.087	\$1.238.426	\$1.248.602	\$1.200.065	\$1.226.823	1%	41.61%	\$ 6.109.003
2 Ecuador	\$600.569	\$654.043	\$635.695	\$648.98	\$666.552	2.1%	21.83%	\$ 3.205.848
3 Kenya	\$410.658	\$448.048	\$482.609	\$488.152	\$524.128	5.0%	16.03%	\$ 2.353.595
4 Colombia	\$304.267	\$309.408	\$333.787	\$330.289	\$321.794	1.1%	10.89%	\$ 1.599.545
5 Etiopía	\$169.330	\$173.313	\$2.218	\$202.466	\$118.910	-6.8%	4.54%	\$ 666.237
6 Bélgica	\$ 19.101	\$18.989	\$76.764	\$80.821	\$109.653	41.8%	2.08%	\$ 305.328
7 Belarús	\$4.579	\$17.779	\$40.521	\$50.454	\$68.425	71.7%	1.24%	\$ 181.758
8 Alemania	\$ 32.127	\$30.798	\$26.674	\$26.877	\$17.674	-11.3%	0.91%	\$ 134.150
9 España	\$2.896	\$4.264	\$17.051	\$20.314	\$18.037	44.2%	0.43%	\$ 62.562
10 Guatemala	\$11.358	\$10.729	\$13.398	\$14.264	\$15.284	6.1%	0.44%	\$ 65.033
Total FOB								\$14.683.059

Fuente: Trade Map

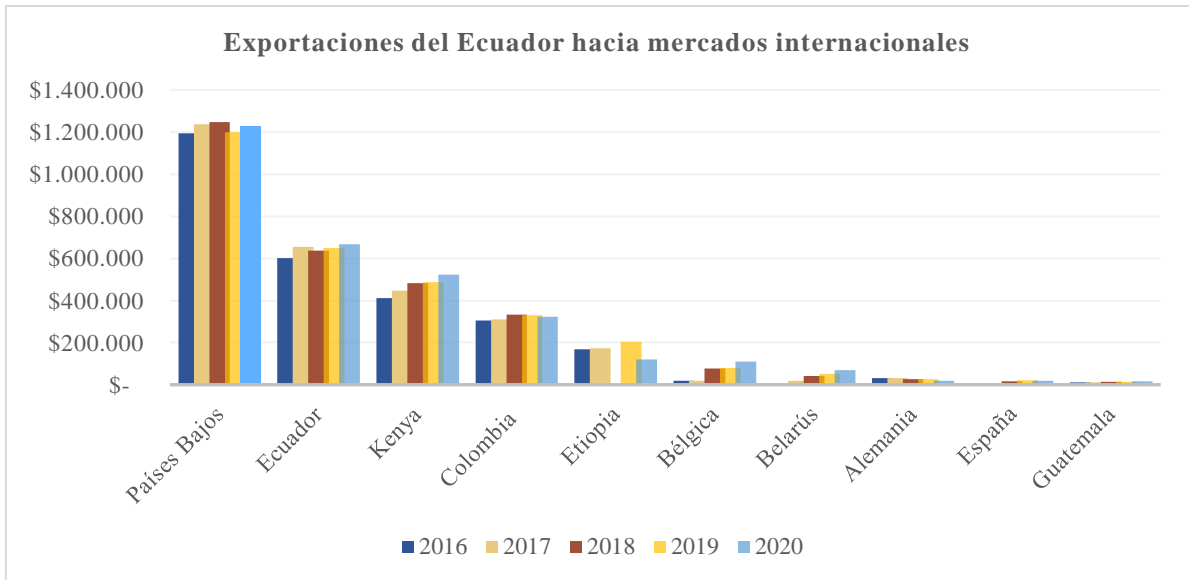


Figura 10. Lista de países exportadores de rosas hacia mercaos internacionales

Fuente: Trade Map

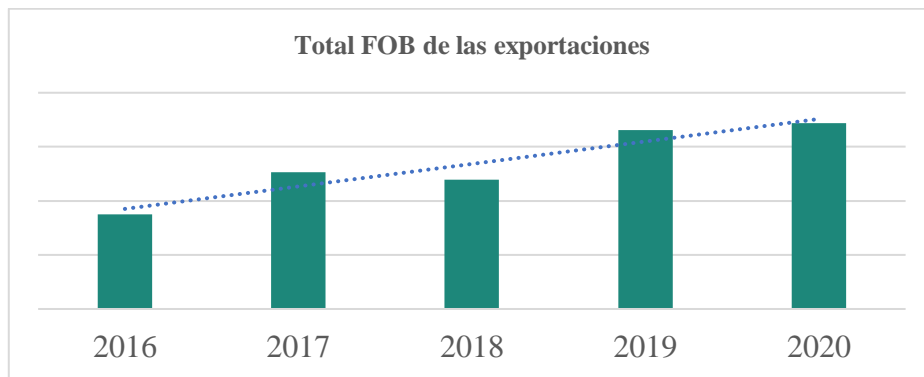


Figura 11. Evolución de las exportaciones de rosas a nivel mundial

Fuente: Trade Map

De acuerdo con la tabla 12 Países Bajos es el mayor competidor a nivel mundial para la comercialización de rosas frescas en la Unión Europea, y como segundo país está el Ecuador con un valor exportado de \$ 648.989, el tercer exportador del continente africano es Kenya con un valor de \$ 488.152 en 2019 seguidamente por Colombia y Etiopía.

Entre los primeros países exportadores de rosas están Ecuador, Colombia y Kenya que cuentan con factores climáticos y geográficos favorables para la producción a diferencia de Países Bajos que tiene poca producción de rosas, pero existen empresas que importan

rosas de los principales productores con la única finalidad de volver a exportar dicho producto hacia mercados internacionales.

Tras realizar un análisis sobre cuáles son los países demandantes de las rosas frescas, las importaciones, exportaciones y principal competencia, a nivel mundial y de la relación que tienen con Ecuador, donde se determina que los países más aptos para la exportación de las rosas son: Estados Unidos de América, Federación de Rusia y Países Bajos, POR CUANTO se procede a realizar un análisis POAM con el fin de determinar cuál es la mejor oportunidad de mercado internacional para la comercialización de las rosas de la empresa Red Roses.




4.1.3. Diagnóstico de la Matriz POAM

4.1.3.1. Factores Políticos

Política Comercial

La política comercial se define como un conjunto de instrumentos que aplican cada país para con ello mantener, modificar o alterar las relaciones comerciales que mantiene con los diferentes países del resto del mundo, es decir, son estrategias o maneras de defenderse del mercado internacional al momento de ingresar debido a que afectan a la industria nacional y para ello se ajusta cada una de ellas para que se adapten a su población; se puede identificar dos tipos de ideologías que utilizan los países y es el proteccionismo y el libre comercio, donde los instrumentos del proteccionismo destacan las barreras arancelarias y no arancelarias, por el lado del libre comercio está la celebración de tratados comerciales, logrando con ello un fomento de las exportaciones e importaciones para incentivar la competitividad de las economías. (Echeverry, 2017, p. 15)

Tabla 13. Política comercial de los potenciales países para la exportación

País	Política Comercial Actual
Estados Unidos de América	 Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) Ecuador - Estados Unidos de América Acuerdos multilaterales - miembros de la OMC (Arancel a la Nación más Favorecida)
Federación de Rusia	 Sistema Generalizado de Preferencias Ecuador-Eurasia
Países Bajos	 Acuerdo Comercial Multipartes (Arancel a la Nación más Favorecida) Ecuador- Unión Europea

Fuente: Comisión Europea y Comisión de la Unión Económica Euroasiática

El Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) Ecuador-Estados Unidos de América, contiene aproximadamente a 3,500 partidas arancelarias la cuales cuentan con el trato preferencial que conlleva el SGP a los 120 países miembros que conforman parte del acuerdo. Esto implica un programa de beneficios comerciales desde hace algunos años atrás para Estados Unidos, que fue establecida por la Ley del Comercio de 1974, estableciendo como objetivo primordial el promover un desarrollo sostenible en los países que son acreedores de dichos privilegios arancelarios para con ello aumentar y diversificar su competitividad en referencia a temas de comercio exterior, mediante la eliminación de tarifas aduaneras a los diferentes productos. (United States Trade Representative, 2019)

Cabe recalcar que desde el 1 de enero de 2021 no se encuentra vigente el SGP, lo que representa grandes montos de dinero que se debe de pagar por la exportación de alrededor 300 productos que tienen como destino el mercado estadounidense, y la tarifa va desde el 3 al 18% esto depende de la naturaleza del producto y de acuerdo con la Federación Ecuatoriana de Exportadores, el estado ecuatoriano era el octavo mayor

beneficiario del acuerdo por el valor de exportación, debido a la comercialización a gran escala como son algunas manufacturas, frutas conservadas, conservas, jugos de fruta, rosas, y estas últimas ingresaron el pasado noviembre de 2020 al SGP, es decir que no se cancelaba ningún valor arancelario extra por el ingreso de dichos productos antes mencionados al mercado estadounidense. El vencimiento del SGP representa riesgos a los exportadores ecuatorianos debido a que se puede perder compradores y en muchos de los casos ellos pueden mermar sus ganancias para no perder su portafolio de clientes frente a la competencia como son Colombia que por el cambio de moneda tienen precios más competitivos y atractivos para el importador y esto a su vez puede conllevar a disminuir el nivel de exportaciones de productos ecuatorianos. (FEDEXPOR, 2021)

Por otro lado, se aborda el comercio bilateral que mantienen ambos países, por ende, Rusia representa para el Ecuador un destino muy importante para ciertos productos no petroleros como son el banano, rosas, café, etc., lo que influye en la economía juntamente con el desarrollo del país y por el contrario Ecuador constituye el tercer socio comercial más importante en América Latina, además, durante el primer semestre del 2020 las exportaciones no petroleras aumentaron un 4%, es decir que pasaron de 506 millones de dólares a 572 millones de dólares. (Cancillería del Ecuador, 2021)

Además el Ecuador mantiene el acuerdo Multipartes con la Unión Europea, del cual Países Bajos forma parte de ese bloque económico; donde esta alianza comercial rige desde el 2017 y tiene un cronograma de desgravación de aranceles que se fijó para ocho años hasta llegar a 0% y esto depende de la naturaleza del producto, y este asegura el ingreso con % de arancel para prácticamente toda la oferta exportable actual y potencial ecuatoriana a uno de los mercados más dinámicos y grandes del mundo; la negociación entre la Unión Europea y Ecuador tiene como objetivo extender y lograr la consolidación de preferencias arancelarias contenidas en el SGP plus, la eliminación de las restricciones arancelarias y la implementación de las normas de origen de acuerdo a cada estructura productiva del país y uno de los objetivos complementarios para la nación equinoccial es mantener un asimetría equitativa en el proceso de desgravación, donde teniendo en cuenta la diferencia del tamaño demográfico y también el grado de desarrollo de las dos partes. La estrategia está orientada a la oportunidad de mercados al sector agrícola ecuatoriano y proteger el mercado local para los productos sensibles, y

para ello se necesita del ingreso permanente al mercado europeo, conforme a los mecanismos de política comercial y que las reglas del juego sean claras y transparente en relación con la materia sanitaria y fitosanitaria. (Ministerio de Comercio Exterior, 2017)

Luego de realizar un análisis sobre la política comercial de los posibles mercados objetivos, se ve notoriamente cuán importante es la firma de tratados comerciales con diferentes países pues con ello se fortalece y se asegura el crecimiento económico ecuatoriano, además con ello atrae múltiples beneficios como son las preferencias arancelarias y la oportunidad de exportarse a un nuevo portafolio de clientes de los países que previamente se analizó.

Barreras arancelarias

De acuerdo con la política comercial, las barreras arancelarias son impuestos establecidos a diferentes tipos de productos importados, con el propósito de proteger a la industria nacional, dentro de este grupo se encuentran el Ad-Valorem, donde se aplica un porcentaje sobre el valor total de la factura comercial; Específicos, es una cuota que se aplica de acuerdo a la cantidad y el número de unidades importadas y Mixtos, es la aplicación de los dos arancelares anteriormente mencionados, esto quiere decir, que se debe un porcentaje y cuota a la vez por la mercadería que se pretende nacionalizar. (Baena, 2018)

Tabla 14. Barreras arancelarias que mantiene el Ecuador con los posibles importadores

País	Barreras arancelarias
Estados Unidos de América	Ad Valorem: 6.8% IVA: 0% - 11.7%
Rusia	Ad Valorem: 7.8% IVA: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tasa estándar 20% ▪ Tasa reducida: 16.7%



Ad Valorem: 4.17%
 IVA:
 ■ Tasa estándar 21%
 ■ Tasa reducida: 9%


Fuente: Santander Trade

De acuerdo con los datos recolectados en cuanto a las barreras arancelarias de los potenciales países meta, el mercado estadounidense es el óptimo para la exportación de rosas debido a que, con el SGP, no se paga un monto por cuanto el Ad Valorem, cuenta con una tasa de IVA más bajo a comparación con los demás países que va desde 0% al 11.7% que se aplica a la mayoría de los productos. A diferencia de Rusia que tiene un Ad Valorem del 7.8% y un IVA del 16.7% al 20% mientras que el país Holandés su Ad Valorem es de 4,17% y su IVA desde el 9% al 21%, lo que significa que los dos anteriores mercados cuentan con tasas altas en cuento al pago del Ad Valorem y del IVA, lo que genera que el mercado estadounidense representa el mercado mas optimo al tener su IVA y Ad Valorem menores.

Barreras no arancelarias

Las medidas no arancelarias, se refieren al mecanismo que permiten la aplicación de restricciones e incluso lo puede resultar difícil el acceso a cierto mercado específico, impidiendo el ingreso de los bienes y servicios al mercado nacional como son las licencias, contingentes, restricciones sanitarias y fitosanitarias, salvaguardias, requisitos técnicos, normas de origen, entre otros. (Pérez, 2013)

Tabla 15. Barreras no arancelarias que mantiene el Ecuador con los posibles importadores

País	Barreras arancelarias
Estados Unidos de América 	→ Certificado de inspección del “Servicio De Inspección de Plantas y Animales” → Medidas ambientales → Normas de Origen → Normas de etiquetado → Requisitos de producto

Rusia



- Certificado GOST-R
- Certificado de inscripción estatal
- Certificado fitosanitario
- Requisitos de etiquetado y embalaje
- Normas de inspección y despacho

Países
Bajos



- Normas técnicas
- Medidas ambientales
- Certificado fitosanitario
- Normas de Origen
- Normas de empaque, embalaje y etiquetado
- Licencias de importación


Fuente: Comisión de la Unión Económica Euroasiática, Internacional Trade Center y Market Access Map



Las barreras no arancelarias son impuestos con el fin de evitar el ingreso de productos provenientes del exterior que de cierta manera afectan al mercado local, por ende, regulan o mantienen limitadas a las importaciones, así como un obstáculo al comercio exterior. De acuerdo con las rosas, se aplican medidas fitosanitarias, ambientales, licencias de importación y en ciertos casos como es el de la Unión Europea se exige las normas de etiquetado y de origen.

4.1.3.2. Factores Económicos

Producto Interno Bruto (PIB)

Tabla 16. Producto Interno Bruto

País/Año	PRODUCTO INTERNO BRUTO (Miles millones de dólares)					Tasa de crecimiento
	2016	2017	2018	2019	2020	
Estados Unidos de América 	18.715,000	19.519,000	20.580,000	21.433,000	22.366,000	6%

Federación de Rusia		1.277	1.574	1.670	1.699	1.896	4%
Países Bajos		783,51	833,87	914,04	907,05	972,31	2.2%

Fuente: Banco Mundial y Datos Macro

Como se puede apreciar en la tabla 16 el PIB de Estados Unidos de América tiene un crecimiento sustancial a comparación de Rusia y Países Bajos, en cuanto a la tasa de crecimiento la de Estados Unidos es la más alta mientras que los valores de Rusia y Países Bajos son bajos a comparación de USA, por ende se determina que la economía estadounidense va creciendo con una tasa del 6% anual y con ello las rosas tendrían futuro y mayor oportunidades de mercado siendo ese un factor positivo en relación a temas económicos decisivos para la exportación.

PIB Per cápita

Es el valor total de los bienes y servicios producidos en el territorio nacional en un determinado periodo de tiempo dividido entre el total de la población, por consiguiente, se conoce la capacidad de compra de los integrantes del mercado para la adquisición de bienes y servicios. (Organización Mundial del Comercio, 2019)

Tabla 17. PIB Per cápita

País/Año	PIB per cápita					Tasa de crecimiento
	(Miles de millones de dólares)					
	2015	2016	2017	2018	2019	
Estados Unidos De América	\$ 56.839,38	\$57.951,58	\$60.062,22	\$62.996,47	\$65.297,52	3%
Federación de Rusia	\$ 9.313,01	\$ 8.704,90	\$10.720,33	\$11.370,81	\$11.585,00	4%
Países Bajos	\$ 45.175,23	\$46.007,85	\$48.675,22	\$53.044,53	\$52.295,04	3%

Fuente: Banco Mundial y Datos Macro

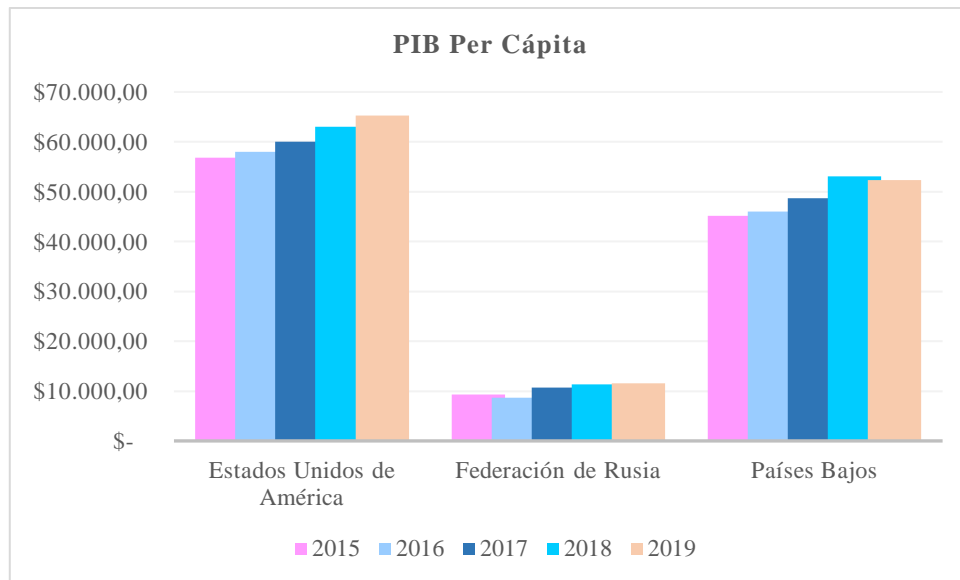


Figura 12. PIB Per cápita
Fuente: Banco Mundial y Datos Macro

Para el periodo 2015-2019 en cuanto a este indicador económico, Estados Unidos y Países Bajos son quienes manifiestan un nivel de compra alto y un buen estatus de vida, por ende significa que hay oportunidades de ingresar a estos mercados mientras que para el caso de Rusia tiene una cantidad notoriamente baja pero con una tendencia de consumo alto a diferencia de los dos países anteriormente mencionados lo que quiere decir que su capacidad de compra es menor a comparación con los otros dos mercados internacionales.

Inflación

Este indicador económico determina el incremento en los precios de los bienes y servicios, lo que quiere decir que a mayor inflación menor será la cantidad de productos que se han de adquirir por parte del consumidor, en efecto, el nivel de inflación determina la capacidad adquisitiva, es decir, las economías que tengan un nivel de inflación elevado tienen un costo de vida alto y una baja capacidad de compra. (Lerma y Márquez, 2010)

Tabla 18. Inflación

País/Año	Inflación					Tasa de crecimiento
	2015	2016	2017	2018	2019	
Estados Unidos	0.12%	1.26%	2.13%	2.44%	1.81%	72%

De América						
Federación Rusia	15.53%	7.42%	3.68%	2.88%	4.47%	-22%
Países Bajos	0.60%	0.32%	1.38%	1.70%	2.63%	34%

Fuente: Banco Mundial y Datos Macro

De acuerdo con la tabla 18 se puede observar que Rusia, es el país con mayor porcentaje de inflación ,por ende, en 2019 obtiene 4.47%, es decir que los precios de los productos que conforman parte de la canasta básica son costosos, por ende el consumidor ruso posee un poder adquisitivo bajo y esto se debe por las dificultades para acceder al mercado; por otro lado Estados Unidos y Países Bajos cuentan con una inflación menor a comparación de Rusia, lo que quiere decir que los productos de la canasta básica de los países anteriormente señalados son más accesibles al bolsillo de sus consumidores y gracias a ello se obtiene un poder adquisitivo de los habitantes aumenta considerablemente. Y en relación con esta grafica el mercado más apto para la comercialización de las rosas es Estados Unidos de América al contar con porcentajes relativamente bajos de inflación.

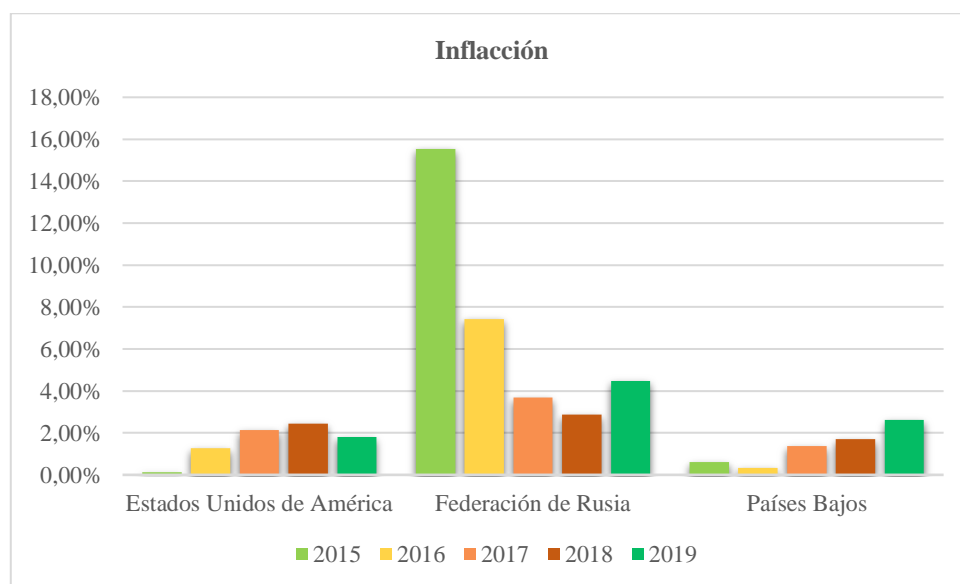


Figura 13. Inflación de los potenciales importadores
Fuente: Banco Mundial y Datos Macro

Balanza comercial ecuatoriana en relación con los posibles mercados meta

La balanza comercial de un país es el equilibrio de las exportaciones e importaciones de los bienes y servicios en un determinado periodo de tiempo y la diferencia entre las dos se denomina saldo comercial, por consiguiente, si las exportaciones son mayores que las importaciones se obtiene un superávit, esto se interpreta como una contribución al crecimiento económico del país y así mejorando la calidad de vida de sus habitantes y por el contrario cuando las importaciones superan a las exportaciones es un déficit, quiere decir que hay salida de divisas y no contribuye a un crecimiento económico. (Lerma y Márquez, 2010)

Balanza Comercial del Ecuador 2016-2020 ***Unidad: Dólar americano miles***

Tabla 19. Balanza comercial del Ecuador

	Ecuador					Tasa de crecimiento
	2016	2017	2018	2019	2020	
Exportación	\$ 16.797,70	\$ 19.092,40	\$ 21.628,00	\$ 22.329,40	\$ 20.226,60	4%
Importación	\$ 15.566,40	\$ 19.033,10	\$ 22.105,60	\$ 21.509,30	\$ 16.986,80	2%
Saldo comercial	\$ 1.231,30	\$ 59,30	\$ -477,60	\$ 820,10	\$ 3.239,80	

Fuente: Banco Central del Ecuador

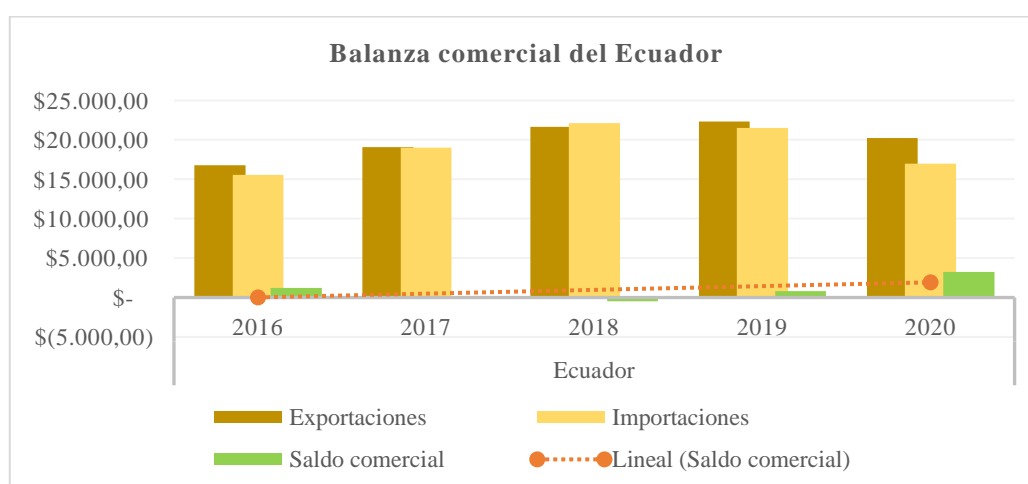


Figura 14. Balanza comercial del Ecuador

Fuente: Banco Central del Ecuador

De acuerdo con los datos obtenidos, el país ha venido manteniendo un saldo comercial positivo lo que quiere decir que hay un superávit, es decir que están ingresando más capitales al país a través de ganancias de las exportaciones, y así los productores nacionales tiene más recursos económicos para sus actividades e incluso innovar en sus procesos, además, con una balanza comercial favorable demuestra que la política nacional está incentivando las ventas de bienes y servicios al mercado extranjero y así incrementar la circulación de capital para el bienestar de los habitantes, lo que se traduce a un mejor estilo de vida. Generando en la economía nacional un mayor nivel de contratación de trabajadores, reducción del desempleo y así se genera mayores ingresos al Estado ecuatoriano. Pero en el año 2018 se obtuvo una balanza comercial desfavorable, esto quiere decir que hubo una gran cantidad de productos importados que vienen a ser industrializados, mientras que las exportaciones se limitan a ser materias primas y esto hace que sea un dependiente a nivel mundial de los precios de los commodities.

Balanza comercial Ecuador – Estados Unidos de América
Unidad: Dólar americano miles

Tabla 20. Balanza comercial Ecuador-Estados Unidos de América

	Ecuador-Estados Unidos de América					Tasa de crecimiento
	2016	2017	2018	2019	2020	
Exportación	\$ 5.410.920,00	\$ 5.939.325,30	\$ 6.581.045,20	\$ 6.691.283,10	\$ 4.739.364,20	-3%
Importación	\$ 3.537.834,90	\$ 3.727.719,30	\$ 4.757.435,00	\$ 4.374.341,80	\$ 3.732.638,40	-1%
Saldo comercial	\$ 1.873.085,10	\$ 2.211.606,00	\$ 1.823.610,20	\$ 2.316.941,30	\$ 1.006.725,80	

Fuente: Banco Central del Ecuador

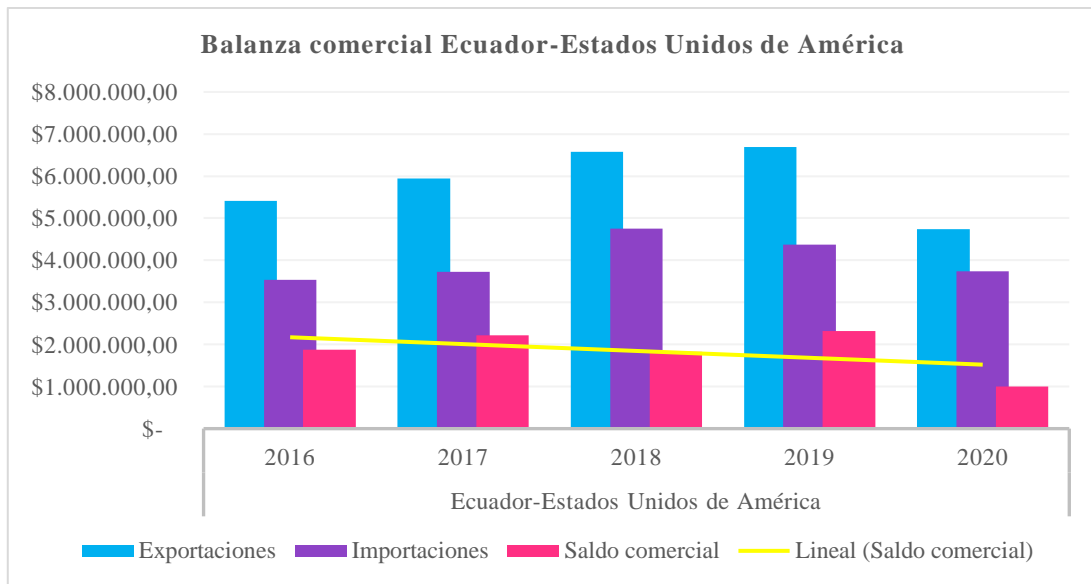


Figura 15. Balanza comercial Ecuador-Estados Unidos de América

Fuente: Banco Central del Ecuador

Con respecto a los datos obtenidos el valor del saldo comercial con Estados Unidos de América es positivos para el Ecuador, lo que demuestra que hay una salida de productos nacionales hacia ese mercado del que ingresan al país. Cabe recalcar que, las exportaciones se han incrementado a partir de 2016 hasta 2019. Sin embargo, 2020 no generó el saldo comercial esperado, por la crisis mundial durante la pandemia. Esto significa que Estados Unidos necesita de los productos que ofrecen las empresas ecuatorianas, lo que a su vez indica una oportunidad para las florícolas imbabureñas, pues EE. UU es el principal destino de las exportaciones de rosas y de muchos otros productos a los que ofrece libre entrada, razón por la cual se proyecta que el superávit se mantenga para el país.

Balanza comercial Ecuador – Federación de Rusia
Unidad: Dólar americano miles

Tabla 21. Balanza comercial Ecuador-Federación de Rusia

	Ecuador-Federación de Rusia					Tasa de crecimiento
	2016	2017	2018	2019	2020	
Exportación	\$ 769.213,30	\$ 862.960,00	\$ 868.516,10	\$ 879.670,40	\$ 919.617,60	4%
Importación	\$ 167.715,00	\$ 170.710,00	\$ 315.538,00	\$ 298.331,00	\$ 171.014,00	0%
Saldo comercial	\$ 601.498,30	\$ 692.250,00	\$ 552.978,10	\$ 581.339,40	\$ 748.603,60	

Fuente: Banco Central del Ecuador

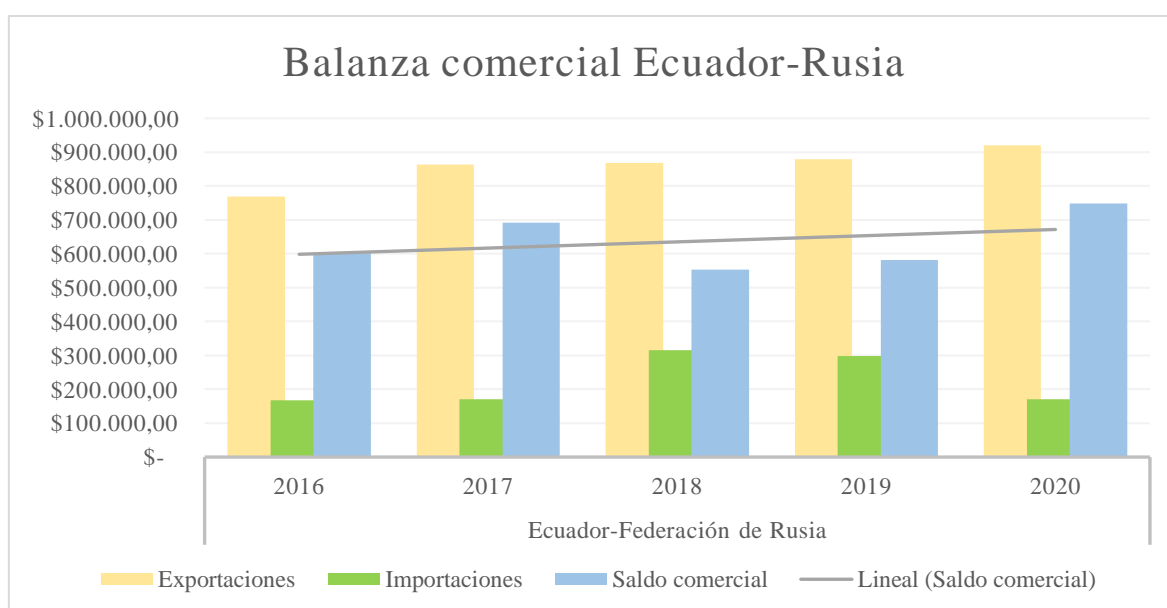


Figura 16. Balanza comercial Ecuador-Federación de Rusia
Fuente: Banco Central del Ecuador

La balanza comercial que Ecuador mantiene con Rusia es la única en la que ha logrado establecer un crecimiento hasta 2020, los resultados de la tasa de crecimiento son favorables a comparación de la mayoría de las estadísticas, e incluso si se hace una comparación con la anterior balanza debido a que el representa un crecimiento en las exportaciones ecuatorianas del 4%, y el mejor año para el Ecuador ha sido el 2020 donde fue un año crítico a nivel mundial por la pandemia del Covid-19 y sin embargo, las empresas ecuatorianas seguían enviando sus productos hacia el mercado ruso a

diferencia de las importaciones que muestran un 0% de crecimiento esto quiere decir que se han venido manteniendo durante los últimos 5 años.

Balanza comercial Ecuador – Países Bajos
Unidad: Dólar americano miles

Tabla 22. Balanza comercial Ecuador-Países Bajos

	Ecuador-Países Bajos					Tasa de crecimiento
	2016	2017	2018	2019	2020	
Exportación	\$422.630,70	\$460.844,70	\$449.587,70	\$571.502,30	\$565.614,80	6%
Importación	\$ 259.372,00	\$ 444.780,00	\$ 447.863,00	\$322.545,00	\$124.359,00	-14%
Saldo comercial	\$163.258,70	\$ 16.064,70	\$ 1.724,70	\$248.957,30	\$ 441.255,80	

Fuente: Banco Central del Ecuador

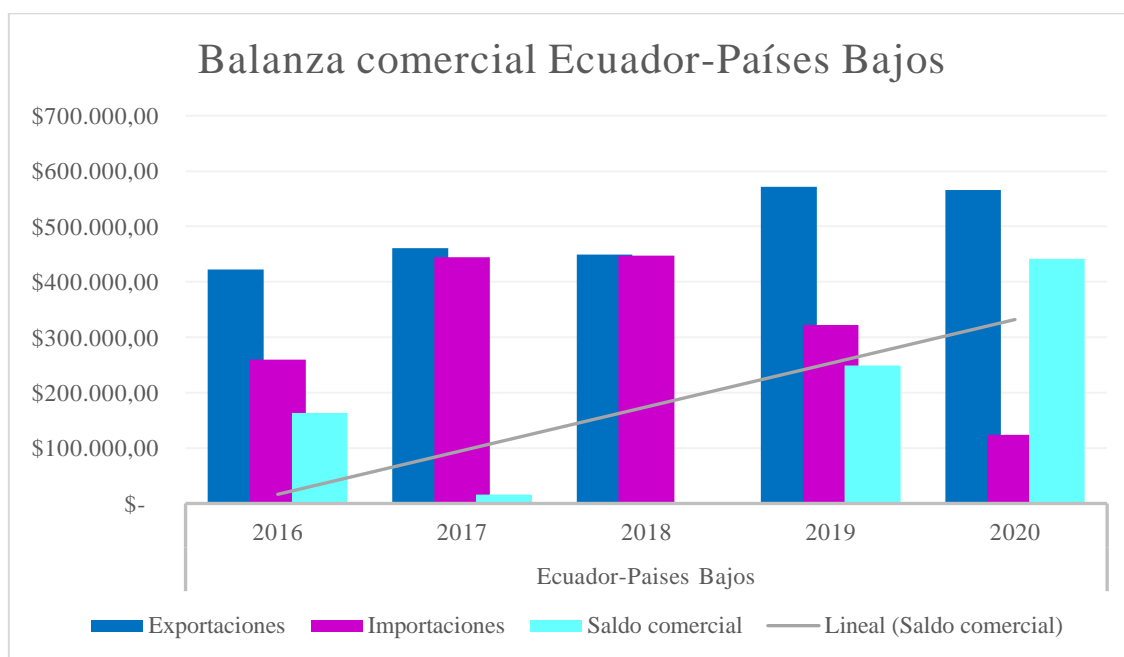


Figura 17. Balanza comercial Ecuador-Países Bajos
Fuente: Banco Central del Ecuador

De acuerdo con los datos obtenidos en el Banco Central del Ecuador, esta balanza las importaciones han ido creciendo en gran medida entre 2017 y 2018, aunque ha tenido un saldo comercial positivo en la mayoría de estos últimos cinco años, pero en 2018 es notorio que puede caer en déficit, sin duda Ecuador experimentó una caída en las exportaciones hacia Países Bajos. Cabe destacar que, Holanda es el principal competidor de Ecuador en las exportaciones de rosas. Pero a pesar de su gran potencial,

se prevé que la industria ecuatoriana siga creciendo y mejorando el intercambio comercial con Países Bajos, debido a su gran potencial en el mercado de flores, además de que su saldo comercial aumentó en 2020, con una diferencia positiva de USD 192.299, en comparación con 2019.

4.1.3.3. Factores Sociales

Tamaño de la población

Tabla 23. Población de los potenciales países importadores

País/Año	Tamaño de la población					PAE 2020	Tasa de crecimiento
	2016	2017	2018	2019	2020		
Estados Unidos	323.071,300	325.147,100	327.167,400	330.268,800	332.639,100	165.491,966	0,59%
Rusia	142.355,400	142.257,500	142.122,800	141.944,600	141.722,200	72.025,029	-0,09%
Países Bajos	17.016,970	17.084,720	17.151,230	17.216,480	17.280,400	9.348,278	0,31%

Fuente: Banco Mundial y Santander Trade

Con los datos recopilados se puede analizar que hay mayor crecimiento y una gran oportunidad de mercado para el sector florícola ecuatoriano, con Estados Unidos de América debido a que existe una mayor cantidad de consumidores a comparación de los dos posibles mercados superando con la cantidad de habitantes, es decir que hay mayor cantidad de consumidores resultando así atractivo el mercado estadounidense para las exportaciones ecuatorianas, en cuanto a la población económicamente activa (PEA) está encabezada por Estados Unidos seguido por Rusia y finalmente por Países Bajos, esto significa que la población estadounidense son más activos y dinámicos lo que significa que la población trabaja ya sea para empresas públicas, privadas o en su negocio propio, generando más oportunidades adquisición para las rosas.

Tasa de desempleo

Es el porcentaje anual que muestra la cantidad de personas que se encuentran desempleadas entre el total de los habitantes durante un periodo de tiempo. (Universidad del Oriente, 2018)

Tabla 24. Tasa de desempleo

País	Tasa de desempleo
Estados Unidos de América	8.30%
Rusia	5.73%
Países Bajos	4.09%

Fuente: Banco Mundial

Este indicador económico establece que el porcentaje de desempleo más bajo es de Países Bajos con 4.09% puntos a diferencia de Estados Unidos de América que tiene el 8.30% como el más alto a comparación de los tres potenciales mercados para la venta de las rosas, es decir, que a mayores puntos porcentuales que se presentan en los datos, hay más cantidad de personas desempleados y por ende exteriorizan un problema económico ocasionando así una inestabilidad en cada hogar y genera una disminución de ingresos, reducción de gastos y disminución del poder de adquisición de productos que no son de primera necesidad.

Perfil del consumidor

A este indicador se lo define como un grupo de características que permiten describir el perfil del cliente ideal que se desea tener de acuerdo con el tipo de negocio que se tenga y para ello se debe de realizar cierto análisis en cuanto a sus necesidades y preferencias, y es importante definir claramente cuál es el tipo de cliente al que va a estar dirigido el producto final, pues con ello, se conocerá el tipo de estrategias a implementar en durante la publicidad y marketing. (Barrera, 2019)

Tabla 25. Perfil del consumidor de Estados Unidos de América

Indicadores/Años	Estados Unidos de América				
	2016	2017	2018	2019	2020
Paridad del poder adquisitivo	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Gasto de consumo de hogares (millones de USD)	12.769.962	13.340.35	13.993.28	14.544.60	13.046.41
Gasto de consumo de hogares (crecimiento anual, %)	2,8%	2,6%	3%	3%	2,7%
Gasto de consumo de hogares per cápita	36.332	37.052	37.856	38.594	39.334
Salario minino interprofesional	1.256	1.260	1.256	1.256	1.256

Fuente: Santander Trade y Datos Macro

El perfil del consumidor estadounidense muestra que la economía de su población es estable de acuerdo con los datos recopilados, además, se puede observar sobre el consumo de los hogares, el cual se encuentra en un promedio del 2,6%, siendo un valor constante. Además, cabe resaltar que su gasto per cápita está en una posición media de 37.834 USD en comparación de su salario que se encuentra entre los 1.256 USD, lo que significa que su nivel de vida es costoso. Aunque sus valores representan al mercado con mayor potencial para la comercialización de rosas.

Tabla 26. Perfil del consumidor de Federación de Rusia

Indicadores/Años	Federación de Rusia				
	2016	2017	2018	2019	2020
Paridad del poder adquisitivo	24.2	24.1	24.7	26.5	26.02
Gasto de consumo de hogares (millones de USD)	679.861	832.298	834.729	863.407	733.850
Gasto de consumo de hogares (crecimiento anual, %)	-2,5%	3,7%	4,2%	3,1%	-8,5%
Gasto de consumo de hogares per cápita	5.814	6.023	6.278	6.478	5.936
Salario minino interprofesional	112	131	169	174	195

Fuente: Santander Trade y Datos Macro

De acuerdo con la información recolectada de los diferentes sitios de información económica, Rusia mantiene un perfil de consumidor poco favorable para la venta de rosas ecuatorianas, donde el primer gasto de los hogares no presenta un desempeño favorable, pues ha decrecido hasta llegar a su valor más bajo del -8,5% en 2020, lo cual se atribuye a la crisis de la pandemia mundial del COVID-19. Por su parte, el gasto per cápita es mucho mayor al salario mínimo interprofesional, ya que, es el más bajo entre todos los países seleccionados, promediando 156 USD aproximadamente, lo que demuestra que su nivel de vida es mucho más costoso

Tabla 27. Perfil del consumidor de Países Bajos

Indicadores/Años	Países Bajos				
	2016	2017	2018	2019	2020
Paridad del poder adquisitivo	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8
Gasto de consumo de hogares (millones de USD)	349.589	368.787	403.169	397.124	384.391
Gasto de consumo de hogares (crecimiento anual, %)	1.1%	2,1%	2,2%	1,5%	-6.4%
Gasto de consumo de hogares per cápita	22.911	23.261	23.626	23.820	22.163
Salario minino interprofesional	1.701	1.768	1.882	1.831	1.918

Fuente: Santander Trade y Datos Macro

El perfil del consumidor de Países Bajos, de acuerdo con los datos no se muestra muy atractiva a comparación de los anteriores países analizados, pues su gasto en los hogares ha caído desfavorablemente con una tasa del -6,4% en el último año, a causa del desbalance que ocasionó la epidemia a nivel mundial. Sin embargo, el país neerlandés tiene un consumo per cápita más alto que el de Rusia, y su salario mínimo interprofesional es el más alto entre los tres mercados de estudio, con un promedio de 1.820 USD.

En cuanto a la Paridad del Poder Adquisitivo y el Salario Mínimo Interprofesional con el mejor resultado es del país Holandés pero se toma en cuenta el gasto de consumo por hogares y es del -6.4%, por ende, el mejor perfil es el estadounidense, debido que al




tener un SMI alto y un porcentaje del 2.7% posee la capacidad de generar gastos en bienes y servicios, por lo tanto tiene una calidad de vida buena que le permite consumir.

4.1.3.4. Factores Culturales

Idioma y moneda

Es el medio por el cual las personas se comunican y la principal diferencia entre estos países es la cultura que tiene cada una en sus regiones.

Tabla 28. Idioma y moneda oficial

País	Estados Unidos de América	Rusia	Países Bajos
			
Idioma	Ingles	Ruso	Neerlandés
Moneda	Dólar	Rublo ruso	Euro

Fuente: ProEcuador

El idioma y su moneda es un factor importante al momento de querer ingresar a los diferentes mercados internacionales, y se deberá considerar esta particularidad para el proceso de exportación hacia el mercado meta. Además se tiene en cuenta que el más óptimo para la exportación de rosa frescas es el mercado norteamericano debido a que el inglés es considerado como un idioma oficial a nivel mundial a diferencia de la lengua rusa y neerlandés que son poco dominadas por la población hispanohablantes, así mismo el dólar es utilizado en el Ecuador como moneda oficial lo cual resulta beneficio debido a que no hay tasa de cambio a comparación con el rublo ruso y el euro que en cada una de las ventas que se vayan a realizar se tiene que proceder al cambio de moneda, donde, ciertas veces puede resultar beneficiosa o por el contrario puede ser que el dólar este en algunas fechas barato.

4.1.4. Análisis del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM)

La Matriz de Oportunidades y Amenazas del Medio, permite valorar las oportunidades y amenazas que ofrecen los países de estudio en cuanto a su entorno, es decir, se analiza cada factor político, económico, social y cultural de los países alternativos que han tomado en cuenta para identificar y determinar el mercado internacional óptimo para la comercialización de las rosas ecuatorianas. Por lo tanto, a cada elemento se le asignó una calificación correspondiente como se puede observar en la siguiente tabla. De esta manera, el país que obtenga la mayor calificación será el destino más adecuado para la exportación del producto.

Tabla 29. Valoración del POAM




Oportunidades	Alta	3
	Media	2
	Baja	1
Amenazas	Alta	3
	Media	2
	Baja	1

Tabla 30. Matriz del Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM)

INDICADORES	ESTADOS UNIDOS				RUSIA				PAISES BAJOS				
	OPORTUNIDADES		AMENAZAS		OPORTUNIDADES		AMENAZAS		OPORTUNIDADES		AMENAZAS		
	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	
FACTOR POLITICO	Acuerdos Comerciales	ALTA	3			MEDIA	2			MEDIA	2		
	Tarifas Arancelarias	ALTA	3					MEDIA	2	MEDIA	2		
	Barreras Arancelarias	ALTA	3					MEDIA	2			MEDIA	2
	Barreras No Arancelarias			BAJA	1			BAJA	1			BAJA	1
	Suma		9		1		2		5		4		3
Promedio		2,25		0,25		0,5		1,25		1		0,75	
FACTOR ECONOMICO	Producto Interno Bruto	ALTA	3			BAJA	1			MEDIA	2		
	PIB Per Cápita	MEDIA	2			BAJA	1			BAJA	1		
	Inflación			BAJA	1			ALTA	3			MEDIA	2
	Balanza Comercial	ALATA	3			MEDIA	2			ALTA	3		
	Suma		8		1		4		3		6		2
Promedio		2		0,25		1		0,75		1,5		0,5	
FACTOR SOCIAL	Población	ALTA	3			MEDIA	2			MEDIA	2		
	Población Económicamente Activa	ALTA	3							BAJA	1		
	Desempleo				MEDIA	2			MEDIA	2		BAJA	1
	Perfil Del Consumidor	MEDIA	2			MEDIA	2			BAJA	1		
	Poder Adquisitivo	ALTA	3			MEDIA	2			BAJA	1		
Suma		11		2		8		2		5		1	
Promedio		2,2		0,4		1,6		0,4		1		0,2	
FACTOR CULTURAL	Idioma y Moneda	ALTA	3			MEDIA	2			MEDIA	2		
	Suma		3				2				2		
Promedio		3				2				2			

La tabla anterior está conformada por elementos políticos, económicos, sociales y culturales; estos factores permiten identificar de manera precisa el mercado más idóneo para la comercialización internacional de rosas frescas. Dicha matriz POAM cuenta con oportunidades y amenazas.

Tabla 31. Resultados de los datos POAM

PAÍS/ INDICADOR	ESTADOS UNIDOS		RUSIA		PAISES BAJOS	
						
	OPORTUNIDAD	AMENAZA	OPORTUNIDAD	AMENAZA	OPORTUNIDAD	AMENAZA
FACT. POLITICO	2.25	0.25	0.5	1.25	1	0.75
FACT. ECONOMICO	2	0.25	1	0.75	1.5	0.5
FACT. SOCIAL	2.2	0.4	1.6	0.4	1	0.2
FACT. CULTURAL	3		2		2	
SUMA	9.45	1	5.1	2.4	5.5	1.45
PROMEDIO	2.4	0.2	1.3	0.6	1.4	0.4
CALIFICACIÓN	2.6		1.9		1.7	

De acuerdo con la calificación, los resultados indican el mercado más óptimo para el desarrollo del estudio de oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de las rosas de la empresa “Red Roses”, el cual es Estados Unidos, obteniendo una puntuación de **2.6** superando así a la Federación de Rusia y Países Bajos con **1.9** y **1.7** respectivamente, debido a que dispone de oportunidades de acceso al mercado en cada uno de los elementos que se tomaron en consideración como son el factor político, económico, social y cultural. Hay que destacar que el mercado estadounidense está entre los primeros socios comerciales y económicos para el Ecuador, además, en la investigación muestra que en la balanza comercial es favorable durante el periodo 2016-2020, puesto que se muestran valores altos en las exportaciones ecuatorianas en cuanto a uno de los principales productos del Ecuador que vienen a ser las rosas frescas y generando así beneficios económicos.

Países Bajos presenta una amenaza alta en relación con Estados Unidos y Rusia. Debido a que no es solo un país importador de rosas, sino que también está entre los primeros países exportadores a nivel mundial y con ello muestra que es su principal competidor.

Conforme con lo mencionado anteriormente, en la siguiente figura se muestra el porcentaje de participación de Estados Unidos de América, en referencia a las importaciones de rosas realizadas desde el Ecuador.

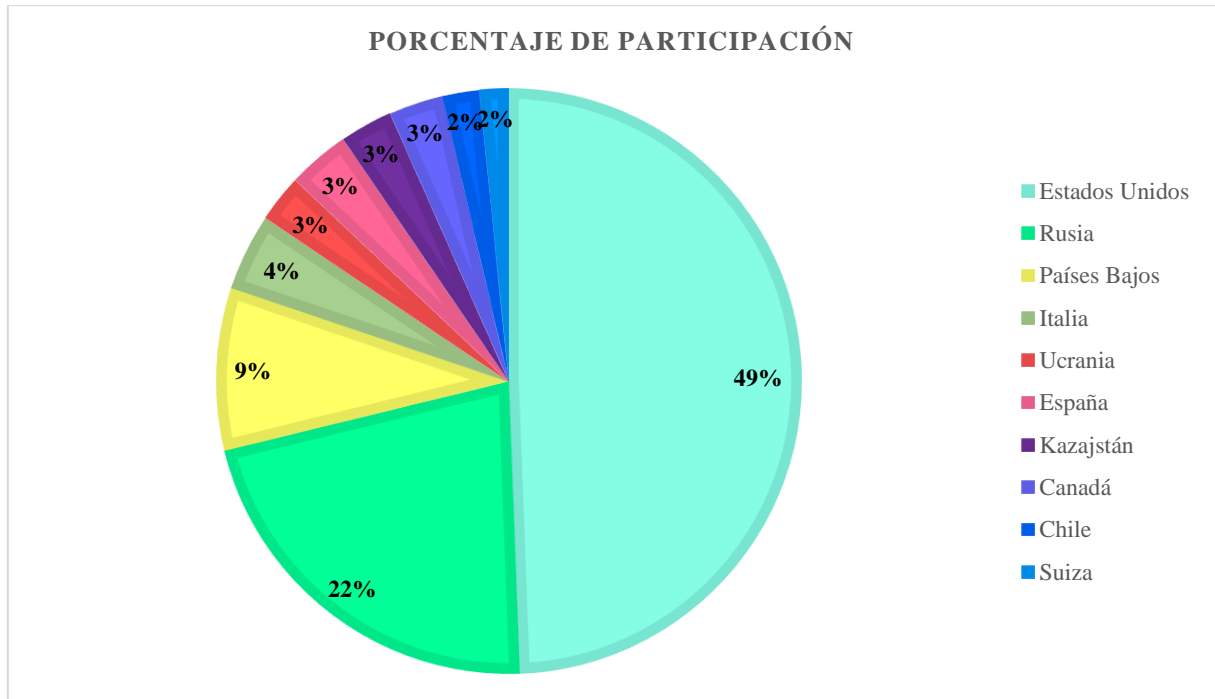


Figura 18. Porcentaje de participación de los mercados

Fuente: Trade Map

Actualmente, la relación bilateral en los últimos años entre ambos países ha permitido el posicionamiento del mercado ecuatoriano se posicione con mayor frecuencia como se observa en la figura 18, donde muestra que la participación de Estados Unidos es del 49% en comparación con los demás países, esto significa que el mercado estadounidense es el más participativo en cuanto a la compra de rosas frescas, hay que considerar que los acuerdos y tratados comerciales internacionales que se han firmado, para con ello promover el libre comercio tanto de bienes y servicios, del mismo modo, activar los sectores productivos.


Ecuador y Estados Unidos de América mantienen acuerdos comerciales y políticos que benefician a la comercialización de productos y servicios con la reducción total o

parcial según dependa la naturaleza del bien, en este caso, las rosas ingresan al mercado estadounidense por medio del acuerdo de la Nación Más Favorecida pagando un 6,8%, de acuerdo con lo establecido en la policía comercial. Por consiguiente, el mercado de destino se diferencia de Rusia y países Bajos por ser dinámico, abierto al cambio e innovación, donde basa su economía en la industrialización, siendo así líder a nivel mundial en tecnología.

4.1.5. Análisis situacional del mercado estadounidense

4.1.5.1. Perfil de Estados Unidos de América

Tabla 32. Perfil del país: Estados Unidos de América

Estados Unidos de América	
	
Área geográfica	9.834 millones de km ²
Población total	332.639,100
Superficie	Incluyendo territorios y agua da un total de 9.826.675 km ² y una frontera de 12.034 km ² .
Religión	Protestantes 46,5%; católica romana 20,8%; mormones 1,6%; cristianos 0,4%; judíos 1,9%; budistas 0,7%; musulmanes 0,6%; otros 1,8%; no afiliados a ninguna religión 20,8%; ninguna 4%.
Población masculina (%)	49. %
Población femenina (%)	50.50%
Edad promedio	37.8 años
Población en estados	Arkansas: 3.017.804; Alabama: 4.903.185; Arizona:

principales	7.278.717; Colorado: 5.758.736; California: 39.512.223; Connecticut: 3.565.267; Florida: 21.477.737; Georgia: 10.617.432; Illinois: 12.617.821; Indiana: 6.732.219; Massachusetts: 6.892.503; Miami: 5.333.945; Michigan: 9.986.857; Carolina del Norte: 10.488.084; Nueva Jersey: 8.882.190; Nueva York: 19.453. 561; Ohio: 11.689.100; Pensilvania: 12.801.989; Texas: 28. 995.881; Virginia: 8.535.519; Washington: 7.614.893
Capital	Washington Distrito Federal
Idioma oficial	Inglés y Español
Idioma de negocios	Inglés y Español
Moneda oficial	Dólar americano desde 1792
PIB (2020)	\$22.366,000 miles de millones de dólares
PIB Per Cápite (2019)	\$65.297,52 miles de millones de dólares
Tasa de inflación (2019)	1.81%
Comercio exterior	El superávit comercial estadounidense para el 2020 no ha sido tan fuerte como en los años pasados debido a la pandemia del Covid-19 que sufrió todo el mundo, y debido a ello, la actividad del comercio bilateral permaneció paralizado durante un tiempo, sin embargo, los valores resultantes son favorables para la economía ecuatoriana.


Fuente: Santander Trade, Datos Macro, Banco Mundial e INDEXMUNDI

De acuerdo con los datos obtenidos por la página oficial de censos Estados Unidos de América, donde la población a dirigirse para el presente estudio es la ciudad de Miami con una población de 5,333.945 habitantes entre ellos hombres y mujeres. El 48.5% son hombres y 51.5% pertenece a las mujeres, a media anual los ingresos de la población económicamente activa masculina a quienes se dirigió la encuesta son de \$38.978 y para las mujeres de \$34.618, es decir, que los hombres de Miami tienen más trabajo que las mujeres por ende más capacidad de compra de ciertos productos que en términos

económicos vienen a ser un lujo mas no una necesidad del hombre. (United States Census, 2019)

4.1.5.2. Proyecciones de la economía estadounidense

Tabla 33. Proyecciones de la economía de Estados Unidos de América

Estados Unidos de América						
						
	2021	2022	2023	R2		
Producto Interno Bruto (Billones de dólares)	\$ 19.09	\$ 19.49	\$ 19.90	0.99		
PIB Per cápita (miles de millones de dólares)	\$ 69.413	\$ 71.610	\$ 73.806	0.99		
Inflación	3.38%	3.83%	4.29%	0.91		

Fuente: Banco Mundial

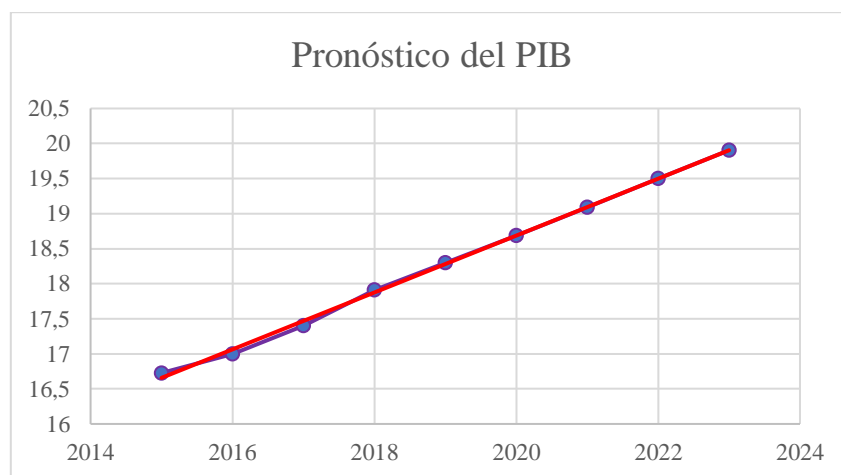


Figura 19. Pronostico del Producto Interno Bruto
Fuente: Banco Mundial

Con los datos visualizados en la tabla anterior se puede observar que para el año 2021 la economía del mercado estadounidense va mejorando a pesar de la pandemia del Coronavirus que se atraviesa a nivel mundial, y con el aumento durante el primer semestre esto refleja una continuidad en su recuperación económica como la reapertura en los negocios lo que representa un mayor ingreso y salida de productos al mercado

estadounidense. Además, como se puede apreciar para los siguientes años va a ir optimizando, en cuanto al coeficiente es mayor a 1, es decir que el valor que se obtiene ha superado el 50% entonces esto refleja que es un pronóstico cada vez más confiable en cada uno de los indicadores que se ha tomado como referencia para poder identificar como ira comportándose la economía estadounidense, ya que para cada año pronosticado tiene resultados favorables lo que resulta una oportunidad para el sector florícola ecuatoriano.

4.1.5.3. Segmentación del mercado

El mercado estadounidense al estar posicionado entre los primeros importadores de rosas es un territorio muy amplio, por ende se procede con la segmentación del mercado y para ello se utiliza la plataforma Google Trends, la cual permite identificar las tendencias de términos de búsqueda más populares y recientes, y para la investigación se procede con la búsqueda del consumo de rosas frescas en Estados Unidos de América y los resultados son los siguientes como se muestra en la figura a continuación:

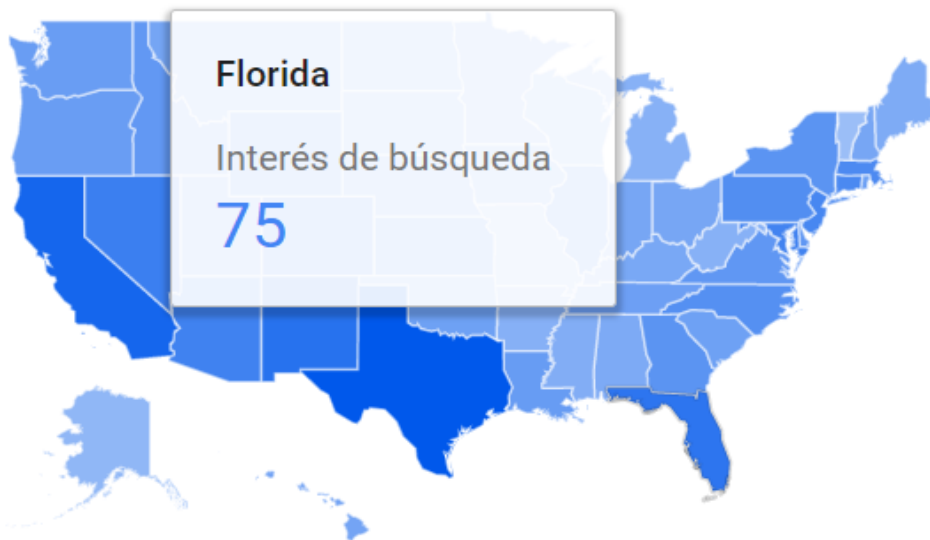


Figura 20. Segmentación de mercado
Fuente: Google Trends

La ciudad con mayor porcentaje es el estado de Florida, resultando así el mercado de meta para la exportación de rosas frescas ecuatorianas.

4.1.5.4. Perfil del consumidor

Tabla 34. Ficha técnica del perfil del consumidor de Estados Unidos de América

FICHA TÉCNICA

Objetivo: Definir el perfil del consumidor de Estados Unidos de América a través de indicadores que permitan referenciar particularidades óptimas para la comercialización de rosas ecuatorianas frescas

País Estados Unidos de América



Autora Susan Paola Sánchez

Ciudad Miami

Fecha de elaboración 13/07/2021

Estratificación	Explicación
En la ciudad de Miami el sexo femenino representa un 51.5% de consumidores mientras que el sexo masculino el 48.5%	Esto representa una ventaja para la empresa Red Roses debido a que las mujeres son más detallistas por ende comprar rosas en la ciudad, adicional a esto la forma de compra se la realiza de a través de tiendas físicas como las floristerías y en tiendas en línea.
Las rosas son de uso tradicional en la cultura de Estados Unidos ya sean para uso personal y para las celebraciones.	Los ciudadanos estadounidenses tienen una cultura de obsequiar rosas a sus seres queridos o amigos, en especial cuando existen lasos de amistad, para eventos como celebraciones de matrimonios, cumpleaños,

aniversario, navidad, día de la madre, día de la mujer, entre otras. Cabe mencionar que también se compra rosas para las festividades cívicas y el color que más se adquiere son las rosas rojas y blancas, esto varía depende de la ocasión.

La ciudad de Miami por varios años ha sido considerada como la puerta de ingreso de las rosas frescas, siendo este un nicho amplio, variado y el más importante de Estados Unidos por su ubicación estratégica que representa para los principales exportadores a nivel de Latinoamérica que son Ecuador y Colombia, además, con ello pueden acceder con mayor facilidad al consumidor final. De acuerdo con investigaciones realizadas por ProEcuador y Expoflores en sus publicaciones manifiestan que cada año las exportaciones de rosas hacia Estados Unidos ha ido aumentando, es decir, que tiene una tendencia de crecimiento, debido a la gran aceptación por sus colores vivos, durabilidad, belleza natural, entre otras características que diferencian a las rosas frescas ecuatorianas.

Fuente: Santander Trade y EXPOFLORES

4.1.5.5. Crecimiento del mercado

De acuerdo con datos obtenidos a través de la plataforma Trade Map el Ecuador para el año 2020 exportó \$ 266.776 miles de dólares y cabe destacar que el mercado estadounidense tiene la mayor participación a nivel mundial con un 49% bajo la subpartida arancelaria 0603.11.00.00 Rosas “flores y capullos” cortados para ramos o adornos, frescas a diferencia de los demás mercados compradores de rosas a nivel mundial.

4.1.5.6. Proyecciones y tasa de crecimiento de la población de Florida

Para la obtención del crecimiento de la población de Florida se procede con la aplicación del método de regresión simple lineal en series de tiempo y para el cálculo de la tasa de crecimiento se utiliza la tasa de crecimiento simple, como se muestra a continuación:

Formulas:

$$Y = A + B * (X)$$

$$TC = \frac{\text{valor final} - \text{valor inicial}}{\text{valor inicial}}$$

Tabla 35. Proyecciones y tasa de crecimiento de la población de Florida

Datos	Año	Población	Tasa de crecimiento
Históricos	2016	20627237	
	2017	20977089	
	2018	21254926	
	2019	21492056	
	2020	21733312	
Proyectados	2021	22035059	13%
	2022	22307771	
	2023	22580482	
	2024	22853194	
	2025	23125906	
	2026	23398617	

Fuente: Datos Macro

De acuerdo con los resultados de la tabla anterior se puede observar que el estado de Florida va a crecer un 13%, lo cual es favorable para el estudio del caso, pues a mayor

cantidad de personas mayor es la posibilidad de consumo del producto, además, representa una oportunidad para la comercialización de rosas frescas ecuatorianas.

4.1.5.7. Competitividad internacional

A continuación, se muestra una lista de proveedores a nivel mundial de rosas frescas:

Tabla 36. Lista de los países proveedores a nivel mundial durante el año 2020

País	Valor FOB Importada (Miles de Dólares)	Saldo Comercial (Miles de Dólares)	Nivel de Participación en %
Colombia	\$ 680.016	\$ 428.854	50%
Ecuador	\$ 428.854	\$ 228.974	32%
Guatemala	\$ 228.974	\$ 12.190	17%
México	\$ 12.190	\$ 7.162	1%
Etiopia	\$ 7.162	\$ 1.597	1%
Kenya	\$ 1.597	\$ 761	0%
Países Bajos	\$ 761	\$ 353	0%

Fuente: Trade Map

Durante el año 2020, Colombia se mantiene como el principal socio comercial y proveedor con un 50% de participación, por otro lado, Ecuador se mantiene como segundo proveedor a nivel mundial con un nivel de participación del 32% sin embargo el consumidor prefiere las rosas ecuatorianas por sus características peculiares las cuales las distinguen de la competencia, seguido por Guatemala, México, Etiopia, Kenya y Países Bajos con 17%, 1%, 1%, 0% y 0% respectivamente.

4.1.5.8. Canal de distribución

Exportación directa como método de ingreso al mercado internacional

En la actualidad, la habilidad de expandirse a los diferentes mercados internacionales y vender productos mundialmente es casi una necesidad; para muchas compañías aplican esta estrategia con el objetivo de maximizar sus beneficios, pero a su vez demanda de

mayor compromiso y recursos de administración, es decir, que se va a encargar no solo de la producción sino también de las actividades directas de exportación donde realizará la venta en el país de destino, los permisos y certificaciones necesarias para que el producto salga e ingrese al país, preparar la documentación y el medio de pago que estime oportuno; y si es el caso añadir un valor agregado para el mercado de destino. (ConnectAmericas, 2020)

En cualquier cadena productiva existen dos ámbitos las cuales son la producción y comercialización, donde la producción se limita vender su producto primario como son las frutas, cereales, carnes, leche, etc., o estas y entre otras pueden incluir un proceso industrial que transforme esta materia prima en un producto industrializado dulces, embutidos, conservas, panificados, entre otros. Como se puede observar en la siguiente figura la desproporción de ingresos que genera la cadena de suministros, para que resulte más fácil, a medida que la cadena se acerca al consumidor final van aumentando proporcionalmente los ingresos en cada una de las ventas.

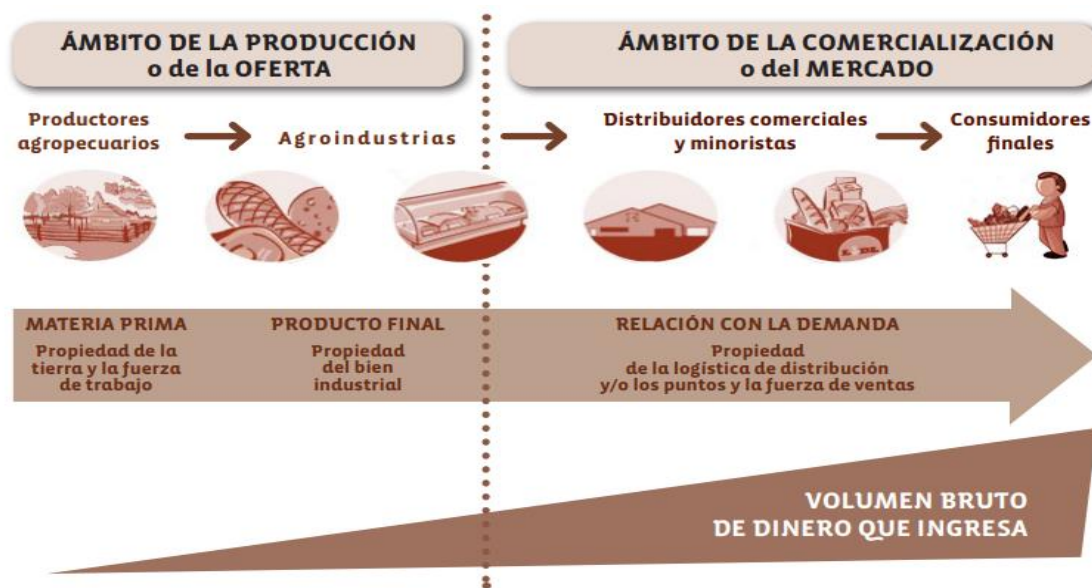


Figura 21. Cadena productiva y comercialización de productos
Fuente: Manual de facilitadores de procesos de innovación comercial

Una empresa puede realizar una exportación directa de varias formas:

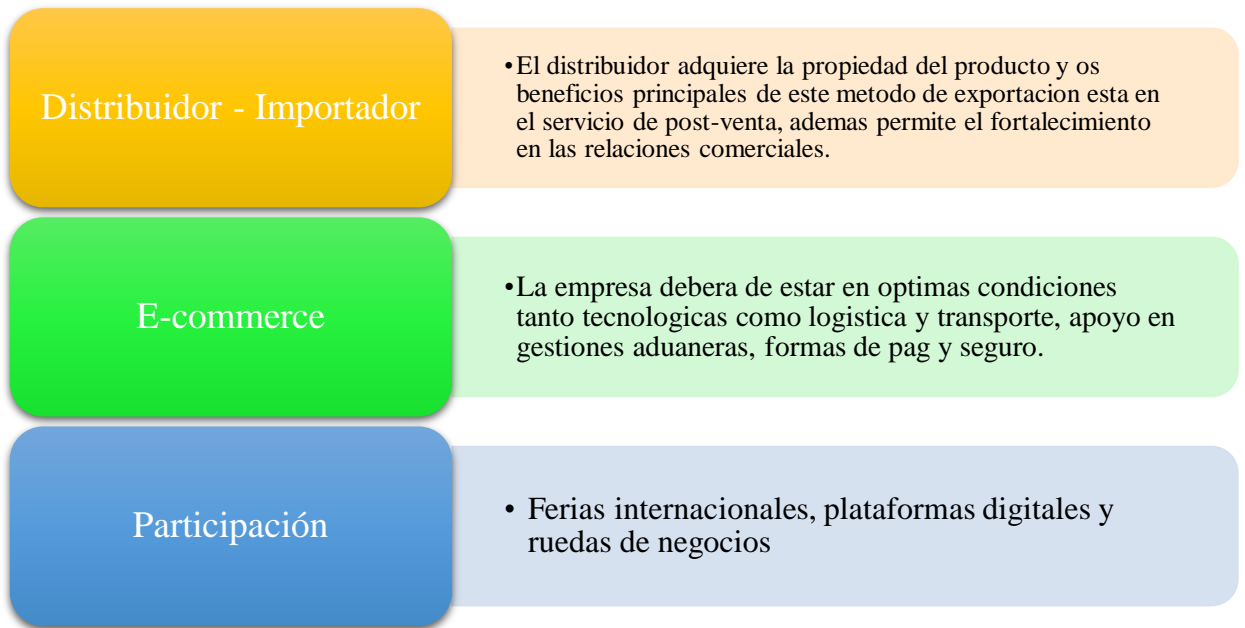


Figura 22. Canales de distribución
Fuente: PROCHILE, Promonegocios

4.1.5.9. Principales puertos de Estados Unidos

En la siguiente figura se muestra los principales puertos de entrada de las rosas del mundo al mercado estadounidense.

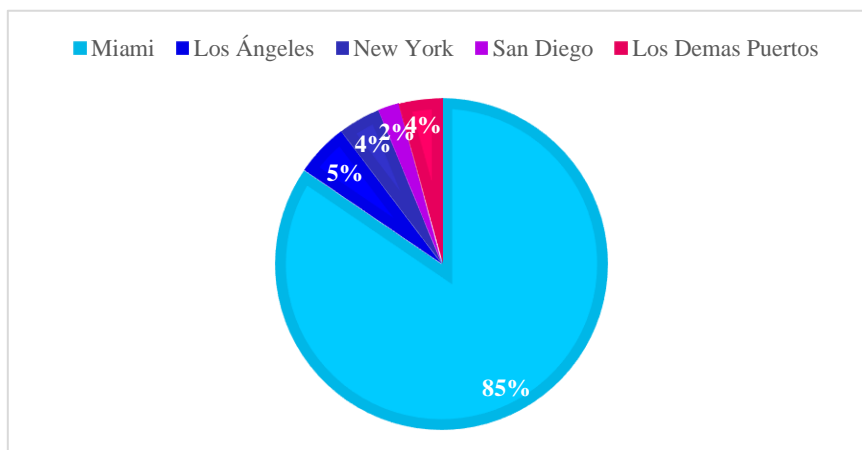


Figura 23. Principales puertos de Miami, Estados Unidos de América
Fuente: Expoflores

Entre los puertos más importantes por donde ingresan la mayor cantidad de rosas frescas es Miami-Florida y esto se debe a que en esta ciudad se encuentran la mayor cantidad de empresas mayoristas y floristerías más grandes del país, por lo que estas se encargan del proceso de distribución interna a nivel nacional. Otra de las ventajas que tiene a favor el puerto de Miami es su cercanía con sus principales proveedores de Latinoamérica.

4.1.5.10. Ferias internacionales en Estados Unidos

De acuerdo con International Floriculture Expo, la mayoría de las ferias internacionales se realizan en Miami y son las siguientes:

- Feria Internacional de Floricultura de EE. UU.
- Edición International Floriculture Expo
- Dispensarynext Conference & Expo

4.1.5.11. Exportaciones de Estados Unidos de América

Tabla 37. Lista de los mercados para un producto exportado por Estados Unidos de América bajo la partida 0603.11

Importador	Valor exportado en miles de USD				
	2016	2017	2018	2019	2020
Canadá	7.859	8.897	8.089	7.454	5.620
China	7.797	8.841	8.056	7.419	5.529

Fuente: Trade Map

Es notorio que la exportación de rosas frescas no es el fuerte para esta nación, debido a que Estados Unidos de América no registra valores ni mucho menos una lista amplia de importadores de rosas, y esto se debe a que en mayor parte del total de las exportaciones ecuatorianas son directamente para el consumo de los ciudadanos; donde es un escenario totalmente diferente con Países Bajos, en este sentido, no es solo un importador de rosas por parte de nuestro país sino que también vende rosas frescas y en sus registros de Trade Map se ubica en primer lugar como exportador y en segundo lugar como importador de un producto exportado por Ecuador, por lo que para el Ecuador se posiciona como competencia en el lado oriental pero cabe recalcar que no deja de ser un mercado atractivo. Sin embargo, el mercado

estadounidense es más oportuno para la exportación de las rosas, debido a que es direccionada para el consumo de su población, además de que es un mercado formal, seguro y leal al momento de las transacciones.

4.1.5.12. Barreras arancelarias y no arancelarias

Subpartida arancelaria de las rosas:

Tabla 38. Tarifa arancelaria para las rosas ecuatorianas en Estados Unidos de América

Producto	Subpartida arancelaria	Descripción	Tarifa arancelaria
Rosas	0603.11	Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas	6.8%

Fuente: Trade Map

Barreras no arancelarias

En el mercado estadounidense tiene ciertos requisitos que las empresas deben acatarse y cumplir para que los productos extranjeros ingresen a su país, como es el caso de las rosas las cuales deben de cumplir con cierta documentación y requisitos para su entrada y por lo general no son licencias ni certificados previos, pero se necesita el PPQ 587 (Application for Permit to Import Plants or Plant Product), que es donde se presenta toda la información oficial del registro de exportación, además se encuentran detallada información del proveedor, producto e importador. (ProEcuador, 2018)

El departamento de Agricultura Estadounidense (USDA) es la encargada de realizar una rigurosa verificación e inspección las cuales garanticen que todas y cada una de las rosas que ingresan al país estén libres de microbios o enfermedades que puedan amenazar la agricultura y población estadounidense, por ende, entregan (Custom Border Protection) este es un listado que señala cuales son las flores y cuando se va a llevar a cabo la inspección. (ProEcuador, 2018)

Además, se debe de requerir un permiso del Servicio de Inspección de Salubridad de Plantas y Animales (APHIS) para la importación de rosas, esta entidad proveerá los requerimientos que necesitan las rosas para su ingreso al país.

→ **Permiso fitosanitario del país exportador**

De acuerdo con la administración de alimentos y medicamentos (FDA) especifica que para obtener el permiso fitosanitario es necesario estar registrado como operador y tener una descripción del embarque, con la finalidad de estar seguros que el país exportador realice una debida inspección a las flores antes de su salida y así declararlas libres de plagas y enfermedades, también colabora certificando que las flores cumplen con las normativas de importación de Estados Unidos de América; actualmente las rosas ecuatorianas están catalogadas como país bajo riesgo de plagas.

Requisitos de Etiquetado

Existen consideraciones que se debe de tener muy en cuenta al momento del envío de las rosas, como son que todas las cajas de envío estén correctamente marcadas además de constar el nombre de la flor, cantidades, país de origen, número de caja. Las flores que están listas para ingresar al mercado estadounidense deben de estar en ramilletes y presentar información como el país de origen, la etiqueta debe indicar el país de cultivo de la flor en el idioma oficial que es el inglés, por ejemplo, “Made in Ecuador” nombre científico de la flor, donde esta detallado el género, especie y variedad. (PROECUADOR, 2018)

Requisitos de Empaque y Embalaje

El empaque de las rosas debe estar en cajas “BOX” conteniendo 12 o 24 rosas en ramilletes, luego estas se vuelven a reempacar en boquetes, el tamaño que más se manejan los distribuidores estadounidenses es de 122*53*30 cm con ventilación de 5cm en cada punta. (PROECUADOR, 2018)

Requisito del producto

Las rosas que son exportadas por Ecuador deben de conservar su estado original, como sus espinas y dicha consideración depende de comprador, añadiendo a eso no tienen que contener raíces ni tierras o si no se pueden considerar para siembra; lo más recomendable es que sean empaquetadas en cajas de cartón y dentro de bolsas plásticas y se debe de tratar de empaquetar al vacío para su mayor duración, además, que sean

clasificadas por color, no existe ninguna regulación en cuanto al tamaño de cajas o codificación para la importación de rosas. (PROECUADOR, 2018)

4.1.6. Análisis situacional del Ecuador

Tabla 39. Ficha técnica del Ecuador

Ecuador	
	
Área geográfica	283,561 km ²
Capital	San Francisco de Quito
División administrativa	Está dividido en 24 provincias: Azuay, Bolívar, Cañar, Carchi, Chimborazo, Cotopaxi, El Oro, Esmeraldas, Galápagos, Guayas, Imbabura, Loja, Los Ríos, Manabí, Morona-Santiago, Napo, Orellana, Pastaza, Pichincha, Santa Elena, Santo Domingo de los Tsáchilas, Sucumbíos, Tungurahua, Zamora Chinchipe.
Población total	17.944,484
Población masculina (%)	8.985,322 (50.1%)
Población femenina (%)	8.959,162 (49,9%)
Religión	Católica romana (74%), evangélica (10.4%), Testigos de Jehová (1.2%), otras (6.4%, incluyendo: budistas, mormones, judíos, espiritistas, musulmanes, hindúes, religiones indígenas, religiones afroamericanas, pentecostales), ateísmo (7.9%), agnosticismo (0.1%)
Capital	San Francisco de Quito

Principales ciudades	Guayaquil, Quito, Manta, Cuenca, Santo Domingo, Machala, Ambato.
Idioma oficial	Español
Idioma para los negocios	Español e Inglés
Moneda	Dólar (desde el año 2000)
Producto Interno Bruto	
	\$ 66.308,49
(millones de dólares)	
PIB Per Cápita	\$ 5.600,39
Riesgo País (2021)	795 pts.
Tasa de inflación anual (2021)	-0.18%
Salario Básico Unificado (2020)	\$ 400
Tasa de Desempleo	6.13%
Agricultura	\$ 9.803
Manufactura (2019)	5.513%

Fuente: Banco Central del Ecuador, Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación de España, Fondo Monetario Internacional y Banco Mundial.

4.1.6.1. Balanza comercial del Ecuador

Tabla 40. Balanza Comercial Ecuatoriana

	Ene-Dic 2018		Ene-Dic 2019		Ene-Dic 2020	
	TM	USD	TM	USD FOB	TM	USD
		FOB (millones)		(millones)		FOB (millones)
Exportaciones Totales	31,239.20	21,628.00	33,100.00	22,329.40	32,502.20	20,226.60
Petrolera	20,504.70	8,801.80	22,212.10	8,679.60	20,839.10	5,250.40
No Petrolera	10,734.50	12,826.20	10,887.90	13,649.80	11,663.20	14,976.20
Importaciones Totales	17,032.60	22,105.60	17,373.70	21,509.30	15,339.60	16,986.80
Balanza Comercial Total		-477.60		820.10		3,239.80
Balanza Comercial Petrolera		4,459.00		4,520.60		2,599.10
Exportaciones Petroleras		8,801.80		8,679.60		5,250.40
Importaciones Petroleras		4,342.80		4,159.00		2,651.30
Balanza Comercial No Petrolera		-4,936.60		-3,700.40		640.60
Exportaciones No Petroleras		12,826.20		13,649.80		14,976.20
Importaciones No Petroleras		17,762.80		17,350.30		14,335.50
Valor unitario promedio de barril de petróleo		\$60.6		\$55.3		\$35.6

Fuente: Banco Central del Ecuador

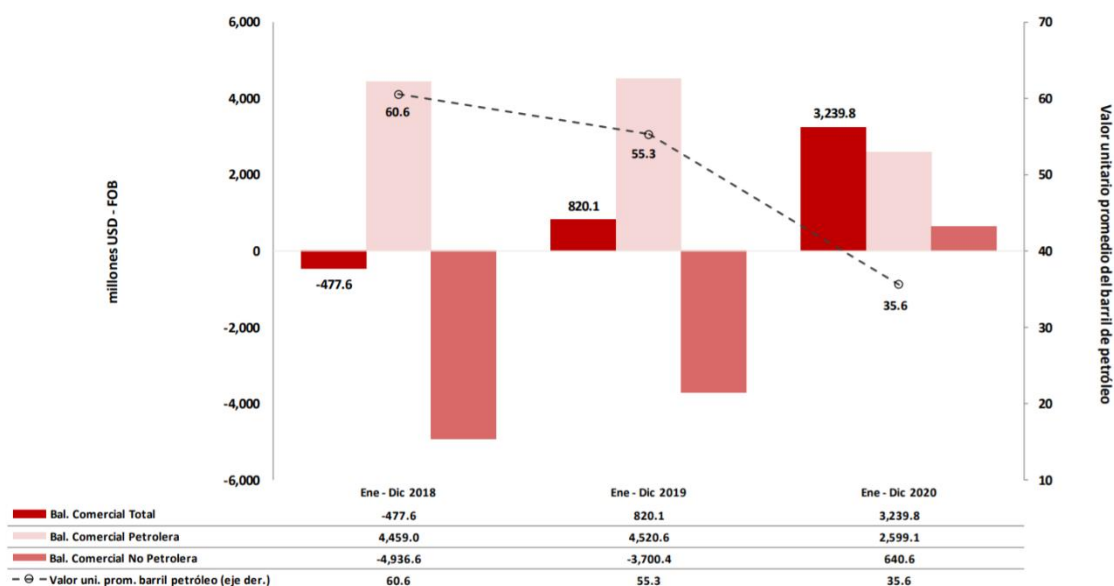


Figura 24. Balanza Comercial Ecuatoriana
Fuente: Banco Central del Ecuador

Durante el año 2020 el Ecuador registro una balanza comercial favorable con un superávit de \$3,239.8 millones de dólares a diferencia del año 2019 que cerro con \$820.1 millones de dólares, es decir que el año 2020 la economía fue más dinámica, significando así que hubo mayor cantidad de productos nacionales exportados, por parte de los sectores estratégicos del país donde el sector florícola es parte de ello y las rosas frescas representa un rubro fuerte para la economía ecuatoriana.

La balanza comercial petrolera para el 2020 registro un saldo favorable con un valor de \$2,599.1 millones de dólares a comparación con el año anterior fue de \$4,520.6 millones de dólares, es decir, que hubo un decrecimiento en las exportaciones ecuatorianas de bienes petroleros y una reducción de los bienes petroleros importados.

En cuanto a la balanza comercial no petrolea es superavitaria para el año 2020 con \$640.60, pese a las consecuencias de la pandemia del Covid-19, en este sentido, para la economía mundial que va de la mano del comercio exterior se vieron afectados, pues durante el primer trimestre del año 2020 se paralizó en su mayoría los envíos de mercancías por transporte terrestre y aéreo para evitar los contagios y propagación del virus y esto generó millones de pérdidas para empresas nacionales e internacionales que se dedican a la comercialización de productos y/o de servicios, y en cuanto al segundo, tercer y cuarto trimestre de 2020, la economía se empezó a dinamizar pues el gobierno

implemento protocolos de bioseguridad para resguardar la salud y seguridad de las empresas y de los productos, dando así paso a las exportaciones e importaciones siempre y cuando se cumpla con los estándares y protocolos que se tomó para mayor seguridad sanitaria y a pesar de la pandemia del coronavirus y los inconvenientes que este conllevó se realizaron mayores exportaciones.

Por otro lado, para el año 2019 se registró una balanza comercial no petrolera con déficit por \$-3,700.40 y esto se debe que las importaciones fueron mayores a las exportaciones, es decir que para el año 2019 las exportaciones fueron de \$13,649.80 y del año 2020 un valor de \$14,976.20, lo que significa que no hubo mayores salidas de productos ecuatorianos a diferentes partes del mundo, y esto se debe gracias a las medidas de bioseguridad tomadas por el gobierno y cada una de las empresas exportadoras que acataron y mantienen dichas medidas para seguir vendiendo sus productos y así la economía del país es dinámica y en pro de los ecuatorianos.

Un dato importante también es que el valor promedio del barril del petróleo para el 2020 fue de \$35,6 es un valor que ha ido en caída como se puede observar en la figura anterior, debido a que en años anteriores su precio ha sido superior a los \$50 dólares generando ingresos al país los cuales serán destinados para el desarrollo de este.

4.1.6.2. Tratados y Convenios Internacionales

A lo largo del tiempo, cada gobierno de turno ve pertinente que el país tenga relaciones comerciales con los demás países y organismos internacionales, con el objetivo de formar acuerdos, tratados y convenios internacionales que permitan el crecimiento económico, social y político de la nación, donde se refleje un flujo libre de mercancías de exportación e importación por quienes firmaron dicho acuerdo.

El Ecuador mantiene varios acuerdos comerciales con distintos países como se describe brevemente.

Tabla 41. Relaciones comerciales vigentes que mantiene el Ecuador con el mundo

Tipo de acuerdos	Descripción
Por bloques económicos	<ul style="list-style-type: none">✓ <i>Asociación Latinoamericana de Integración</i>✓ <i>Comunidad Andina</i>✓ Unión de Naciones Sudamericanas✓ Alternativa Bolivariana para los Pueblos de América-Tratado de Comercio de los Pueblos✓ Unión Europea✓ Unión Económica Euroasiática✓ Alianza del Pacífico✓ Organización Tratado Cooperación Amazónica✓ Asociación de Estados del Caribe✓ Sistema de la Integración Centroamericana✓ Mercado Común del Sur✓ Sistema Global de Preferencias con países Desarrollados✓ Acuerdo de Complementación Económica Ecuador-Chile
Acuerdos preferenciales	<ul style="list-style-type: none">✓ Guatemala✓ Colombia✓ Venezuela✓ México
Acuerdos multilaterales	<ul style="list-style-type: none">✓ Acuerdo Multipartes Ecuador-EU✓ Organización Mundial del Comercio.






Fuente: Banco Central del Ecuador, ProEcuador, FEDEXPORT.

4.1.6.3. Análisis Mercado – Producto

Tabla 42. Ficha técnica de las rosas



Nombre comercial	Rosas
Certificaciones	<ul style="list-style-type: none">✓ Global G.A.P.✓ Flor Ecuador✓ Fairtrade International✓ Certified Veriflora Sustainably Grown✓ Rainforest Alliance
Características	<p>La rosa es cultivada con los más altos estándares de calidad en plantaciones que están ubicadas en más de 2,500 (msnm).</p> <p>Las rosas cuentan con tallos, hojas y colores vivos únicos.</p> <p>Mayor tiempo de durabilidad en florero.</p>
Variedades	<ul style="list-style-type: none">➤ Quicksand➤ Creme brulee➤ Deep purple➤ Candlelight➤ Atomic➤ Blessing➤ Vintage➤ Rediant➤ Sweet memory➤ Silantoi

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Scandal ➤ Encanto ➤ Explorer ➤ Fortune ➤ Free spirit ➤ Freedom ➤ Geraldine ➤ Gotcha ➤ Hot explorer ➤ Lola ➤ Limonada ➤ Menta ➤ Magic times ➤ Mondial ➤ Pink Mondial ➤ Red paris ➤
Logística	<ul style="list-style-type: none"> • Aéreo: 89,74% • Marítimo: 10,26%
Arancel	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  0% </div> <div style="text-align: center;">  0% </div> <div style="text-align: center;">  0% </div> <div style="text-align: center;">  23% </div> <div style="text-align: center;">  5% </div> </div>
Principales destinos	<p>Estados Unidos de América</p> <p>Países Bajos</p> <p>Unión Europea</p> <p>Rusia</p>
Empresas exportadoras	<ul style="list-style-type: none"> • Grandes: 81% • Mipymes: 19%
Ventaja competitiva	<p>Al ser reconocida como la mejor rosa del mundo y esto se debe gracias a las condiciones climáticas del</p>


país, debido a que está ubicado estratégicamente en la línea equinoccial.

Fuente: ProEcuador y Expoflores

4.1.6.4. Uso y proceso de las rosas frescas

En la siguiente tabla se explica de manera detallada cual es el uso que le da el consumidor final y seguidamente del proceso por lo que atraviesa las rosas hasta llegar a su destino.

Tabla 43. Uso y proceso de las rosas

Uso de las rosas	
<p>Decoración</p> <p>Regalos</p> <p>Arreglos florales</p> <p>Utiliza en perfumes</p> <p>Elaboración de productos comestibles como mermeladas</p>	
Proceso de las rosas	
<p>Siembra</p>	<p>Instalación de infraestructura adecuada</p> <p>Preparación del suelo</p> <p>Siembra de patrones</p> <p>Manejo</p>
<p>Cultivo</p>	<p>Riego</p> <p>Fumigación</p>
<p>Cosecha</p>	<p>Corte</p> <p>Selección del estado de corte del botón</p>
<p>Postcosecha</p>	<p>Hidratación</p> <p>Protección del botón</p>

Selección	Selección del tamaño
Clasificación	Calificación de tamaño y variedad Empaque Embalaje

Fuente: Propietario de la empresa Red Roses

4.1.6.5. Cultivo de rosas en el Ecuador

Nivel de participación de las empresas en el cultivo de rosas

Tabla 44. Participación de las empresas en el cultivo de flores

Tamaño de la empresa	Empresas 2020	Empleados 2020
Grande	32	18.851
Mediana	80	8.074
Pequeña	55	1.502
Microempresa	62	348
ND	2	0
Pequeña	237	28.775

Fuente: Corporación Financiera Nacional

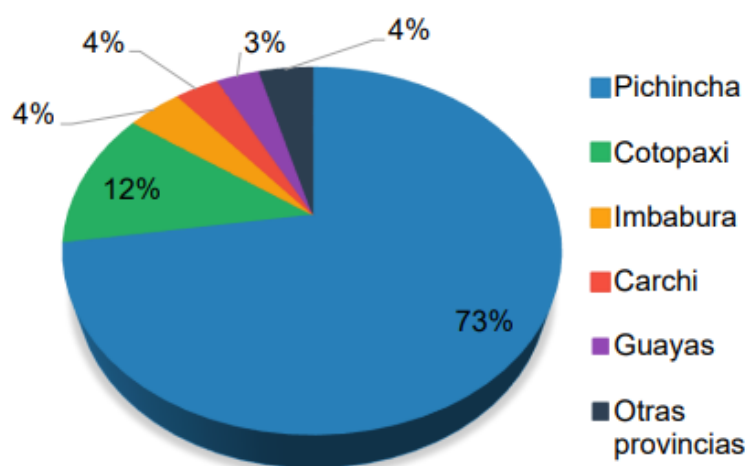


Figura 25. Participación de las empresas por provincia en el Cultivo de flores
Fuente: Corporación Financiera Nacional

De acuerdo con los datos obtenidos de la Corporación Financiera Nacional del año 2020, se han registrado el 67% de las declaraciones presentadas a la Superintendencia de Compañías, y para el año 2020 existieron 237 empresas dedicadas al cultivo de flores, presentando así su mayoría en la provincia de Pichincha con el 73% para dicho año el sector floricultor generó empleo a 28.775 personas de los cuales alrededor del 72% fueron contratadas por grandes compañías que se dedican a esta actividad.

Producción nacional de rosas

Tabla 45. Nivel de producción de rosas a nivel nacional para el 2020

Especie producida	Superficie cosechada (ha)	Producción (tallos)	Rendimiento (tallos/ha)	Porcentaje Nacional
Rosas	3.718	2,557,870,384	687,999.6	67%
Flores transitorias	455	210,826,058	463,172.8	6%
Hypericum	445	367,258,637	825,971.9	10%
Gysophilia	172	215,285,990	1,251,881.1	6%
Otras flores	140	448,701,921	3,198,776.7	12%
Total	4.930	3'799.942,989	608,249	100%

Fuente: Corporación Financiera Nacional

La superficie plantada por hectárea de Rosas para el año 2020 fue del 67% de la producción nacional, seguida por la producción de Flores Transitorias con el 6%, para este año se toma en cuenta la producción de Hypericum con el 10% y Gysophilia con el 6%, donde la superficie cosechada de flores a escala nacional las rosas ocupan el mayor porcentaje con una producción de 2'557.870,384 tallos al año y con un rendimiento del 687.999,6; es decir, que este especie predomina ante las demás, añadiendo a eso, es la más comercializada y por ende el genera mayores ingresos para las empresas exportadoras ecuatorianas.

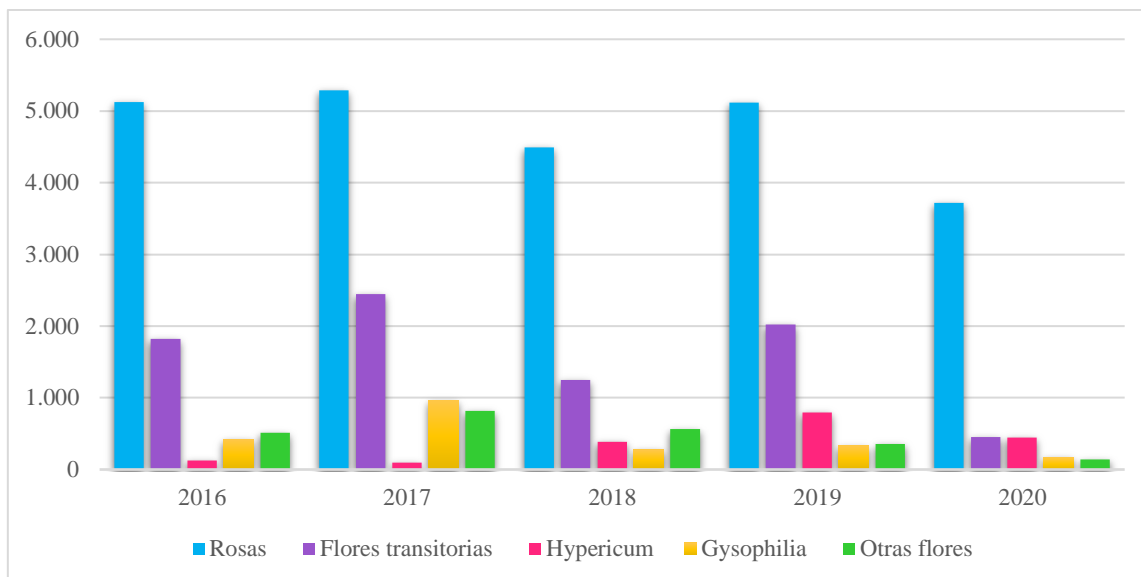


Figura 26. Nivel de producción de rosas a nivel nacional
Fuente: Corporación Financiera Nacional

Como se puede apreciar en la gráfica y tabla antes presentados, muestra claramente que las rosas ocuparon el 67% de la producción nacional la cual va destinada para la exportación a los diferentes mercados internacionales, además, que las rosas es la especie más cosechada en el Ecuador, por ende, el sector florícola representa un ingreso económico significativo para el país y sin dejar de lado que genera varias plazas de trabajo tanto directas como indirectas y cabe recalcar que, en el año 2019 la producción de rosas aumento en 4% respecto al 2018, mientras que para el año 2020 se presentó un decrecimiento del 25% de la producción frente al 2019.

4.1.6.6. Consumo Nacional Aparente

Para el cálculo del consumo nacional aparente de las rosas en el mercado estadounidense, se estableció que en este destino existe suficientemente demanda de las rosas por parte del consumidor final, esto quiere decir que es factible la exportación de las rosas frescas de la empresa Red Roses; para realizar las proyecciones se ha utilizado el método de incremento porcentual para 5 años.

Nomenclatura:

$$\text{CNA} = \text{PN} + \text{M} - \text{X}$$

CNA = Consumo Nacional Aparente

M = Importaciones

X = Exportaciones

Tabla 46. Consumo Nacional Aparente

Año	Producción Nacional (+)	Importaciones Tn (+)	Exportaciones Tn (-)	Consumo Nacional Aparente	
				Toneladas	Kilogramos
2017	63.668	569.023	5.788	626.903	626.903.000
2018	65.813	620.629	5.983	680.459	680.459.000
2019	81.796	648.042	7.436	722.402	722.402.000
2020	131.109	654.802	11.919	773.992	773.992.000
2021	186.945	921.334	16.995	1.091.284	1.091.284.000
2022	199.421	904.405	18.129	1.085.697	1.085.696.500
2023	230.606	978.284	20.964	1.187.926	1.187.926.000
2024	261.791	1.052.164	23.799	1.290.156	1.290.155.500
2025	292.976	1.126.043	26.634	1.392.385	1.392.385.000
2026	324.161	1.199.923	29.469	1.494.615	1.494.614.500

Fuente: Trade Map y Servicio de Inspección de Salubridad de Plantas y Animales

De acuerdo con los datos que se puede observar en la tabla antes presentada, muestra claramente que las cifras van creciendo consecutivamente cada año, por ende, resulta factible la exportación a este mercado de destino debido por la aceptación que tiene el producto por parte de los consumidores.

4.1.6.7. Oferta Exportable

La empresa Red Roses cuenta con la variedad Explorer, la cual es muy demanda y cotizada en el mercado internacional, de acuerdo a la producción de la empresa, actualmente para esta variedad de rosas está cultivada en 2.500m², conformada por 30 camas donde cada cama produce alrededor de 12.000 tallos mensuales y otra de las variedades que cosechan es Freedom la cual está sembrada en 2.500m², conformada por 30 camas donde cada una produce alrededor de 18.000 tallos mensuales, anualmente la

florícola produce un total de 324.000 tallos aproximadamente de rosas frescas de variedad Explorer y Freedom.

Tabla 47. Producción de rosas de la empresa Red Roses

Área del terreno	Número de camas	Producción de tallos por cama	Producción de tallos mensuales	Tallos destinados para la exportación
Explorer	30	360	10,800	
Freedom	30	540	16,200	324.000
TOTAL			27,000	

Fuente: Propietario de la empresa Red Roses

Por otra parte, la oferta exportable con la que cuenta la empresa Red Roses ubicada en la provincia de Imbabura en el cantón Otavalo, donde toda su producción esta destina para el mercado internacional, la cual es entregada a las empresas-exportadoras de rosas frescas, donde todo lo que se entrega por parte del propietario de la florícola es procesado y enviado para la venta hacia el exterior.

A continuación, se presenta la demanda insatisfecha y la proyección que va desde el año 2017 hasta el 2025, cuya finalidad es de observar cual sería la cobertura de la exportación de las rosas frescas de la empresa Red Roses, para el mercado objetivo que es Miami, Estado Unidos de América.

Tabla 48. Demanda insatisfecha

AÑO	PN (kg)	M (kg)	X (kg)	CNA (kg)	Población Estados Unidos	Consumo Per Cápita (kg)	% Cobertura Nacional	% Cobertura Empresa
2017	63.668.000	569.023.000	5.788.000	626.903.000	20977089	29,89	7,1%	0,05%
2018	65.813.000	620.629.000	5.983.000	680.459.000	21254926	32,01	6,3%	0,05%
2019	81.796.000	648.042.000	7.436.000	722.402.000	21492056	33,61	6,7%	0,04%
2020	131.109.000	654.802.000	11.919.000	773.992.000	21733312	35,61	4,7%	0,04%
2021	186.945.000	921.334.000	16.995.000	1.091.284.000	22035059	49,52	3,8%	0,03%
2022	199.421.200	904.404.500	18.129.200	1.085.696.500	22307771	48,67	3,6%	0,17%
2023	230.606.200	978.284.000	20.964.200	1.187.926.000	22580482	52,61	3,2%	0,20%
2024	261.791.200	1.052.163.500	23.799.200	1.290.155.500	22853194	56,45	2,8%	0,22%
2025	292.976.200	1.126.043.000	26.634.200	1.392.385.000	23125906	60,21	2,5%	0,24%
2026	324.161.200	1.199.922.500	29.469.200	1.494.614.500	23398617	63,88	2,2%	0,25%

Fuente: Trade Map y Servicio de Inspección de Salubridad de Plantas y Animales, Banco Mundial

La demanda insatisfecha se determinó a través del análisis del consumo aparente de fuentes secundarias antes descritas en la tabla anterior, donde establece que una persona puede adquirir entre 30 a 50 tallos independientemente de la variedad de las rosas, que las personas invierten para adquirir este producto importado; por otra parte se ha considerado a la población de Miami para con ello determinar la demanda insatisfecha que para los años 2021 al 2026 hay un consumo que va desde 1.091.284 a 1.494.615 TN mismo que vendrá a ser la demanda insatisfecha y la florícola puede aprovechar para ingresar al mercado, ya que de acuerdo con los datos de Expoflores alrededor del 65% de los habitantes compran rosas frescas, donde el género que más adquieren rosas son las mujeres estadounidenses ya sea para adornar diferentes instalaciones y para obsequios en distintas ocasiones, por parte de la empresa Red Roses para el año 2023 puede llegar a cubrir la demanda del 0,20%.

4.1.7. Estudio Técnico

4.1.7.1. Macro localización

El cantón Otavalo se encuentra ubicado en la zona norte del Ecuador, al sur de la provincia de Imbabura, a 95km al noreste de Quito y a 20 km al sur de la ciudad de Ibarra, está dividido en 9 parroquias que son: Miguel Egas Cabezas, Eugenio Espejo, Pataqui, Ilumán, Quichinche, Selva Alegre, San Rafael de la Laguna, Gonzales Suarez, San Pablo del Lago y la cabecera cantonal es la ciudad de Otavalo, la misma que se encuentra una altitud de 2550 msnm con un clima andino de 16°C en promedio, una extensión de 507,47 km², con una población aproximadamente de 110.461 habitantes, las actividades que con mayor frecuencia realizan están enfocadas a la producción y comercialización de productos agrícolas y el turismo urbano y comunitario. (Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo, 2021)

Por medio de la siguiente grafica se pude observar la ubicación de la empresa Red Roses, ya que indica el lugar geográfico a nivel cantonal, ubicada en la provincia de Imbabura en el cantón Otavalo en la parte norte del Ecuador.

Provincia: Imbabura

Cantón: Otavalo



Figura 27. Macro localización de la empresa Red Roses
Fuente: ONG Guaguacuna

Adicional a esto se procede con un listado de las provincias que son productoras de rosas frescas a nivel nacional, la cordillera de los andes ecuatoriana cuenta con ventajas geográficas como son la iluminación y clima perfectos para producción y cosecha de rosas la cuales otorgan características peculiares las cuales hacen que sean superiores a las de la competencia.

Tabla 49. Provincias productoras de rosas a nivel nacional 2020

Provincia	Porcentaje Total de la Producción de Rosas
Cotopaxi	84,4%
Imbabura	68,8%
Cañar	63,4%
Carchi	46,8%
Pichincha	41,7%
Chimborazo	37,5%
Loja	20%
Azuay	5,11%

Fuente: ProEcuador

De acuerdo con los datos de ProEcuador, la provincia con mayor competitividad en la cosecha de rosas es Cotopaxi con el 84% de producción, seguida por Imbabura con 68,8%, teniendo a Pichincha en quinto lugar con el 41,7% de producción de rosas, es decir, que es estos lugares se encuentra mayor cantidad de florícolas, generando plazas de trabajo directo e indirecto para las personas aledañas a las fincas de rosas, es por la

gran cantidad de hectáreas sembradas en el país de rosas que el Ecuador se posiciona como el segundo proveedor de rosas a nivel mundial y el primer distribuidor en el lado occidental satisfaciendo gustos y preferencias de la demanda existente en los diferentes mercados internacionales.

4.1.7.2. Micro localización

Se determina la ubicación actual y exacta de la empresa Red Roses y en donde se desarrollan todas las actividades de producción y cosecha de las rosas, y se encuentra situada en la calle 9 de Junio a 3 minutos de la carretera panamericana E35, en la parroquia de San Rafael de la Laguna.

4.1.7.3. Ubicación de la empresa Red Roses

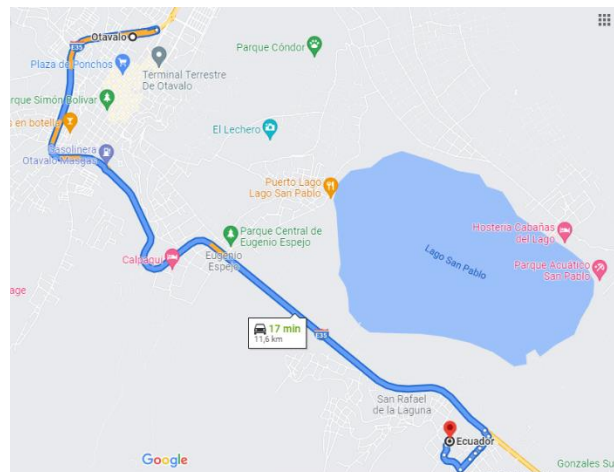


Figura 28. Micro localización de la empresa Red Roses
Fuente: Google Map – Red Roses

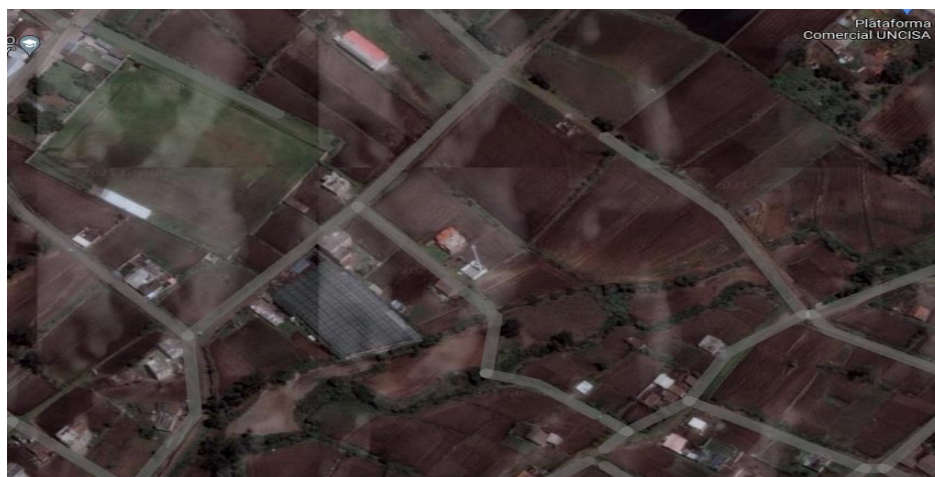


Figura 29. Micro localización de la empresa Red Roses
Fuente: Google Map – Red Roses

Tabla 50. Micro localización

Provincia	Imbabura
Cantón	Otavaló
Parroquia	San Rafael de la Laguna
Infraestructura	Industrial
	→ 5000 m2 de invernadero
Área de la empresa	→ 200 m2 de post - cosecha y administrativo

Fuente: Propietario de Red Roses

4.1.7.4. Tamaño de la empresa Red Roses

La empresa actualmente cuenta con 5.000 m2 para la producción de rosas frescas y las instalaciones del área administrativa y operaria, cabe mencionar que, la florícola se encuentra abasteciendo a empresas comercializadoras. Sin embargo, dicha empresa pretende exportar directamente a los diferentes mercados internacionales y así expandir más áreas de producción en sectores estratégicos para satisfacer la demanda de su selecta clientela.

4.1.7.5. Distribución de la empresa

La infraestructura de la empresa Red Roses está diseñado acorde a las necesidades y normas requeridas para la producción, procesamiento y almacenamiento de las rosas frescas tales como bodegas y el cuarto frío, cuenta con el área administrativa como la gerencia general, área de comercialización y el área de producción, entre otros espacios.

Cuenta con una oficina principal donde se realiza las actividades administrativas como: control del personal y pagos, coordinación de despachos terrestres, reuniones administrativas, entre otras actividades.

También el área de postcosecha con una dimensión de 200m2 con todos sus implementos industriales necesarios como liras clasificadoras, mesas embuchadora, cortadora, impresora térmica de etiquetas, deshojadoras, la cual tiene una amplia bodega con donde se almacenan los insumos químicos tales como pesticidas, fungicidas, fertilizantes y materiales para el área de postcosecha como cartonería, ligas, zunchos, grapadora industrial, grapas, laminas celofán, pliegos de papel comercio, tijeras,

guantes, gavetas plásticas, entre otros; y a un costado está ubicado el cuarto frío con un área de 30m² y la zona de despacho de la mercancía lista para el embarque interno.

Así también, cuenta con un comedor para el personal de trabajo pueda servirse sus alimentos adecuadamente en el horario establecido, también cuenta con un espacio necesario para realizar sus necesidades biológicas y aseo personal, asimismo, tiene vestidores con la finalidad que el personal pueda cambiarse su ropa y utilizar la vestimenta adecuada para el trabajo en la florícola.

El invernadero tiene una extensión de 5.000 m² donde se produce las rosas, para su ingreso se debe utilizar una vestimenta adecuada con la finalidad de proteger la salud del personal como el overol, guantes, botas de caucho, entre otros, de acuerdo con su función.

Igualmente, hay un dormitorio en cual es habitado por el empleado que es el encargado del cuidado de las instalaciones de la empresa Red Roses con su respectiva área de acero personal.

La empresa cuenta con 10 empleados, de los cuales 3 son encargados del manejo del cultivo de las rosas, 4 encargados de postcosecha y 3 administrativos.

Las instalaciones de la empresa Red Roses cuenta con las debidas señaléticas con el fin de comunicar de forma simple, rápida y de comprensión universal, para la seguridad industrial e integridad del personal dentro de las instalaciones de trabajo.

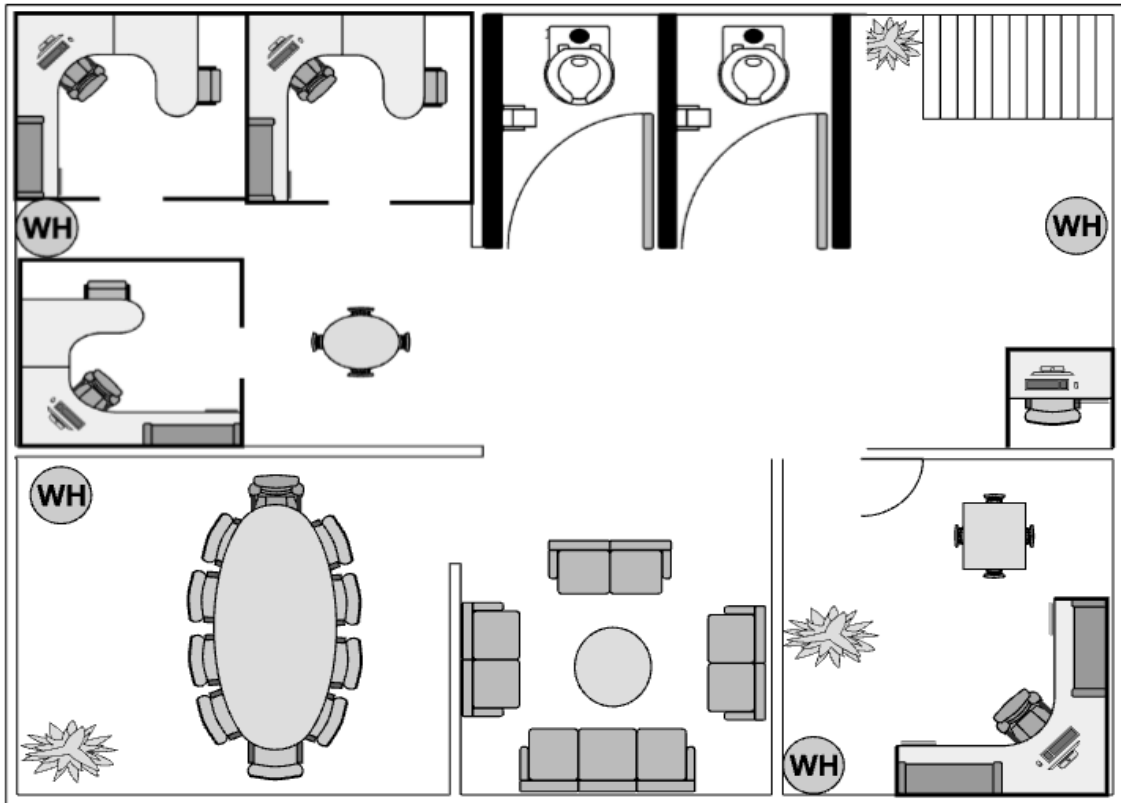


Figura 30. Área administrativa de la empresa Red Roses
Fuente: Red Roses – Lucidchart

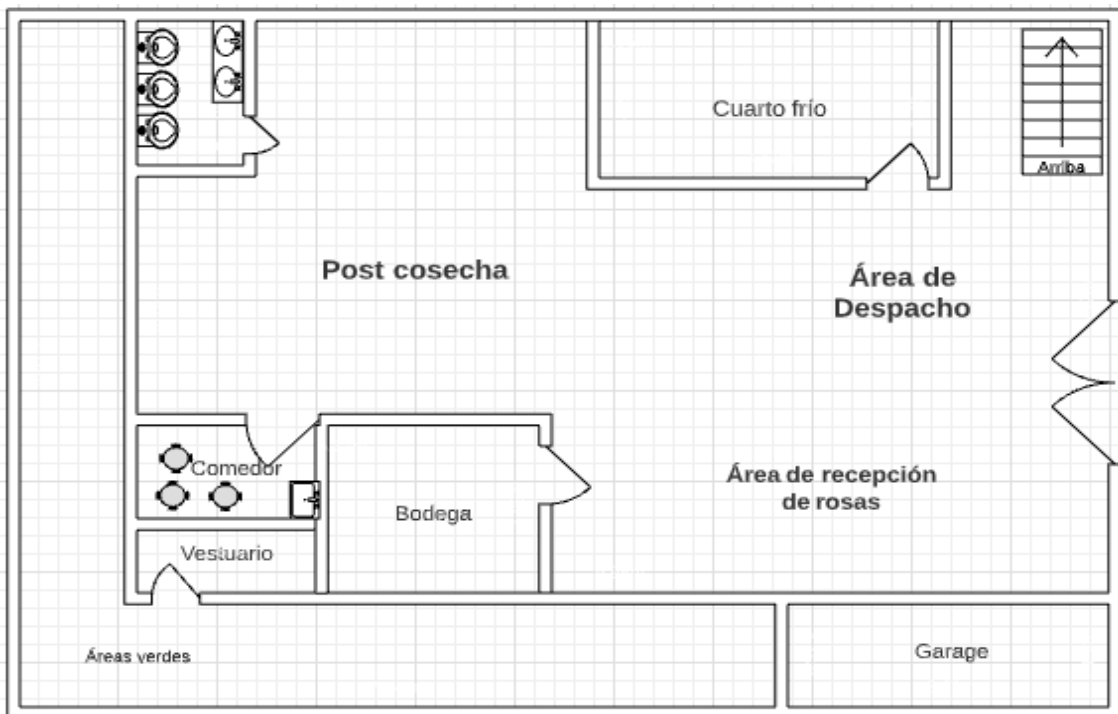


Figura 31. Área de post cosecha
Fuente: Red Roses – Lucidchart

4.1.7.6. Conformación administrativa de la empresa

Sector o industria al que pertenece

La empresa Red Roses pertenece al sector florícola ecuatoriano y actualmente, las compañías florícolas han ido aumentando a nivel local y nacional, y lo que marca la diferencia entre cada una de ellas puede ser las diferentes variedades de rosas, calidad, precio y quien ofrezca un excelente producto y servicio hará que su empresa sea atractiva para el cliente.

4.1.7.7. Nombre de la empresa exportadora

El nombre de la empresa florícola dedicada a la producción y venta de rosas frescas a empresas exportadoras se encuentra a nombre de una persona natural que cumple la función de propietario de esta, sin embargo, la empresa se encuentra registrada en el Servicio de Rentas Internas (SRI) como “Red Roses” y su RUC es 1004591044001, iniciando su actividad económica-productiva desde 2020.

4.1.7.8. Constitución de la empresa

Misión

Nuestra empresa está enfocada principalmente en llegar a los mercados internacionales competitivos con un producto de calidad con el afán de satisfacer a las exigencias y necesidades de nuestro selecto grupo de clientes.

Visión

Red Roses se proyecta como una empresa reconocida a nivel nacional e internacional, comprometida con preservar la calidad de las rosas a través de la interacción positiva con sus clientes, proveedores y equipo de trabajo idóneo, motivado y bien remunerado.

Objetivos

- Exportar rosas de alta calidad a su selecto grupo de clientes extranjeros.
- Mantener satisfechos a sus clientes con su producto de acuerdo con sus necesidades a través de la comunicación afectiva.

→ Ser una empresa responsable con su personal de trabajo, proveedores, clientes y el ambiente.

Valores

1. *Honestidad*

Obrar con transparencia, sinceridad y cumplir con responsabilidad las tareas asignadas en el uso de información, material financiero y materiales de la empresa.

2. *Compromiso*

Con la finalidad de cumplir con nuestros objetivos, nos comprometemos a contribuir y colaborar con la empresa para su mejora continua, así como el respeto a los valores de la compañía.

3. *Puntualidad*

Cumplir con los compromisos u obligaciones en el tiempo acordado, valorando y respetando el tiempo de los demás. El tiempo es dinero.

4. *Pasión*

Cada integrante de Red Roses da lo mejor de sí y se esfuerza día a día demostrando de lo que es capaz de realizar en pro de la empresa y obteniendo satisfacción personal y por parte del grupo de trabajo.

5. *Integridad*

Somos una empresa que trabaja con honestidad y ética en cada una de las actividades que realiza para cumplir con nuestros compromisos establecidos.

6. *Lealtad*

Nuestro grupo de trabajo mostrara lealtad y fidelidad con nuestros clientes, recibiendo lo mismo por parte de ellos por medio del impulso de la reciprocidad.

7. Trabajo en equipo

Fomentar un ambiente de trabajo el cual sea sano donde el respeto, tolerancia y consideración sean prioridades para cumplir con los objetivos planteados por la empresa.

8. Libertad

Los integrantes del equipo pueden compartir su opinión y sugerencias sin temor a ser reprendidos.

Principios empresariales

1. Credibilidad

Ganar la confianza del cliente y esforzarse para que cada miembro de la empresa lo refleje cumpliendo con su palabra, “practicar lo que predicas”.

2. Respeto con las personas

Crear un ambiente de respeto para garantizar un ambiente óptimo de trabajo, ya que todo el mundo se merece respeto independientemente de los títulos, edad, religión, etc., y es válido para trabajadores, proveedores y clientes.

3. Pensar estratégicamente

Todos quienes conformamos el equipo técnico de Red Roses estamos para analizar las tendencias de consumo y generar las estrategias de corto, mediano y largo plazo para mantenernos en auge del mercado de destino.

4. Mejora constantemente

Los empleados, empleadores y todos quienes somos Red Roses, estamos en constantes cambios de acuerdo con las tendencias del mercado para estar a la altura de las exigencias del consumidor.

5. *Disciplina*

Somos una compañía donde cada miembro de la empresa sabe respetar las normas y reglas de la compañía para una buena convivencia en sus instalaciones.

6. *Liderazgo*

En la empresa un líder quien debe de tener las habilidades para dirigir al equipo y para lograr acuerdos justos en disputas, además, la correcta aplicación de las sanciones.

Políticas de la empresa

Las políticas internas de la empresa Red Roses, son resoluciones corporativas que ayudan a dar cumplimiento con las actividades que se ejecutan dentro de las instalaciones, las cuales son muestras de comportamiento personal.

- El Gerente Propietario, es la máxima autoridad para instaurar cambios dentro de la compañía.
- La empresa Red Roses opera de forma responsable el uso de químicos en las rosas para de esta manera ser amigable con el planeta.
- Maneja con cuidado la información de sus proveedores, clientes y personal para resguardar la privacidad y el acceso a ella es de forma personal.
- Demostrar cero tolerancias a la corrupción entre altos y medios cargos de la empresa.
- Manejar precios accesibles con el cliente y cumplir con la calidad ofrecida.
- Proporcionar un ambiente agradable al personal de trabajo como parte de estímulo que permita ejecutar sus actividades de la mejor manera.
- El personal de la florícola tiene el derecho a la alimentación que se otorga por parte de la empresa.
- Los trabajadores serán evaluados bajo medidas como su comportamiento, desempeño laboral, transparencia de sus actos.
- Cada empleado tendrá su espacio el cual mantendrá ordenado, limpio y debe de cuidarlo, en caso de incurrir con la norma establecida será llamado la atención verbal y una notificación, pero si vuelve a incidir con la falta se procede con una amonestación escrita.

El personal tiene la obligación de utilizar los equipos e indumentaria de protección personal para su cuidado y de materiales como herramientas e insumos los cuales deben ser devueltos al final de la jornada laboral dentro de la empresa.

4.1.7.9. Organigrama

La importancia de los organigramas es indicar de manera jerárquica la empresa Red Roses, al tener una buena estructura permite que los procesos sean realizados de manera ágil, obteniendo como resultado una comunicación entre el personal de la organización sea optima y así las actividades de producción y comercialización que se lleven a cabo de la manera más eficiente, en el caso de la producción de las rosas, cada trabajador tiene claro su rol que va a desempeñar y desde que punto hasta qué punto se encarga del proceso y de este modo se logre con el objetivo que es la exportación de rosas frescas que es un producto muy cotizado por el consumidor extranjero. El tipo de organigrama que aplica por su presentación es vertical y se denomina Jerarquización Doméstica.

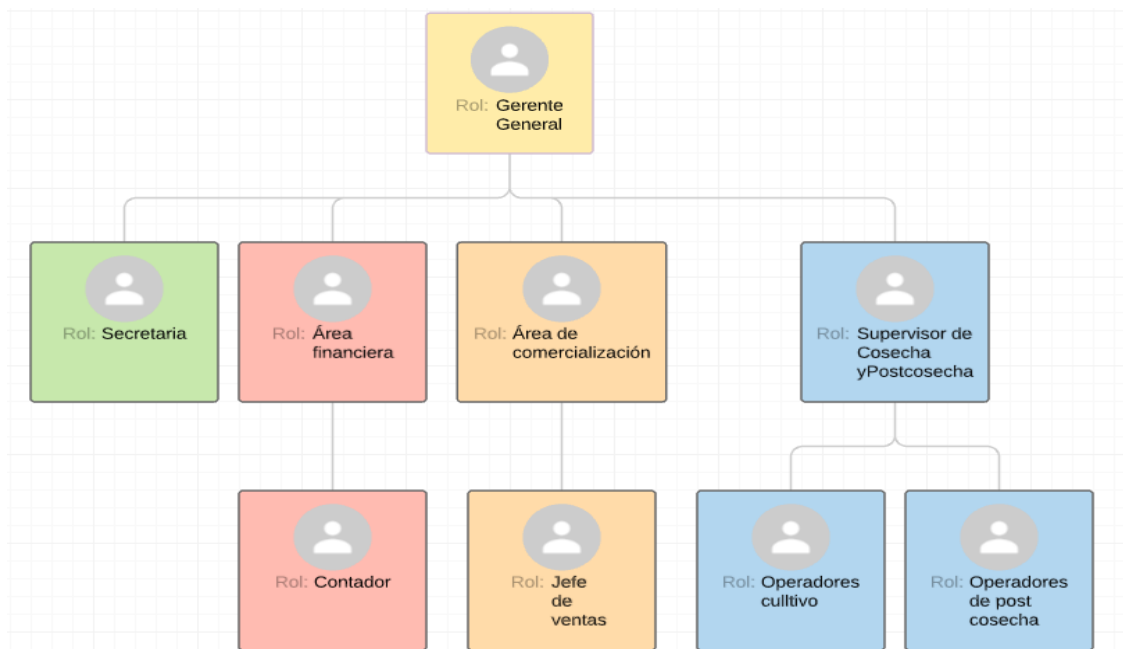


Figura 32. Organigrama de la empresa Red Roses
Fuente: Red Roses – Lucidchart

4.1.7.10. Perfil de funciones de cada cargo

Tabla 51. Perfil para el cargo de Gerente General

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	Gerente General
Área:	Dirección
Reporta:	Ninguno
Supervisa:	Área de producción, financiera y comercialización
Coordina:	Todas las áreas
OBJETIVOS DEL CARGO	
Dirigir, cumplir y administrar al personal de la empresa basado en la normativa interna y las leyes laborales vigentes.	
ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES	
<ul style="list-style-type: none">→ Desarrollar estrategias claves para cumplir con los objetivos propuestos→ Liderar la empresa tomando las respectivas decisiones→ Coordinar negociaciones con compradores extranjeros→ Promover buenas relaciones entre el personal y generando un ambiente de trabajo agradable y positivo→ Autorizar y celebrar convenios y contratos para la exportación de rosas referente a la base legal vigente→ Representar jurídica y legalmente a la empresa en relación con las actividades florícolas.→ Potestad de formar los cheques de la empresa	
PERFIL Y REQUERIMIENTOS DEL CARGO	
Educación:	Comercio Exterior, Gerencia y Liderazgo, Administración de empresas o a fines
Formación adicional:	Sistemas operativos, Relaciones personales, idiomas

Experiencia: 2 años en funciones similares

HABILIDADES Y COMPETENCIAS

Ser responsable, trabajo en equipo, liderazgo, facilidad de palabra, ser visionario

Fuente: Investigación

Tabla 52. Perfil para el cargo de Secretaria

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del Cargo: Secretaria

Área: Administrativo

Reporta: Gerente General

Supervisa: Ninguno

Coordina: Actividades del Gerente General

OBJETIVOS DEL CARGO

Llevar el inventario de todas las actividades de cada área de trabajo de la empresa

ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Apoyar las decisiones que tome el gerente general
- Realizar inventarios de insumos de la empresa
- Clasificar, ordenar y archivar la documentación e información de la empresa
- Atender y revisar las quejas, contestar el teléfono y redes sociales
- Atención al cliente
- Contactar a los proveedores y compradores

PERFIL Y REQUERIMIENTOS DEL CARGO

Educación: Licenciatura o Tecnología en Administración de Empresas o a fines

Formación adicional: Sistemas informáticos y conocimiento en idiomas

Experiencia: 1 año en funciones similares

HABILIDADES Y COMPETENCIAS

Ser responsable, honesto, organizado y valores éticos

Fuente: Investigación

Área Financiera

Tabla 53. Perfil para el cargo de Contador

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del Cargo: Contadora

Área: Financiero

Reporta: Gerente General y Secretaria

Supervisa: Ninguno

Coordina: Jefe de producción y operarios

OBJETIVOS DEL CARGO

Llevar un control de registros diarios y estados financieros de la organización

ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Elaborar estados financieros y registros diarios
- Realizar proyecciones sobre las ventas de las rosas
- Controlar gastos, inversiones y liquidez de la empresa
- Atender las inquietudes del Gerente General

PERFIL Y REQUERIMIENTOS DEL CARGO

Educación: Contabilidad y Auditoría o a fines

Formación adicional: Sistemas informáticos, contabilidad general y finanzas

Experiencia: 1 año en funciones similares

HABILIDADES Y COMPETENCIAS

Ser responsables, honesto, organizado y cálculos contables

Fuente: Investigación

Área de Comercialización

Tabla 54. Perfil para el cargo de Ventas

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del Cargo: Gerente en Ventas

Área: Ventas

Reporta: Todas las áreas

Supervisa: Área de Comercialización

Coordina: Ventas de las rosas

OBJETIVOS DEL CARGO

Coordinar de manera oportuna las operaciones de comercialización de las rosas a nivel nacional e internacional

ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Planear, organizar y controlar las operaciones de las ventas
- Manejar la cartera de clientes
- Generar informes y reportes al gerente sobre las ventas realizadas cada mes

PERFIL Y REQUERIMIENTOS DEL CARGO

Educación: Comercio Exterior, Administración en Marketing y Ventas o a fines

Formación adicional: Sistemas informáticos, Comercio Exterior e Idiomas

Experiencia: 1 año en funciones a fines

HABILIDADES Y COMPETENCIAS

Ser responsable, honesto, valores éticos, buena presencia, facilidad de palabra

Fuente: Investigación

Área de Producción

Tabla 55. Perfil para el cargo de Supervisor de producción

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del Cargo: Supervisor de Cosecha y Post Cosecha

Área: Operativo

Reporta: Departamento de Producción

Supervisa: Operarios

Coordina: Actividades de producción de Cosecha y Post Cosecha

OBJETIVOS DEL CARGO

Controlar, organizar y planificar las actividades de producción de las rosas y la calidad en el proceso de post cosecha

ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Supervisar el proceso de cultivo
 - Asegurar el cumplimiento de las políticas del ambiente y seguridad
 - Coordinar y organizar la producción de las rosas
 - Controlar al personal dentro de las áreas determinadas
 - Revisar que el personal utilice el uniforme e implementos de protección para cumplir con las normas de seguridad
 - Solicitar insumos para el área de post cosecha
 - Llevar un inventario de las mallas que ingresan a post cosecha
-

- Realizar análisis del suelo
- Las demás que determine el jefe inmediato

PERFIL Y REQUERIMIENTOS DEL CARGO

Educación:	Ingeniero Agrónomo
Formación adicional:	Conocimiento en producción de rosas y ciudad del ambiente
Experiencia:	2 años en funciones similares

HABILIDADES Y COMPETENCIAS

Ser honesto, responsable, organizado y valores éticos

Fuente: Investigación

Tabla 56. Perfil para el cargo de obreros de cosecha

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del cargo:	Obrero (cosecha)
Área:	Operativo
Reporta:	Supervisor de Cosecha y Post Cosecha

OBJETIVOS DEL CARGO

Ejecutar las actividades del proceso de cultivo y cuidado de las rosas

ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Realizar actividades de siembra de patrones
- Utilizar las herramientas e implementos de seguridad
- Realizar las camas para las plantas de las rosas
- Mantener el suelo preparado con diferentes abonos naturales
- Inspeccionar las cortinas de acuerdo con el clima
- Cortar las rosas bajo las normas de cosecha indicadas por el jefe inmediato

- Trasladar los tallos al área de post cosecha
- Demás actividades determinadas por el jefe inmediato

PERFIL Y REQUERIMIENTOS DEL CARGO

Educación:	Secundaria (bachiller) y conocimientos en el área
Experiencia:	2 años mínimo en el campo laboral

HABILIDADES Y COMPETENCIAS

Ser responsable, honesto y valores éticos

Fuente: Investigación

Tabla 57. Perfil para el cargo de obreros de post cosecha

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del cargo:	Obrero (Post Cosecha)
Área:	Operativo
Reporta:	Supervisor de Cosecha y Post Cosecha

OBJETIVOS DEL CARGO

Recibir los tallos de las rosas frescas del área de cultivo para dar continuidad al proceso correspondiente

ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDADES

- Identificar las variedades de las rosas para su posterior proceso
- Constatar que los tallos ingresen en mallas y que sean de 25 a 30 según su variedad
- Poner las rosas para la hidratación
- Utilizar las herramientas e implementos de seguridad
- Realizar el corte de las rosas de acuerdo por lo especificado por el cliente
- Comunicar el estado de las herramientas e implementos al jefe inmediato
- Cuidar y proteger el material y herramientas de trabajo
- Informar la calidad de las rosas al jefe inmediato

- Clasificar las rosas por su tamaño, variedad y color
- Clasificar para el mercado nacional e internacional
- Inspeccionar la calidad del empaque
- Realizar el empaque de las rosas de acuerdo con las especificaciones señaladas en la hoja de pedido
- Pasar las cajas al cuarto frío
- Manejo del cuarto frío
- Transportar las cajas para el embarque y transporte
- Demás actividades determinadas por el jefe inmediato

PERFIL Y REQUERIMIENTOS DEL CARGO

Educación: Secundaria (bachiller) y conocimientos en el área

Experiencia: 2 años mínimo en el campo laboral

HABILIDADES Y COMPETENCIAS

Ser responsable, honesto y valores éticos

Fuente: Investigación

4.1.7.11. Requerimiento de la mano de obra

Al realizar la estructura organizacional, se determinó el número total de personas que trabajan en las instalaciones de la empresa Red Roses.

Tabla 58. Personal de la empresa Red Roses

Detalle	Número de empleados
Gerente General	1
Contadora	1
Jefe de ventas	1
Supervisor de cosecha y post cosecha	1
Obreros (cosecha)	3
Obreros (post cosecha)	3
Total	10

Fuente: Propietario de la empresa Red Roses

Para el funcionamiento y el cultivo de la variedad Explorer y Freedom de la empresa Red Roses, se debe tener un recurso humano de 9 personas conformados por un Gerente General, una secretaria, una contadora, un jefe de ventas, un supervisor de cosecha y post cosecha, 2 obreros (cosecha) que se encargan en la producción y cuidado del cultivo y 3 obreros (post cosecha) que se encargan de la clasificación, empaquetado y etiquetado de las rosas.

Activos fijos

A continuación, se detalla los activos requeridos para la producción y proceso de las rosas:

Tabla 59. Activos fijos

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Total
Infraestructura			\$ 35.700
Estructura mixta incluido el plástico	1	\$ 25.200	\$ 25.200
Sistema de riego	1	\$ 8.500	\$ 8.500
Infraestructura de oficinas	1	\$ 2.000	\$ 2.000
Máquinas y equipos			\$ 36.140
Cuarto frio	1	\$ 15.000	\$ 15.000
Bomba de fumigar	1	\$ 350	\$ 350
Bomba de riego	1	\$ 3.500	\$ 3.500
Transformador	1	\$ 5.500	\$ 5.500
Coches de transportes	2	\$ 700	\$ 1.400
Tijeras podadoras	6	\$ 40	\$ 240
Acometida	1	\$ 360	\$ 360
Selladora de bonches	1	\$ 25	\$ 25
Grapadora industrial	5	\$ 55	\$ 275
Grapas industriales (paquete)	20	\$ 5	\$ 100
Gavetas plásticas	60	\$ 15	\$ 900
Moto-Guadaña	1	\$ 520	\$ 520
Motocultor	1	\$ 2.600	\$ 2.600
Mesa empacadora	3	\$ 450	\$ 1.350
Liras clasificadoras	3	\$ 750	\$ 2.250
Mesa cortadora	1	\$ 520	\$ 520

Enzunchadora eléctrica	1	\$	1.100	\$	1.100
Deshojadora	5	\$	30	\$	150
Materiales de post cosecha				\$	19.675
Cartonería (cajas)	1000	\$	10	\$	10.000
Etiqueta térmica de colores	20	\$	10	\$	200
Etiquetas de números	20	\$	10	\$	200
Etiqueta térmica blanca	30	\$	21	\$	630
Hebilla plástica (kilo)	20	\$	35	\$	700
Zunchos (rollos)	5	\$	41	\$	205
Laminas celofán (paquetes x100 unidades)	50	\$	12	\$	600
Ligas (kilo)	10	\$	16	\$	160
Guantes	30	\$	5	\$	150
láminas de cartón corrugado (paquete x 200 unidades)	200	\$	21	\$	4.200
Tracer para TRIPS x litro	5	\$	125	\$	625
Luna infinity para botritis x litro	5	\$	85	\$	425
Hidratante para rosas litro	5	\$	46	\$	230
Sachet conservantes para las rosas (200 unidades cada funda)	20	\$	25	\$	500
Pliegos de papel comercio (resma)	50	\$	17	\$	850
Muebles y encerres				\$	6.505
Escritorio	4	\$	250	\$	1.000
Sillón ejecutivo	1	\$	190	\$	190
Sillas	10	\$	70	\$	700
Archivador	2	\$	120	\$	240
Mesa ovalada con 8 sillas	1	\$	800	\$	800
Sala de Star	1	\$	120	\$	120
Juego de comedor	1	\$	270	\$	270
Teléfono	3	\$	35	\$	105
Dispensador de agua	2	\$	60	\$	120
Equipos de computo				\$	-
Computadores	4	\$	450	\$	1.800
Impresora	2	\$	450	\$	900
Impresora térmica	1	\$	260	\$	260
Intangible				\$	41.760

Regalías por la planta madre (36,000 plantas)	36.000	\$	1,2	\$	41.760
TOTAL				\$	139.780

Fuente: Propietario de la empresa Red Roses

4.1.7.12. Mapa de procesos de la empresa

Para la comercialización de rosas de la empresa “Red Roses” se identifican los siguientes procesos estratégicos que están bajo la supervisión de la gerencia, el proceso operativo colabora con la producción de rosas de calidad para la exportación y en cuanto al proceso de apoyo es indispensable para la comercialización de las rosas frescas.

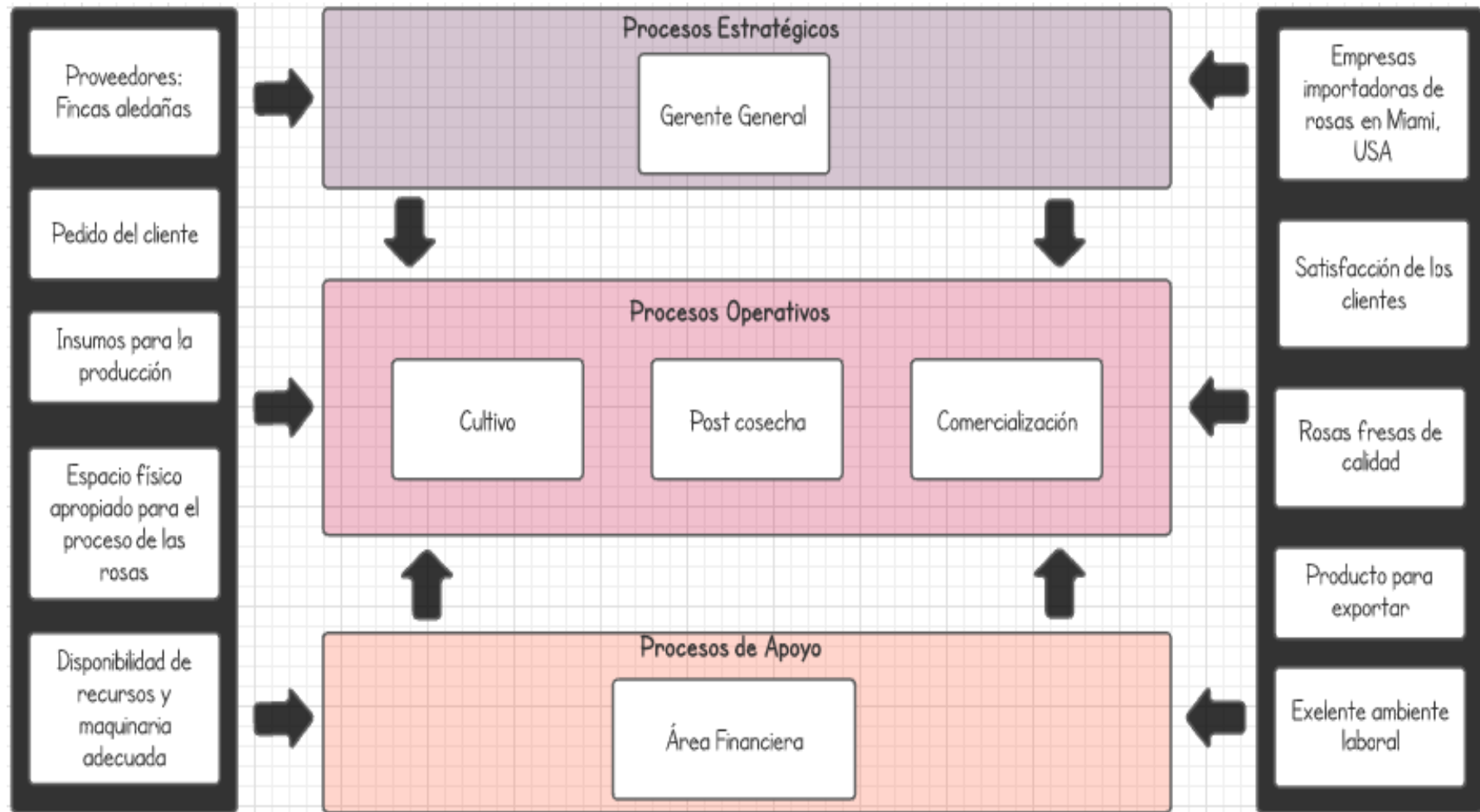


Figura 33. Identificación de procesos
Fuente: Red Roses - Lucidchart

4.1.7.13. Análisis del Producto

Tabla 60. Ficha Técnica del Producto



Nombre Comercial	Rosa
Nombre Técnico	Rosa
Nombre Botánico Ornamental	Rosa (Rosa spp.)
Familia a la que pertenece	Rosáceas
Nombre en Español	Rosa
Nombre en Ingles	Roses
Características	Varios colores, largo del tallo, variedades, tamaño del botón, diferentes textura y olores
Ubicación geográfica de producción	Imbabura – Ecuador
Uso y aplicación	Obsequios, regalo en fechas importantes y tradicionales tales como el día de las Madres, día de la Mujer, San Valentín, Navidad, Cumpleaños, Pascuas, día de los Muertos, entre otros eventos.
Partida arancelaria	0603.11.00.00
Descripción	Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas

Clasificación Taxonómica

Reino	Vegetal/Planta
División	Espermatofitos
Subdivisión	Angiospermas
Clase	Dicotiledónea
Orden	Rosales

Familia	Rosáceas
Tribu	Roseas
Genero	Rosa
Especie	Rosa sp.

Fuente: EXPOFLORES

El Ecuador es un país muy atractivo para la producción de las flores, en especial de las rosas, debido a las condiciones climáticas y ubicación geográfica que se encuentra, debido que permite a las rosas que reciban rayos de sol perpendicularmente por ello los tallos crecen retos, en este sentido, la altura para la siembra de las rosas va desde los 2,300 a 3,000 msnm, lo que hace que ocasione ciclos más amplios para su producción y por ello tallos más anchos, más largos y con sus botones igualmente más grandes, cabe añadir, que por las horas constantes que recibe de luz durante todo el año genera que el de color las mismas sea más intenso. (PROECUADOR, 2018)

4.1.7.14. Marca de la empresa Red Roses

La marca que utiliza la empresa Red Roses es la siguiente:



Figura 34. Marca de la empresa Red Roses
Fuente: Red Roses

El logotipo de la empresa Red Roses, se encuentra establecida con letras en manuscrito de color verde debido a que se le asocia directamente al producto final y al costado esta una rosa con estilo minimalista porque hoy en día es la mejor manera de representar al producto de una forma sencilla y elegante, además, su color es el rojo donde finalmente se hace una representación de los colores del producto que se va a exportar y es llamativo para los potenciales clientes.

Variedad

La empresa Red Roses produce dos variedades de color rojo las cuales son las cotizadas y comercializadas en el mercado internacional que se muestran a continuación:

En la siguiente tabla se detallan las características de la variedad Explorer:

Tabla 61. Variedad de la rosa

Rosa Explorer	
Características	Descripción
Color	Rojo
Tamaño del botón	6.5 a 7 cm
Nro. De pétalos	40 a 45
Longitud	50cm a 90cm
Vida en florero	10 a 12 días

Fuente: Propietario de la empresa Red Roses

Igualmente, se detallan las características de la variedad Freedom:

Tabla 62. Variedad de la rosa

Rosa Freedom	
Características	Descripción
Color	Rojo
Tamaño del botón	5.5 cm
Nro. De pétalos	45 a 48
Longitud	70 a 80 m
Vida en florero	12 a 14 días

Fuente: Propietario de la empresa Red Roses

Diseño de la etiqueta del envase

La empresa Red Roses tiene una etiqueta en las cajas las cuales protegen a las rosas de cualquier daño además para facilitar la movilización y en los exteriores esta estampada el nombre de la empresa para la comercialización.

Diseño del envase

El envase de las rosas se encuentra determinado de la siguiente manera: contiene separadores de cartón, una lámina de cartón que corrugado en su borde y una funda de celofán y al final un elástico para sujetar a los 25 tallos de rosas.



Figura 35. Diseño del envase
Fuente: Propietario de la empresa Red Roses

Diseño del empaque

Cada caja contiene 250 tallos de rosas frescas, donde un Bonche tiene 25 tallos, por lo general una caja contiene 10 Bonches de rosas Explorer y hasta 12 Bonches de rosas Freedom. En este sentido, las medidas de las cajas que utiliza la empresa Red Roses son de 1,20cm x 32cm x 32cm.

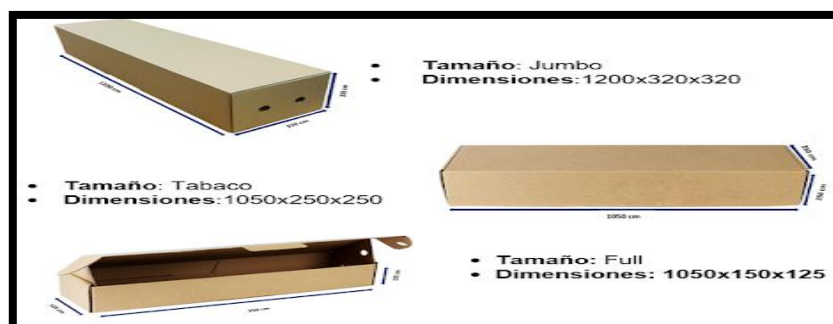


Figura 36. Diseño del empaque
Fuente: EXPOFLORES

Diseño de la etiqueta de la caja

Cada caja de exportación contiene una etiqueta donde se detalla información como: el nombre de la variedad de la rosa, nombre de la empresa, país de destino, dimensiones de los tallos y la cantidad de rosas que este contiene.



Figura 37. Diseño de la etiqueta en las cajas de exportación
Fuente: EXPOFLORES

Ciclo de vida del producto

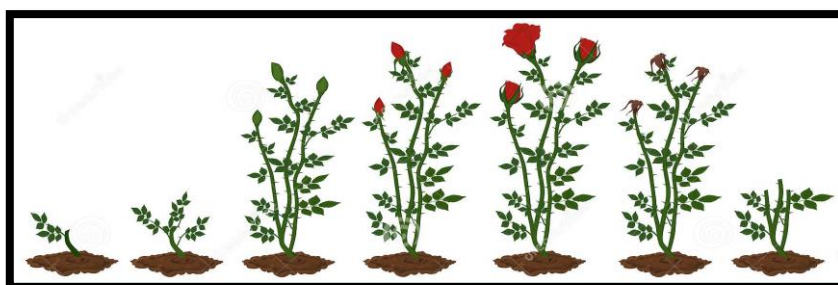


Figura 38. Ciclo de las rosas
Fuente: Dreamstime

Las rosas ecuatorianas al ser reconocidas como la mejor rosa del mundo gracias a sus características peculiares que las hacen únicas y esto se debe por las condiciones climáticas del país además de la ubicación geográfica, debido a que es cultivada con los más altos estándares internacionales de calidad en las plantaciones que están ubicadas a aproximadamente a una altitud de 2,500 msnm.

El ciclo de la planta para que florezca depende de cada variedad, del comportamiento del climatológico y situación geografía, en este sentido, la empresa Red Roses está ubicada a 2,600 msnm, donde los ciclos van de la siguiente manera:

Tabla 63. Ciclo de vida de la rosa Explorer

Ciclo de vida de la rosa Explorer				
Festividades internacionales	Fecha de cosecha	Fecha para podar (pinchar)	Durabilidad (días)	Ciclo de la rosa
San Valentín	Enero y Febrero	Octubre- Noviembre	12	97
Día de la Mujer	Marzo	Diciembre-Enero		
Día de la Madre	Abril y Mayo	Enero-Febrero		

Fuente: Propietario de la empresa Red Roses

Tabla 64. Ciclo de vida de la rosa Freedom

Ciclo de vida de la rosa Freedom				
Festividades internacionales	Fecha de cosecha	Fecha para podar (pinchar)	Durabilidad (días)	Ciclo de la rosa (días)
San Valentín	Enero y Febrero	Noviembre	14	80
Día de la Mujer	Marzo	Enero		
Día de la Madre	Abril y Mayo	Febrero		

Fuente: Propietario de la empresa Red Roses

Los factores climáticos, ubicación geográfica e incluso el agua influyen de manera directa en el ciclo de la vida y duración de las rosas en el florero; para que la durabilidad de las rosas no se vean afectados, es decir, que vaya a durar menos días, entonces las rosas después del corte deben de tener una buena hidratación, además, previo a ello en el cultivo se debe de tener buenos cuidados con el fin de que dure más o los días esperados en el mercado internacional y que su calidad y color no se vea afectada. Una de las ventajas de las rosas ecuatorianas es que la vida en el florero es más larga a comparación de las del resto del mundo lo que hace que se puedan exportar a cualquier parte del mundo sin problema y llegar a su destino intactas. (EXPOFLORES, 2019)

Precios referenciales del tipo de flor por kilo exportado a Estados Unidos

Las rosas cada año se posiciona entre los 10 primeros productos de exportación no petrolera, durante el primer trimestre del 2021 se exportaron 44 toneladas de rosas con \$265 millones de dólares, es decir 4% más que el año pasado.

Tabla 65. Precio por kilogramo de rosa exportada al mercado estadounidense

Producto	Año				
	2017	2018	2019	2020	2021
Rosas	\$5,78	\$5,69	\$5,77	\$5,60	\$5,90

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

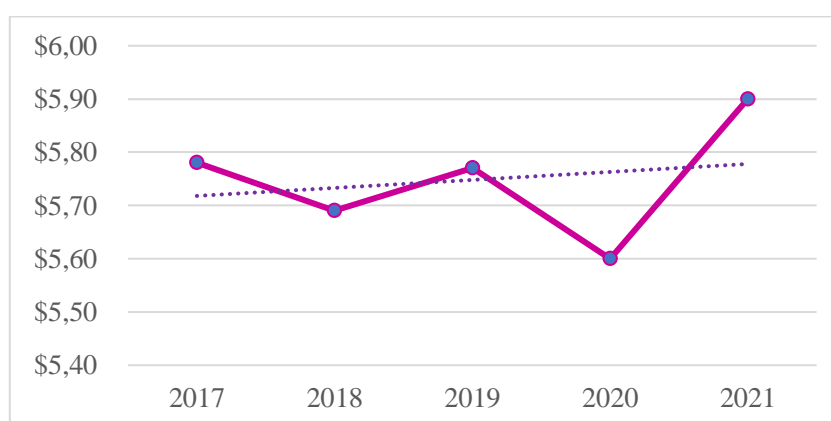


Figura 39. Precio por kilogramo de rosa exportada al mercado estadounidense

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)

El precio por kilo de rosa exportada durante los últimos años ha venido creciendo gradualmente a excepción del año 2020 y esto se debe a la pandemia del Coronavirus, pues para evitar la propagación del virus se tomó medidas de bioseguridad como el confinamiento de los ciudadanos en la mayoría de los países al evitar el aglomeramiento en espacios públicos, y por ello, se evitó acontecimientos en fechas importantes las cuales generan mayores ventas para las empresas ecuatorianas, como por ejemplo, la fecha más significativa para las compañías es San Valentín, y al no tener la misma demanda que en años anteriores hubo mayor oferta en el mercado y el precio bajo, pero a pesar de ello el destino estadounidense no cerró fronteras en el primer trimestre del 2020 y se generaron exportaciones pero fueron menores a comparación de años anteriores, y por ello el precio de las rosas ecuatorianas bajó \$0,17 por kilogramo de

rosa y esto representa cantidad significantes pues son varias toneladas las cuales son exportadas al mercado estadounidense.

Cabe recalcar que, el precio de las rosas para el año 2021 fue de \$5,90 por cada kilo de rosa y basándose en los datos obtenidos el valor de las rosas por kilo de este año es el mejor durante los últimos años y de acuerdo con la línea de tendencia este va a ir aumentando progresivamente, debido a que la economía y el comercio exterior van adecuándose a los cambios que se van generando año tras año y esto es gracias a las estrategias y adaptación de las empresas para seguir en el mercado, un dato importante es que al momento de establecer el precio de las rosas hay parámetros que se toman en cuenta en la negociación como son: la belleza, durabilidad, destino de excedente exportable y los gastos de producción.

4.1.7.15. Proceso del cultivo de las rosas

Tabla 66. Proceso de cultivo de las rosas

Proceso	Gráfico	Descripción
Preparación del suelo		Es un factor clave para iniciar es la selección del terreno donde anteriormente no se haya utilizado productos químicos en exceso y hay que esperar de uno a dos meses antes de la preparación del suelo y se procede con la limpieza.
Aplicación de fertilizantes y abonos orgánicos al terreno		Se procede con los abonos orgánicos al suelo como el Biol, cascarilla de arroz, estiércol de animales, entre otros que son elementos importantes que ayudan a enriquecer con nutrientes al suelo.
Labores durante la siembra		Arado: se comienza removiendo la tierra a una profundidad de 25 a 30 cm, con el fin de oxigenar al mismo y que sea más suelto al momento de dar forma a las camas y para la impregnación de las raíces de los patrones. Camas: Para formar camas hay que tener en cuenta las medidas de estas para que las raíces se expanda, entonces tienen 80cm y 60 cm de camino.

**Controlar las
plagas y
enfermedades**



Siembra

Distribución de los patrones: Este procedimiento se lo realiza de manera manual, la profundidad de la siembra debe ser de 4cm con una distancia de 8cm cada plantita y de paso se va tapando con la tierra las plantas.

Injertos: Después de 2 meses las matas están listas para ser injertadas por la variedad que sea de preferencia por el propietario y al cabo de 3 o 4 meses dependiendo de la altura donde este el invernadero, saldrán las nuevas rosas que será podadas por las personas de cultivo que procederán con el pinche (corte) para que después de ello crezca otra rosa.

Durante el desarrollo: Se debe mantener pendiente de las matas para que no les caiga ninguna enfermedad o plagas y así las rosas no se dañen.

Fuente: investigación de campo, 2021

4.1.7.16. Proceso de la Cadena de Suministros de Red Roses

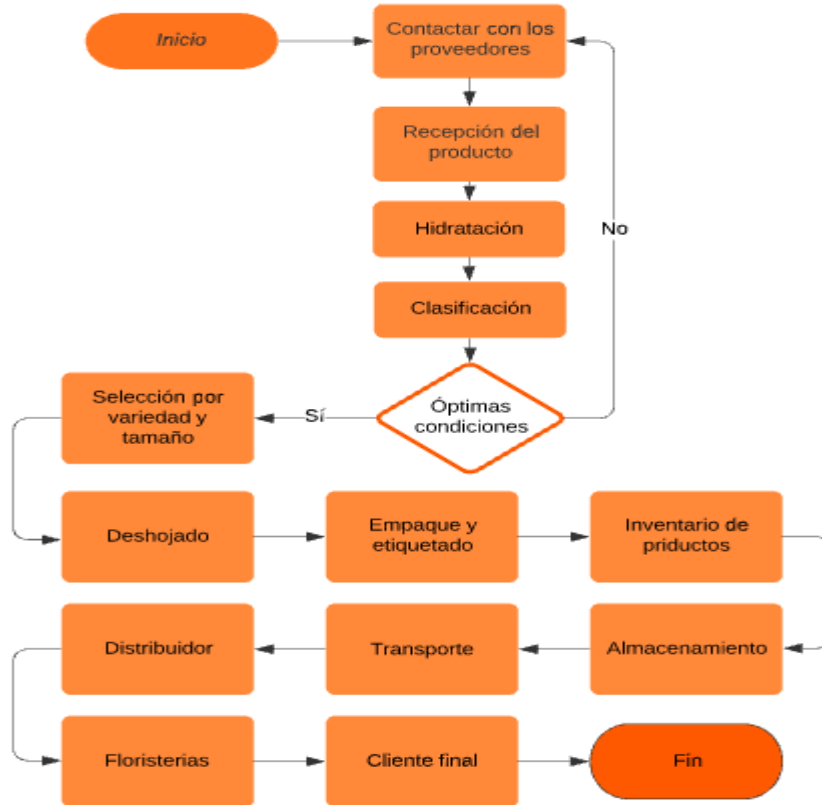


Figura 40. Flujograma del proceso de la cadena de suministros de las rosas frescas
Fuente: Red Roses - Lucidchart

Para el proceso de las rosas frescas se parte desde la recepción del producto, se procede con la cosecha de las rosas en el invernadero de la empresa.

Tabla 67. Proceso de la cadena de suministros de las rosas frescas

Detalle	Descripción
Proveedores	Para comenzar a dar el valor agregado a las rosas se contacta con los proveedores que serán los encargados de la siembra, cuidado y cosecha de las rosas que posteriormente enviarán a la empresa. Cabe recalcar que la empresa Red Roses en fechas de temporada alta de comercialización compra rosas de contado para satisfacer la demanda de sus compradores en el mercado internacional.
Producto	Se receipta las mallas de rosas que contienen 25 0 30 unidades de tallos cada una y se realiza el conteo para realizar el


documento respectivo en cuanto al ingreso.

Hidratación	Se procede con la hidratación y fumigación inmediata de las rosas que van llegando del cultivo y de los proveedores en gavetas de agua.
Clasificación	Las personas encargadas se encargan de la clasificación de rosas por color, variedad y tamaño, además son las encargadas de revisar el estado de las rosas y que estén en óptimas condiciones para la exportación, es decir que no exista enfermedades ni plagas que puedan afectar con la imagen de la empresa en lineamientos de calidad, en caso de que las rosas presenten dichos aspectos se separa y retornara a su proveedor.
Empaque y etiquetado	Las rosas que hayan pasado el anterior filtro se proceden con el empaque de las rosas de acuerdo con su tamaño y variedad en bonches de 25 tallos con los materiales correspondientes, a continuación, se realiza a colocar la respetiva etiqueta del nombre de variedad y tamaño, y se finalmente se vuelve a colocar en hidratación.
Inventario de productos terminados	Al finalizar el procedimiento se lleva un inventario para conocer cuántos tabacos (cajas) están almacenadas, cuantas serán las que ingresan y las que se van a distribuir al mercado internacional.
Almacenamiento	Este es de manera temporal hasta realizar los respetivos documentos de transporte para su comercialización y coordinación del medio de transporte.
Transporte	Previo establecer un acuerdo con los compradores se procede con el transporte, cuyo objetivo es entregar el producto en perfectas condiciones, según el Incoterm que se pacte en la negociación.
Distribuidoras	Receptan las rosas en cuartos fríos de la empresa importadora para posteriormente distribuir las rosas las floristerías.
Floristerías	Realizan los arreglos florales los cuales son adquiridos por el cliente final.
Cliente final	Es quien adquiere el producto por gusto y preferencias para satisfacer una necesidad dependiendo del evento al que serán destinados las rosas y arreglos florales.

Fuente: Investigación


4.1.7.17. *Envase y empaque*

Tabla 68. Envase de las rosas

Envase	
	<p>El tipo de envase que requieren las rosas es de cartón corrugado, para proteger y ayudar a la manipulación para guardar en los catones de exportación, además de una mejor presentación al producto.</p>

Fuente: Investigación

Tabla 69. Embalaje para las rosas

Embalaje	
	<p>El embalaje es utilizado para facilitar la manipulación, almacenamiento y transporte para las rosas.</p> <p>Tienen una dimensión de:</p> <p>Largo (m): 1,20</p> <p>Ancho (m): 0,32</p> <p>Alto (m): 0,32</p>

Fuente: Investigación

4.1.7.18. Análisis Matriz FODA

Tabla 70. Matriz FODA

Fortalezas		Debilidades	
F1:	Ubicación geográfica estratégica	D1:	Alta dependencia de Bróker
F2:	Experiencia en el cultivo de rosas	D2:	Falta de conocimiento en el área de comercialización
F3:	Excelente calidad de las rosas	D3:	Dependencia del mercado norteamericano
F4:	Instalaciones y equipos propios	D4:	Falta de posicionamiento en el mercado
F5:	Acuerdos comerciales con los principales importadores de rosas ecuatorianas	D5:	Ausencia de un estudio de mercado, técnico y financiero
F6:	Cuenta con las variedades de moda en el mercado internacional	D6:	No existe una planificación estratégica adecuada para la empresa.
Oportunidades		Amenazas	
O1:	Generar oportunidades de mercado para las rosas ecuatorianas	A1:	Nuevos competidores
O2:	Inclusión de las rosas al SGP	A2:	Barreras arancelarias como los controles fitosanitarios excesivos
O3:	Rosas están entre los 5 principales productos de exportación	A3:	Gustos y preferencias del cliente por el producto
O4:	Existencia de varios proveedores de rosas en el mercado	A4:	Crisis económica en los mercados de destino
O5:	Demanda de los mercados objetivos	A5:	Devaluación del peso colombiano
O6:	Apoyo gubernamental (devolución del IVA)	A6:	Pagos impuntuales de clientes extranjeros

Fuente: Investigación

Evaluación de factores internos

Tabla 71. Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)

FACTORES INTERNOS

FORTALEZAS		PESO	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
1	Ubicación geográfica estratégica	0,12	4	0,48
2	Experiencia en el cultivo de rosas	0,11	3	0,33
3	Excelente calidad de las rosas	0,1	4	0,40
4	Instalaciones y equipos propios	0,04	3	0,12
5	Acuerdos comerciales con los principales importadores de rosas ecuatorianas	0,12	4	0,48
6	Cuenta con las variedades de moda en el mercado internacional	0,09	3	0,27
DEBILIDADES		PESO	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
1	Alta dependencia de Bróker	0,07	1	0,07
2	Falta de conocimiento en el área de comercialización	0,07	1	0,07
3	Dependencia del mercado norteamericano	0,08	2	0,16
4	Falta de posicionamiento en el mercado	0,1	2	0,20
5	Ausencia de un estudio de mercado, técnico y financiero	0,05	2	0,10
6	No existe una planificación estratégica adecuada para la empresa.	0,05	2	0,10
TOTAL		1		2,78

Fuente: Investigación

Calificación:

- 0,0 sin importancia
- 1,0 de gran importancia
- 1 debilidad mayor
- 2 debilidades menores
- 3 fortalezas menores
- 4 fortalezas mayores

El valor ponderado más alto posible para una empresa es de 4.0, el más bajo posible es de 1.0 y el promedio es de 2,5.

La empresa “Red Roses” está por encima del promedio con un valor ponderado de 2,78, por ende utiliza cada una de sus fortalezas para tener éxito en la comercialización de rosas frescas ecuatorianas a los diferentes mercados internacionales, por otro lado sus debilidades son abordadas y trata de minimizarlas; pero un aspecto importante es que debe de mantener actualizada su matriz FODA, debido a que lo que hoy en una fortaleza puede que en unos años se convierta en una debilidad y por el contrario lo que hoy es una debilidad puede que con el transcurso del tiempo podrían no ser tan debilidad.

Evaluación de factores Externos

Tabla 72. Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)

FACTORES EXTERNOS			
OPORTUNIDADES	PESO	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
	O	N	N
1 Generar oportunidades de mercado para las rosas ecuatorianas	0,1	3	0,30
2 Inclusión de las rosas al SGP	0,1	4	0,40
3 Rosas están entre los 5 principales productos de exportación	0,1	3	0,30
4 Existencia de varios proveedores en el mercado	0,09	3	0,27
5 Demanda de los mercados objetivos	0,09	3	0,27
6 Apoyo gubernamental (devolución del IVA)	0,06	2	0,12
AMENAZAS	PESO	CALIFICACIÓN	PONDERACIÓN
	O	N	N
1 Nuevos competidores	0,1	3	0,300
2 Barreras arancelarias como los controles fitosanitarios excesivos	0,06	2	0,120
3 Gustos y preferencias del cliente por el producto	0,1	2	0,200

4	Crisis económica en los mercados de destino	0,05	1	0,050
5	Devaluación del peso colombiano	0,05	2	0,100
6	Pagos impuntuales de clientes extranjeros	0,1	2	0,200
TOTAL			1	2,63

Fuente: Investigación

Calificación:

- 0,0 sin importancia
- 1,0 de gran importancia
- 4 excelentes
- 3 por arriba del promedio
- 2 nivel promedio
- 1 deficiente

El valor ponderado más alto posible para una empresa es de 4.0, el más bajo posible es de 1.0 y el promedio es de 2,5.

La empresa “Red Roses” está por encima del promedio con un valor ponderado de 2,63, es decir que las responde a las oportunidades aprovechando cada una de ellas al máximo mientras que las amenazas tratan de minimizarlas de manera que no impacte en el momento de la comercialización de rosas frescas a mercados internacionales, además de esta preparada para afrontar las amenazas existentes en el mercado.

Matriz resultante

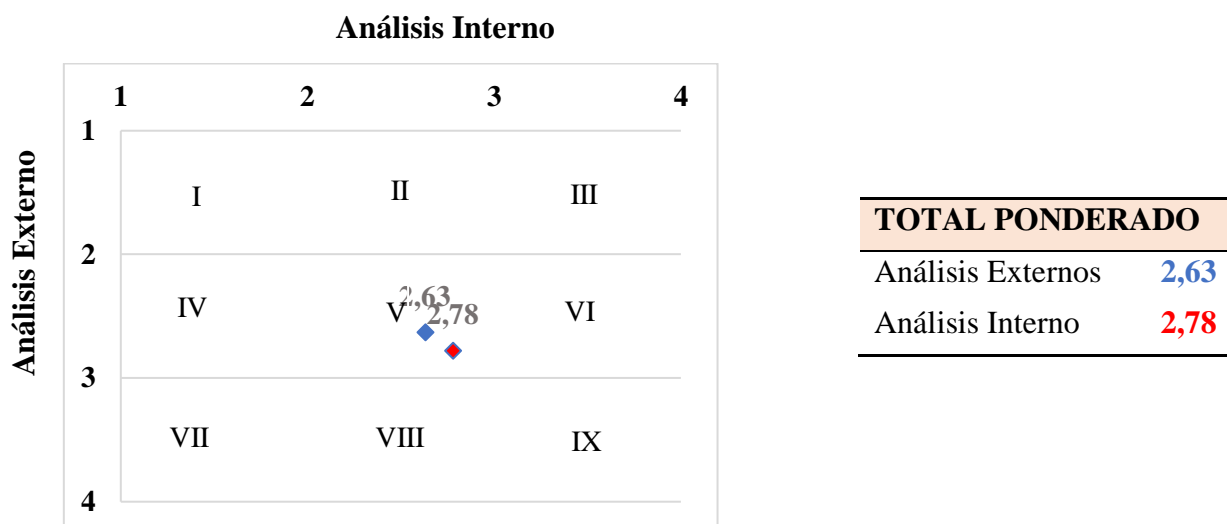


Figura 41. Matriz resultante de oportunidad de mercados internacionales para la comercialización

Fuente: Investigación

Tabla 73. Estrategias para aplicar

Estrategias	Celda
Para crear y construir	I, II y IV
Para conservar y mantener	III, V y VII
Para cosechar o enajenar	VI, VIII y IX

Fuente: Investigación propia

De acuerdo con los datos obtenidos en la matriz resultante, se observa el total de la ponderación de EFE y EFI, se ubican en el cuadrante V, por cuanto sus estrategias están en función de mantener y conservar, es por ello, que la empresa Red Roses debe desarrollar y aplicar estrategias innovadoras para fortalecer la competitividad de la empresa en mercados internacionales.

4.1.7.19. Matriz cuadrática FODA

Lo interesante de esta matriz FODA es que nos permite manejar escalas donde se va a relacionar Fortalezas con Oportunidades y Amenazas; como también relacionar Debilidades con Oportunidades y Amenazas.

De esta relación entre variables vamos a tener sumas y promedios donde estaremos en la posibilidad de detectar e identificar factores estratégicos que son aquellos valores mayores o iguales que 3, y la escala que vamos a utilizar para medir las relaciones alta, media y baja es la siguiente:

- Cuando la relación entre la variable sea alta se da 5
- Cuando la relación entre la variable sea media se da 3
- Cuando la relación entre la variable sea baja se da 1
- Cuando la relación entre la variable sea nula se da 0

Tabla 74. Matriz cuadrática FODA

		FORTALEZAS						DEBILIDADES						SUMA	PROMEDIO
		F1	F2	F3	F4	F5	F6	D1	D2	D3	D4	D5	D6		
OPORTUNIDADES	O1	3	3	5	3	3	3	1	0	1	3	1	1	27	2,3
	O2	5	5	5	3	5	5	3	1	3	1	3	1	40	3,3
	O3	5	5	5	3	3	5	3	3	3	3	3	1	42	3,5
	O4	3	3	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	20	1,7
	O5	3	5	5	1	5	5	1	3	1	3	3	3	38	3,2
	O6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	1,0
AMENAZAS	A1	3	3	3	1	3	3	1	1	1	3	0	0	22	1,8
	A2	1	0	1	0	5	1	0	0	1	1	0	0	10	0,8
	A3	1	1	5	1	1	5	1	1	1	3	3	3	26	2,2
	A4	0	1	1	0	1	3	0	1	3	1	1	1	13	1,1
	A5	0	0	3	1	5	0	1	3	1	3	1	1	19	1,6
	A6	0	0	1	0	3	1	3	3	0	3	3	1	18	1,5
SUMA		25	27	38	15	36	33	18	18	17	26	20	14		
PROMEDIO		2,1	2,3	3,2	1,3	3,0	2,8	1,5	1,5	1,4	2,2	1,7	1,2		

Fuente: Investigación

Aplicar factores claves estratégicos adecuados en base a los resultados obtenidos

Tabla 75. Estererías a aplicar

Indicador	Estrategia
F3	Excelente calidad de rosas
F5	Acuerdos comerciales con los principales importadores de rosas ecuatorianas
D4	falta del posicionamiento en el mercado

02	Inclusión de las rosas al SGP
O3	Rosas están entre los 5 principales productos de exportación
A3	Gusto y preferencias del cliente por el producto

Fuente: Investigación propia

4.1.7.20. Matriz Objetivos, Variables, Acciones y Responsables

En este sentido, la matriz de Objetivos, Variables de Acción y Responsables (OVAR), es una herramienta que permite tener el control e implementación estratégica, además propicia la participación real del personal en el proceso de toma de decisiones y permite desplegar los objetivos estratégicos hasta cada área de la empresa describiéndoles como tareas concretas así también define los responsables para su ejecución.

Dentro de sus beneficios están:

- Permite optimizar el uso de los recursos.
- Facilita las comunicaciones
- Disminuye el nivel de incertidumbre
- Posibilitan una adecuada coordinación

Tabla 76. Matriz de Objetivos, Variables, Acciones y Responsables

Nro.	Objetivos	Variables de acción	Responsables	Indicador
1	Identificar la oportunidad de mercado	Identificar los países importadores de rosas frescas ecuatorianas	Gerente comercial (Marketing y Ventas)	<p>Buscar en plataformas los principales importadores de rosas</p> <ul style="list-style-type: none"> → TRADE MAP → Cobus Group <p>SICEX</p>
		Identificar los acuerdos comerciales	Gerente comercial (Marketing y Ventas) Propietario	<p>Acuerdos comerciales</p> <ul style="list-style-type: none"> → Preferencias arancelarias para las rosas y demás productos que ofrece → Tasas arancelarias bajas para las rosas y demás productos que ofrece <p>Principales acuerdos comerciales</p> <ul style="list-style-type: none"> → Acuerdo Multipartes UE-Ecuador → Sistema General de Preferencias
		Realizar un estudio de mercado	Gerente comercial (Marketing y Ventas)	<ul style="list-style-type: none"> → Matriz PEST <ul style="list-style-type: none"> ○ Estudia los indicadores macroeconómicos y microeconomías → Matriz POAM <ul style="list-style-type: none"> ○ Calificación más alta de los 3 países. → Mercado Meta <ul style="list-style-type: none"> ○ Analizar factores internos de las principales ciudad del país de destino. ○ Calificación entre 1 y 5 5 Excelente

				4 Bueno
				3 Regular
				2 Deficiente
				1 Pésimo
2	Aplicar estrategias de marketing	Fortalecer la publicidad de la empresa	Gerente comercial (Marketing y Ventas)	<ul style="list-style-type: none"> → Creación de una página web <ul style="list-style-type: none"> ○ WIX ○ IONOS ○ JIMDO ○ SQUARESPACE → Redes sociales <ul style="list-style-type: none"> ○ Facebook ○ Instagram ○ Hootsuite
		Implementar el E-commerce	Gerente comercial (Marketing y Ventas)	<ul style="list-style-type: none"> → B2B → B2C
		Desarrollar estrategias del producto	Gerente comercial (Marketing y Ventas)	<ul style="list-style-type: none"> Ofrecer en el catálogo de ventas productos sustitos a las rosas <ul style="list-style-type: none"> → Orquídeas → Margaritas → Claveles → Girasoles → Tulipanes → Dalias → Jazmín Comercializar rosas preservadas Facilidades de pago para B2C <ul style="list-style-type: none"> → PayPal

				<ul style="list-style-type: none"> → Tarjetas de crédito o debito → Transferencias bancarias
	Participar en ferias internacionales	Gerente comercial (Marketing y Ventas) Propietario		<p>Rusia</p> <ul style="list-style-type: none"> → Flowers Expo Moscú → FlowersExpo <p>China</p> <ul style="list-style-type: none"> → Guangzhou International Flowers, Bonsai and Garden Exhibition → Hortiflorexpo IPM Beijing <p>Estados Unidos</p> <ul style="list-style-type: none"> → WF&FSA Floral Distribution Conference → International Floriculture Expo → Fresh Summit PMA <p>Ucrania</p> <ul style="list-style-type: none"> → Flower Expo Ukraine <p>Ecuador</p> <ul style="list-style-type: none"> → Expo Flor Quito <p>Colombia</p> <ul style="list-style-type: none"> → Proflora
3	Implementar una adecuada cadena de suministros	Buscar proveedores de rosas frescas	Propietario	<ul style="list-style-type: none"> → Fincas aledañas → Variedad de rosas → Volumen → Largo del tallo → Calibre del botón
	Logística de transporte	Gerente comercial		<p>Unidades y medios de trasporte en aptas condiciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> → Matricula actual

		(Marketing y Ventas)	<p>Inspección de seguridad</p> <ul style="list-style-type: none"> → Verificación del estado externo e interno del contenedor → Verificación y comprobación del número de contenedor → Inspección de puertas de los contenedores → Inspección de los pisos y techo de los contenedores <p>Suministro de frío</p> <ul style="list-style-type: none"> → Cajas de frío → Baterías → Áreas de comprensión → Cables conectores
4	Aplicar estrategias de negociación	Examinar las barreras arancelarias y no arancelarias	<p>Gerente comercial (Marketing y Ventas)</p> <p>Buscar las tarifas arancelarias de los posibles países objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Market Access Map → UE Trade Helpdesk → ALADI SICOEX
		Medios de pago	<p>Propietario</p> <p>Determinar la mejor forma de pago por el comprador en B2B:</p> <ul style="list-style-type: none"> → Pago anticipado. → Pago directo. → Cobranzas documentarias. → La carta de crédito
		Identificar la temporada de compra	<p>Gerente comercial (Marketing y Ventas)</p> <p>Estados Unidos</p> <ul style="list-style-type: none"> → San Valentín → Día de la Madre → Día de la Mujer → Navidad <p>Rusia</p> <ul style="list-style-type: none"> → San Valentín

			<ul style="list-style-type: none"> → Inicio de clases → Día de la Mujer → Navidad <p>Ecuador</p> <ul style="list-style-type: none"> → San Valentín → Día de la Madre → Día de la Mujer → Día de los difuntos → Navidad
	<p>Conocer sobre la cultura negociadora</p>	<p>Gerente comercial (Marketing y Ventas)</p>	<p>Estados Unidos</p> <ul style="list-style-type: none"> → Puntualidad → Amabilidad → Protocolo → Cumplimiento del contrato → Normas de cortesía → Negociación rápida → Analíticos → Documentación promocional como folletos, catálogos, tarjetas <p>Rusia</p> <ul style="list-style-type: none"> → Negociaciones complicadas → Toman en cuenta la jerarquía → Hablar en ruso o ingles → Puntualidad → Llevar obsequios → Reuniones en restaurantes y hoteles → Presentación de tarjetas

- Respeto
- Amabilidad
- Documentación promocional como folletos, catálogos, tarjetas

Canadá

- Puntualidad
- Respeto
- Intercambio de tarjetas
- Reuniones en restaurantes
- Idioma inglés o francés
- Agendar reuniones
- Negociación con paciencia y tiempo hasta su cierre de la negociación
- Seriedad y compromiso
- Documentación promocional como folletos, catálogos, tarjetas

EXPORTAR ROSAS A LOS DIFERENTES MERCADOS INTERNACIONALES


Fuente: Investigación

4.1.7.21. Fichas de proceso que se desarrollan dentro de Red Roses

El estudio del tema de investigación determina el proceso de producción de las rosas, dentro del área de cosecha y post cosecha, explicando de manera detallada cada paso que realizan dentro de cada actividad, implementando las características y funciones de la maquinaria e infraestructura de producción que tiene la organización.

Gerente General

Tabla 77. Ficha de procesos del Gerente General

	GERENCIA GENERAL	Código: PR-GE_ 01
		Página: 1-1

Responsable: Gerente General

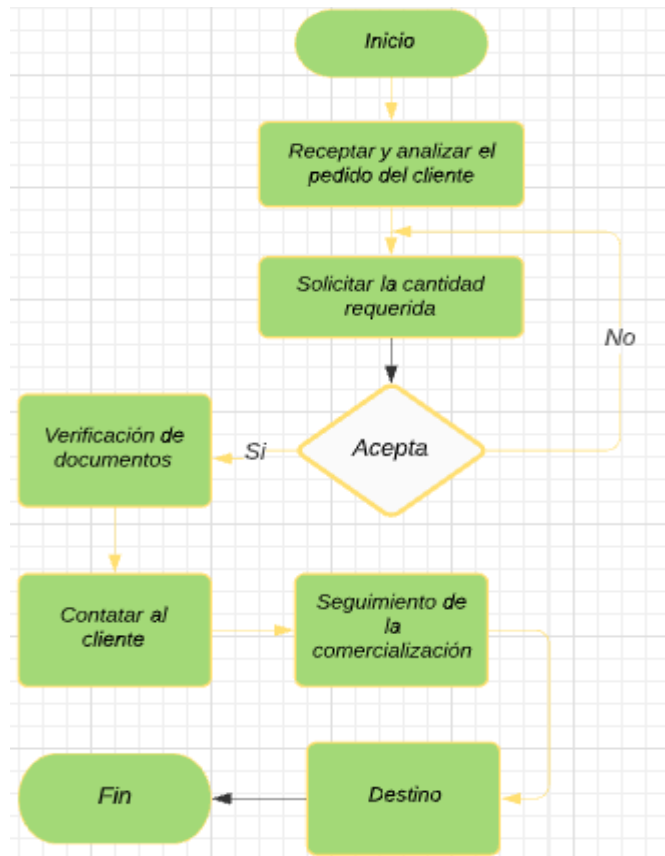
Objetivo: Administrar y dirigir todas las actividades en cuanto a la producción y comercialización.

Alcance: Desde el pedido del cliente, producción hasta realizar la entrega del producto al cliente

1. DETALLE

Actividad	Documento
→ Receptar y analizar el pedido del cliente	→ Página web
→ Determinar si el pedido puede ser completado con la producción propia y considerar la cantidad de los proveedores	→ Correo electrónico
→ Verificación de documentos	→ Directorio telefónico
→ Contactar con el cliente	→ Inventarios
→ Seguimiento de la comercialización hasta que la mercancía llegue a su destino	→ Portafolio de rosas
	→ Cartera de clientes

2. FLUJOGRAMA




3. MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO

Indicador	Forma de cálculo	Estándar/meta	Periodo de cálculo	Responsable
Numero de pedidos realizados	$(\text{Total de pedidos realizados}) / (\text{Total de pedidos de pedidos pendientes}) * 100$	90% Pedidos realizados	Mensual	Gerente General

Fuente: Investigación 2021

Tabla 78. Ficha del proceso de cosecha y procesamiento de las rosas fresas

	COSECHA Y PROCESAMIENTO DE LAS ROSAS FRESCAS	Código: PR-CPP_01 Página: 1-1
---	---	--

Responsable: Supervisor de cosecha y post cosecha y operarios

Objetivo: Realizar el proceso adecuado de las rosas para la exportación al mercado estadounidense

Alcance: Desde la recepción del producto hasta el despacho de la mercancía

1. DETALLE

Actividades en cosecha	Documento
→ Preparación del suelo	
→ Elaboración de camas (surcos) y caminos	
→ Siembra	
→ Inspección de temperatura, humedad, ventilación e iluminación	→ Registros de producción
→ Riego	→ Registros de fumigación
→ Fumigación	→ Registros de control de plagas
→ Deshierbe	→ Registros de las rosas que ingresan a post cosecha
→ Podar	
→ Inspección de plagas y enfermedades	→ Registros del ingreso de bonches al cuarto frío
→ Cosecha de las rosas	
→ Traslado de las mallas a post cosecha	→ Check list del proceso de cosecha
Actividades en post cosecha	→ Registros de control de calidad
→ Control de ingreso	
→ Tratamiento sanitario	
→ Selección y clasificación	
→ Limpieza	
→ Punto de corte	
→ Preparación de ramos	

- Control de ramos
- Cuarto frio
- Rotación de rosas
- Control de calidad
- Empaque y etiquetado
- Despacho

2. FLUJOGRAMA




→ MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO

Indicador	Forma de cálculo	Estándar/meta	Periodo de	Responsable
-----------	------------------	---------------	------------	-------------

cálculo				
Numero de negociaciones ejecutadas	(Total de negociaciones de negociaciones programadas) * 100	90%	Mensual	Jefe de Ventas
		Negociaciones ejecutadas		

Fuente: Investigación 2021

Tabla 79. Ficha de proceso de Comercialización Internacional

	COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL	Código: PR-CI_01 Página: 1-1
---	---	---

Responsable: Jefe de Ventas / Agente de Aduana

Objetivo: Concertar una negociación con clientes importadores de rosas frescas en Estados Unidos de América

Alcance: Contacto con el comprador hasta que se haya realizado la negociación

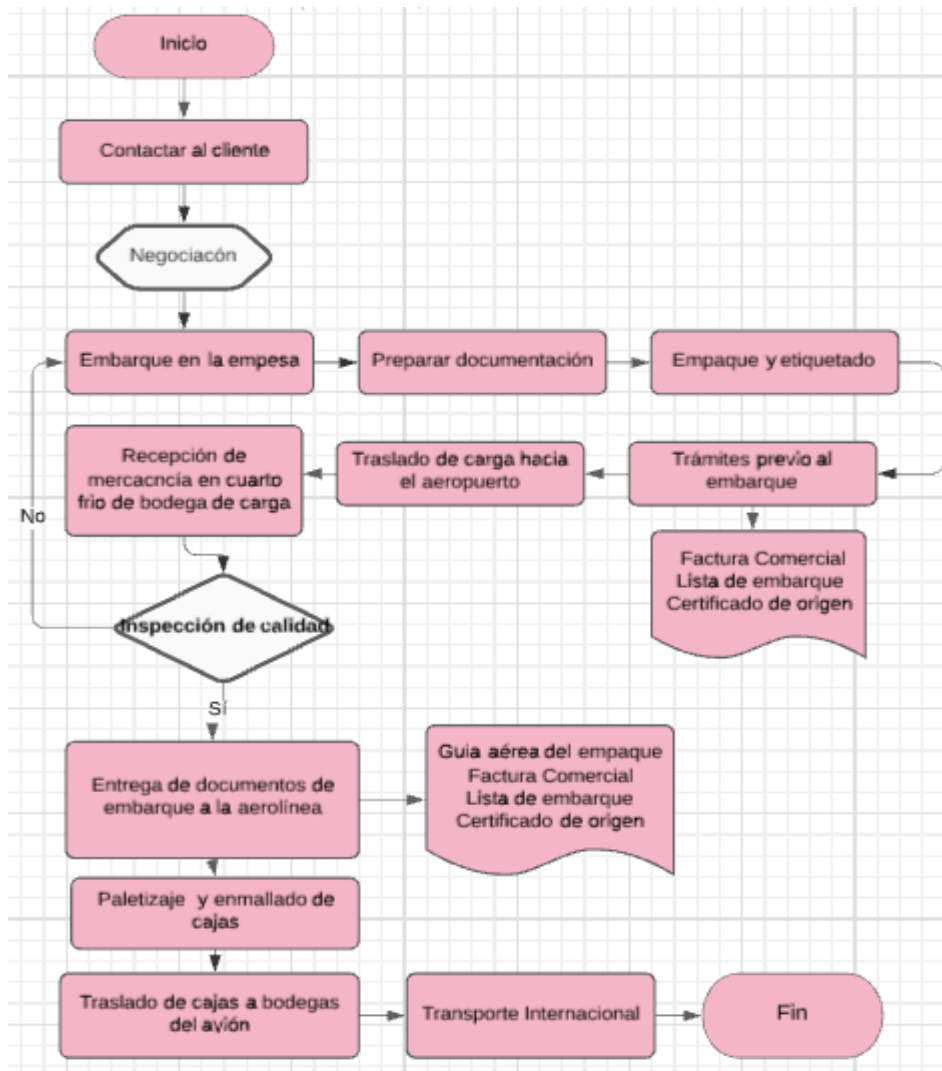
→ **DETALLE**

Actividad	Documento
→ Identificar al cliente	→ Página web
→ Dar inicio con la negociación y establecer los parámetros	→ Correo electrónico
→ Registrar el pedido	→ Inventarios
→ Acordar el INCOTERM	→ Registros de temperatura
→ Efectuar la negociación	→ Registro de cajas de ingreso al aeropuerto
→ Logística de embarque	→ Registro de peso y volumen
→ Peso/Volumen de la mercancía	→ Factura comercial
→ Trámites previos al embarque	→ Declaración Aduanera de Exportación (DAE)
→ Admisión de la mercancía a cuartos fríos de la agencia de carga	
→ Inspección de temperatura	
→ Entrega de documentos de embarque a la	

aerolínea

- Paletizaje de la carga
- Enmallado de cajas
- Traslado de pallets a bodegas del avión

2. FLUJOGRAMA



3. MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO

Indicador	Forma de cálculo	Estándar/meta	Periodo de cálculo	Responsable
Numero de exportaciones	(Exportaciones realizadas) /	90% Exportaciones	Diario	Jefe de Ventas / Agente de

realizadas	(Exportaciones programadas) * 100	ejecutadas	Aduana
------------	-----------------------------------	------------	--------

Fuente: Investigación 2021

Tabla 80. Ficha de proceso del área financiera

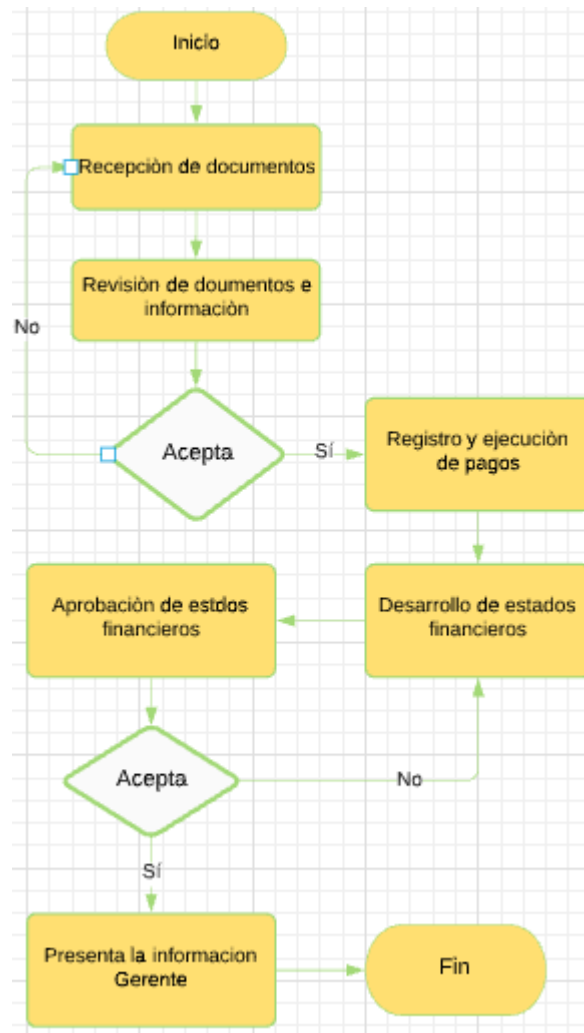
	ÁREA FINANCIERA	Código: PR-AF_01 Página: 1-1
---	------------------------	---

Responsable:	Contador
Objetivo:	Controlar los estados financieros que le compete a la empresa para una adecuada planificación estratégica
Alcance:	Desarrollar informes presupuestarios y financieros hasta obtener una distribución adecuada de los recursos

1. DETALLE

Actividad	Documento
→ Recepción de documentos	→ Inventarios
→ Revisión de documentos e información	→ Hojas de verificación y control
→ Registros y ejecución de pagos	→ Estados financieros
→ Desarrollo de estados financieros	→ Estados de resultados
→ Aprobación de estados financieros	→ Roles de pagos
→ Presentar información al gerente de la empresa	

2. FLUJOGRAMA



3. MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO

Indicador	Forma de cálculo	Estándar/meta	Periodo de cálculo	Responsable
Número de ejecución de ingresos	$(\text{Total de ingresos recibidos}) / (\text{Total de ingresos programados}) * 100$	90% Satisfacción en la empresa	Mensual	Contador

Fuente: Investigación 2021

4.1.7.22. Cadena de Suministros



Producción de las rosas en el invernadero de la empresa



Contacta con sus proveedores según la



Cosecha las rosas y las transporta al cuarto de post



Recepción de las rosas en mallas para empezar con la hidratación



Se procese con la clasificación y las pruebas de calidad y realizan los bonches de

Llega a su destino, el consumidor tiene la facilidad de adquirir este producto en tiendas, supermercados o cualquier otro punto de venta.



Transporte y distribución



Gestión de documentos de transporte



Gestión de inventarios



Almacenamiento de las cajas de rosas en

Figura 42. Cadena de Suministros
Fuente: Investigación propia

La cadena de suministros involucra actividades de planificación y coordinación que se desarrollan dentro de la empresa con el objetivo de comercializar a hasta llegar al consumidor final. Red Roses se utiliza un sistema informático adecuado y técnico para un adecuado manejo de información de sus proveedores y cartera de clientes, así mismo, lleva un inventario de manera organizada y ordenada para saber la cantidad, variedad y tamaño de rosas en disponibilidad y posteriormente su despacho.

La empresa Red Roses mantiene su capacidad de producción activa, su cuarto frío que posee permite el almacenamiento de 80 cajas las cuales están listas para la exportación.

4.1.7.23. Plan logístico de exportación

Durante la planificación de un plan logístico, es de esencial importancia analizar la logística internacional, donde completa las actividades necesarias y acorde para la administración estratégica de la empresa gestionando de manera adecuada una distribución eficiente.

4.1.7.23.1. Proceso de exportación

En el Ecuador existen varios tipos de exportación que son parte del régimen aduanero legal, y se tomó en cuenta para realizar el proceso de comercialización internacional de las rosas frescas, el régimen de exportación definitiva (Régimen 40), donde se entiende que indica la salida de las mercancías nacionales son enviadas definitivamente del país para ser consumidas o usadas en el mercado internacional o de destino.

A través de la procesadora de rosas de la empresa Red Roses, la cual se encuentra equipada con maquinaria moderna y óptima para que el producto final se pueda expender en los mercados de destino, de esta manera, es de ayuda para la clasificación del producto según su tamaño y color para posteriormente ser empacados de manera adecuada y con ello obtener bonches de rosas de calidad para su venta, evitando así los intermediarios y beneficiando a los productores de rosas mediante el aumento de sus utilidades.

4.1.7.23.2. Trámite para una exportación definitiva

De acuerdo con el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), en el artículo 154 menciona que una exportación definitiva, es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de la mercancía nacional en libre circulación, fuera del territorio aduanero del país o de una Zona Especial de Desarrollo Económico (ZEDE) ubicado dentro del territorio aduanero ecuatoriano, además de estar sujeto a las disposiciones establecidas en el COPCI. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones [COPCI], 2018/art.154).

La empresa mantiene su proceso de comercialización a través de un contrato de compra - venta, donde se identifican las obligaciones y responsabilidades que cada parte debe cumplir, la negociación aplicara el Incoterm FOB, lo que se traduce que el proceso de exportación de Red Roses empieza desde las instalaciones de la empresa hasta el Aeropuerto Internacional “Mariscal Sucre” en Quito. Lo que corresponde al importador los gastos de operatividad desde ese punto hasta llegar a su punto de destino que es Miami, Estados Unidos de América, es decir que la responsabilidad se transmite desde cuándo la carga se encuentra a bordo del avión de carga en Ecuador, desde ese momento en adelante corren por cuenta los costos que se presenten en la logística internacional. A continuación, se mencionan los pasos a seguir para realizar la operación de una Exportación Definitiva.

Paso 1. Registrarse como exportador

Como primer paso para realizar las exportaciones es estar registrado como exportador y para ello se deben seguir básicamente cuatro pasos:

Obtención del RUC

La obtención de este requisito es necesario acercarse las oficinas del Servicio de Rentas Internas (SRI), con la cedula de identidad e indicar la actividad económica.

Obtención de la firma digital o token

Es un dispositivo que contiene la firma encriptada que sirve para legalizar los documentos digitales, y la entidad que otorga es el Registro Civil y Security Data.

Registrarse en el SENA E

Luego de la obtención del TOKEN se procede a registrarse en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), el cual otorga el usuario y clave de acceso, para el portal externo y regularizar así las operaciones o documentación.

Registrar el Origen del producto

Se procede con el ingreso en la Ventanilla Única del ECUAPASS (VUE) y rellenar los módulos de calificación de origen con la información necesaria. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2021)

Paso 2. Elaborar la Factura Comercial

Este documento es utilizado por el exportador y permite el cobro del producto al comprador estadounidense, cada exportador tiene su propio formulario con el contenido que especifica información básica como fecha de emisión, nombre y dirección del vendedor y comprador, número de contrato, descripción del producto, cantidad, precio unitario, precio total, peso total, condiciones de entrega y forma de pago. (ProEcuador, 2017)

FACTURA COMERCIAL COMMERCIAL INVOICE			
EXPORTADOR/SHIPPER		CONSIGNATARIO/CONSIGNEE	
Nombre/Name: Dirección/Address:		Nombre/Name: Dirección/Address: Zip Code:	
Persona Contacto/Contact Name: Teléfono/Telephone:		Persona Contacto/Contact Name: Teléfono/Telephone:	
Fecha de Emisión/Emission Date:		Guía de despacho/AWB:	
DATOS DE CONTENIDO DEL ENVÍO / DESCRIPTION OF CONTENT			
Cant./Qty	DESCRIPCIÓN/DESCRIPTION	Valor Unitario/ Unit Value	Valor Total/ Total Value
TOTALES/TOTALS:			
Factura emitida solo para propósitos de aduana/Invoice only or custom purposes			
RAZON DE LA EXPORTACIÓN/REASON FOR EXPORT			
FIRMA DEL EXPORTADOR			

Figura 43. Factura Comercial
Fuente: Diario del Exportador

Paso 3. Guía aérea

La guía aérea o más conocido como Air Way Bill, es un documento de transporte emitidas por la aerolínea o consolidadora de carga y los datos que expresan son datos del exportador e importador, nombre del destinatario, numero de vuelo y destino, aeropuerto de salida y llegada, detalles de la carga como el peso, cantidad y descripción, numero de guía aérea, fecha de emisión, información contable, entre otros. (Diario del Exportador, 2021)

023 1234 567C 1

023-1234 567C

2

3

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

15

16

17

18

023-1234 567C

ORIGINAL 3 (FOR SHIPPER)

Figura 44. Conocimiento de Embarque
Fuente: Comunidad de Comercio Exterior

Paso 4. Certificado de origen

De acuerdo con el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP), tiene como finalidad que el exportador cumpla con los requisitos de origen, beneficios por parte de los suscriptores del acuerdo como preferencias arancelarias negociadas, demostrar que el producto es netamente producido en el país de origen mas no resultado de una triangulación. (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2021)

CERTIFICADO DE ORIGEN
(Instrucciones de llenado al reverso)

Número de Certificado:

Lenar a máquina o con letra de imprenta o molde.

PAIS EXPORTADOR		PAIS IMPORTADOR		
1. Nombre, dirección, teléfono, correo electrónico y número de registro fiscal del Exportador				
2. Nombre, dirección, teléfono, correo electrónico y número de registro fiscal del Importador				
3. Descripción de las mercancías	4. Clasificación Arancelaria	5. Criterio de Origen	6. Número y Fecha de Factura Comercial	7. Peso bruto (kg.) u otra medida
8. Observaciones				
9. Declaración del exportador El que suscribe declara bajo juramento que las mercancías arriba designadas cumplen las condiciones exigidas para la emisión del presente certificado. País de origen..... Firma.....		10. Firma de la autoridad competente o entidad habilitada Certifico la veracidad de la presente declaración Nombre..... Sello Lugar y fecha..... Firma.....		

Figura 45. Certificado de Origen
Fuente: Pudeleco

Paso 5. Otros documentos

El exportador debe adquirir otros documentos y esto es de acuerdo con el país de destino al que está dirigido el producto y adicional cumplir con las restricciones establecidas, además, los documentos deben estar listos antes del embarque de la mercancía.

Agrocalidad

Es la entidad que registra, regula y controla a las personas naturales y jurídicas que tienen tendencias para elaborar, procesar, exportar e importar productos.

Flor Ecuador

Es un certificado emitido por AGROCALIDAD, para garantizar las Buenas Prácticas Agropecuarias para las empresas dedicadas a la exportación de rosas, a través de la Resolución Nro. 038.

EXPOFLORES y AGROCALIDAD mantienen un acuerdo en el marco de la homologación a través de la Certificación denominada Flor Ecuador, en el esquema de las Buenas Prácticas Agropecuarias, es decir que todas las empresas florícolas exportadoras certificadas con Flor Ecuador ya tienen un código Buenas Prácticas Agropecuarias.



Figura 46. Sello del Certificado Flor Ecuador
Fuente: EXPOFLORES



Figura 47. Certificado Flor Ecuador y Buenas Prácticas Agropecuarias
Fuente: EXPOFLORES

Normas de etiquetado nacional

Las etiquetas deben contener información clara para que el consumidor no se confunda, de tal manera que ayude para una mayor accesibilidad, correcta manipulación y rapidez de clasificación haciendo el proceso más eficiente y evitando errores al momento del ingreso o salida de las cajas, además, puede pasar que por un mal etiquetado la mercancía puede ser reembarcada al no cumplir con las normas del país de destino. (PROECUADOR, 2017)

En general, las cajas deben estar etiquetadas en los idiomas oficiales tanto del país de origen como el país de destino con la siguiente información:

1. Nombre del producto
2. Numero de guía aérea madre
3. Numero de guía aérea hija
4. Código de barras del SENAE
5. Etiquetas con el logo del SENAE (sobre el código de barras)
6. Certificado de AGROCALIDAD
7. Numero de la DAE en la parte inferior del código de barras
8. Variedad
9. Descripción precisa del producto
10. Número y longitud de las rosas
11. País de origen
12. Datos del exportador o productor
13. Datos de importador

Las etiquetas emitidas por AGROCALIDAD, son puestas en las cajas de exportación de las rosas, están deben tener el código QR del exportador que fue asignado al momento de registrarse en el sistema GUÍA, donde debe estar el nombre de la empresa exportadora, fecha y hora de impresión, hay que mencionar que esta etiqueta es colocada en la finca y por ello no significa que está exenta de la revisión física en zona primaria por parte del personal de AGROCALIDAD, quienes revisan la calidad y condiciones idóneas para que el producto sea exportado. (Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro [AGROCALIDAD], 2020)



Figura 48. Etiqueta de AGROCALIDAD
Fuente: AGROCALIDAD

Las etiquetas emitidas por el SENAЕ, sirve para ser asociadas con la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) y el destino el cual será colocado en la parte frontal de la caja para que al momento de ingresar a zona primeria sea leída por un técnico operador de turno. (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2020)



05520174000131933

País de Destino: ESTADOS UNIDOS

Figura 49. Etiqueta del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE)

Fuente: AGROCALIDAD

Empaque y embalaje

1. La primera capa de protección es un capuchón de plástico.
2. Cada bonche puede contener entre 25 a 30 tallos de flor y esto depende del como desea el cliente.
3. Luego se procede con la cubierta de un cartón corrugado donde esta impresa el logo de la empresa exportadora.
4. Se coloca funda de celofán en cada bonche.
5. Los tallos son amarrados con una liga plástica.
6. Finalmente, los bonches son empacados en cajas largas, las cuales son envueltas con zunchos para mayor seguridad del producto al momento del almacenamiento y transporte.



Figura 50. Empaque de las rosas



Figura 51. Embalaje de las rosas

Paso 6. Aprobar la DAE electrónica en el SENA E

Declaración Aduanera de Exportación

El proceso de exportación inicia con la transmisión electrónica de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE), en el sistema informático ECUAPASS, el cual debe estar acompañado por la factura comercial y documentación de transporte pertinente previo al embarque de la mercancía. (SENAE, 2017)

Datos de la DAE:

1. Información del exportación o declarante
2. Descripción de la mercancía por ítem de factura
3. Cantidades
4. Peso
5. Datos de consignante
6. Destino de la carga
7. Demás datos referentes al producto

Documentos de transporte que acompañan a la DAE son:

- Factura comercial original
- Certificado de origen
- Autorizaciones previas de ser el caso

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria, en este caso del distrito de Quito, donde el depósito temporal la registra y almacena previo su exportación. (SENAE, 2017)

Cuando el trámite de exportación ha iniciado se notificará el tipo de canal de aforo, mismo que puede ser documental, físico o automático, como se detalla a continuación:

En caso de ser un aforo automático, la autorización de salida en el embarque de la mercancía será automática el momento de ingresar la carga a los depósitos temporales o zona primaria. (SENAE, 2017)

Si la DAE presenta un tipo de aforo documental, entonces se designará un técnico operador de la aduana para que se haga cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga al depósito temporal o zona primaria y procede con la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá el cierre del trámite si no existe ninguna novedad. (SENAE, 2017)

Por el contrario, si la DAE presenta un aforo físico se procede con el punto anterior y adicional a ello se realiza la inspección física de la carga que está declarada en la documentación electrónica y digitalizada enviada en la declaración Aduanera de Exportación. (SENAE, 2017)

REPÚBLICA DEL ECUADOR		DECLARACIÓN ADUANERA DE EXPORTACIÓN					
Nombre de DAE							
Información general							
Código del distrito		Código de régimen					
tipo de Despacho		Código del declarante					
Información del Exportador							
Nombre del Exportador		Teléfono del exportador					
Dirección del Exportador							
Número de documento		Ciudad del exportador					
Ciudad		Número de documento					
Nombre del declarante							
Dirección del declarante							
Código de forma de pago		Código de moneda					
Información de Carga							
Puerto de carga		Puerto privado desde					
Puerto de llegada o de destino		Fecha de la carta de					
Nombre del consignatario							
Dirección del							
Ciudad del Contribuyente		Tipo de carga					
Almacén o lugar del		Medio de transporte					
País de destino final							
Totales							
Código de moneda		Tipo de cambio					
Total moneda transacción (FOB)		Cantidad de ítem					
Peso neto total		Peso total					
Cantidad total de bultos		Cantidad de contenedores					
Cantidad total de unidades físicas		Cantidad total de unidades comerciales					
Código de la mercancía de despacho		Código de solicitud de alforo					
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque					
Ítem							
No ítem	Código Subpartida	Código Complementario	Código Suplementario	Descripción de la mercancía	País de Origen	Peso Neto	Cantidad de U comerciales
Despacho precedente							
Número de secuencia	Distrito precedente	Año precedente	Régimen precedente		Secuencial precedente	Número ítem	
Observaciones de oze - ítem							
Número de ítem	Tipo de observación			Contenido			
Documentos							
Número de ítem	Número de documento	Tipo de documento		Fecha de fin de vigencia		Fecha de emisión	
Firma del Exportador				Firma del Declarante			

Figura 52. Declaración Aduanera de Exportación (DAE)
Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador

Normas de Origen para la empresa Red Roses

El certificado de origen

Tabla 81. Pasos para la obtención de la Declaración Juramentada de Origen

Paso 1	Paso 2	Paso 3
Ingresar al ECUAPASS con Usuario y Contraseña	Ingresar la Ventanilla Única Ecuatoriana (VUE)	-Elaborar la DJO -Identificar la empresa -Llenar el formulario para cada producto -Utilización de instrumentos de competitividad aduanera

Certificado de Origen (CO)	<ul style="list-style-type: none"> -Materiales nacionales -Costos de valor en fabrica del producto terminado
Declaración Juramentada de Origen (DJO)	<ul style="list-style-type: none"> -Describir el proceso de producción -Características técnicas del producto -Aplicación del producto -Valor nacional agregado -Selección del acuerdo para origen -Representante legal

Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador

Certificados de inspección

Para el ingreso de las rosas al mercado estadounidense es imprescindible que cuente con los certificados de sanitarios que garanticen al técnico operador, importador y consumidor la calidad del producto, la cual es emitida por AGROCALIDAD, el costo de la obtención de dicho certificado es del USD 136,08 ctvs. (PROECUADOR, 2019)



4.1.7.24. Distribución física internacional

Para realizar la aplicación del análisis logístico se toma en cuenta los Incoterms, los costos de exportación, transporte internacional, entre otros, y el transporte internacional a emplear es el aéreo, debido a que es el más rápido a comparación del marítimo que podría llevar más días y las rosas no tendrán la misma durabilidad en el florero, es por ello, que es necesario aplicar el transporte principal aéreo.

4.1.7.24.1. Cubicaje de la mercancía

De acuerdo con el método de los tres pasos, que consiste en dividir la dimensión del pallet para la dimensión del furgón y así de determina cuantos pallets van en el furgón y de la misma manera se aplica para as dimensiones de las cajas y los pallets.

Tabla 82. Cubicaje del producto

Caja de rosas	Rosas	Cubicaje
		
Largo (m): 1.20	Largo (m): 0.80	3 en base
Ancho (m): 0.32	Ancho (m): 0.10	2 de alto
Alto (m): 0.32	Alto (m): 0.15	6 en cada lado
		12 bonches por caja

Fuente: Propietario de la empresa Red Roses

En cada caja se ubican 12 bonches de rosas y la distribución queda de la siguiente manera 3 en la base de la caja, y por el alto de cada bonche que son de 0.15m entonces van 2 bonches de alto dando así 6 bonches en cada lado, cabe recalcar que los bonches de rosas van ubicados en las dos partes lo que significa que en cada caja van 12 bonches de rosas frescas.



Tabla 83. Cubicaje por pallet

Unidad de pallet	Caja	Cubicaje
		
Largo (m): 1.20	Largo (m): 1.20	3 cajas en base
Ancho (m): 1	Alto (m): 0.32	9 cajas de alto
Alto (m): 0.15	Ancho (m): 0.32	
		27 cajas por pallet

Fuente: Propietario de la empresa Red Roses

De acuerdo con la fórmula de los tres pasos se determinó que van 3 cajas en la base del pallet y 10 filas de alto pero un máximo que filas son de 8 a 9 filas de alto para que no se vaya a estropear el producto y llegue en las mejores condiciones al consumidor final, por ende realizando la correspondiente multiplicación van 27 cajas en cada pallet.



Tabla 84. Cubicaje por camión

Unidad de pallet	Caja	Cubicaje
		
Largo (m): 7.50	Largo (m): 1.20	6 pallets a lo largo
Ancho (m): 2.60	Ancho (m): 1	2 pallet a lo ancho
Alto (m): 3.10	Alto (m): 0.15	12 pallets
		324 cajas en el furgón

Fuente: Propietario de la empresa Red Roses

De igual forma, al aplicar la división de las dimensiones del furgón para las dimensiones del pallet y por ende, van 6 pallets a lo largo y 2 a lo ancho lo que resulta del a multiplicación 12 pallets en el furgón y caben 324 cajas en total.

Tabla 85. Cubicaje de pallet aéreo

Unidad por pallet aéreo	Cajas de rosas	Cubicaje
		
Exterior		28 en la base
Largo (m): 3.6	Largo (m): 1.20	9 filas de alto
Ancho (m): 2.2	Ancho (m): 0.32	252 cajas
Alto (avión) (m): 2.3	Alto (m): 0.32	

Fuente: Propietario de la empresa Red Roses

Ahora bien, una vez determinado cuantas cajas caben en un furgón se establece que se necesita dos pallets aéreos para transportar 324 cajas en total ya que en cada pallet caben 252 cajas, siempre y cuando sea de manera cuadrada pero por lo general no es un número fijo debido a que varía la forma de paletización ya que se adapta la forma del avión lo que resulta que se paletice en forma escalonada a partir de la 7ma fila alto hasta la 9na fila y por lo general en cada pallet aéreo caben 245 cajas hasta 100 cajas aproximadamente y valga la redundancia depende de la forma del avión. En este sentido, las rosas desde que salen de los cuartos fríos del aeropuerto, los trabajadores de

demoran alrededor de 30min a 50 min., en cargar 50TN de rosas en el transporte principal.

Para el transporte de la mercadería hacia el país de destino que en este caso es Estados Unidos de América, por ende, las rosas frescas serán enviadas mediante una unidad de transporte aéreo conocido como Boeing B777- FF2 de Turkish Airlines y B767 – 300 F de Latam, donde estas aeronaves cuentan con el espacio suficiente para el transporte principal, asimismo, las rosas no cuentan con un contenedor refrigerado, para eso solo se utiliza una plataforma metálica, además, de una red para así evitar cualquier tipo de movilización de las cajas.

Tabla 86. Cantidad de rosas en el pallet

25 tallos	1 bonche
12 bonches	1 caja
27 cajas	1 pallet
324 cajas	8,100 tallos en el furgón



Fuente: Propietario de la empresa Red Roses

Las rosas destinadas al mercado americano van en aviones refrigerados que cuentan con un cuarto llamado Vacuum Cooling a una temperatura de 4°C, donde este proceso hace que las rosas se mantengan en estado fresco, a pesar de que cada florícola tiene su propio proceso para proteger la calidad de las rosas, donde fumigan de las rosas antes del viaje, desinfectado los tallos para así lograr que las flores lleguen hermosas a su destino final.

Las cajas de exportación de rosas son colocadas en una base de metal y posteriormente son aseguradas con una malla y para su palatización es armada con la ayuda de una herramienta la cual da una forma espacial para cada aeronave, es decir que para cada avión de carga hay un diseño de pallet.

Tabla 87. Peso del embarque

Unidad por embarque	12 bonches
Empaque por embarque	27 cajas
Cajas del embarque total	324 cajas

Peso unitario de rosa por kilogramo	0.09 kg
Peso unitario del empaque	30 kg x caja
Total de peso por embarque	9,720 kg
Total de peso por embarque	9.72 TN

Fuente: Investigación propia

4.1.7.24.2. Transporte

Transporte interno

Al analizar el transporte de las rosas de la empresa Red Roses, como exportadores responsables deben llegar a las bodegas de carga del Aeropuerto Internacional “Mariscal Sucre” en Tababela (Quito), la manera es mediante el contrato de un flete interno terrestre, es decir, un furgón refrigerado el cual debe cumplir con todos los parámetros exigidos para que las flores lleguen sin daño alguno al destino final al igual que conserve su frescura, según la investigación de campo él envió por cada caja de rosas esta alrededor de \$4 dólares, y para la empresa Red Roses sería que el furgón cargue las cajas en las instalaciones que están ubicadas en la parroquia de San Rafael de la Laguna a 4min de la panamericana, cabe mencionar que este es una ventaja para la empresa y desde allí serán transportadas hasta los cuartos fríos del Centro Logístico Tabacarcen (Tababela) para posteriormente ser embarcadas en el transporte internacional.



Figura 53. Furgón térmico florícola
Fuente: Semacar Industrias Metálicas

Transporte internacional

Las rosas entran el grupo de productos perecibles, por tanto, necesita de mucho cuidado a la hora de exportar, por ende, utiliza el medio transporte más rápido y en este caso es el aéreo, donde son manipulados en pallet metálicos del avión y cubiertos con mallas y

evitar riesgos en el transporte, es por ello que, los embalajes deben de ser muy resistentes para la manipulación de la mercancía ya que deben de ir refrigerados para su preservación, mediante la investigación tiene un costo de \$25 por caja de rosas.

Tabla 88. Transporte internacional

Origen	Destino	Tiempo aproximado
Aeropuerto Internacional "Mariscal Sucre" - Ecuador	Miami Internacional Airport – Estados Unidos de América	4:30h

Fuente: Investigación propia

4.1.7.24.3. Formas de pago

Para la empresa Red Roses es de suma importancia analizar la forma de pago internacional en la exportación de rosas, con el objetivo de principal de conocer el medio de cancelación se lo realizara por medio de una orden de pago es muy utilizada dentro del mundo del comercio internacional, porque es necesario que el exportador tenga una cuenta bancaria a fin de que los recursos sean depositados a la cuenta bancaria del exportador.

Las partes que por lo general intervienen en esta forma de pago son las siguientes:

- Ordenante: Empresa o persona que compra la orden de pago, en este caso el importador.
- Beneficiario: Empresa o persona que recibirá en la cuenta previamente establecida de la operación, es este caso el exportador.
- Banco Ordenante: Institución que percibe el importe de la operación por parte del importador.
- Banco Pagador: Entidad bancaria que acepta efectuar el pago mediante un depósito a uno su cuenta-habitante (exportador).

4.1.7.24.4. Contactos Comerciales con estados Unidos de América

Tabla 89. Contacto comercial de Estados Unidos de América

Nombre de la empresa	País/Ciudad	Página web	Teléfono	Dirección
Espirit of Miami	Estados Unidos de América	http://www.espritmiami.com/	800 327 2320	11475 NW 39th Street. Miami, FL 33178
	Florida-Miami		305 591 2244	
Luxury Diamond Flowers	Estados Unidos de América	https://luxurydiamondflowers.com/	+1 (305) 814-6323	475 Brickell Ave, Miami, Florida 33131
	Florida-Miami			
RosaPrima	Florida-Miami	https://rosaprima.com/contact-us/	+1 (305) 644-8459	175 SW 7th Street, Suite 2301
			+1 (866) 97	Miami, FL 33130
	Ecuador – Cayambe	information@rosaprima.com	+593 (2) 394-6401	Cananvalle, Guachalá, Cayambe

Fuente: Investigación

4.1.7.24.5. Términos de negociación según INCOTERMS

Para el cálculo del término de negociación se toma en cuenta el riesgo, obligaciones y responsabilidades que se presentan entre el vendedor y comprador.

Tabla 90. Contacto comercial de Estados Unidos de América

INCOTERMS	2022
Valor del embarque	81.000,00
Embalaje de la mercancía	400,00
EXW	81.400,00
EXW UNITARIO	50,25

manipulación local X	900,00
Unitarización	300,00
FCA/FAS	82.600,00
FCA/FAS UNITARIO	50,99
Transporte interno	700,00
Manipuleo o embarque	400,00
Agentes	80,00
Documentación	32
Capital e inventario país de origen	300
Bancarios	600
FOB	84.712,00
FOB UNITARIO	52,29
Flete Internacional	1.500,00
CFR	86.212,00
CFR UNITARIO	53,22
Seguro Internacional	600,00
CIF	86.812,00
CIF UNITARIO	53,59
Transporte interno	900,00
DAP	87.712,00
DAP UNITARIO	54,14
Gastos de descarga	900,00
Desestiba y almacenamiento en depósito	100,00
Importador	
DPU PUERTO DE DESTINO	88.712,00
DPU UNITARIO	54,76
Derechos arancelarios importación	1.100,00
capital e inventario país de destino	600,00
DDP	\$ 90.412,00
DDP UNITARIO	\$ 55,81
PVP 15% GANANCIA	\$ 64,18

Fuente: Investigación

Para el cálculo del valor del término de negociación se toma en cuenta que se va a enviar las 1620 cajas de rosas de exportación como un costo unitario de \$50 dólares americanos c/u.

4.1.8. Estudio Financiero

En este apartado se pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para llevar a cabo un proyecto, cuál será el costo de operaciones de producción, administración y ventas.

4.1.8.1. Inversión inicial

En la siguiente tabla se puede observar la inversión inicial de la empresa Red Roses para la producción y comercialización de rosas, donde se divide en inversión fija, capital de operaciones, activos diferidos, gastos administrativos y logísticos, logrando obtener una inversión de \$171.302,20, como se muestra a continuación:

Tabla 91. Inversión inicial

Inversión inicial	
Concepto	Valor
Inversión fija	\$145.700
Activos diferidos	\$660
Capital de operaciones	\$ 24.942,20
Total de Inversión inicial	\$171.302,20

Fuente: Investigación

Cabe mencionar que en cuanto a activos fijos se encuentran incluidos muebles y enseres, cartonería, productos químicos, maquinaria e indumentaria necesaria, es decir, todos los bienes que tiene la empresa para desarrollar sus funciones. Con respecto a los datos de la tabla anterior, muestra el total de gastos y costos que representan para que la empresa Red Roses empiece con sus actividades de exportación, para validar los datos anteriormente mencionados, se detalla la siguiente tabla:

4.1.8.2. Financiamiento

No es indispensable pero si necesario para la empresa Red Roses contar con un capital ajeno, es decir, acceder a préstamos bancarios, por ende, la florícola cuenta con un capital propio del 75% lo que vendría a ser \$119.911,54 y necesita acceder a un financiamiento del 25% representando así \$51.390,66 para con ello ejecutar las actividades de operación.

Tabla 92. Financiamiento

Estructura del Financiamiento		
Concepto	Participación	Valor
Capital propio	70%	\$ 119.911,54
Capital ajeno	30%	\$ 51.390,66
Total	100%	\$171.302

Fuente: Investigación

4.1.8.3. Capital de operaciones

El capital de operaciones de la empresa Red Roses estará invertido en los costos directos mismos que son la materia prima, mano de obra de los operario y costos indirectos tales como empaque, embalaje, etiquetado, insumos entre otros con el fin de brindar un producto terminado para la ventas, para la mano de obra se toma en cuenta los roles de pago y para los costos indirectos de fabricación se realiza la sumatoria de costos del separadores de cartón, cartón corrugado, ligas, fundas, entre otros, también están los costos administrativos donde están los sueldos del personal de oficina, además de los servicios básicos como son el agua, luz e internet, y finalmente, los gastos de exportación, aquí se contemplan los gastos de manipuleo de embarque, documentos de transporte, agentes de aduana, fletes interno, certificaciones, los cuales permiten la producción y comercialización de las rosas de 324.000 tallos anuales de la variedad Explorer y Freedom que posee la empresa.

Tabla 93. Capital de Operación

Capital de operación	
Concepto	Valor
Costos de producción	51243,6
Gastos Administrativos	2742
Gastos de Ventas- exportación	20841
Total Costo Anual	\$ 74826,6
Total Costo Diario	\$ 623,56
Ciclo de caja	40
Capital de operación	\$ 24.942,20

Fuente: Investigación

Para establecer el capital de operaciones, se parte de los costos de producción para el proceso de las rosas (bonches), la mano de obra directa de los operarios, materia prima (rosas), y demás costos indirectos de fabricación, maquinaria y suministros empleados por el personal de la empresa Red Roses. Por lo tanto, el costo anual de operación es de \$ 74826,6 dólares con un costo diario de \$ 623,56 dólares, en cuanto a su ciclo de caja se maneja con un periodo de 40 días consecutivos lo que significa que necesitan \$4.942,20 dólares anuales para que la empresa continúe operando y pueda comercializar su producto final en el mercado estadounidense.

4.1.8.4. Activos fijos de Red Roses

Tabla 94. Activos Fijos del Estado Financiero

Activos fijos – Inversión fija			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Total
Infraestructura			\$ 35.700
Estructura mixta incluido el plástico	1	\$ 25.200	\$ 25.200
Sistema de riego	1	\$ 8.500	\$ 8.500
Infraestructura de oficinas	1	\$ 2.000	\$ 2.000
Máquinas y equipos			\$ 36.140
Cuarto frío	1	\$ 15.000	\$ 15.000
Bomba de fumigar	1	\$ 350	\$ 350
Bomba de riego	1	\$ 3.500	\$ 3.500
Transformador	1	\$ 5.500	\$ 5.500
Coches de transportes	2	\$ 700	\$ 1.400
Tijeras podadoras	6	\$ 40	\$ 240
Acometida	1	\$ 360	\$ 360
Selladora de bonches	1	\$ 25	\$ 25
Grapadora industrial	5	\$ 55	\$ 275
Grapas industriales (paquete)	20	\$ 5	\$ 100
Gavetas plásticas	60	\$ 15	\$ 900
Moto-Guadaña	1	\$ 520	\$ 520
Motocultor	1	\$ 2.600	\$ 2.600
Mesa empacadora	3	\$ 450	\$ 1.350
Liras clasificadoras	3	\$ 750	\$ 2.250

Mesa cortadora	1	\$	520	\$	520
Enzunchadora eléctrica	1	\$	1.100	\$	1.100
Deshojadora	5	\$	30	\$	150
Materiales de post cosecha				\$	13.175
Cartonería (cajas)	1000	\$	4	\$	3.500
Etiqueta térmica de colores	20	\$	10	\$	200
Etiquetas de números	20	\$	10	\$	200
Etiqueta térmica blanca	30	\$	21	\$	630
Hebilla plástica (kilo)	20	\$	35	\$	700
Zunchos (rollos)	5	\$	41	\$	205
Laminas celofán (paquetes x100 unidades)	50	\$	12	\$	600
Ligas (kilo)	10	\$	16	\$	160
Guantes	30	\$	5	\$	150
láminas de cartón corrugado (paquete x 200 unidades)	200	\$	21	\$	4.200
Tracer para TRIPS x litro	5	\$	125	\$	625
Luna infinity para botritis x litro	5	\$	85	\$	425
Hidratante para rosas litro	5	\$	46	\$	230
Sachet conservantes para las rosas (200 unidades cada funda)	20	\$	25	\$	500
Pliegos de papel comercio (resma)	50	\$	17	\$	850
Muebles y encerres				\$	6.505
Escritorio	4	\$	250	\$	1.000
Sillón ejecutivo	1	\$	190	\$	190
Sillas	10	\$	70	\$	700
Archivador	2	\$	120	\$	240
Mesa ovalada con 8 sillas	1	\$	800	\$	800
Sala de Star	1	\$	120	\$	120
Juego de comedor	1	\$	270	\$	270
Teléfono	3	\$	35	\$	105
Dispensador de agua	2	\$	60	\$	120
Equipos de computo				\$	2960
Computadores	4	\$	450	\$	1.800
Impresora	2	\$	450	\$	900
Impresora térmica	1	\$	260	\$	260

Intangible				\$ 41.760
Regalías por la planta madre (36,000 plantas)	36.000	\$	1,2	\$ 41.760
TOTAL				\$ 145.700

Fuente: Red Roses

4.1.8.5. Activos diferidos

También conocidos como activos intangibles hace referencia a las propiedades necesarias de la empresa Red Roses para el respetivo funcionamiento y producción de rosas.

Tabla 95. Activos diferidos o Gastos de Construcción

Activos Diferidos o Gastos de Construcción			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Total
Registro de la propiedad (Municipio de Otavalo)	1	\$160	\$160
Agente de Comercio Exterior	1	400	400
Inscripción en la Superintendencia de Compañías	1	100	100
Total			\$660

Fuente: Red Roses

Para el proceso de constitución como Operador de Comercio Exterior (OCE), son importantes cumplir a cabalidad con los puntos descritos en la tabla para la exportación de rosas frescas, es por ello, que se debe cumplir con los permisos ante las autoridades correspondientes.

4.1.8.6. Total de gastos y costos

4.1.8.6.1. Costos de producción

Para determinar los costos de producción se tomó en cuenta los recursos empleados por parte del personal de la empresa para el proceso de las rosas, donde constan el costo de

materia prima, mano de los operarios del cultivo y de postcosecha y los costos indirectos de fabricación.

Tabla 96. Costos de producción

Costos de Producción			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Total
Materia prima (rosas)	324000	\$ 0,09	\$ 29.160
Mano de obra	6	\$ 850,00	\$ 2.550
Operarios de cultivo	3	\$ 425,00	\$ 1.275
Operario de clasificación	3	\$ 425,00	\$ 1.275
Costos indirectos de fabricación		\$ 88,24	\$ 19.534
Cartón corrugado	6480	\$ 0,11	\$ 713
Funda/liga	12960	\$ 0,13	\$ 1.685
Embalaje	1620	\$ 10,00	\$ 16.200
Agua	12	\$ 20,00	\$ 240
Luz	12	\$ 25,00	\$ 300
Internet	12	\$ 18,00	\$ 216
Suministros de oficina	12	\$ 15,00	\$ 180
Depreciaciones	-	-	-
Total Costos de Producción			\$ 51.244

Fuente: Investigación

4.1.8.6.2. Gastos administrativos

Tabla 97. Gastos Administrativos

Costos Administrativos			
Concepto	Cantidad	Valor unitario	Total
Sueldos	3	\$ 750,00	\$ 2.250
Servicios Básicos	12	\$ 8	\$ 96
Suministros de oficina	12	\$ 12,00	\$ 144
Suministros de limpieza	12	\$ 15,00	\$ 180
teléfono	12	\$ 6,00	\$ 72

depreciaciones (equipo de computación)	-	-	\$ -
amortizaciones (gastos de construcción)	-	-	\$ -
Total Costos de Producción			\$ 2.742

Fuente: Investigación

4.1.8.6.3. Gastos de Exportación

Así mismo se debe incurrir en gastos de exportación teniendo en cuenta que el termino de negación es FOB, estos gastos se toman en cuenta a partir del valor de la unitarización, el empaque, embalaje no serán tomadas en cuenta por motivo que pasan a formar parte de los costos indirectos de producción.

Tabla 98. Gastos de Exportación

Gastos de ventas- Exportación			
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Total
Unitarización	1	12	108
Documentación	1	22	198
Transporte Interno	1620	4	6480
Manipuleo de Embarque	1	40	360
Agentes	1	35	315
Costos Bancarios	1	1500	1500
Flete Internacional	1	1200	10800
Seguro Internacional	1	120	1080
Total Gastos de Exportación			20841

Fuente: Investigación

4.1.8.7. Estados financieros

Fundamentalmente en este apartado se muestran de los estados financieros está el balance general que específicamente es un resumen de todos los activos y pasivos que forman parte de la empresa Red Roses, cabe mencionar que este es un balance con financiamiento, es decir, que se toma en cuenta el préstamo bancario con una tasa de interés del 13,99% anual a un plazo de 120 cuotas mensuales, por ende, representa un pasivo a largo plazo.

Tabla 99. Balance General

Balance General- Con Financiamiento			
Activos Corrientes		Pasivo Corto Plazo	
Bancos	\$ 24.942,20	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	\$ 24.942,20	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios – Infraestructura	\$ 35.700,00	Préstamos Bancarios	\$ 51.390,66
Maquinaria y Equipo	\$ 36.140,00	Total Pasivos Largo Plazo	\$ 51.390,66
Materiales de postcosecha	\$ 19.675,00		
Muebles y Enseres	\$ 9.465,00		
Equipo de Computo	\$ 2.960,00		
Intangible	\$ 41.760,00		
Total Activos Fijos	\$145.700,00	Total Pasivos	
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos Constitución	\$ 660	Capital Social	\$ 119.911,54
Total Activos Diferidos	\$ 660,00	Total Patrimonio	\$ 119.911,54
Total Activos	\$171.302,20	Total Pasivo- Patrimonio	\$ 171.302,20

Fuente: Investigación

4.1.8.8. Estado de resultados

El estado de resultados también es considerado como otro estado financiero, donde se calcula la utilidad neta de un año, como principales valores tomados en consideración son las unidades a comercializar y el precio de venta en termino de negociación (FOB). Una vez realizados los cálculos pertinentes, muestra una utilidad neta positiva, dicho en otras palabras, es favorable para la empresa Red Roses y por ende el proyecto es rentable.

Tabla 100. Estados de Resultados

Estado de Resultados		Proyección				
Detalle	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Ventas	\$81.000	\$85.050	\$89.303	\$ 93.768	\$ 100.623	\$ 107.820
Cantidad	1620	1701	1786	1875	2012	2156
Precio	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50	\$ 50
(-) Costos de Ventas	\$51.244	\$53.806	\$56.368	\$58.930	\$61.492	\$64.055
Utilidad Bruta en Ventas	\$29.756	\$31.244	\$32.935	\$ 34.837	\$ 39.130	\$ 43.766
(-) Gastos Operacionales	\$23.583	\$24.762	\$26.000	\$ 27.300	\$ 28.665	\$ 30.099
Gastos Administrativos	\$ 2.742	\$ 2.879	\$ 3.023	\$ 3.174	\$ 3.333	\$ 3.500
Gastos de Ventas	\$20.841	\$21.883	\$22.977	\$24.126	\$25.332	\$26.599
Utilidad Operacional	\$ 6.173	\$ 6.482	\$ 6.934	\$ 7.537	\$ 10.465	\$ 13.667
(-) Gastos Financieros	\$ -					
Interés Bancario	\$ -	\$7.031	\$6.652	\$6.216	\$5.715	\$ 5.140
U.A.T.I.	\$6.173	\$ 549	\$ 283	\$ 1.321	\$ 4.750	\$ 8.528
(-) 15 % Participación de Trabajadores	\$ 926	\$ 82	\$ 42	\$ 198	\$ 712	\$ 1.279
Utilidad Antes de Impuestos	\$5.247	\$ 466	\$ 240	\$ 1.123	\$ 4.037	\$ 7.248
(-) 5 % Impuesto a la Renta	\$ 262	\$ 23	\$12	\$ 56	\$ 202	\$362
Utilidad Neta	\$4.985	\$ 443	\$ 228	\$ 1.067	\$ 3.836	\$ 6.886

Fuente: Investigación

4.1.8.9. Flujos de Efectivo Neto

En vista que se analizó todos los costos, gastos, depreciaciones, amortizaciones se precede con el desarrollo del flujo de efectivo neto, con el fin determinar si las actividades de operación, inversión, y financiamiento son favorables o durante un tiempo estimado que son 5 años.

Tabla 101. Flujo de Efectivo Neto

Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento						
Entradas de efectivo	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027
Saldo Inicial			\$ 31.063	\$ 60.634	\$ 88.822	\$ 117.494
Utilidad Neta	\$ -	\$ (443,05)	\$ 228	\$ 1.067	\$ 3.836	\$ 6.886
(+) Depreciaciones	\$ -	\$ 33.915	\$ 32.130	\$ 30.345	\$ 28.560	\$ 26.775
(+) Amortizaciones	\$ -	\$ 132	\$ 132	\$ 132	\$ 132	\$ 132
Liquidación del Proyecto						
Recuperación Capital de Operación						
Total Entradas	\$ -	\$ 33.604	\$ 63.554	\$ 92.178	\$ 121.350	\$ 151.287
Salidas de Efectivo	Año 2022	Año 2023	Año 2024	Año 2025	Año 2026	Año 2027
Inversión Inicial	\$ 171.302					
Amortización de la Deuda		\$ 2.541	\$ 2.920	\$ 3.356	\$ 3.856	\$ 4.483
Reposición de Activos						
Total Salidas	\$ 171.302	\$ 2.541	\$ 2.920	\$ 3.356	\$ 3.856	\$ 4.483
= Flujo de efectivo Neto	\$(171.302)	\$ 31.063	\$ 60.634	\$ 88.822	\$ 117.494	\$ 146.803

Fuente: Investigación

Tabla 102. Resultados el Flujo Efectivo Neto

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 171.302		
1	31.063	0,8805	27.350
2	60.634	0,7752	47.003
3	88.822	0,6825	60.623
4	117.494	0,6009	70.605
5	146.803	0,5291	77.672
		SFE	283.253
		- I.I.	171.302
		VAN	\$ 14.115
		TIR	32,24%
		PR	3,40
		C/B	1,65

Fuente: Investigación

De acuerdo con la tabla anterior, se determina que el Valor Actual Neto (VAN) es positivo, es decir, resulta muy favorable con un valor de \$ 14.115 dólares americanos,

mientras que la Tasa Interna de Retorno (TIR) es de 32,24% muy acorde al proyecto y al porcentaje de utilidad de las rosas que es del 15%, entonces si el porcentaje aumenta también lo hará el TIR.

Por otro lado, se muestra que el periodo de recuperación es del 3,40 lo que significa es que recupere la inversión en aproximadamente 3 años y 4 meses, por último, existe la relación de costo-beneficio mayor a 1, lo que representa que por cada dólar invertido se recupera 0,65 centavos de dólar.

4.1.8.10. Punto de Equilibrio

Tabla 103. Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio		
Costo Producción	2022	
	Fijos	Variables
Materia Prima Directa		29160
Mano de Obra Directa	2550	
Costos Indirectos de Producción		
Cartón corrugado		712,8
Funda/liga		1684,8
Embalaje		16200
Agua		240
Luz		300
Internet		216
Suministros de oficina		180
Total Costos de Producción	2550	48693,6
Gastos Operacionales	2742	20841
Gastos Administrativos	2742	
Gastos de Exportación		20841
Gastos Financieros	0	

Interés Bancario	0	
Costos y Gastos Totales	5292	69534,6
Unidades		324000
Costos y Gastos Unitarios	0,02	0,21
Total Costos y Gastos Unitarios		0,23
%Utilidad		15%
Precio de Venta Unitario		0,27
P.Eq. Unid. = Costos Fijos/(P-V)		103815
P.Eq. (\$)		\$ 27.572,05


Fuente: Investigación

En la tabla anterior, se muestra la cantidad mínima que se debe producir y exportar para no causar pérdidas en la empresa Red Roses, es decir para recuperar el capital invertido y cubrir con los gastos, determinar el límite de la rentabilidad es crucial para la determinación del precio de venta unitario y sobre todo desde que punto es rentable el proyecto. Para determinar el punto de equilibrio se toma como base el 15% del margen de utilidad, las unidades producidas después del punto de equilibrio generan beneficios o utilidades para la compañía.

4.1.8.11. Análisis de las entrevistas

Con el fin de sustentar de mejor manera el presente trabajo se realizó entrevistas a expertos de diferentes organizaciones públicas y privadas enfocadas

Tabla 104. Análisis de las entrevistas

Experto	Información del entrevistado	Aporte a la investigación
	<p>→ Ingeniero Oscar Ruano</p> <p>Experiencia Laboral</p> <p>→ Técnico en Formación y Alimentación Saludable.</p> <p>→ Técnico en Comercio Exterior</p> <p>→ Gobernador del Carchi</p> <p>→ Especialista Regional de PROECUADOR</p> <p>→ Especialista Zonal de PROECUADOR.</p> <p>→ Embajador Honorario en Queensland University of Technology</p>	<p>El sector florícola en los últimos años ha tenido problemas para su comercialización, debido al paro nacional que se dio en octubre de 2019 y seguido por la pandemia del Covid-2019, lo que ocasiono cierre de carreteras y aeropuertos y la producción se destinó a destrucción o incluso al tema de abonos; pero con el desabastecimiento de meses de dicho producto género un alza de precios hasta que haya una recuperación sostenida. Hay que mencionar el conflicto de Rusia-Ucrania, causa el cierre de un mercado muy grande para la exportación de rosas. El Ecuador debe concentrarse a la apertura de mercados con acuerdos comerciales donde se negocian un ir y venir de las cosas que necesitan ambas partes y entre los mercados óptimos esta Chile, Australia, Nueva Zelanda, China, Australia, Sudáfrica, Argentina, Brasil, Emiratos Árabes y para su comercialización se debe tener en cuenta factores económicos, políticos, sociales y gustos y preferencias. Hay que añadir que las empresas florícolas cuentan con el apoyo por parte del gobierno a través de Gremios como Expoflores, Fedexport, Corpei y ProEcuador, el asesoramiento que brinda la institución son capacitaciones, asesoramiento y enlaces con diferentes entidades públicas, promoción internacional</p>

comercial, con el especialista sectorial de rosas para apertura y posicionamiento de mercados, ferias internacionales, macro rueda. Trabaja con la ruta ProEcuador que consiste en analizar el potencial que tiene la empresa dentro de los 14 sectores priorizados y el sector florícola es uno de ellos, además, es muy importante debido a que se encuentra entre los principales rubros fuerte para la economía del país; y varían de acuerdo con la categoría de la empresa, si está ya exporta se enfoca en la búsqueda de mercados internacionales y por el contrario, si la empresa está en proceso de exportación tiene que cumplir con ciertas condiciones y una vez que cumpla con los requerimientos se procede con la ruta para la categorización de la misma y un test de autodiagnóstico, es decir, según la potencialidad de la empresa se procede con el asesoramiento. Una de las principales estrategias es la promoción y orientarse en los factores de participación en ferias internacionales y contar con un bróker de acuerdo con el país que se quiere exportar, página web en por lo menos tres idiomas como inglés, alemán, ruso y el uso de redes sociales.



→ Ingeniero Luis Lomas Arias

Experiencia Laboral

→ Técnico Distrital de Sanidad Vegetal 3, AGROCALIDAD.

Principalmente Agrocalidad es una institución de vigilancia y control y las personas que quieren empezar con las actividades de exportación indistintamente del producto tiene que estar registrados en Agrocalidad, y ofrece orientación para el registro y anteriormente tenía un costo de \$80 dólares americanos y por las reformas de estado actualmente es gratis y no tiene caducidad y con ello las operaciones se actualizan día con día, en cuanto a las certificaciones nacionales están la de Agrocalidad y Flor

Ecuador, pública y privada respectivamente; que están homologadas con la Certificación Flor Ecuador con el esquema de las Buenas Prácticas Agropecuarias, es decir que todas las empresas florícolas exportadoras certificadas con Flor Ecuador ya tienen un código BPA.

El representante de la institución pública hace inspecciones a las fincas en los cultivos y post cosechas al azar y sin previo aviso, para revisar la incidencia de las enfermedades y plagas; entre los principales problemas que atraviesan las empresas que están recién incursionando con la exportación son las agencias de carga y esto se debe a la mínima cantidad de cajas que se pretende exportar lo que hace que esa carga que quede hasta el último y si hay espacio en el pallet, a diferencia de las grandes empresas ya tiene su cupo aéreo, el efecto post Covid-19 fue que aumentaron los cultivos de rosas y esto es causa de los despidos masivos de las empresas grandes que quebraron, pues el trabajador despedido con su liquidación empezó con su negocio del cultivo de rosas pero se quedan en este punto debido a la falta de capital propio y la parte técnica para la exportación de rosas, algo muy importante es que el Ecuador ha destacado por la calidad y exclusividad de las rosas que oferta a diferencia de nuestro país vecino Colombia que le apunto a la productividad, precios al contar con su moneda propia y la mano de obra barata.

El Certificado Fitosanitario de Exportación que se lo tramita en la VUE (Ventanilla Única de Exportación), el cual tiene un costo de \$1,26 el cual tiene que ser emitido con cada envío al igual que los documentos de acompañamiento y soporte.

El incentivo por parte del gobierno se enmarca en evitar el pago del Certificado Fitosanitario (\$80), el protocolo de ácaros (\$50) y protocolos de trips (\$80) y el registro se demoraba de 2 a 3 meses aproximadamente y tenía que ser en la oficina matriz y ahora todo es gratuito y se lo puede hacer en línea y de manera más sencilla y menos burocrática, logrando así estimular las exportaciones. Entre los principales requisitos necesarios para la exportación de rosas están el Certificado Fitosanitario de Exportación, inspección fitosanitaria en el punto ingreso, Certificación de protocolo de Ácaros y Trips, envases de primer uso y libre de plagas. Y entre las penalizaciones están que no podrán exportar durante todo el día o el pago de 4 a 5 SBU y si reincide se le remueve el código para evitar que siga exportando.



Sr. Nelson Eugenio Sánchez

**Propietario de la florícola Red
Roses**

El propietario menciona que la empresa ya tiene 5 años de funcionamiento y en su finca y comenta que hay dos variedades de rosas las cuales son Freedom y Explorer de color rojo ya que este es el más vendido en los mercados internacionales en especial en Estados Unidos de América y Rusia en las fechas más importantes del año para el sector floricultor, por ende, durante el mismo tiempo ha generado trabajo para las familias de la localidad, la florícola tiene una capacidad de producción anual de aproximadamente 350.000 tallos y un unos años se pretende expandir la finca porque el negocio de la exportación de las rosas es muy fructífero, a pesar de que toda la producción esta direccionada a mercados internacionales hay un mínimo porcentaje que se no cumplen con los requisitos para la exportación como son tallos cortos, botones disformes y con enfermedades y estas rosas son destinadas al mercado nacional, y más o menos es un 10 a 15% del total de la producción y este porcentaje también tiene que ver con las estaciones climáticas pues en temporadas de invierno es más propensa la mata de las rosas a enfermarse y lo mismo pasa con el verano y en este caso atacan las plagas como son Trips, ácaros y pulgón, desde hace tiempo la calidad de las rosas que produce la finca Red Roses es de alta calidad y esto se debe a que utiliza fertilizantes orgánicos como el Biol y con esta buena práctica agrícola tal vez se pueda acceder a una certificación de comercio justo y acaparar un mayor mercado debido a que el consumidor actualmente tiene la tendencia de adquirir productos ecológicos, amigables y responsables con el planeta.

El propietario de la empresa menciona que no tiene conocimientos en cuanto a temas

de la exportación y desconoce en su totalidad que documentos y demás requisitos necesita para que su producto llegue al mercado objetivo, y durante años ha entregado las rosas en mallas a las procesadoras, lo que significa que vende a empresas exportadoras y son ellas quien se llevan los créditos de calidad y el aporte económico que representa esta actividad, además, su empresa no cuenta con un estudio de mercado para la exportación de flores y con ello identificar la demanda internacional existente y cuál sería el mejor mercado. Asimismo, tiene presente que los certificados internacionales son de mucha importancia pero desconoce cuáles son los certificados que necesita para que las rosas y cuáles son los requisitos para acceder a ellos y si tienen o no algún costo, caducidad y el lugar donde tiene que obtenerlo y finalmente, la empresa al manejarse con productos orgánicos los gastos de los productos químicos, fertilizantes y pesticidas no son tan altos, generando un margen mayor de rentabilidad para la finca que sería destino para otros gastos o como ganancias.

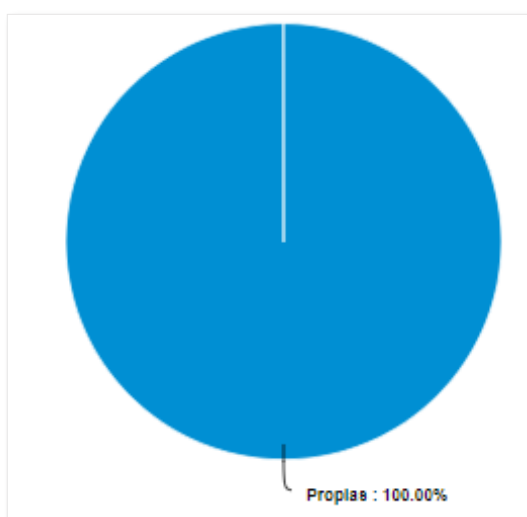
Fuente: Investigación

4.1.8.12. Análisis de las encuestas aplicadas a las empresas aledañas a la florícola Red Roses

De acuerdo con la base de datos de Agrocalidad en la provincia de Imbabura hay 28 fincas que se dedican a la producción y 12 empresas exportadoras de rosas de las cuales se aplicó y se obtuvo respuestas de 7 de ellas.

Pregunta 1

¿Las instalaciones de la empresa son propias o arrienda y de ser el caso cuanto paga mensualmente?



*Figura 54. Pregunta 1 del Cuestionario
Fuente: Investigación*

Las empresas respondieron que las instalaciones de producción y post cosecha son propias, lo que representa ser muy beneficioso pues no tienen gastos por concepto de arriendos y hace que el costo de producción no sea más elevado, y esto como consecuente hace que suba el precio al consumidor.

Pregunta 2

¿La empresa compra rosas a terceros o cubre con la demanda con su producción propia?

- Propia
- Compra a terceros

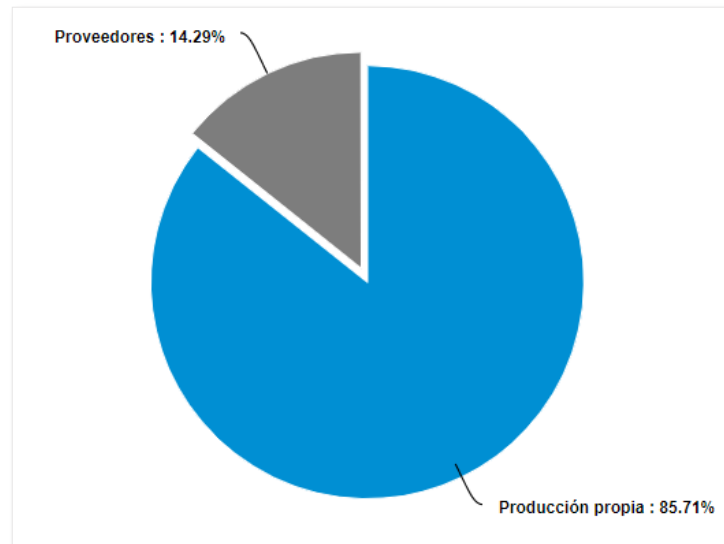


Figura 55. Pregunta 2 del Cuestionario de la empresa
Fuente: Investigación

En su mayoría las fincas cuentan con instalaciones de producción y post cosecha, es decir, que cuentan con las instalaciones adecuadas para la producción y procesamiento de rosas, por ende, son lo suficientemente capaces para satisfacer su demanda internacional con las hectáreas de producción que poseen, sin embargo, en ciertas fechas claves para el sector floricultor hace que compren tallos de flores a terceros (proveedores) por que la demanda crece y la compra por lo general es a pequeños floricultores que aún no están inmersos en temas de las exportaciones.

Pregunta 3

Las rosas son para:

- Exportación
- Venta a nivel nacional

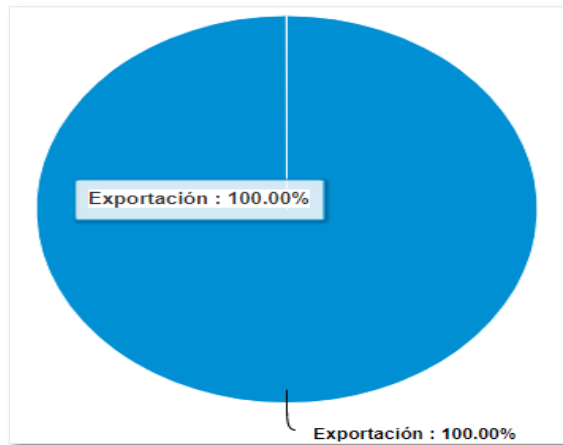


Figura 56. Pregunta 3 del Cuestionario de la empresa
Fuente: Investigación

Las empresas tienen 100% de su producción de rosas a la exportación, debido a que representa más ganancias para la compañía a diferencia de la venta a nivel nacional, a pesar de que, un mínimo porcentaje se o destina para el mercado local porque en el último filtro que es el post cosecha la flor no cumple con los requisitos mínimos para el envío ya sea por el tamaño o por enfermedades agrícolas como son trips, ácaros, botritis y vellosos.

Pregunta 4

¿Cuáles son los mercados a los que exporta las rosas frescas?

- a. Estados Unidos de América
- b. Rusia
- c. Canadá
- d. España
- e. Italia

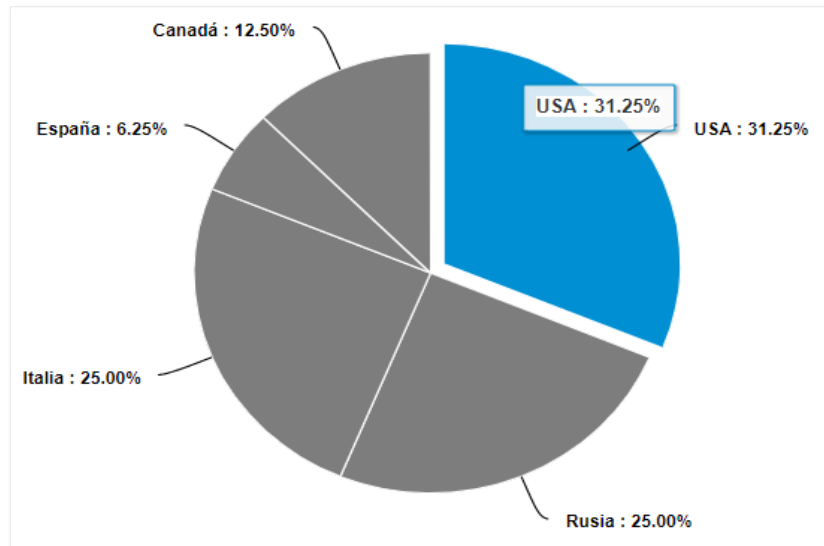


Figura 57. Pregunta 4 del Cuestionario de la empresa
Fuente: Investigación

Durante años el mercado estadounidense ha sido y sigue siendo el principal comprador de rosas y las empresas encuestadas también tienen su producción y comercialización destinada a este mercado seguido por el ruso, y esto se debe a que se maneja la misma moneda y el poder adquisitivo de los norteamericanos es alto y dentro de sus gustos y preferencias están las rosas, cabe destacar, que tras realizar un estudio de mercado nos dio como resultado USA y con la segmentación de mercado a Miami y esto sigue siendo favorable porque los costos y tiempo de envío son menores a diferencia de querer enviar las rosas a otros mercados que están en otros continentes.

Pregunta 5

¿Su empresa exporta las rosas de manera directa o con la utilización de intermediarios?

- a. Directa
- b. Intermediarios

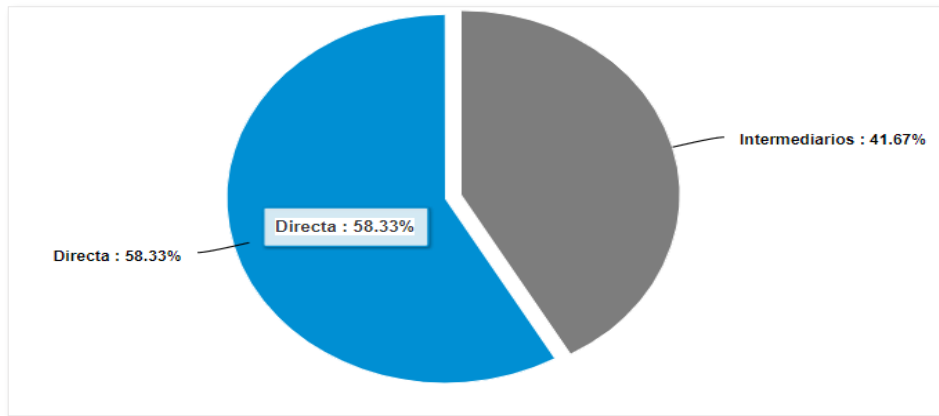


Figura 58. Pregunta 5 del Cuestionario de la empresa
Fuente: Investigación

En su mayoría las empresas exportadoras de rosas de la provincia de Imbabura cuentan con sus propias oficinas en los mercados de destino para con ello no hacer la utilización de intermediarios pero hay empresas que no cuentan con esta oportunidad lo que representa que hacen uso de intermediarios para que su producto llegue a los diferentes mercados internacionales, pero esto no es tan beneficioso pues el costo de venta al público es mayor para el consumidor, y el objetivo de las empresas es contar con sus oficinas en los mercados de destino y ya no pagar las comisiones a una tercera persona.

Pregunta 6

¿Con que frecuencia vende rosas frescas?

- a. Diariamente
- b. Semanalmente
- c. Quincenalmente

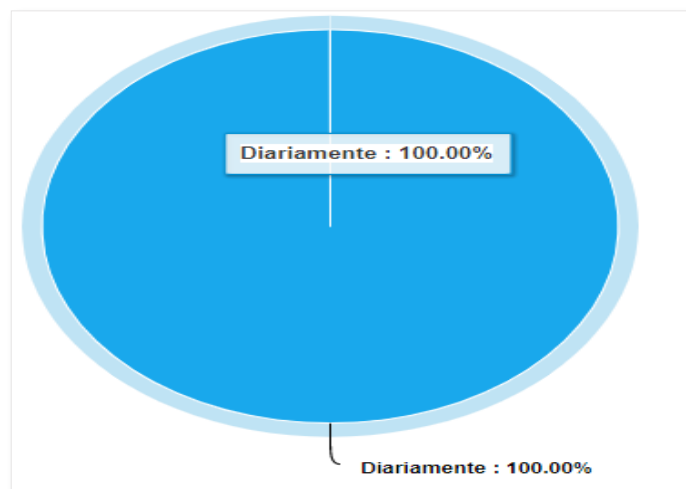


Figura 59. Pregunta 6 del Cuestionario de la empresa
Fuente: Investigación

Las empresas exportadoras de rosas coinciden con la misma respuesta pues todos los días envían rosas a los mercados meta que cada una está direccionada y esto se debe a que son productos perecibles y muy apetecidos por el consumidor, y se puede observar que el sector floricultor se mantiene activo durante los días de año laboral.

Pregunta 7

¿Qué variedad de rosas son las que más adquiridas?

- a. Explorer
- b. Mundial
- c. Véndela
- d. Freedom
- e. Hot Explorer
- f. Pink Floyd

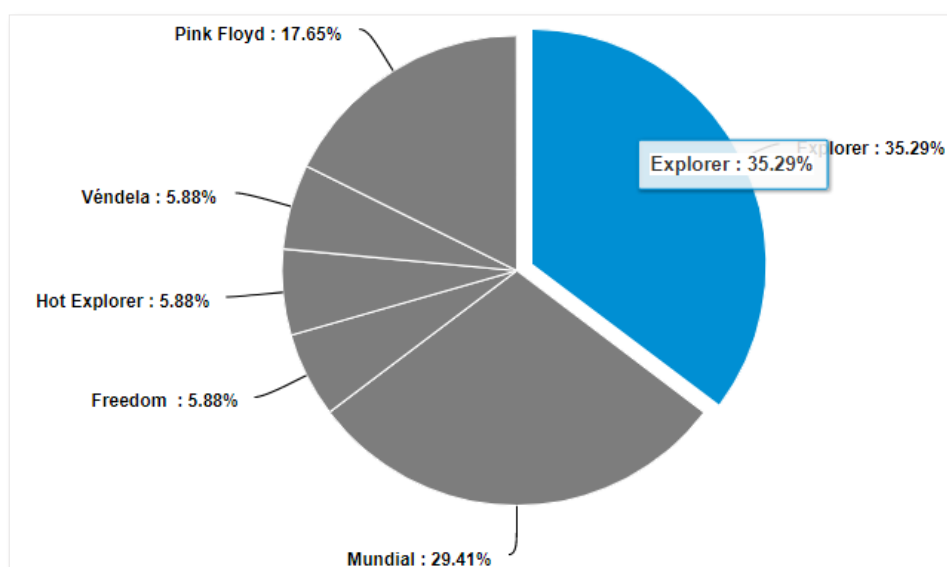


Figura 60. Pregunta 7 del Cuestionario de la empresa
Fuente: Investigación

En la actualidad el consumidor tiene mayor aceptabilidad por la variedad Explorer y esto se debe por las características que posee como son intensidad del color rojo, pétalos y tamaño del tallo, hay que mencionar que esta variedad esta entre las más nuevas del color rojo y por ello se ubica entre las favoritas, es decir, que se comercializa más esta variedad representando

una ventaja para la empresa ya que cuenta con esta variedad además de la Freedom y el color rojo es más adquirido durante todo el año pues son perfectas para eventos especiales y para obsequiar a alguien especial como símbolo de amor, se puede observar que la variedad Mundial también es la más vendida del color blanco.

Pregunta 8

¿Aproximadamente que cantidad de rosas vende mensualmente (tallos)?

- a. 6.000 a 10.000
- b. 11.000 a 15.000
- c. 16.000 a 20.000
- d. 21.000 a 25.00
- e. Mas de 26.000

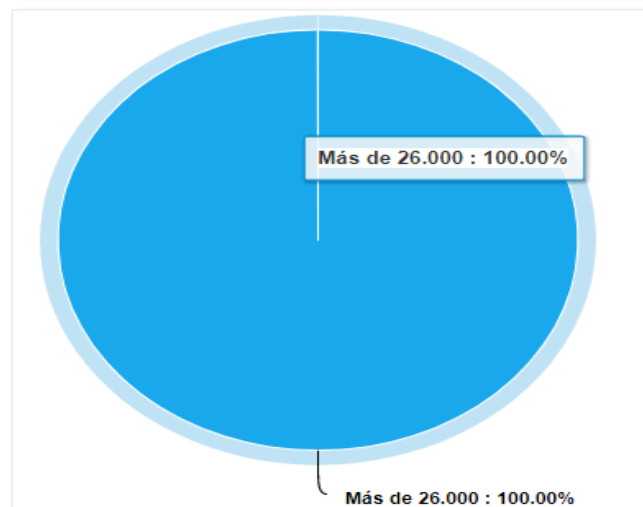


Figura 61. Pregunta 8 del Cuestionario de la empresa
Fuente: Investigación

Las empresas al contar con 5 o más hectáreas de producción de rosas de diferentes variedad y colores hace que el número de tallos exportados sea muy alto y por ende todas optaron por la última opción, lo que significa que las exportadoras de rosas venden más de 26.000 tallos mensuales para cubrir con la demanda del mercado de destino.

Pregunta 9

¿Qué color de rosas son las que más venden?

- a. Rojas

- b. Blancas
- c. Amarillas
- d. Rosadas
- e. Naranjas
- f. Bicolor

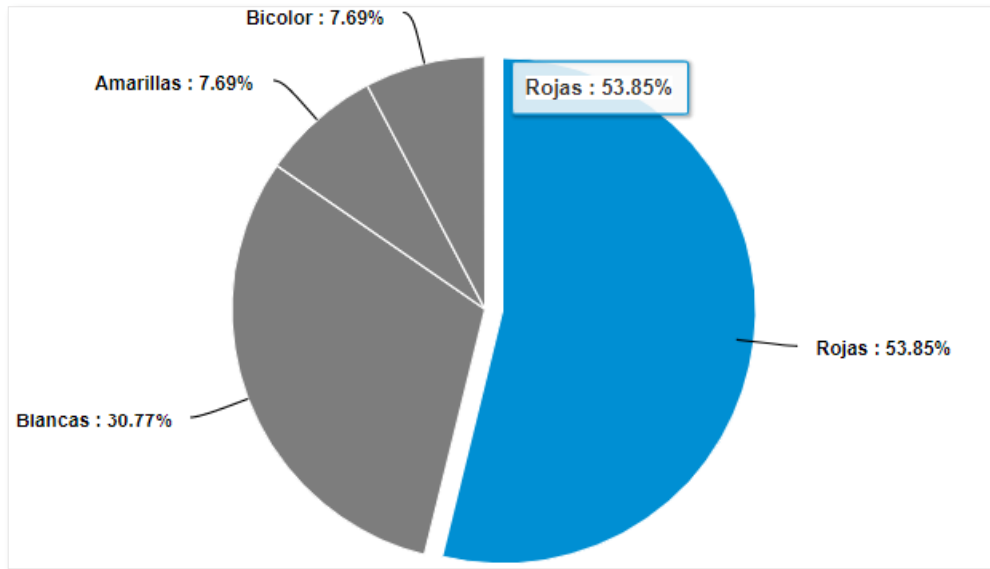


Figura 62. Pregunta 9 del Cuestionario de la empresa
Fuente: Investigación

Como se mencionó anteriormente el color más adquirido por los clientes en los diferentes mercados internacionales son de color rojo seguido por las blancas y entre ellas también están las amarillas y bicolores y esto se debe a las culturas que cada país tiene, pues es importante tener conocimiento de ello, ya que cada color de rosas tiene un significado en los mercados de destino.

Pregunta 10

¿Cuáles son las ocasiones o fechas en las que vende las rosas?

- a. San Valentín
- b. Día de la Mujer
- c. Día de la Madre
- d. Día de los Difuntos
- e. Matrimonio
- f. Cumpleaños

g. Fiestas religiosas

h. Funerales

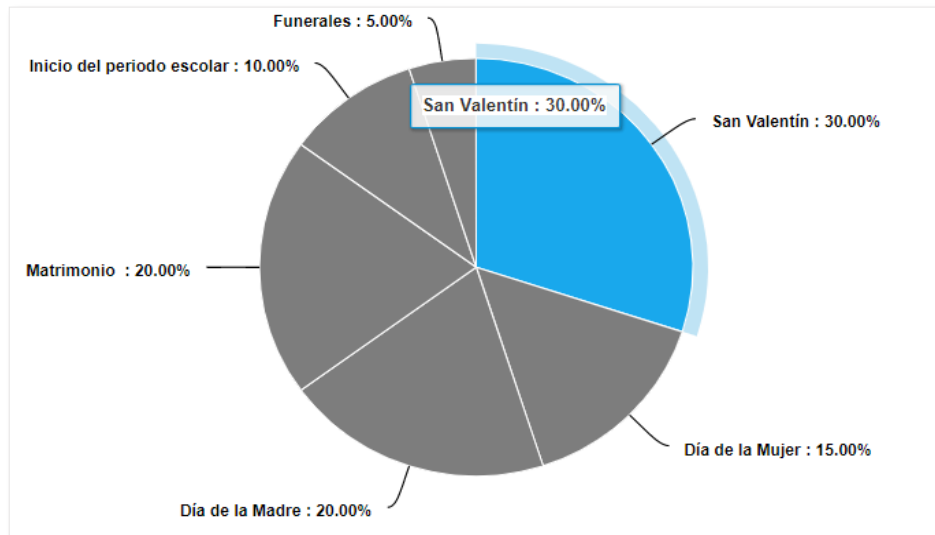


Figura 63. Pregunta 10 del Cuestionario de la empresa

Fuente: Investigación

Como es de conocimiento general, San Valentín es una fecha a nivel mundial y es por lo que este día del amor y la amistad se obsequian rosas, ramilletes y arreglos florales a un ser especial como muestra de cariño, y por ende, entre los primeros meses de cada año para el sector florícola son su mayor fuerte, seguido el día de la madre y de la mujer y en las bodas son el principal atractivo visible de la decoración.

Pregunta 11

¿Qué factores toman en cuenta los clientes a la hora de comprar las rosas frescas?

- a. Calidad
- b. Variedad de colores
- c. Precio
- d. Largo el tallo

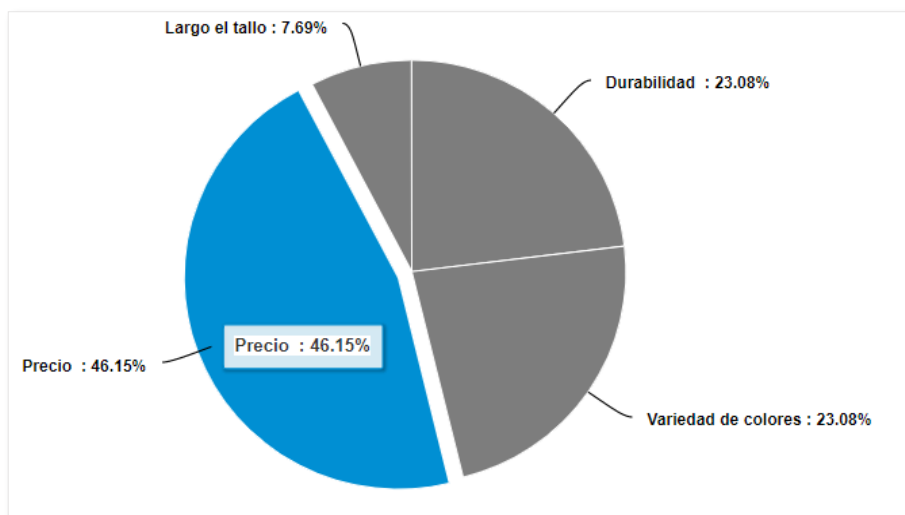


Figura 64. Pregunta 11 del Cuestionario de la empresa
Fuente: Investigación

Indistintamente del destino de las rosas, el consumidor toma muy en cuenta el factor precio al momento de comprar rosas, y este varía dependiendo de si la empresa hace el uso o no de intermediarios, agentes o bróker que tienen comisiones por la venta de las rosas y hace que el precio sea mayor para el consumidor generando que busque precios ms cómodos en las tiendas, pero hay otro factor muy importante y es la calidad de las rosas y la variedad que tienen los oferentes en su portafolio de productos.

Pregunta 12

Al momento de la venta el cliente solicita algún tamaño en especial de las rosas a su proveedor

SI NO

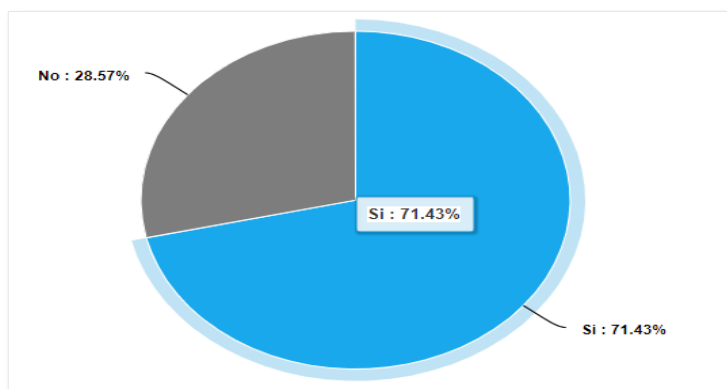


Figura 65. Pregunta 12 del Cuestionario de la empresa
Fuente: Investigación

Por lo general, el consumidor estadounidense en su mayoría no es tan exigente en cuanto al largo del tallo de las rosas a diferencia de los clientes rusos pues son quienes demandan tallos más largos, y el Ecuador tiene la altitud perfecta para la producción de rosas con tallos largos.

Pregunta 13

¿Qué tamaño en centímetros?

- a. 50 cm
- b. 60 cm
- c. 70 cm
- d. 80cm
- e. Mas de 85 cm

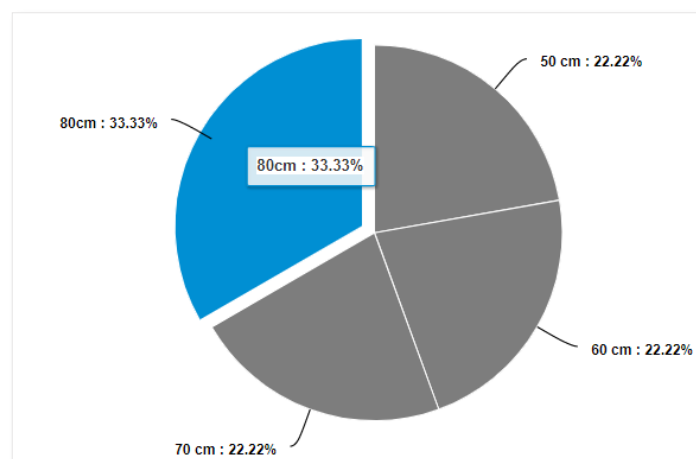


Figura 66. Pregunta 13 del Cuestionario de la empresa

Fuente: Investigación

De acuerdo con los resultados de la encuesta las rosas más apetecidas son de 0,80 mts., pues son utilizadas para arreglos florares en ocasiones especiales como son bodas, cumpleaños y aniversarios, pero la venta de las rosas tiene un tamaño mínimo que son de 0,50 mts., y esto se debe a que las rosas en el mercado de destino tienen que ser cortadas por las floristerías y con ello disminuye su tamaño.

Pregunta 14

¿Cuál es el precio que paga el cliente por cada tallo de rosas frescas?

- a. \$ 0,35 a \$ 0,40
- b. \$ 0,45 a \$ 0,50
- c. \$ 0,55 a \$ 0,60
- d. Mas de \$0,65

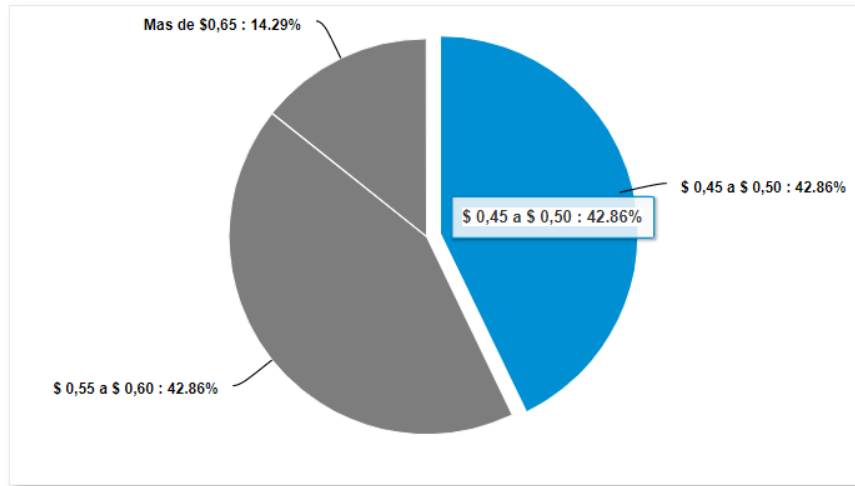


Figura 67. Pregunta 14 del Cuestionario de la empresa
Fuente: Investigación

El precio de las rosas varía dependiendo de la temporada si es temporada alta como son San Valentín, Día de la Mujer, Día de la Madre, entre otras fechas y ocasiones especiales, obviamente el precio sube como cualquier producto demandado y las rosas no son la excepción, ya que en estas festividades las muestras de cariño son muy significativas y por ello el consumidor es imparcial con el precio que he incluso pueden llegar a pagar de \$1 a \$2 dólares estadounidenses cada tallo de rosa fresca, como menciona el representante de ProEcuador.

4.2. DISCUSIÓN

El proceso de globalización ha evolucionado las diferentes maneras de competencia en el mercado mismo que es esencial para el buen funcionamiento, pues con ello, fomentan la innovación, productividad y la competitividad empresarial que desencadena procesos políticos, sociales, culturales, entre otros. Los estudios de mercados son una herramienta

básica para poder ubicar y posicionar un producto nacional al mercado internacional más óptimo, de acuerdo con el análisis de los datos recolectados de los principales países importadores, permite pronosticar el comportamiento comercial, en base al estudio de los factores socioeconómicos, y con los resultados la empresa estaría en posición de tomar la decisión de invertir evitando los diferentes riesgos que conlleva el proceso de exportación de productos no tradicionales ecuatorianos. La comercialización internacional y el acceso a nuevos mercados con mayor poder adquisitivo es esencial para que las empresas productoras de bienes y servicios sigan generando estrategias competitivas lo que hace un mercado dinámico.

Dentro de la Constitución Ecuatoriana, menciona en los artículos 316, 319 y 320, donde incentiva a las pequeñas y medianas empresas emprendedoras exportadoras con el objetivo de que cada una se posicione con su producto respectivo en el mercado de destino, pues la creación de empresas genera plazas de empleo e ingresos para el estado, además, existen instituciones públicas como ProEcuador y gremios como Expoflores, Fedexport, Corpei, que brindan asesoramiento y capacitaciones a los exportadores del sector floricultor, ahora bien, el gobierno actualmente cuenta con acuerdos comerciales donde los empresarios se benefician al acceder a la exoneración parcial o total de los tributos al comercio exterior como son el pago de aranceles Ad-Valorem y específicos.

Para identificar la situación de la florícola “Red Roses” la misma que está ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo, que se dedica a la producción y comercialización de rosas frescas, se utilizó fuentes primarias como la entrevista la cual fue dirigida al propietario de la empresa y se elaboró la Matriz FODA para identificar los fuertes y débiles de la misma.

Por otra parte, con la visita a la instalación de la florícola se constató que posee una ventaja competitiva, entre las que destaca, la posibilidad de ofrecer rosas frescas de calidad, y esto se debe a la ubicación geográfica estratégica, pues cuenta con altitud, luminosidad y fertilidad del suelo son los adecuados para la producción de rosas, y esto permite que tenga una capacidad de producción de 324.000 tallos anuales aproximadamente. Sin embargo, la empresa presenta carencias con respecto a temas de comercio exterior, estudios de mercado, técnico y financiero, y su limitada aplicación de estrategias de marketing y publicidad. La empresa tiene la oportunidad de acceder a certificaciones nacionales e internacionales, como

Flor Ecuador, Global G.A.P., Certified Veriflora Sustainably Grown, Fairtrade International, respectivamente y la última tiene que ver con el comercio justo, pues allí estaría aprovechando las nuevas tendencias de consumo de los consumidores estadounidenses, pues son quienes han optado por la adquisición de productos orgánicos, naturales, ecológicos y socialmente responsables con el planeta; y para obtener los principales factores críticos de la empresa se estructuró tres matrices de evaluación como EFE, EFI y Resultante.

En este apartado, se realiza un análisis estadístico para determinar cuál es la mejor oportunidad de mercado para la comercialización internacional de rosas fresas de la florícola Red Roses ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo; donde se identificó que el mercado óptimo es Estados Unidos de América y tras una segmentación de mercado se determina que es la ciudad de Miami, y esto es debido al comportamiento del consumidor al adquirir el producto de excelente calidad misma que es muy llamativa para el comprador, además de las diferentes certificaciones en las cuales permiten dar a conocer la procedencia de las rosas.

En el transcurso de la investigación se fueron desarrollando los objetivos específicos que han sido desarrollados de manera sistemática y han permitido dar cumplimiento al objetivo general.

Hay que destacar que dentro de la investigación en su mayoría los antecedentes investigativos tienen relación con las dos variables y netamente con el producto, es por ello, que entre los primeros objetivos específicos, que se planteó dentro de la investigación es la fundamentación bibliográfica de las dos variables, las mismas que fueron fundamentada con artículos científicos y tesis; se encontró información relevante sobre la producción nacional y comercialización internacional a diferentes mercados.

También está la parte del marco teórico donde se argumenta con las teorías de comercio exterior dentro de las cuales está la ventaja comparativa, ventaja competitiva y la teoría de proporción de factores, seguido por un marco conceptual, cumpliendo así con el primer objetivo planteado.

Para dar cumplimiento con el segundo y tercer objetivo el cual, fue identificar a los principales países importadores bajo la partida 0603.11 Rosas “flores y capullos” cortadas para ramos o adornos frescas” y analizar los factores económicos, políticos, demográficos,

sociales, entre otros; el análisis situacional externo mediante la ponderación en la Matriz POAM permitió seleccionar al mercado más óptimo, en este caso Estados Unidos de América como la mejor oportunidad para la comercialización internacional de rosas, hay que recalcar que el mercado estadounidense es el primer importador de este producto a nivel mundial y el primer socio comercial para el Ecuador. Por medio de páginas oficiales de datos de exportación e importación y directorio de las empresas como es Trade Map, de donde se obtiene la lista de los diez primeros países importadores de rosas desde el Ecuador y se procede con el análisis PESTEL de los tres primeros países de la lista de compradores, y por medio de la Matriz POAM se mide el análisis situacional externo y arroja al mercado óptimo para su comercialización.

Estados Unidos de América es la primera economía mundial y esto se debe a que su PIB es de \$22.366,000 para el 2020 y su PIB per Cápita de \$65.297,52 lo que significa que el consumidor norteamericano tiene un alto poder adquisitivo, en cuanto a la relación comercial bilateral el Ecuador durante los últimos años se benefició del Sistema Generalizado de Preferencias y se añadió a las rosas dentro de su trato preferencial, el mismo que se puede apreciar en su arancel Harmonized Tariff Schedule of the U.S.A (H.T.S.U.S) conjuntamente con su manual, donde especifica que dicho producto paga un Ad-Valorem del 6,8%, siendo esta la barrera arancelaria de las rosas frescas, por otra parte, las barreras no arancelarias se encuentran el certificado fitosanitario libre de TRIPS, factura comercial, declaración aduanera de exportación y packing list.

Por otro lado, para la discusión de resultados obtenidos dentro del trabajo de investigación se contrarrestó con los antecedentes, investigaciones que fueron realizadas años anteriores por otros autores, así con ello se puede observar la dimensión del impacto que tiene la pregunta ¿Cómo inciden las oportunidades de mercados internacionales en la comercialización de rosas de la empresa Red Roses del cantón Otavalo?

Reinoso (2017) menciona que en el Ecuador la exportación de rosas es un sector productivo estratégico que aporta significativamente al desarrollo económico del país, por lo que se encuentra entre las primordiales fuentes de empleo en su mayoría de género femenino, además, representa el ingreso de divisas por concepto de productos no petroleros que se envía al exterior, ocupando un sitio importante en el mercado internacional, para una diversificación de mercados es importante la generación de acuerdos comerciales para con ello se pueda

aprovechar y este producto podría ingresar con preferencias arancelarias y comercializar el producto a diferentes nichos de mercados y así no se genera una dependencia comercial. Por otro lado, Camino, Andrade y Pesantes, (2016) sostiene que el Ecuador ha mantenido su participación en el mercado internacional con un gran nivel de aceptabilidad y posicionamiento y esto es gracias a la competitividad de sus productos, y para ello es necesario la aplicación de estrategias en los sectores productivos del país; los autores antes mencionados coinciden que gracias a cualidades de la rosa ecuatoriana como son su intensidad del color, botones más grandes, duración en el florero y tallos más largos que le han permitido ganar la preferencia ante el consumidor, y esto se debe a la ubicación que es un factor transcendental obteniendo así sus características peculiares las cuales han permitido al Ecuador ubicarse entre los principales proveedores de rosas en el mundo.

De igual forma Cabezas (2017), plantea que el mercado estadounidense ocupa los primeros puestos en la lista de importadores de rosas ecuatorianas, igualmente su demanda se mantiene activa debido a la influencia de fechas importantes y a ello también se suma que las rosas son destinadas a espacios decorativos en eventos sociales, decoración de interiores, supermercados; existen varios componentes en los cuales no pueden tener influencia como factores climáticos, económicos, políticos, entre otros, los mismos que afectan al desarrollo normal de las exportaciones ya sea incrementado o disminuyendo.

Por otro lado Escando y Hurtado (2014), señala que actualmente las PYMES ecuatorianas se caracterizan por el incremento de la internacionalización y el fortalecimiento de las relaciones entre países como son los acuerdos comerciales bilaterales o con un bloque comercial, haciendo de la competitividad en un aspecto característico del mercado global, las empresas se enfocan en la implementación de nuevos factores como son la tecnología e innovación en los diferentes procesos estratégicos, tácticos y operativos, donde el objetivo primordial es aprovechar las oportunidades del mercado y así reducir los riesgos en las actividades comerciales para poder expandirse geográficamente, bajo este contexto y según la entrevista realizada al Ing. Oscar Ruano se aprecia que las exportaciones de rosas frescas ecuatorianas son un rubro fuerte para el ingreso de divisas al país y genera empleo y la institución a la que representa esta direccionada netamente en apoyar e incentivar a los exportadores de rosas, con capacitaciones y asesoramiento en el tema de la producción y comercialización hacia mercados internacionales con el fin de apertura y posicionar al producto en el mercado de destino. Por consiguiente, la apertura de mercados internacionales

es sumamente importante pues con ello tenemos diversidad de compradores y así no dependemos comercialmente de un solo país y con los diferentes acuerdos comerciales que el país mantiene los sectores estratégicos se benefician por las preferencias arancelarias y esto cuenta como un incentivo para las exportaciones por parte del estado ecuatoriano.

De manera similar, Lámbarry (2016) analiza en su artículo la importancia de conservar y constituir acuerdos comerciales con los países del mundo donde las partes que intervienen serán beneficiadas mutuamente creando vínculos comerciales y sus productos tradicionales y no tradicionales sean intercambiados, y tener un alto grado de participación en las exportaciones, que debe tener el Ecuador frente a las alianzas y convenios, resultando que esta actividad sea fructífera para ambas partes como son la eliminación de los aranceles, aumento de la producción nacional, generación de plazas de trabajo, creación de nuevas empresas y además de la facilitación en procedimientos aduaneros siendo el consumidor el más favorecido, cabe mencionar que el Ecuador ha tenido mucha aceptabilidad por parte de los diferentes mercados internacionales gracias a las características peculiares de sus productos.

Sin embargo Martin (2019) quien se enfoca en la economía y en su artículo menciona que es importante la inversión en equipos tecnológicos e infraestructura en las florícolas y con ello cumplir las exigencias del consumidor, además de desempeñar correctamente con las buenas prácticas agrícolas donde indican que la finca está cumpliendo con los estándares y exigencias para que las rosas sean aptas para la exportación de dicho producto, y con estos certificados cada una de las empresas gana reconocimiento en los mercados objetivo; la dinamización de mercados hace que la balanza comercial ecuatoriana mantenga cada año un superávit, lo que significa que hay más productos ecuatorianos en el mundo por parte de los sectores productivos estratégicos y las rosas frescas representan un rubro fuerte para la economía del país equinoccial, bajo este contexto y conforme la entrevista realizada al Ing. Luis Lomas se aprecia que las certificaciones nacionales como Agrocalidad y Flor Ecuador, pública y privada respectivamente, están homologadas el esquema de las Buenas Prácticas Agropecuarias, es decir que todas las empresas florícolas exportadoras certificadas con Flor Ecuador ya tienen un código BPA, lo que representa algo muy beneficioso para los exportadores quienes tendrán mayor cantidad de compradores. por esta razón, es sumamente importante que las empresas exportadoras cuenten con más certificaciones pues con ello

demuestran que están cumpliendo con los requisitos y requerimientos de cada una de ellas y así tener un mayor número de clientes

Por su parte, Izquierdo, Mosquera, Roble y Rosales (2018) y Yagual, Lobato y Mite, (2018) concuerdan que las actividades de comercio exterior generan es una fuente de generación de capital y empleo para varios exportadores e importadores que basan sus negocios en la compraventa de productos y que el Ecuador es un país competitivo a nivel mundial posicionándose en segundo lugar en la lista de exportadores a nivel global y el primer puesto en Latinoamérica superando al país vecino Colombia, donde el factor principal de competencia radica en el precio de las rosas colombianas pues es menor en el mercado, a diferencia de las rosas ecuatorianas que compiten por calidad al ser consideradas como las mejores del mundo por su calidad y belleza, por lo cual han ido captando mercados internacionales, y otro aspecto a tomar en cuenta es que es necesario que el país cuente con acuerdos comerciales donde las rosas ingresen con 0% de arancel, beneficiando así a los exportadores ecuatorianos generando un sector competitivo y rentable para el Ecuador, además, de generar ingresos económicos y plazas de trabajo. Actualmente, la exportación de rosas a mercados internacionales representa un ingreso de divisas para el país, aumenta el índice de empleo y es un negocio rentable, debido que las rosas ocupan los primeros lugares entre los productos más exportados por el país, posicionando al Ecuador en segundo lugar a nivel mundial en exportaciones de rosas frescas de calidad.

En la entrevista realizada al propietario de la florícola el Sr. Nelson Sánchez menciona que tiene la capacidad productiva para exportar rosas frescas pero por falta de conocimientos sobre el proceso de exportación, lamentablemente no ha podido incursionar en el mundo del comercio exterior, además del desconocimiento al momento de buscar clientes y que requisitos debe cumplir para poder enviar su producto. Asimismo, indica que la comercialización nacional le ha permitido estar ya alrededor de cinco años en la producción de rosas y con ello generar empleo directo e indirecto ya sea por horas o jornadas completas de trabajo como lo estipula la ley.

Prosiguiendo con la idea a defender “Las oportunidades de internacionales inciden en la comercialización de rosas de la empresa Red Roses del cantón Otavalo”, con los datos analizados de la investigación se concluye que Estados Unidos de América es el país óptimo

para acceder con las rosas frescas, para esto también se debe conocer la oferta exportable de la florícola es de 324.000 tallos anuales de la variedad Explorer y Freedom.

El precio a nivel nacional por tallo va desde los 0,13 a 0,15 centavos de dólar y esto varia depende de la temporada, para aclarar, en los primeros meses del año los precios oscilan entre 0,50 a 0,60 centavos, y el costo de producción va desde los 0,08 a 0,10 centavos puesto en el mercado nacional, pero de igual manera el precio depende del largo y variedad de las rosas, y el costo de un tallo procesado es de 0.05 centavos, por ende un tallo destinado para la exportación es de 0,17 centavos aproximadamente, dando como resultado que la idea a defender es aceptada en vista que crece la rentabilidad económica como se puede observar en el apartado del VAN, TIR y Punto de Equilibrio, dando cumplimiento con el cuarto objetivo planteado y en base al análisis de los principales indicadores financieros se pudo determinar que la recuperación de la inversión es recuperable en el periodo de 4 años aproximadamente.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- El análisis de los factores políticos, económicos, sociales, culturales (PEST) permiten identificar que el mercado más óptimo es Estados Unidos de América para la comercialización internacional de rosas frescas de la florícola Red Roses de la provincia de Imbabura del cantón Otavalo, parroquia de San Rafael de la Laguna.
- La empresa cuenta con una capacidad de producción de 324.000 tallos anuales los mismos que están destinados para el mercado estadounidense, y al ser un negocio rentable y fructífero el propietario pretende expandir su finca, además de que las rosas representan un rubro fuerte para la economía ecuatoriana.
- En cuanto a la rentabilidad de la empresa si decide exportar crecerá y esto se debe a que la demanda internacional no se encuentra saturada por los oferentes mundiales, a diferencia del mercado nacional, que tienen a saturarse debido a que las empresas buscan ofertar sus productos en nuevos mercados y en algunos casos esto genera que haya mayor cantidad de oferentes que demandantes y por ende son considerados competidores entrantes.
- El precio de las rosas frescas no tiene punto de comparación en cuanto a precios a nivel internacional con el nacional, debido a que en el primero paga por la calidad, largo del tallo y botón de rosa, y por el contrario, a nivel nacional el costo del tallo sea grande o pequeño su precio no varía ni en temporadas altas, por ende es resulta beneficioso la venta en los mercados internacionales.
- Se determina la estrategia para poder ingresar las rosas frescas al mercado estadounidense es la calidad de la rosa y durabilidad en florero ya que los clientes son muy exigentes a la hora de comprar y que cumplan con las certificaciones internacionales ya que con ello dará a conocer que la empresa es responsable con el planeta.
- El estudio financiero permite identificar si la ejecución del proyecto es viable y a la vez medir la rentabilidad y sobre la situación económica actual y el comportamiento de la empresa, obteniendo un resultado en el Valor Actual Neto (VAN) de \$ 33.983

dólares americanos, con una Tasa Interno de Retorno (TIR) del 19,74% y un periodo de recuperación de 5 años aproximadamente.

- A nivel internacional Países Bajos y en Latinoamérica es Colombia son los principales competidores en producción y exportación de rosas frescas, y Colombia cuenta con un SGP con USA con un arancel del 0% mientras que el Ecuador paga 6,8%, pero se diferencia por su excelente y calidad de sus peculiares características y variedades de rosas.

5.2. RECOMENDACIONES

- ✓ La florícola Red Roses deberá aprovechar la oportunidad de mercado internacional que se pudo identificar en esta investigación, y con la comercialización de las rosas frescas obtendrá beneficios económicos aumentando sus utilidades.
- ✓ Se recomienda que la empresa Red Roses se asocie estratégicamente con gremios del sector floricultor y este registrada en instituciones públicas para así participar en las ferias internacionales y ser visible ante posibles compradores y agentes internacionales a nivel mundial y que su demanda siga incrementando, lo interesante de las ferias radica en que se puede apreciar la calidad del producto y sobre todo conocer la variedad de las rosas, cosas por las cuales se diferencian de las demás y obtienen mayor aceptación por parte de los clientes.
- ✓ El estado ecuatoriano deberá seguir implementando políticas que promueva las exportaciones de los sectores estratégicos, principalmente del sector florícola pues las rosas esta entre en la lista de los 5 primeros productos exportados desde el país hacia el mundo, lo que genera ingresos al gobierno y plazas de empleo.
- ✓ Otro aspecto importante es que el Ecuador debe concentrarse en la apertura de mercados con acuerdos comerciales y así evitar el pago de tasas arancelarias lo cual podría ser investido en la producción o comercialización para mejorar la calidad de los productos.
- ✓ Se recomienda que las florícolas ecuatorianas tomen medidas preventivas y curativas para evitar la aparición y proliferación de enfermedades y plagas en sus cultivos, y el apoyo y revisión por parte del personal de Agrocalidad es importante para asegurar la

excelente calidad de las rosas frescas pues la mayoría de los clientes son muy exigentes con respecto este tipo de problemas.

- ✓ Se recomienda que la florícola Res Roses, desarrolle una matriz donde quede gravado el plan de fertilización y químicos que se aplican en la producción de rosas, además, de ser un requisito necesario para la aprobación del protocolo de Trips en Agrocalidad.
- ✓ La empresa debe efectuar un diseño de una plantilla haciendo uso de las TIC para obtener datos estadísticos y proyecciones del crecimiento económico de la florícola, y con ello permitirá tener información precisa tanto de la producción como de la comercialización.

VI. REFERENCIAS

- Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro [AGROCALIDAD]. (2020). *Emisión de etiquetas QR en el Sistema de GUÍA*. Recuperado de: <https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/emision-etiquetas.pdf>
- Arias, F. (2016). *El proyecto de investigación: introducción a la metodología científica*. Caracas, Venezuela: Editorial Alegría 5570, C.A.
- Asociación Latinoamericana de Integración [ALADI]. (2019). *Quiénes somos*. Recuperado de ALADI: <http://www2.aladi.org/sitioAladi/quienesSomos.html>
- Baca, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. México D. F., México: Mac Graw Hill.
- Baena, J. (2018). *Barreras arancelarias y no arancelarias como restricciones al comercio internacional*. Recuperado de Universidad del Zulia: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29058775003/html/index.html>
- Banco Central del Ecuador [BCE]. (2020). *Evolución de la Balanza Comercial Enero-diciembre 2020, Exportaciones e Importaciones Petroleras y No Petroleras 2020*. Recuperado del Banco Central del Ecuador: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/ebc202102.pdf>
- Banco Central del Ecuador [BCE]. (2020). *La economía ecuatoriana decreció 12,4% en el segundo trimestre de 2020*. Recuperado de: <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1383-la-economia-ecuatoriana-decrecio-12-4-en-el-segundo-trimestre-de-2020>
- Barrera, A. (2019). *¿Cómo crear un perfil del consumidor?*. Recuperado de: <https://www.nextu.com/blog/como-crear-un-perfil-del-consumidor/>
- Cabezas, D. (2017). *Exportación de flores hacia los Estados Unidos* (tesis de grado). Universidad de las Américas, Quito, Ecuador.

- Camino, S., Andrade, V. y Pesantes, D. (2016). *Posicionamiento y eficiencia del banano, cacao y flores del Ecuador en el mercado mundial*. Ciencia UNEMI, Vol. 9, No. 19, 48-53.: <http://ojs.unemi.edu.ec/index.php/cienciaunemi/article/view/323/279>
- Cancillería de Colombia. (2020). *Comunidad Andina*. Recuperado de: <https://www.cancilleria.gov.co/international/regional/can>
- Cancillería del Ecuador. (2021). *Política exterior de Rusia*. Recuperado de la Embajada del Ecuador en Rusia: <https://www.cancilleria.gob.ec/rusia/>
- Canive, T. y Balet, R. (2017). *¿Cómo realizar el estudio financiero de un proyecto?* Recuperado de Sinnaps: <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/estudio-financiero-proyecto-excel#:~:text=Un%20estudio%20financiero%20de%20un%20proyecto%20tiene%20c>omo%20objetivo%20detectar,de%20las%20etapa%20del%20proyecto.
- Cardenal, M. (2015). Guía de diseño de la entrevista y grupo de discusión. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/301548753_GUIA_DE_DISENO_DE_LA_ENTREVISTA_Y_GRUPO_DE_DISCUSION
- Castillo, I. (2019). *Instrumentos de investigación documental*. Recuperado de: <https://www.lifeder.com/instrumentos-investigacion-documental/>
- Cobus Group. (2020). *Empresas exportadoras de rosas*. Recuperado de: <https://www.cobusgroup.com/simple-resultados-ecu>
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (2018). Recuperado de: correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf
- Comisión económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. (2020). *Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística*. Recuperado de la CEPAL: <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45877-efectos-covid-19-comercio-internacional-la-logistica>
- Comunidad Andina [CAN]. (2019). *Comunidad Andina*. Recuperado de: https://www.aebr.eu/files/publications/130410_SG-CAN.pdf

- ConnectAmericas. (2020). Exportación directa o indirecta: ¿Cuál es la mejor?. Recuperado de: <https://connectamericas.com/es/content/exportaci%C3%B3n-directa-o-indirecta-%C2%BFcu%C3%A1l-es-la-mejor>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Recuperado de: https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Corporación Británica de Radiodifusión [BBC]. (2020). *Coronavirus en Ecuador*. Recuperado de BBC: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-52275464>
- Corporación Financiera Nacional [CFN]. (2017). *Ficha sectorial: cultivo de rosas*. Recuperado de: <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2017/10/FS-Cultivo-de-Flores-octubre-2017.pdf>
- Corporación Financiera Nacional, [CFN]. (2021). *Agricultura, Ganadería, Silvicultura y Pesca, Cultivo de Flores*. Recuperado de: <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2021/fichas-sectoriales-3-trimestre/Ficha-Sectorial-Flores.pdf>
- Corporación Financiera Nacional. (2019). *Ficha sectorial: Cultivo de rosas*. Recuperado de: https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2020/ficha-sectorial-3-trimestre-2020/FS_Cultivo-de-Flores_3T2020.pdf
- David Burin. (2017). Manual de facilitadores de procesos de innovación comercial. Recuperación de: <https://www.redinnovagro.in/docs/BVE17089159e.pdf>
- Diario del Exportador. (2021). *La guía aérea: definición y funciones*. Recuperado de: <https://www.diariodelexportador.com/2016/11/la-guia-aerea-definicion-y-funciones.html>
- Echeverry, R. (2017). *Política Comercial*. Fondo editorial Areandino. Bogotá, Colombia.
- Escando, D. y Hurtado, A. (2014). *Los determinantes de la orientación exportadora y los resultados de las PYMES exportadoras de Colombia*. ScienceDirect, Vol. 61, 103-135.: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S018519181630023X>
- Escudero, C. y Cortez, L. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*. Machala, Ecuador: Editorial UTMACH

- Espinosa, Y. (2013). *Herramientas que se utilizan durante una investigación*. Recuperado de: <http://equipo8metodologiaa.blogspot.com/2013/05/grabadora-de-voz.html>
- EXPOFLORES. (2019). *Informe Anual de Exportaciones a Estados Unidos de América*. Recuperado de: https://expoflores.com/wp-content/uploads/2020/04/reporte_anual_USA_2019.pdf
- EXPOFLORES. (2019). *Informe Anual de Exportaciones*. Recuperado de: https://expoflores.com/wp-content/uploads/2020/04/reporte-anual_Ecuador_2019.pdf
- EXPOFLORES. (2021). *Reporte Estadístico Mensual hasta Mayo de 2021*. Recuperado de: <https://expoflores.com/wp-content/uploads/2021/05/expoflores-mayo.pdf>
- Federación Ecuatoriana de Exportadores [FEDEXPOR]. (2020). *Acuerdos Comerciales*.
- FEDEXPOR. (2021). *En perspectiva: El acuerdo comercial de primera fase con Estados Unidos*. Recuperado de FEDEXPOR: <https://www.fedexpor.com/el-acuerdo-comercial-de-primera-fase-con-estados-unidos-y-el-inicio-de-una-negociacion-bilateral/>
- García, I. (2017). *Definición de Oportunidad de negocio*. Recuperado de economía simple. Net: <https://www.economiasimple.net/glosario/oportunidad-de-negocio>
- Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo. (2021). *Situación geográfica de Otavalo*. Recuperado de: <http://www.otavalo.gob.ec/noticias/itemlist/category/4-datos-de-otavalo.html>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México D. F., México: Mac Graw Hill.
- Instituto de Promociones de Exportaciones e Inversiones [PROECUADOR]. (2020). *Ficha técnica del Ecuador*. Recuperado de: <https://www.proecuador.gob.ec/ficha-tecnica-de-ecuador/>
- Instituto de Promociones de Exportaciones e Inversiones [PROECUADOR]. (2017). *Estudio especial de comercio justo*. Recuperado de: file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/PROEC_EE2017_COMERCIOJUSTO_ITALIA.pdf

- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2018). *El mercado y la comercialización*. recuperado del Manual 5: <https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf;jsessionid=3D4E48335356999B32D7F8F74B499D4C?sequence=1>
- Izquierdo, D., Mosquera, M., Roble, G. y Rosales, F. (2018). *Competitividad en las exportaciones florícolas del Ecuador*. Ciencia Digital, Vol. 2, No. 2, 320-333.: <file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/95-Texto%20del%20art%C3%ADculo-325-3-10-20181225.pdf>
- Lámbarry, F. (2016). *Análisis estructural de la red económica de exportaciones e importaciones de la Alianza del Pacífico y el Mercado Común del Sur*. ScienceDirect, Vol. 32, No. 141, 319-325.: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0123592316300699#sec0035>
- Lerma, A. y Márquez, E. (2010). *Comercio y Marketing Internacional*. México: CENGAGE Learning.
- Mankiw, G. (2017). *Principios de Economía*. México D. F., México: Cengage Learning
- Martin, E. (2019). *Competitividad y diversificación geográfica de las exportaciones españolas*. Dialnet, No. 3118, 69-82. Recuperado de: <http://www.revistasice.com/index.php/BICE/article/view/6943/6947>
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca [MAGAP]. (2016). *Lista oficial de empresas certificadas en el protocolo para el control obligatorio de ácaros en lugares y/o sitios de producción de rosas de exportación*. Recuperado de: [file:///C:/Users/Lenovo/OneDrive/TESIS_EXPORTACION_DE_%20ROSAS/LIBRO S/Lista-Oficial-Protocolo-Acaros.pdf](file:///C:/Users/Lenovo/OneDrive/TESIS_EXPORTACION_DE_%20ROSAS/LIBRO%20S/Lista-Oficial-Protocolo-Acaros.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior. (2017). *Acuerdo Comercio Ecuador-Unión Europea*. Recuperado de contenido y logros alcanzados: https://www.lacamara.org/ccg/Docs%20generales/1.%20RESULTADOS%20DE%20LA%20NEGOCIACION%20ACUERDO%20ECUADOR-UNION%20EUROPEA_CAMARAS%20GYE.pdf

- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversión y Pesca [MPCEIP]. (2020). *Rosas ecuatorianas no pagaran aranceles al exportarse a Estados Unidos*. Recuperado del MPCEIP: <https://www.produccion.gob.ec/rosas-sin-arancel-a-eeuu/>
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca [MPCEIP]. (2021). *Emisión de Certificados de Origen de productos originarios de Ecuador para la exportación*. Recuperado del Portal Único de Trámites Ciudadanos: <https://www.gob.ec/mpceip/tramites/emision-certificados-origen-productos-originarios-ecuador-exportacion#:~:text=El%20Certificado%20de%20Origen%20tiene,con%20los%20requisitos%20de%20origen.&text=Demostrar%20que%20el%20bien%20es,no%20producto%20de%20una%20triangulaci%C3%B3n.>
- Moreno, A., Narváez, D. y Sancho, S. (2016). *Teorías del Comercio Internacional*. Recuperado del Banco Central del Ecuador: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/doctec11.pdf>
- Organización Mundial del Comercio [OMC]. (2019). *Acceso a los mercados de las mercancías*. Recuperado de la OMC: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/markacc_s/markacc_s.htm
- Organización Mundial del Comercio [OMC]. (2019). *Perfiles comerciales 2018*. Recuperado de la OMC: https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/trade_profiles18_s.pdf
- Parreño, A. (2016). *Metodología de la investigación en la salud*. Riobamba, Ecuador: La Caracola
- Peñaranda, L. (2017). *Logística Internacional*. Recuperado de la Comunidad de Comercio Exterior: <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/logistica-internacional-1>
- Pérez, N. (2013). *Medidas arancelarias y no arancelarias del comercio internacional*. Recuperado de Dialnet: <file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/Dialnet-MedidasArancelariasYNoArancelariasDelComercioInter-4714279.pdf> (revista)
- ProEcuador. (2020). *Ficha técnica de las rosas preservadas*. Recuperado de: <https://www.proecuador.gob.ec/ficha-de-rosas-preservadas/>

- Pudeleco. (2021). *Formato de Certificado de Origen*. Recuperado de Pudeleco: <http://www.pudeleco.com/files/a17045a.pdf>
- Randall, G. (2016). *Principios de Marketing*. Madrid, España: Thomson Paraninfo
- Reinoso, J. (2016). *Los estudios de mercado internacionales y su impacto en la rentabilidad del sector florícola de la parroquia Joseguango Bajo del cantón Latacunga* (tesis de maestría). Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.
- Reyes, N. y Boente, A. (2019). *Metodología de la investigación compilación total*. Recuperado de: file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION_2019.pdf
- Roldán, P. (2016). *Competitividad*. Recuperado de: Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/competitividad.html>
- Secretaría de Economía [SE]. (2019). *Comercialización*. Recuperado de: <http://www.2006-2012.economia.gob.mx/mexico-emprende/productos-servicios/comercializacion>. http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo [SENPLADES]. (2017). *Plan del Desarrollo del Buen Vivir*. Recuperado de: <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/11/PLAN-NACIONAL-DE-DESARROLLO-2017-2021.compressed.pdf>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador [SENAE]. (2021). *Autorización para la exportación definitiva de mercancías*. Recuperado del Portal único de tramites ciudadanos: <https://www.gob.ec/senae/tramites/autorizacion-exportacion-definitiva-mercancias>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador [SENAE]. (2021). *Para exportar*. Recuperado del SENAE: <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>

- Steinberg, F. (2004). *La nueva teoría del comercio internacional y la política comercial estratégica*. Recuperado de: http://www.adizesca.com/site/assets/e-la_nueva_teoría_comercio_internacional_y_la_política_comercial_estrategica-fs.pdf
- United States Trade Representative. (2019). *Sistema de Preferencias generalizadas (GPS)*. Recuperado de: <https://ustr.gov/issue-areas/trade-development/preference-programs/generalized-system-preference-gsp>
- United States Census. (2019). Encuesta de cinco años sobre la comunidad estadounidense para el periodo 2015-2019. Recuperado de: <https://www.census.gov/content/census/en/newsroom/press-releases/2019/acs-5-year/acs-5-year1.html>
- Universidad de Alicante. (2018). *Datos primarios y secundarios*. Recuperado de Técnicas de Investigación Social del Departamento de sociología II: <https://sites.google.com/site/tecninvestigacionsocial/temas-y-contenidos/tema-2-fuentes-secundarias-y-documentacion2/datos-primarios-y-datos-secundarios>
- Universidad del Oriente. (2018). Mercado Laboral (Tasa de desempleo). Recuperado de: <https://www.uco.edu.co/ova/OVA%20Macroeconomia/Objetos%20informativos/Unidad%201/2.pdf>
- Vicepresidencia de la Republica del Ecuador. (2020). *Ecuador firma acuerdo comercial con la Unión Europea*. Recuperado de: <https://www.vicepresidencia.gob.ec/ecuador-firma-acuerdo-comercial-con-la-union-europea/>
- Yagual, A., Lovato, S. y Mite, M. (2018). *Importancia de la exportación de flores sobre total de exportaciones FOB no tradicionales en Ecuador 2012-2016*. Espacios, Vol. 39, No. 18, 7.: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n18/a18v39n18p07.pdf>

VII. ANEXOS

Anexo 1. Acta del Perfil de Investigación



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACION, ADMINISTRACION Y ECONOMIA EMPRESARIAL
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: SANCHEZ CHOLO SUSAN PAOLA
NIVEL/PARALELO: EGRESADA

CÉDULA DE IDENTIDAD: 1004591044
PERIODO ACADÉMICO: 2022 A

TEMA DE INVESTIGACIÓN: Oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de rosas de la empresa Red Roses ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

PRESIDENTE: MSC. MERA RODRÍGUEZ WILLINGTON GERARDO
LECTOR: MSC. PAILLACHO PEREZ JULIO ALEXANDER
ASESOR: MSC. MONTENEGRO OBANDO BLANCA LILIANA

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 102
FECHA: viernes, 19 de agosto de 2022
HORA: 09H00

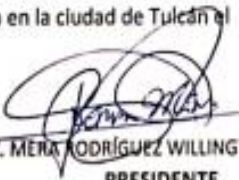
Obteniendo las siguientes notas:


1) Sustentación de la predefensa:	6,70
2) Trabajo escrito	2,90
Nota final de PRE DEFENSA	9,60


Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para ceder a corregir su informe de Investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el viernes, 19 de agosto de 2022


MSC. MERA RODRÍGUEZ WILLINGTON GERARDO
PRESIDENTE


MSC. MONTENEGRO OBANDO BLANCA LILIANA
TUTOR


MSC. PAILLACHO PEREZ JULIO ALEXANDER
LECTOR

Anexo Certificado del ABSTRACT por parte del CIDEN



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER**

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: Susan Paola Sánchez Cholo				
DATE: 22 de agosto de 2022				
TOPIC: "Oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de rosas de la empresa Red Roses ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo"				
MARKS AWARDED		QUANTITATIVE AND QUALITATIVE		
VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1 Vera Játiva Edwin Andrés,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED		TOTAL 9	



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL
CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE
CENTER**

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Susan Paola Sánchez Cholo

Fecha de recepción del abstract: 22 de agosto de 2022

Fecha de entrega del informe: 22 de agosto de 2022

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



EDISON BOAMERGES
PENAFIEL ARCOS

Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc
Coordinador del CIDEN

Anexo Autorización de Red Roses para realizar la investigación

Otavaló, 14 de febrero de 2020



Carta de Compromiso

Por medio de la presente me permito manifestar la aceptación para la realización del estudio de la empresa Red Roses para el trabajo de Investigación a realizarse por la estudiante Srta. Susan Paola Sánchez Cholo con C.I.: 100459104-4 de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi denominado "Oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de las rosas de la empresa Red Roses".

La misma que se encuentra ubicada en la provincia de Imbabura, cantón Otavaló, parroquia de San Rafael de la Laguna.


Así mismo me comprometo a otorgar la información necesaria para la sustentación de su trabajo de investigación.

Atentamente,




Nelson Sánchez M.
C.I: 100227679-6

PROPIETARIO


Anexo Ficha técnica de Estados Unidos de América



ESTADOS UNIDOS


DATOS GENERALES



- Capital Washington, D.C.
- Moneda Dólar (USD)
- Población (2020 est.) 332,639,102
- Tasa de crecimiento poblacional anual (2020 est.) 0.72%
- Índice de GINI N/A
- Tasa de Desempleo (2017 est.) 4.4%
- PIB (Billones USD, 2017 est.) 19.49
- PIB per cápita PPA (USD, 2017 est.) 59,800
- Crecimiento del PIB (2017 est.) 2.2%
- Inflación anual (2017 est.) 2.1%
- Tipo de Cambio NA

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE; MINTUR; Trademap; World Factbook; FDI Markets

BALANZA COMERCIAL NO PETROLERA (MILLONES USD)

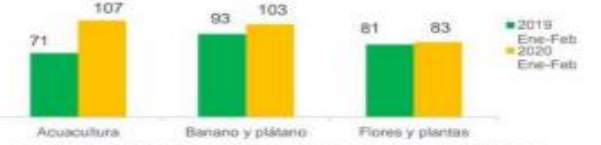


Nota: La data de importación corresponde a procedencia.

5 PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR - ESTADOS UNIDOS (MILES USD)

DESCRIPCIÓN	2019		2020		ARANCEL
	ENE-FEB	ENE-FEB	ENE-FEB	ENE-FEB	
Rosas frescas cortadas	56,381	58,176	6,80%		
Los demás langostinos (género de las familia penaeidae) congelados	28,745	40,872	0%		
Banana oiro (musa acuminata)	22,208	40,304	0%		
Las demás formas de oro en bruto para uso no monetario	18,498	35,042	0%		
Las demás bananas frescas tipo cavendish	39,261	27,690	0%		
Demás productos	273,312	348,800	-		

3 PRINCIPALES SECTORES EXPORTADOS POR ECUADOR A ESTADOS UNIDOS (MILLONES USD)



5 PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS ECUADOR - ESTADOS UNIDOS (MILES USD)

DESCRIPCIÓN	2019		2020		ARANCEL
	ENE-FEB	ENE-FEB	ENE-FEB	ENE-FEB	
Tortas y demás residuos sólidos de la extracción del aceite de soja	46,726	39,701	15%		
Los demás teléfonos inteligentes (smartphones)	16,909	25,006	15%		
Trigo duro excepto para siembra	194	15,456	10%		
Máquinas automáticas para procesamiento de datos, digitales, portátiles, de peso máximo a 10 kg	6,452	8,606	10%		
Polí (cloruro de vinilo) obtenido por polimerización en suspensión	8,092	7,625	0%		
Demás productos	402,046	339,485	-		

Nota: La data de importación corresponde a procedencia.

COMERCIO REGIONAL ENTRE ESTADOS UNIDOS VS AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE 2019 (MILLONES USD)

IMPORTACIONES	437,321	EXPORTACIONES	335,240
PAISES			
México	80%	México	66%
Brasil	6%	Brasil	9%
Chile	3%	Colombia	3%
PRODUCTOS			
Unidades de proceso digitales para máquinas automáticas para tratamiento de datos	6%	Partes y accesorios para máquinas para tratamiento de información	4%
Automóviles de turismo	5%	Circuitos electrónicos integrados	2%
Automóviles para transporte de mercancías	4%	Motores de émbolo "pistón" de encendido por compresión	1%

FLUJO DE IED DE EEUU EN ECUADOR POR SECTORES (MILES USD)

SECTORES	2017	2018	2019
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	1,991	7,947	35,523
Comercio	10,500	24,184	5,927
Construcción	43	581	1,569
Electricidad, gas y agua	-	51	200
Explotación de minas y canteras	16	37,344	12,906
Industria manufacturera	6,751	11,528	4,301
Servicios comunales, sociales y personales	14	4	40
Servicios prestados a las empresas	12,648	12,186	10,352
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	1,177	1,158	4,780
Total general	35,055	94,983	75,639

COMERCIO POTENCIAL 2019 (MILLONES USD)

- ➔ Oro US\$ 9,175.5
- ➔ Camarones y langostinos congelados US\$ 4,277.4
- ➔ Banano fresco o seco US\$ 2,171.7
- ➔ Preparaciones y Conservas de atún, listados o bonitos US\$ 999.3
- ➔ Cacao en grano US\$ 811.8
- ➔ Rosas frescas US\$ 455.1

TURISMO


ENE - ABR 2020

100,203 de estadounidenses llegaron a Ecuador

ENE - ABR 2020

80,164 de estadounidenses llegaron a Ecuador

Elaborado por: Dirección de Inteligencia de Negocios, MPCEIP



PRO ECUADOR
Negocios sin fronteras

Anexo Guía logística de Estados Unidos de América

1. Panorama general



2. Acceso físico desde Ecuador hacia Estados Unidos de América

2.1. Vía Aérea

Aeropuerto Internacional de Miami (MIA)

- El Aeropuerto Internacional de Miami es considerado número 1 en tráfico de carga internacional en EE.UU. y número 12 a nivel mundial.
- Cuenta con una extensión de 3,230 hectáreas y 2 terminales.
- En el año 2016 de enero a diciembre registró: el tránsito de 44.58 millones de pasajeros, 2.18 millones de toneladas de carga y 412,000 movimientos de aeronaves.
- En el mismo periodo Ecuador exportó mercancías valoradas en USD 1,214 millones siendo este aeropuerto, la principal ruta de ingreso vía aérea para las exportaciones ecuatorianas con destino EE.UU.

Aeropuerto Internacional John F. Kennedy (JFK)

- El Aeropuerto Internacional John F. Kennedy es considerado número 6 en tráfico de carga internacional en EE.UU. y número 19 a nivel mundial.
- Cuenta con una extensión de 4,930 has, 6 terminales operativas y cuenta con acceso directo al metro y tren de la ciudad de Nueva York.
- En el año 2016 de enero a diciembre registró: el tránsito de 58.87 millones de pasajeros, 1.26 millones de toneladas de carga y 452,415 movimientos de aeronaves.
- En el mismo periodo Ecuador exportó mercancías valoradas en USD 298 millones.

2.2. Vía Ferroviaria

La Administración Federal de Ferrocarriles (FRA) agencia que pertenece al Departamento de Transporte, es la entidad rectora de la red ferroviaria de Estados Unidos de América, misma que tiene una longitud de 225,308 km. El transporte de mercancías en EE.UU es operado por empresas 100% privadas y en el caso del transporte de pasajeros es operado por Amtrak (empresa estatal).

TRANSPORTE DE PASAJEROS	
PASAJEROS	31.30 millones
PASAJEROS POR DÍA	85.70 miles
TRENES POR DÍA	300
TRANSPORTE DE CARGA	
CARGA TRANSPORTADA	1,550 millones (TM)

EXISTEN 5 TIPOS DE FERROCARRILES EN ESTADOS UNIDOS:

- **Class I:** Son ferrocarriles con ingresos operativos de al menos USD 433 MM. Existen 7 unidades de este tipo y operan en 44 estados y en el Distrito de Columbia.
- **Short line o local railroads:** Son ferrocarriles con ingresos operativos de menos de USD 20 MM. Se dedica principalmente al movimiento de mercancías entre ciudades distantes. Existen 356 unidades de este tipo.
- **Regional railroads:** Son ferrocarriles con ingresos operativos mayores a USD 20 MM pero menores a USD 433 MM. Existen 21 unidades de este tipo.
- **Switching and terminal railroads:** Son ferrocarriles encargados de recoger y entregar mercancías dentro de una zona portuaria o industrial, o mover el tráfico entre otros ferrocarriles. Existen 190 unidades de este tipo.
- **Ferrocarriles de pasajeros:** Operan sobre las mismas vías que los ferrocarriles de carga. El Corredor Northeast de Amtrak (NEC) es el ferrocarril más utilizado en América del Norte, con aproximadamente 2,200 trenes Amtrak, trenes de viajes diarios sobre la ruta Washington-Boston.

Transporte de mercancías via tren entre EE.UU y NAFTA (en millones USD)			
Balanza Comercial	Canadá	México	
Importaciones	58,716	48,599	
Exportaciones	29,656	28,581	
Total	88,372	77,180	

2.3. Vía Marítima

Los puertos marítimos de los Estados Unidos de América son el mayor componente del sistema de carga, manejando alrededor del 75% de la carga internacional del país, en términos de volumen.

Los principales puertos por donde ingresa la carga ecuatoriana son: Everglades - Miami - Houston - New York - San Diego y Los Angeles, donde en el año 2016, ingresaron más del 83% de nuestras exportaciones a dicho país.

Para efectos del presente estudio se detallarán las características del principal puerto de acceso por el Océano Atlántico (Costa Este) y el principal puerto de acceso por el Océano Pacífico (Costa Oeste).

Puerto de Everglades (Costa Este)

Se encuentra localizado cerca de Fort Lauderdale, Florida. Maneja cargas contenerizadas secas y refrigeradas, productos petroleros, carga suelta y al granel seca en múltiples terminales. Adicionalmente ofrece los servicios de cruceros.

En el 2016 el Puerto de Everglades, registró el movimiento de 1.04 millones de TEUS (equivalente a un contenedor de 20 pies), ubicándolo por tercer año consecutivo en puesto número uno de puertos de contenedores de Florida y décimo primero del país. Tiene conexiones con más de 150 puertos y 70 países.

Infraestructura del puerto:

- Calado: 13.72 metros
- Número de terminales de contenedores: 3
- Hectáreas destinadas a terminales de contenedores: 316
- Grúas pórtico: 8
- Líneas navieras: 20

Puerto de San Diego (Costa Oeste)

Se encuentra localizado al Sudeste de la Bahía de San Diego, California. Maneja cargas contenerizadas secas y refrigeradas, carga suelta y carga al granel seca. Al igual que el Puerto de Everglades, ofrece los servicios de cruceros. Uno de sus dos terminales cuenta con acceso directo a la estación de ferrocarriles Clase I. En el 2016 el Puerto de San Diego, registró el movimiento de 104,680 TEUS.

Infraestructura del puerto:

- Terminales: 2
- Hectáreas destinadas a terminales de contenedores: 231
- Calado: 12.80 metros
- Movimiento de buques: 81.133
- Grúas pórtico: 1

Tiempos de tránsito vía marítima de diversas agencias navieras que operan en el país hacia los principales puertos de Estados Unidos

TRANSPORTE VÍA MARÍTIMA DESDE ECUADOR HACIA ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA (DÍAS DE TRÁNSITO)		
AGENCIA NAVIERA/ PRINCIPALES PUERTOS	EVERGLADES	SAN DIEGO
CMA-CGM	12	-
MEDITERRANEAN SHIPPING	14	-
HAPAG LLOYD	-	20
EVERGREEN	20	22
SEALAND	24	26

Fuente: páginas de las agencias navieras



3. Costos promedio de flete (exportación)

3.1. Vía marítima

COSTOS CONTENEDOR FCL*	
Contenedor 20' seco	USD 800
Contenedor 40' seco	USD 1,000
Contenedor 40' refrigerado	USD 2,000

*No incluye gastos adicionales por recargos, ni gastos locales

3.2. Vía aérea



4. Procedimiento para el comercio transfronterizo

4.1. Tiempos de nacionalización

ETAPAS PARA EL COMERCIO TRANSFRONTERIZO EN ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	EXPORTACIÓN	
	DURACIÓN (HORAS)	USD COSTO
Cumplimiento fronterizo	2	USD 175
Cumplimiento documental	2	USD 60

ETAPAS PARA EL COMERCIO TRANSFRONTERIZO EN ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	IMPORTACIÓN	
	DURACIÓN (HORAS)	USD COSTO
Cumplimiento fronterizo	2	USD 175
Cumplimiento documental	8	USD 100

4.2. Documentos exigibles

DOCUMENTOS PARA EXPORTAR A ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	
Documento de embarque (B/L)	
Factura Comercial	
Lista de empaque	
Declaración Aduanera de Exportación	
Certificado de Origen (opcional)	
Aviso Previo (Prior Notice)	

DOCUMENTOS PARA IMPORTAR EN ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	
Documento de embarque (B/L)	
Factura Comercial	
Lista de empaque	
Declaración Aduanera de Importación	
Certificado de Origen (opcional)	

4.3. Etapas para el comercio transfronterizo en Estados Unidos de América

INDICADOR DE EXPORTACIONES ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	
Número de documentos	2
Tiempo para exportar (horas)	4
Costo de exportación (por contenedor)	USD 235

INDICADOR DE IMPORTACIONES ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	
Número de documentos	3
Tiempo para importar (horas)	10
Costo de importación (por contenedor)	USD 275

4.4. Desempeño Logístico de Estados Unidos de América

Según el Logistics Performance Index (LPI) publicado por el Banco Mundial en el 2016, Estados Unidos de América ocupa el puesto 10 en el mundo con un puntaje de 3.99 en cuanto a desempeño logístico, mientras que Ecuador ocupa el puesto 74 con un puntaje de 2.78. El índice varía entre 1 y 5, donde el puntaje más alto representa un mejor desempeño.

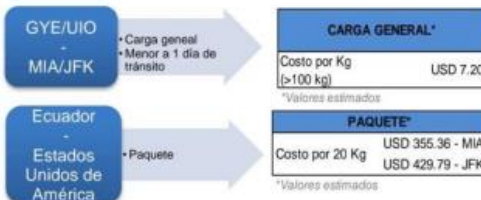
3. Costos promedio de flete (exportación)

3.1. Vía marítima

COSTOS CONTENEDOR FCL*	
Contenedor 20' seco	USD 800
Contenedor 40' seco	USD 1,000
Contenedor 40' refrigerado	USD 2,000

*No incluye gastos adicionales por recargos, ni gastos locales

3.2. Vía aérea



4. Procedimiento para el comercio transfronterizo

4.1. Tiempos de nacionalización

ETAPAS PARA EL COMERCIO TRANSFRONTERIZO EN ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	EXPORTACIÓN	
	DURACIÓN (HORAS)	USD COSTO
Cumplimiento fronterizo	2	USD 175
Cumplimiento documental	2	USD 60

ETAPAS PARA EL COMERCIO TRANSFRONTERIZO EN ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	IMPORTACIÓN	
	DURACIÓN (HORAS)	USD COSTO
Cumplimiento fronterizo	2	USD 175
Cumplimiento documental	8	USD 100

4.2. Documentos exigibles

DOCUMENTOS PARA EXPORTAR A ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	
Documento de embarque (B/L)	
Factura Comercial	
Lista de empaque	
Declaración Aduanera de Exportación	
Certificado de Origen (opcional)	
Aviso Previo (Prior Notice)	

DOCUMENTOS PARA IMPORTAR EN ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	
Documento de embarque (B/L)	
Factura Comercial	
Lista de empaque	
Declaración Aduanera de Importación	
Certificado de Origen (opcional)	

4.3. Etapas para el comercio transfronterizo en Estados Unidos de América

INDICADOR DE EXPORTACIONES ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	
Número de documentos	2
Tiempo para exportar (horas)	4
Costo de exportación (por contenedor)	USD 235

INDICADOR DE IMPORTACIONES ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA	
Número de documentos	3
Tiempo para importar (horas)	10
Costo de importación (por contenedor)	USD 275

4.4. Desempeño Logístico de Estados Unidos de América

Según el Logistics Performance Index (LPI) publicado por el Banco Mundial en el 2016, Estados Unidos de América ocupa el puesto 10 en el mundo con un puntaje de 3.99 en cuanto a desempeño logístico, mientras que Ecuador ocupa el puesto 74 con un puntaje de 2.78. El índice varía entre 1 y 5, donde el puntaje más alto representa un mejor desempeño.

Anexo Sistema arancelario armonizado de Estados Unidos de América subpartida 0603.11

Harmonized Tariff Schedule of the United States Revision 5 (2022)						
Annotated for Statistical Reporting Purposes						
Heading/ Subheading	Stat. Suf- fix	Article Description	Unit of Quantity	Rates of Duty		
				General	1 Special	2
0603		Cut flowers and flower buds of a kind suitable for bouquets or for ornamental purposes, fresh, dried, dyed, bleached, impregnated or otherwise prepared:				
		Fresh:				
0603.11.00		Roses.....		6.8% ¹	Free (A, AU, BH, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, OM, P, PA, PE, S, SG)	40%
	30	Spray.....	No. ³			
	50	Other.....	No. ³			
0603.12		Carnations:				
0603.12.30	00	Miniature (spray) carnations.....	No. ³	3.2% ¹	Free (A, AU, BH, CL, CO, D, E, IL, JO, JP, KR, MA, OM, P, PA, PE, S, SG)	40%
0603.12.70	00	Other.....	No. ³	6.4% ¹	Free (A, AU, BH, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, OM, P, PA, PE, S, SG)	40%
0603.13.00		Orchids.....		6.4% ¹	Free (A, AU, BH, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, OM, P, PA, PE, S, SG) 3.2% (JP)	40%
	50	Dendrobium.....	No. ³			
	60	Other.....	No. ³			
0603.14.00		Chrysanthemums.....		6.4% ¹	Free (A, AU, BH, CL, CO, D, E, IL, JO, KR, MA, OM, P, PA, PE, S, SG) 3.2% (JP)	40%
		Chrysanthemums:				

Anexo Países elegibles para el Sistema Generalizado de Preferencias de Estados Unidos-Ecuador

COUNTRIES ELIGIBLE FOR GSP

GSP-Eligible Beneficiaries (as of March 2018)

Independent countries

The following independent countries are GSP-eligible beneficiary developing countries:

Afghanistan	Congo (Brazzaville)	Jamaica	Nepal	Tanzania
Albania	Congo (Kinshasa)	Jordan	Niger	Thailand
Algeria	Côte d'Ivoire	Kazakhstan	Nigeria	Timor-Leste
Angola	Djibouti	Kenya	Pakistan	Togo
Argentina	Dominica	Kiribati	Papua New Guinea	Tonga
Armenia	Ecuador	Kosovo	Paraguay	Tunisia
Azerbaijan	Egypt	Kyrgyzstan	Philippines	Turkey
Belize	Eritrea	Lebanon	Rwanda	Tuvalu
Benin	Ethiopia	Lesotho	Saint Lucia	Uganda
Bhutan	Fiji	Liberia	St. Vincent and the Grenadines	Ukraine
Bolivia	Gabon	Macedonia	Samoa	Uzbekistan
Bosnia and Herzegovina	Gambia, The	Madagascar	Sao Tomé and Príncipe	Vanuatu
Botswana	Georgia	Malawi	Senegal	Yemen (Republic of)
Brazil	Ghana	Maldives	Serbia	Zambia
Burkina Faso	Grenada	Mali	Sierra Leone	Zimbabwe
Burma	Guinea	Mauritania	Solomon Islands	
Burundi	Guinea-Bissau	Mauritius	Somalia	
Cambodia	Guyana	Moldova	South Africa	
Cameroon	Haiti	Mongolia	South Sudan	
Cape Verde	India	Montenegro	Sri Lanka	
Central African Republic	Indonesia	Mozambique	Suriname	
Chad	Iraq	Namibia	Swaziland	
Comoros				

ENTREVISTAS

Entrevista con el Técnico Distrital de Sanidad Vegetal 3, AGROCALIDAD



Entrevista con Especialista Zonal de PROECUADOR



ENCUESTAS



VISITA TÉCNICA A LA EMPRESA RED ROSES



VARIETADES DE LAS ROSAS QUE TIENE LA EMPRESA RED ROSES

Explorer



Freedom

