

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL**

Tema: “Diversificación de mercados internacionales para la comercialización de rosas frescas de la empresa The North Flowers de la provincia del Carchi”

Trabajo de titulación previa la obtención del título de Ingeniera
en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional

AUTOR (a): Denise Sabrina Chicango Torres.

TUTOR (a): MsC. Edison Caza

TULCÁN - ECUADOR

2019

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que el/la estudiante Denise Sabrina Chicango Torres con el número de cédula 040169384-1 ha elaborado el trabajo de titulación: "Diversificación de mercados internacionales para la comercialización de rosas frescas de la empresa The North Flowers de la provincia del Carchi"

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.



f.....
MsC. Edison Caza



f.....
MsC. Gerardo Mera

Tulcán, 24 de Enero de 2019

AUTORÍA DE TRABAJO

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

Yo, Denise Sabrina Chicango Torres con cédula de identidad número 040169384-1 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal. Los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



.....

Denise Sabrina Chicango Torres

Tulcán, 24 de Enero de 2019

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Denise Sabrina Chicango Torres declaro ser autora de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: "Diversificación de mercados internacionales para la comercialización de rosas frescas de la empresa The North Flowers de la provincia del Carchi" y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



f.....

Denise Sabrina Chicango Torres

Tulcán, 24 de Enero de 2019

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por brindarme la sabiduría y el entendimiento en cada momento de mi vida estudiantil y personal, por permitirme estar con vida sobresaliendo ante cualquier adversidad, y sobre todo por concederme la felicidad de culminar una meta más en mi vida.

A mis padres; Mercedes Torres y Humberto Chicango, quienes con su apoyo y lucha constante han sabido sacarme adelante, inculcándome valores y buenos principios, para que sea una excelente profesional ante la sociedad. A mi hermano Lenin Chicango, que estuvo siempre a mi lado brindándome apoyo para continuar con mi vida estudiantil.

A mis maestros universitarios, en especial al MsC. Edison Caza Guevara y al MsC. Gerardo Mera, quienes han compartido sus sabios conocimientos y me han brindado su ayuda incondicional durante mi formación profesional.

A mis amigos y compañeros universitarios con quienes he compartido experiencias inolvidables.

DEDICATORIA

La culminación de este trabajo de tesis, va dedicado a mis padres, Humberto Chicango y Mercedes Torres, quienes han depositado toda su confianza en mí, ya que con amor, ejemplo, consejos y apoyo me han dado la fortaleza para seguir avanzando y cumplir con el trabajo de titulación.

A mi hermano Lenin David Chicango, quien ha estado a mi lado para enfrentar cualquier adversidad y poder alcanzar este gran avance para mi vida profesional.

A mis amigos(as) por sus incentivos, apoyo y motivaciones.

RESUMEN

La presente investigación tiene como propósito general evaluar la mejor oportunidad de los mercados internacionales para la comercialización de rosas frescas de la florícola The North Flowers, para dar cumplimiento a este objetivo es necesario fundamentar bibliográficamente la diversificación de mercados y la comercialización de rosas, además de diagnosticar la situación de los compradores internacionales conociendo el comportamiento que han tenido las exportaciones de la florícola, para finalmente elaborar un estudio de mercado, técnico y financiero que permita identificar la oferta exportable de la empresa determinando un posible comprador.

El sector floricultor ha venido tomando mayor auge y ha aportado en gran medida a que la balanza comercial de Ecuador sea favorable, con este apartado es que la florícola The North Flowers comercializa las rosas frescas a nivel nacional e internacional con la participación de un 30% y 70% respectivamente, cabe mencionar que su producción es dirigida a grandes importadores como es el caso de Estados Unidos, Rusia, Países Bajos, entre otros, alcanzando un valor FOB de 13'063.850,00 dólares comprendido entre el periodo 2013 al 2017.

La florícola cuenta con una finca de más de 50 hectáreas mismas que no están siendo aprovechadas de la mejor manera debido a que de estas solo 38 hectáreas están en uso constante, por lo que la florícola debe obtener beneficio de los suelos fértiles y el clima apropiado para la producción de rosas que posee el cantón Bolívar, con esto se analiza nuevos mercados para expandir la comercialización de rosas, a través de un estudio comparativo de los factores externos entre Suiza, Luxemburgo y Alemania donde de acuerdo a un análisis de oportunidades y amenazas el mercado más atractivo es Alemania precisamente la ciudad de Frankfurt, por contar con una población con alto poder adquisitivo, además en este lugar se ubican empresas importadoras de rosas frescas y dos grandes empresas mayoristas que abastecen al resto de las ciudades de este país, cabe mencionar que esta ciudad también cuenta con un aeropuerto donde se desarrolla la mayor cantidad de actividades comerciales, cabe mencionar que Alemania es el tercer comprador de la partida 0603110000 importando alrededor de 300.00 a 400.000 miles de millones de dólares.

El proyecto es rentable debido a que el Valor Actual Neto (VAN) es de un valor de 81.080 dólares, la Tasa Interna de Retorno es de 36,86%, el costo beneficio de 1dolar con 51

centavos, permitiendo una recuperación en el tiempo de tres años con tres meses, cabe mencionar que la inversión inicial es de 159.966 dólares, de los cuales el 30% es capital ajeno financiado por instituciones bancarias y el 70% propio por aporte de los socios,

Palabras claves: diversificación de mercados, comercialización, rosas frescas, producción, mercado, demanda, oferta.

ABSTRACT

This present research has as general purpose to evaluate the best international markets' opportunity for merchandising fresh roses of The North Flowers floriculture, to fulfill this objective is necessary to base bibliographically the diversification of markets and the commercialization of roses, besides diagnose the situation of international purchasers knowing the behavior of the floriculture's exports, to elaborate a technical and financial market study finally which allows to identify the company's exportable offer determining a possible purchaser. The floriculture sector has been taking major boom and has contributed to Ecuador's trade balance favorably, with this section, The North Flowers merchandizes fresh roses locally and internationally with the participation of 30% and 70% respectively, it's important to mention that its production is aimed at large importers such as the United States, Russia, the Netherlands and others, reaching a FOB value of 13'063,850.00 dollars between 2013 to 2017.

The floriculture has a farm of more than 50 hectares which are not being used in the best way because of only 38 hectares are in constant use, so that the floriculture must obtain benefit from fertile soils and appropriate climate for the production of roses in Bolívar canton, that's why new markets are analyzed to expand the roses commercialization, through a comparative study of external factors between Switzerland, Luxembourg and Germany where according to an analysis of opportunities and threats, the most attractive market is Germany the city of Frankfurt precisely because it has a population with high purchasing power, in addition, in this place there are importing companies of fresh roses and two large wholesale companies that supply the rest of the cities of this country, It is important to mention that this city has an airport where the largest amount of commercial activities are developed and that Germany is the third purchaser of the item 0603110000 importing around 300.000 to 400.000 billion dollars. The project is profitable because the Net Present Value (NPV) is 81,080 dollars, the Internal Rate of Return is 36.86%, the benefit cost is 1, 51 cents, allowing a recovery in three years with three months, it's important to mention that the initial investment is 159,966 dollars, which 30% is third-party financed capital by banking institutions and 70% is the contribution of the partners.

Keywords: market diversification, merchandise, fresh roses, production, market, demand, offer

INTRODUCCIÓN

La diversificación de mercados internacionales genera espacios adecuados para la comercialización de un producto en este caso de estudio las rosas frescas, aprovechando los suelos fértiles y clima propicio que nos brinda la Provincia del Carchi específicamente el cantón Bolívar, además se toma en cuenta los acuerdos que mantiene Ecuador con el resto del mundo logrando fomentar el desarrollo de las exportaciones como lo plantea la constitución del Ecuador.

La investigación contiene información relevante de fuentes primarias a través de la ejecución de entrevistas e información secundaria donde se recopilan datos históricos de importaciones, exportaciones, producto, mercado donde se realiza el respectivo análisis de los principales competidores.

En el capítulo I se plasma el problema el cual consta del Planteamiento del problema, formulación del problema, la justificación, los objetivos tanto generales como específicos y las preguntas directrices con lo que se dará una información general del tema ah desarrollar.

En el capítulo II se encuentra la fundamentación teórica de la cual se desprende los antecedentes investigativos, mismos que son indagaciones nacionales e internacionales ya sean de tesis de otras universidades o estudios por revistas especializadas y en el marco teórico se sustenta a través de una generalización macro, meso y micro brindando una sustentación lógica e importante, alcanzando confiabilidad y credibilidad de lo investigado.

En el III capítulo se encuentra la metodología donde se da un enfoque cualitativo y cuantitativo al tema indagado, se explica el tipo de investigación utilizada que en este caso es el descriptivo y explicativo; pero lo más relevante es que se conoce y analiza las variables en estudio sobre la diversificación de mercados, determinando el mercado óptimo mediante estudio de oportunidades y amenazas (POAM) y análisis de factores externos, para la comercialización de rosas frescas.

En el IV capítulo se refleja los resultados y la discusión del tema, en los resultados se identifica el posible mercado a incursionar, el estudio financiero y técnico de la

investigación; en la discusión se toma en cuenta otro estudio llevado a cabo en otro país con el fin de realizar un análisis comparativo.

En el V capítulo se detallan las conclusiones y recomendaciones después de haber finalizado la investigación, las cuales deducirán los resultados obtenidos y explicaran de manera breve que es lo que se consiguió con la indagación llevada a cabo.

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.....	9
INTRODUCCIÓN	10
I PROBLEMA	17
1.1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.2.FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	19
1.3.JUSTIFICACIÓN	19
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	21
1.4.1. Objetivo General	21
1.4.2. Objetivos Específicos	21
1.4.3. Preguntas de Investigación	21
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	22
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS / Revisión de la literatura.....	22
2.2. MARCO TEÓRICO	29
III. METODOLOGÍA	34
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO.....	34
3.1.1. Enfoque	34
3.1.1.1. Enfoque Cualitativo	34
3.1.1.2. Enfoque Cuantitativo.....	34
3.1.2. Tipo de Investigación.....	35
3.1.2.1. Descriptivo	35
3.1.2.2. Explicativo.....	35
3.2. HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER	35
3.3.OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	36
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	38
3.4.1. Entrevista.....	38
3.4.2. Fichas de observación.....	38
3.4.3. Población y muestra	38
3.4.4. Análisis de la entrevista.....	38
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO	43
3.5.1. Análisis situacional de los países demandantes.....	43
3.5.2. Factores Socioeconómicos	62
3.5.3. Factores Demográficos	66
3.5.4. Factores Políticos.....	70
3.5.5. Factores Legales	72

3.5.6. Factores Geográficos	77
3.6.PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO (POAM)	80
3.6.1. Resumen del POAM.....	81
3.6.2. Análisis del POAM.....	82
3.7. ANÁLISIS DEL MERCADO ALEMÁN	82
3.7.1. Perfil de Consumidor alemán	84
3.7.2. Como ingresar a mercados internacionales	85
3.7.3. Competencia internacional	87
3.7.4. Exportaciones de Alemania.....	88
3.7.5. Barreras no arancelarias para la exportación de rosas frescas a Alemania	88
3.8. ANÁLISIS SITUACIONAL ECUADOR	91
3.8.1. Factores socio-económicos.....	91
3.8.2. Análisis Mercado- Producto Ecuador.....	92
3.8.3. Usos de la rosa.....	93
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	124
4.1.RESULTADOS	124
4.2.DISCUSIÓN	134
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	136
5.1.CONCLUSIONES	136
5.2.RECOMENDACIONES.....	137
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	138
VII. ANEXOS.....	140

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Delimitación	19
Tabla 2. Operacionalización de variables	36
Tabla 3. Análisis de entrevista.....	39
Tabla 4. Principales países importadores de rosas frescas.....	43
Tabla 5. Principales empresas importadoras de rosas frescas a nivel mundial.....	44
Tabla 6. Exportaciones de rosas frescas de Ecuador	45
Tabla 7. Empresas ecuatorianas exportadoras de rosas frescas	45
Tabla 8. Importaciones de rosas frescas por Estados Unidos de América	46
Tabla 9. Toneladas importadas de rosas frescas por Estados Unidos de América	47
Tabla 10. Importaciones de rosas frescas de Estados Unidos de América desde Ecuador.....	48
Tabla 11. Importaciones de rosas frescas por Rusia.	49
Tabla 12. Toneladas importadas de rosas frescas por Rusia.....	49
Tabla 13. Importaciones de rosas frescas de Rusia desde Ecuador	50
Tabla 14. Importaciones de rosas frescas por Países Bajos	51
Tabla 15. Toneladas importadas de rosas frescas por Países Bajos.....	51
Tabla 16. Importaciones de rosas frescas de Países Bajos desde Ecuador	52

Tabla 17. Variedad de rosas Florícola The North Flowers.....	53
Tabla 18. Acuerdos Comerciales	54
Tabla 19. Países importadores de rosas de la florícola The North Flowers.....	55
Tabla 20. Importaciones de rosas frescas por Alemania	56
Tabla 21. Toneladas importadas de rosas frescas por Alemania	56
Tabla 22. Importaciones de rosas frescas de Alemania desde Ecuador.....	57
Tabla 23. Importaciones de rosas frescas por Suiza	58
Tabla 24. Toneladas importadas de rosas frescas por Suiza.....	58
Tabla 25. Importaciones de rosas frescas de Suiza desde Ecuador	59
Tabla 26. Importaciones de rosas frescas por Luxemburgo	60
Tabla 27. Toneladas importadas de rosas frescas por Luxemburgo	60
Tabla 28. Importaciones de rosas frescas de Luxemburgo desde Ecuador	61
Tabla 29. Inflación Anual	62
Tabla 30. Producto Interno Bruto	63
Tabla 31. Tasa de desempleo en porcentaje	65
Tabla 32. Población Total.....	66
Tabla 33. Crecimiento de la población anualmente en porcentaje	69
Tabla 34. Balanza Comercial (millones de dólares FOB)	70
Tabla 35. Acuerdos comerciales	72
Tabla 36. Barreras Arancelarias.....	74
Tabla 37. Barreras no arancelarias.....	75
Tabla 38. Factores geográficos de Suiza	77
Tabla 39. Factores geográficos de Alemania.....	78
Tabla 40. Factores geográficos de Luxemburgo.....	79
Tabla 41. Perfil de oportunidades y amenazas	80
Tabla 42. Mayoristas importadores de Alemania de la partida 060311	83
Tabla 43. Top-ten de las empresas importadoras de rosas frescas ubicadas en Frankfurt	83
Tabla 44. Riesgo País.....	84
Tabla 45. Principales competidores de la partida 06031100 en el mercado alemán	87
Tabla 46. Principales destinos de exportaciones de Alemania de la partida 06031100	88
Tabla 47. Ficha técnica del Ecuador	91
Tabla 48. Ficha técnica de las rosas.....	92
Tabla 49. Uso y producción de las rosas	93
Tabla 50. Provincias productoras de rosas.....	94
Tabla 51. Manual de funciones Gerente	100
Tabla 52. Manual de funciones de secretaria ejecutiva	101
Tabla 53. Manual de funciones del supervisor de cultivo	102
Tabla 54. Manual de funciones del supervisor de pos-cosecha.....	102
Tabla 55. Manual de funciones del supervisor de clasificación y selección de las rosas	103
Tabla 56. Manual de funciones del supervisor de Ventas	104
Tabla 57. Manual de funciones de los obreros	105
Tabla 58. Demanda insatisfecha	107
Tabla 59. Información del producto	108
Tabla 60. Información embarque.....	109

Tabla 61. Cubicaje	109
Tabla 62. Cálculo de Pallets	110
Tabla 63. Costos directos país de exportación.....	110
Tabla 64. Costos de tránsito internacional.....	111
Tabla 65. Costos país importador	112
Tabla 66. Inversión	112
Tabla 67. Financiamiento	113
Tabla 68. Ponderado de capital.....	113
Tabla 69. Ponderado de capital sin financiamiento.....	114
Tabla 70. Costos de producción.....	115
Tabla 71. Gastos administrativos.....	116
Tabla 72. Balance general.....	117
Tabla 73. Análisis de sensibilidad del Balance General	118
Tabla 74. Estado de resultados	119
Tabla 75. Flujo de Efectivo Neto.....	120
Tabla 76. VAN y TIR	121
Tabla 77. Punto de Equilibrio	123
Tabla 78. Importaciones de rosas frescas desde Ecuador de los mercados analizados	124
Tabla 79. Total exportación de la empresa The North Flowers.....	125
Tabla 80. Consumo Nacional Aparente.....	126
Tabla 81. Resumen CNA y Demanda de Alemania	126
Tabla 82. Activos fijos.....	131
Tabla 83. Ficha de observación N° 01.....	153
Tabla 84. Ficha de observación N° 02.....	154
Tabla 85. Ficha de observación N° 03.....	155

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Origen de las publicaciones	22
Gráfico 2. Tema de las publicaciones	27
Gráfico 3. Año de las publicaciones	28
Gráfico 4. Inflación anual	62
Gráfico 5. Producto Interno Bruto	64
Gráfico 6. Tasa de desempleo	65
Gráfico 7. Población Total	68
Gráfico 8. Crecimiento de la población	69
Gráfico 9. Balanza Comercial	71
Gráfico 10. Principales competidores en el mercado alemán	87
Gráfico 11. Principales destinos de exportación de Alemania de rosas frescas	88
Gráfico 12. Mapa de ubicación	95
Gráfico 13. Distribución física de la empresa	96
Gráfico 14. Logotipo	96
Gráfico 15. Organigrama The North Flowers	97
Gráfico 16. Mapa de procesos de la florícola.	99
Gráfico 17. Logotipo	106
Gráfico 18. Toneladas importadas por empresas alemanas.	127
Gráfico 19. Importaciones de Alemania- Frankfurt	128
Gráfico 20. Termino de negociación	128
Gráfico 21. Países exportadores de rosas a empresas alemanas.	129
Gráfico 23. Frecuencia de importación de rosas frescas	130

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las nuevas formas de relación entre las personas, las instituciones y los países, han creado un escenario interactivo, la era de la globalización obliga a conocer nuevas oportunidades de negocio que faciliten realizar intercambios comerciales para alcanzar un desarrollo económico.

El insuficiente conocimiento acerca de las negociaciones internacionales en las pequeñas y medianas empresas, dificultan el desarrollo económico al no lograr encontrar mercados externos para posicionarse. Hill (2011) menciona que “Existen varias formas mediante las cuales los negociadores inexpertos pueden obtener información sobre las oportunidades en los mercados extranjeros y evitar algunos problemas comunes que tienden a desalentarlos y frustrarlos” (pág. 511).

El sector florícola posee una de las industrias más fuertes en muchos países desarrollados y en vías de desarrollo. Es una industria muy dinámica, que ha crecido de manera rápida; y se compone de 3 principales actores: los productores, los mayoristas y los minoristas cuyas actividades comerciales están interrelacionadas. Las tendencias actuales de Mercado son orientadas hacia la eliminación de los intermediarios, es decir que las flores pasen desde el productor hacia el minorista, ya que así se lograría una considerable disminución en los precios. (PROECUADOR, 2013, Pág. 1)

En Ecuador existen 629 fincas florícolas de las cuales 471 se dedica a la siembra de rosas de diversas especies como los claveles, margaritas, crisantemos, limonios, rosas, etc., existen 400 variedades gracias a la biodiversidad y clima favorecedor para el crecimiento de las mismas. Las provincias en donde se cultivan mayormente las rosas son Imbabura, Cotopaxi, Pichincha, Cañar, Imbabura, Azuay, Carchi y Guayas

Las condiciones climáticas de la Sierra son perfectas para producir rosas de gran tamaño sin embargo no hay que dejar de lado los elementos que forman parte de las debilidades que están incidiendo en la situación del sector florícola, como es el caso de costos elevados en cuanto al transporte trayendo consigo una desventaja competitiva, por otra parte está la

incertidumbre política que de primera instancia conlleva a la paralización de las inversiones en cuanto a la adquisición de nuevas tierras para cultivos y también están las consecuencias que conduce a que el sector acorte mano de obra y el personal de operaciones en diferentes fincas dificultando así cubrir la demanda en temporadas altas provocando a un decrecimiento en la productividad, niveles de endeudamiento ya sea con entidades financieras o proveedores, ausencias de sistemas de comercialización propios lo cual provoca una desventaja al usar intermediarios y carencia de estándares de calidad que son exigidos por los países importadores son otros factores que intervienen en la apertura de nuevos mercados.

La comercialización desde hace algunos años no se ha expandido fácilmente se sigue manteniendo clientes pero no se ha conquistado nuevos mercados, es así que los obstáculos que se han presentado son de tipo técnicos, financieros, sociales, políticos y culturales. En el Ecuador la mayoría de las empresas producen a pequeña escala, la parte negativa es que no existen métodos de transformación dentro del país, esto hace que los costos se eleven y el producto no sea competitivo en el exterior.

Es así que esta investigación está basada en la búsqueda de nuevos mercados internacionales para la florícola The North Flowers de la provincia del Carchi misma que se dedica a la producción y comercialización de rosas frescas, mediante el desarrollo del tema se identifica la demanda externa por medio de un estudio que permita conocer el comportamiento, características y tendencias del mercado externo para así identificar posibles nuevos clientes.

Algunas inquietudes que surgen a partir del planteamiento del problema, que serán resueltas a lo largo del proyecto son: ¿La florícola North Flowers están en la capacidad de satisfacer mercados internacionales? ¿El precio de las rosas frescas es competitivo en los mercados internacionales? ¿En caso de que el producto sea atractivo en mercados internacionales, se podrá satisfacer constantemente la demanda? ¿Hay acuerdos comerciales con mercados extranjeros para la internacionalización del producto? ¿Existen preferencias arancelarias que permitan ser más competitivos en los mercados internacionales?

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo contribuye la diversificación de mercados internacionales en la comercialización de rosas frescas de la Florícola The North Flowers de la provincia del Carchi?

Tabla 1. Delimitación

Objeto de estudio:	Comercialización de rosas frescas
Sujeto de Estudio:	Florícola The North Flowers de la provincia del Carchi
Área geográfica:	Bolívar - Provincia del Carchi
Área de estudio:	Diversificación de Mercados internacionales

Fuente: Autor

Elaborado por: Denise Chicango

1.3. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación es desarrolla con el fin de determinar cómo contribuye la diversificación de mercados en la comercialización de rosas frescas de la florícola The North Flowers de la provincia del Carchi, siendo esto de gran interés, dado que actualmente el sector floricultor es una de las principales actividades económicas que ha venido creciendo gradualmente en el Ecuador.

Así mismo se busca aportar en la construcción de una sociedad basada en el conocimiento, tecnología e innovación, porque se aplica los conocimientos adquiridos durante la carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional, debido a que al analizar la diversificación de mercados y la comercialización de rosas se puede identificar nuevas oportunidades de mercado que benefician a la florícola en estudio con el fin de conseguir intercambios comerciales que aporten al incremento de las ventas.

En el Ecuador se cultivan rosas de excelente calidad por la variedad de piso climático y suelo fértil, sin embargo los clientes son exigentes a la hora de adquirir un producto en cuanto a calidad se refiere y la competitividad entre empresas del sector es cada vez mayor,

por lo que además de mejorar el proceso productivo de rosas es necesario contar con estrategias que permitan lograr una ventaja competitiva para beneficio de la florícola en estudio The North Flowers.

En esta investigación se identifica tres posibles mercados que demandan rosas frescas, basándose en datos estadísticos referenciales de páginas especializadas de comercio exterior, que permitan realizar el análisis pertinente para recopilar la información y determinar una posible negociación desde nuestro país específicamente del Cantón Bolívar provincia del Carchi, debido a que este sector según su ubicación geográfica cuenta con la condiciones climáticas necesarias y un suelo apto para el cultivo de las rosas que permiten su comercialización hacia el exterior, logrando que la empresa pueda llegar a un mercado objetivo y aportar para la mejora de la balanza comercial.

Con el proyecto se ayudará de forma directa a la empresa The North Flowers dedicada a la producción y comercialización de rosas frescas, lo que se pretende obtener con esta investigación es que la empresa consiga una mayor ventaja competitiva en su entorno y por ende incrementar su participación en el mercado, a su vez se tiene como beneficiarios indirectos a los compradores del producto. Cabe recalcar que la autora del proyecto investigativo también será beneficiada ya que es un requisito previo a la obtención del título de Ingeniera en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

- ✓ Evaluar la diversificación de mercados internacionales para la comercialización de rosas frescas de la florícola The North Flowers de la provincia del Carchi.

1.4.2. Objetivos Específicos

- ✓ Fundamentar bibliográficamente la diversificación de mercados internacionales y la comercialización de rosas frescas.
- ✓ Realizar el diagnóstico de los mercados internacionales y la comercialización de las rosas frescas, conociendo el comportamiento que han tenido las exportaciones de la florícola The North Flowers de la provincia del Carchi
- ✓ Elaborar el estudio de mercado, estudio técnico y estudio financiero para identificar la oferta exportable de la florícola The North Flowers de la provincia del Carchi.

1.4.3. Preguntas de Investigación

¿La florícola North Flowers está en la capacidad de diversificar y expandir su oferta exportable mercados internacionales?

¿El precio de las rosas frescas es competitivo en los mercados internacionales?

¿En caso de que el producto sea atractivo en mercados internacionales, se podrá satisfacer constantemente la demanda?

¿Hay acuerdos comerciales con mercados extranjeros para la internacionalización del producto? ¿Existen preferencias arancelarias que permitan ser más competitivos en los mercados internacionales?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS / Revisión de la literatura

En cuanto a antecedentes investigativos se ha recopilado investigaciones nacionales e internacionales similares o relacionadas con el tema desarrollado, de los que se destaca los siguientes datos:



Gráfico 1. Origen de las publicaciones
Elaborado por: Autora

Se observa que la mayor parte de las publicaciones encontradas hacen referencias a antecedentes internacionales mismos que son tomados de revistas especializadas con temas de comercio exterior y negociaciones internacionales, sin embargo en el tema nacional las publicaciones son de proyectos realizados por estudiantes y docentes de diferentes universidades.

Con relación al tema propuesto se presenta una recopilación de las investigaciones desarrolladas por otros autores que servirá de base para el proyecto.

El primer antecedente se toma de la tesis de (Mendiburo, Rodas, & Jara, 2009), de la Escuela Superior Politécnica del Litoral, con el tema “Cadena logística de exportación de flores tropicales aplicación a la provincia del Carchi” plantea que en el país el sector florícola se inició con fines de exportación hace más de 20 años, existen 4729 haciendas, es decir aproximadamente 47 km² dedicadas al cultivo de flores de las cuales el 73,6% corresponden a flores permanentes y el resto 26,4% a flores transitorias. La región Sierra es un lugar óptimo para el cultivo de flores

donde sobresale la provincia de Pichincha con el 66%, y provincias como Carchi, Chimborazo, Cañar y Loja mantienen un 6,6% de participación. En la actualidad las flores tropicales se encuentra dentro de las flores más sembradas del país, con más de 100 variedades que poseen características y ventajas competitivas, como lo son: tamaño, forma variada, colores sumamente vivos, intensos y brillantes, larga vida después del corte que va de 10 a 15 días en florero.

Este tema aporta para el proyecto investigativo debido a que se encuentra características de la flor ecuatoriana, al igual que se descubre datos de producción de las provincias que mayormente cultivan rosas, dentro de estas se toma en cuenta a la provincia del Carchi, además podemos identificar las fincas productoras y exportadoras de flores, como también se logra señalar que lo que afecta a la actividad florícola es la incertidumbre política que con lleva a la paralización de las inversiones.

La siguiente tesis realizada por (Granja, Correa, Ramírez, & Valdivieso, 2011), de la Escuela Superior Politécnica del Litoral con el tema “No renovación del ANDEAN Trade Preference ACT (ATPDEA): caso flores ecuatorianas” los autores determinan que el pago de los aranceles pasa a segundo plano cuando sin ATPDEA la producción exportable de rosas pierde competitividad, también se identifican los principales países importadores de flores frescas como Europa que representa el 73,8% de la demanda mundial de flores recién cortadas, mientras que los Estados Unidos y Canadá representaron el 16,6%. Se identifica que Colombia es el principal competidor para Ecuador en cuanto a la comercialización de rosas.

Esta investigación aporta como base debido a que se identifica los acuerdos que mantiene el Ecuador, a su vez se puede conocer los destinos de las exportaciones de rosas, entre estos se encuentran Estados Unidos, Rusia, Holanda, Italia, Canadá y España, se puede señalar que el Ecuador debe trabajar de manera conjunta con instituciones que forman parte del comercio exterior del país con el fin de incorporar productos con valor agregado con precios competitivos.

El tercer antecedente investigativo se refiere a una tesis elaborada por (Gómez & Egas, 2014), de la Universidad San Francisco de Quito con el tema “Análisis histórico del sector florícola en el Ecuador y estudio del mercado para determinar su situación actual” en el cual se menciona que Ecuador es un país situado en la

línea equinoccial con un gran potencial para el desarrollo del sector agrícola y de la agroindustria. Posee características naturales que le atribuyen ventajas en la producción de ciertos bienes por los que el Ecuador se ha caracterizado internacionalmente como él: banano, camarón, cacao y las flores, entre otros. Dentro de estos productos se puede considerar que se tiene una ventaja comparativa frente a otros competidores debido a características geográficas y climáticas principalmente que hacen que estos productos tengan una calidad superior comparados con los principales competidores. El sector ha ido evolucionando desde sus inicios en la década de los años 80 hasta nuestros días, consolidándose como uno de los mayores rubros de las exportaciones no tradicionales. La flor ecuatoriana posee características únicas que le llevan a posicionarse como un producto de primera calidad en mercados internacionales siendo un producto reconocido y demandado por mercados Premium.

Aporta al proyecto investigativo porque muestra que las flores ecuatorianas presentan una gran ventaja comparativa por la condición geográfica que posee el Ecuador y la variedad de pisos climáticos lo que permite que el producto sea apreciado mundialmente, nos menciona que la exportación de flores ha manejado un importante lugar en cuanto a volumen de exportación cubriendo el 7% de la demanda de flores, identifica algunas ventajas en cuanto a la plantación de nuevas variedades y aplicación de nuevos procesos de producción lo que ayudaría a la florícola The North Flowers.

El cuarto antecedente investigativo hace referencia a un artículo de la revista Rusa especializada GEO N° 03 (156), desarrollado por (Ragozina, 2011), con el título “Doña rosa ecuatoriana”, que trata de un reportaje escrito por una la periodista rusa está dedicado a las rosas ecuatorianas, su producción, debido a que la rosa es uno de los productos principales de la oferta exportable hacia el mundo se explica que poco a poco se desarrolló el segmento florícola ecuatoriano y el aumento de la cantidad de plantaciones que ocuparon más territorio hasta que empezaron a crecer en la altura, siendo un factor que resultó favorable para cultivar muchas variedades de rosas de altísima calidad. La publicación está dividida en seis capítulos el primero trata de la historia y peculiaridades del desarrollo del segmento florícola, regiones de cultivación y su población, altos requisitos del mercado ruso a las rosas, el trabajo en plantaciones, la vida y mantenimiento de las rosas cortadas y las ganancias del segmento florícola.

Esta publicación menciona la calidad de rosas que exporta el Ecuador, aporta a la investigación porque menciona a Rusia como principal país importador de rosas frescas. Así mismo encontramos las regiones donde se cultivan en mayor cantidad las rosas, se menciona los requisitos para ingresar al mercado, que serán de gran relevancia identificarlos porque dentro de los cuatro mercados analizados se toma a este país para el desarrollo de la investigación, a pesar de que las rosas no son el único producto exportable que tiene el Ecuador, el sector florícola se ha convertido en el más dinámico de la economía ecuatoriana.

El quinto antecedente investigativo hace referencia a una revista de la Facultad de Ingeniería Industrial, elaborado por (Palacios & Ochoa, 2014), con el tema “Desventajas competitivas en la producción y provisión de los mercados de flores de Santa Rosa y Piedra Liza” ISSN: 1560-9146 (Impreso) / ISSN: 1810-9993 (Electrónico), donde se identifican dos problemas que generar desventajas competitivas frente a otros mercados, en primera instancia se menciona:

El sistema técnico productivo.- Los productores no cuentan con el apoyo de instituciones gubernamentales y no gubernamentales en el desarrollo de investigación aplicada que pueda mejorar su competitividad, ocasionando una falta de atención a las inversiones en el sector florícola.

En el sistema de comercialización

Los canales de distribución están poco organizados, se evidencia un mal manejo del producto en el proceso de comercialización, debido al desconocimiento técnico y falta de instalaciones apropiadas para el manejo en el proceso de post cosecha y comercialización de las flores por parte de los productores y agentes intervinientes en el sistema.

Esta investigación sirve como antecedente porque nos detalla las ventajas y desventajas que ha tenido el sector florícola en Perú debido a que este es un país latinoamericano que importa y exporta flores. Nos interesa ya que se mencionan algunos criterios determinantes para lograr competitividad en el ámbito global y tomar en cuenta ciertos criterios que en este país aplica con el fin de dar una mayor valoración a las rosas frescas al tomar ciertos mecanismos para que las rosas puedan ser cultivadas sin daño alguno, con buena forma y color, con uniforme grado de maduración, libres de plagas y enfermedades, con tallos largos con longitud correcta.

En sexto antecedente se toma como referencia a una revista de Ciencias Sociales de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, desarrollada por (Korovkin & Valderrama, 2007), con el tema “Estándares de trabajo e iniciativas no estatales en las industrias florícolas de Colombia y Ecuador” ISSN: 1390-1249, en este artículo se examina las relaciones de trabajo y las iniciativas no estatales en las industrias exportadoras de flores en Colombia y Ecuador. Se argumenta que la mano de obra barata y los bajos estándares de trabajo son factores importantes, aunque no los únicos, que causaron la reubicación de la producción florícola hacia algunos países andinos. También se sugiere que la efectividad de las iniciativas no estatales se ve debilitada por las discrepancias entre las empresas empleadoras y las ONG.

Podemos identificar a Colombia como gran competidor de producción y exportación de rosas frescas, la industria florícola colombiana depende de las relaciones capitalistas es decir existen pocos dueños es por esta razón que existen alrededor de 200 a 230 empresas entre nacionales y extranjeras en todo el país. (FLACSO, 2007)

Este artículo es de relevancia para la investigación debido a que se encuentran iniciativas en las industrias florícolas de Colombia y Ecuador donde intervienen empresas empleadoras como también ONGs. Cabe recalcar que las industrias florícolas de ambos países son similares puesto que dependen del cultivo corporativo y de los salarios laborales de mujeres y hombres del campo, emigrantes o gente desplazada. Por otro lado con este artículo podemos identificar que Colombia y Ecuador promovieron el sector florícola para combatir con la pobreza y generar empleo para los habitantes de los sectores aledaños donde estas se encuentren.

El séptimo antecedente es tomado de una revista científica, artículo elaborado por (M., Sepulveda, 2013), el tema desarrollado es “Análisis de eficiencia técnica y estudio de casos en los cultivos de flores de la Sabana de Bogotá” ISSN 1657-6276, el cual trata del sector floricultor colombiano mismo que ocupa el segundo lugar en el mercado de exportación mundial, es el primer proveedor de flores en USA y primer productor-exportador mundial de claveles (Asocolflores, 2009).

Se analiza a nueve empresas colombianas productoras de rosas para identificar y detectar las diferentes formas en las que compiten entre ellas o con el resto de

mercados, de lo cual se obtuvo como resultado que 38 cultivos son ineficientes, mismos que pertenecen a empresas medianas, dicha problemática se da por el alto nivel de endeudamiento, pocas posibilidades de inversión y demanda contrayéndose, esta situación ocasiona que las empresas decidan crecer y comportarse como grandes, desinvertir y se comportarse como pequeñas o salir del negocio.

Este análisis aporta porque podemos encontrar estudios de casos de los cultivos de las flores de Colombia puesto que este mercado es la competencia para Ecuador por mantener similares suelos fértiles y condiciones climáticas que son esenciales para el cultivo de las rosas y por ende su exportación hacia el mercado de los Estados Unidos que es uno de los principales importadores de rosas frescas. Al estar estudiando a Estados Unidos como posible mercado es primordial conocer la estrategia competitiva que las empresas colombianas ponen en marcha para ingresar a este mercado.

Otro factor que se considera es la relación de los temas encontrados con el tema de investigación que es: “Diversificación de mercados internacionales para la comercialización de rosas frescas de la empresa The North Flowers de la provincia del Carchi”

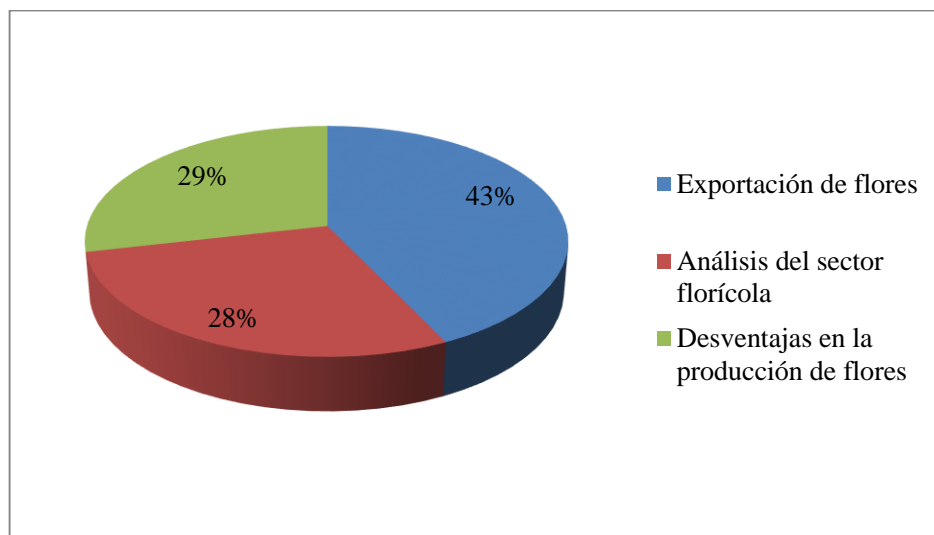


Gráfico 2. Tema de las publicaciones
Elaborado por: Autora

Se observa que el 43% de las publicaciones son acerca de la exportación de flores es decir se han registrado algunas investigaciones que hacen referencia a diversificar mercados y expandir su oferta exportable, cabe mencionar que hoy en día al ser el ser el sector florícola una de las actividades más desarrollados se requiere de múltiples análisis al sector y ver como se encuentra frente a otros países.

Otro factor que se ha tomado en cuenta es la fecha de las publicaciones ya que se puede realizar un análisis cronológico de las publicaciones para identificar que años están relacionados al tema y su transcurso con el tiempo.

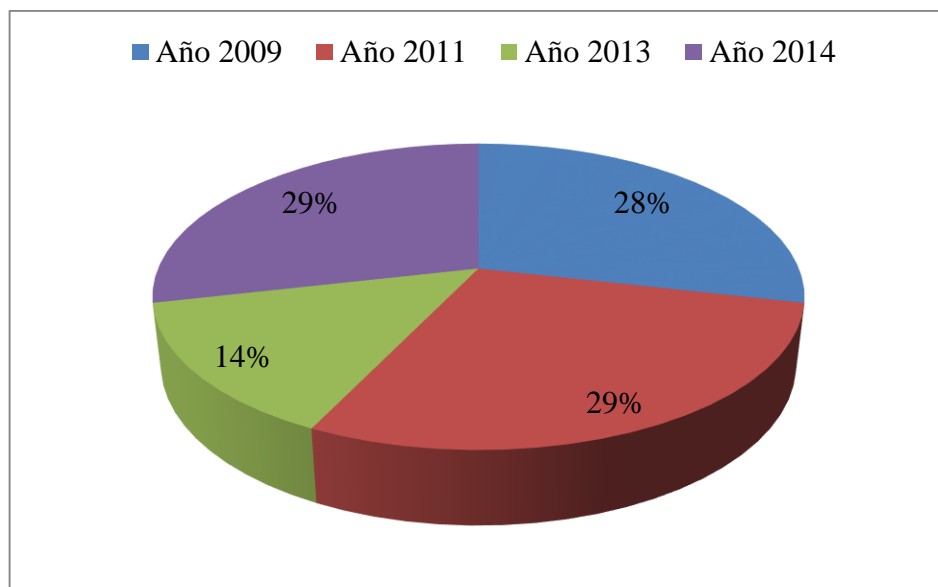


Gráfico 3. Año de las publicaciones
Elaborado por: Autora

La mayor parte de las publicaciones son de años anteriores debido a que son de revistas especializadas que han publicado sus artículos referente al tema tratado de “Diversificación de mercados internacionales para la comercialización de rosas frescas de la empresa The North Flowers de la provincia del Carchi”, mismos que han sido de aporte para el proyecto desarrollado son de fuentes como Redalyc, Scielo, revista Rusa.

2.2. MARCO TEÓRICO

Para dar validez legal al tema de investigación debe sustentarse en leyes, normas, reglamentos, acuerdos, etc., sean nacionales y/o internacionales que hagan referencia a la Diversificación de Mercados, como a la comercialización de rosas frescas. Tomando como referencia la pirámide de Kelsen, se menciona la jerarquía de las normas jurídicas, dependiendo del nivel de importancia.

Para poder entender como interviene la Diversificación de Mercados en la florícola The North Flowers es necesario hablar la situación Macro que en este caso es la globalización para (Revista científica ORBIS, 2016) “es un proceso económico, político y social, que integra a nivel mundial el conocimiento, tiene su referente histórico en los cambios en las formas de abordar procesos, métodos de información reconociéndose a la tecnología como la variable que despega o incentiva la globalización”pág.39

En la actualidad se vive un ambiente altamente competitivo debido a la globalización es por ello que las empresas deben buscar vías que les permitan ofertar sus productos o servicios a mercados externos con ventaja competitiva, es decir con innovación, buscando estrategias de venta, es por ello que hoy en día resulta necesario e indispensable abrir campos a nuevos mercados internacionales con el fin de llegar a un desarrollo económico eficaz, es así que la Constitución del Ecuador (Asamblea Nacional del Ecuador 2008) en su **Art. 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 **artículo 319 y 320** plantea que el estado promoverá las formas de producción, mismas que aseguran el buen vivir de la población y se alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

La Constitución del Ecuador ampara a las pequeñas y medianas empresas y apoya aquellas generadoras de empleo y también a las compañías que elaboren productos con valor agregado, con el único fin de dar un realce al sector artesanal y por ende obtener beneficios para la comunidad, el sector y el país. Una de las variables del proyecto de titulación es la diversificación de mercados de rosas frescas, podemos relacionar con lo que

menciona la constitución por cuanto se busca que la empresa expanda sus horizontes y pueda posicionarse en mercados externos. Por lo cual es importante conocer el término de Comercio Internacional.

Para (Comercio y Aduanas, 2012) el termino comercio internacional “Hace referencia al movimiento que tienen los bienes y servicios a través de los distintos países y sus mercados. Se realiza utilizando divisas y está sujeto a regulaciones adicionales que establecen los participantes en el intercambio y los gobiernos de sus países de origen. Al realizar operaciones comerciales internacionales, los países involucrados se benefician mutuamente al posicionar mejor sus productos, e ingresar a mercados extranjeros”.

Las Pymes pueden acceder a programas que facilitan la Comercialización Internacional de bienes o servicios a mercados externos pero también se toma en cuenta las relaciones comerciales que el país mantiene con diversas naciones lo que ha permitido tener preferencias arancelarias, siendo esto un punto importante para beneficio de los floricultores ecuatorianos y empresarios dedicados a la actividad florícola.

Se toma en cuenta la Cláusula de la Nación más favorecida GATT- OMC (Organización Mundial del Comercio) que trata de la no discriminación de los diversos interlocutores comerciales. Es decir si se concede a un país una ventaja especial como la reducción del tipo arancelario aplicable a uno de sus productos, se tiene que hacer lo mismo con todos los demás Miembros de la OMC. Los países que integren o mantengan un acuerdo no podrán ser excluidos de las ventajas que se les brinda más bien se debe respetar dichas disposiciones estas son aplicadas a la agricultura, medidas sanitarias y fitosanitarias, textiles, obstáculos técnicos al comercio, antidumping, normas de origen, tramite de licencia de importación, etc.

El acuerdo con la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA), conformada por Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza, entro en vigencia el 25 de abril del 2018 ayudando a que Ecuador busque nuevos mercados para productos como el cacao, frutas, atún, flores, etc. Logrando una oportunidad de negocio al expandir la producción nacional a mercados externos.

Este acuerdo es relevante porque al llevar relaciones comerciales con otros países permiten que la oferta exportable de Ecuador se diversifique y por ende generar utilidades en beneficio de los grandes, pequeños y medianos productores.

El Acuerdo Comercial Multipartes de Ecuador con la Unión Europea entro en vigencia el 1 de Enero del 2017 contribuye al crecimiento de la economía del Ecuador gracias al acceso al mercado europeo. Es una gran oportunidad para los empresarios ecuatorianos para internacionalizarse, sin embargo la competencia es muy elevada y se debe hacer los respectivos estudios de mercado para entrar a sectores específicos.

Este acuerdo beneficio al Ecuador para los productos agrícolas, donde están incluidas las flores y en este sección las rosas lo que se espera es que las exportaciones ecuatorianas crezcan y beneficien a los pequeños y medianos productores del país y en especial del sector norte provincia del Carchi.

Lo que se busca con la presente investigación es que la Florícola The North Flowers aplique la teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo misma que menciona que los países generan mayor riqueza cuando se especializan en producir y comercializar aquello en lo que son más productivos, con este preámbulo la florícola deberá aplicar esta teoría conociendo el nivel de especialización y por consiguiente se identifique si se está dando el tratamiento adecuado a las rosas por parte de la florícola, esto admite conocer el factor que influye para medir la competitividad de la misma en el sector que se encuentra.

El Código Orgánico De La Producción Comercio e Inversiones (COPCI) en su **Art. 3.-** Objeto.- plantea que tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción.

(**Art. 4 lit. o y Art. 93, 94, 95**). La política comercial ecuatoriana con respecto al comercio exterior tiene como fin fomentar las exportaciones mediante la aplicación de diferentes mecanismos. (COPCI, 2010)

El COPCI presenta que las personas de territorio nacional deben ser capaces de desarrollar actividades productivas con el fin de provechar los factores o recursos con los que cuenta nuestro país, con el propósito de producir, transformar y distribuir un bien o servicio a mercados externos, esto para alcanzar el buen vivir de las y los ecuatorianos por medio de la generación de plazas de empleo y reducir los índices de pobreza. El sector florícola es la sexta actividad que está generando fuentes de empleo y mejor calidad de vida de la

población puesto que las rosas ecuatorianas se han catalogado como las más atractivas para mercados externos por su belleza inigualable, sus colores son llamativos, su capullo, el tallo y su durabilidad.

De acuerdo con lo estipulado en la Agenda para la Transformación de la matriz productiva territorial 2011 – 2013 en la Democratización Productiva y Desarrollo de MIPYMES.- Las pequeñas y medianas empresas tienen una importancia estratégica en el crecimiento de la economía para la transformación del aparato productivo local, y la mejor posición competitiva del país. En la provincia del Carchi se encuentran 7 empresas medianas, 27 microempresas y 19 pequeñas.

En la provincia del Carchi se encuentran más de 42 mil personas dedicadas a la actividad agrícola, ganadera, caza y silvicultura con una participación del 48%. En la provincia del Carchi no existen empresas grandes dedicadas a la producción y comercialización de bienes y servicios es así que hay PyMES que producen y exportan en cantidades menores.

Plan de Marketing

Para (Cohen, 2001) Indica cómo llegar al logro de los objetivos y propósitos planteados por la organización, es útil para el control de la gestión y la puesta en práctica de la estrategia mediante el conocimiento de los problemas, oportunidades y amenazas.

La florícola debe darse a conocer mediante un plan de marketing ya que al ser una empresa nueva es indispensable que conozca cómo llegar a los clientes locales, nacionales y mercados externos para ello es importante también conocer y aplicar la Teoría de la ventaja competitiva ya que Según Porter, hay tres tipos de estrategias genéricas que una empresa puede implementar estas son: liderazgo en costos, diferenciación y enfoque. Donde se debe diferenciar de su competencia analizando si la florícola tiene la oportunidad de acceder a mercados internacionales y visualizar si la empresa productora de rosas frescas cuenta con las condiciones necesarias para poder competir en el mercado internacional.

Internacionalización

Para (Gómez, 2010) en su artículo acerca de la internacionalización de las empresas menciona que “es un proceso que se enmarca en el fenómeno de la globalización. A las empresas partícipes en la economía del siglo XXI, si quieren perdurar en el mercado, crecer y obtener márgenes de rentabilidad interesantes, les apremia involucrarse con celeridad en la carrera de internacionalización”.

El comercio internacional ha presentado una expansión de bienes y servicios, es esencial que las empresas expandan su oferta exportable a mercados externos donde mediante un estudio de mercado previo se encuentren clientes potenciales que favorezcan para alcanzar una economía sostenible. Por ello la segunda variable que nos hemos planteado para el tema investigativo es la Comercialización Internacional de rosas frescas de la florícola The North Flowers ubicada en la provincia del Carchi, es este punto se puede definir a la Nueva Teoría de Comercio Internacional de Paul Krugman quien montó su teoría partiendo del concepto de las "economías de escala" o "rendimientos de escalas crecientes" mediante el cual a mayores volúmenes de producción, menores costos, que a su vez facilitan la oferta de productos, beneficiando a los consumidores, al duplicar los insumos o recursos de una industria, la producción aumentará en más del doble, disminuyendo el costo por unidad producida. (J., Mayorga y C., Martínez, 2008)

Para que la florícola The North Flowers pueda expandir su mercado y cubrir la demanda de mercados externos es importante aplicar la economía de escala para alcanzar un nivel óptimo de producción con el propósito de reducir los costos y pueda competir con empresas fuertes.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

3.1.1.1. Enfoque Cualitativo

El presente trabajo de investigación tiene un enfoque cualitativo ya que para Hernández, Fernández y Baptista (2010) es “Utilizar la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación”. pág.49. Es decir que el análisis se basó en la recolección de información enfocada más a conseguir cualidades de cada factor que interviene en el tema, para interpretar mediante un informe y/o propuestas de los resultados del análisis realizado.

El tema de investigación permitió establecer datos que muestran las cualidades utilizando formas de análisis como la indagación por medio de la entrevista estructurada y la observación para obtener los resultados que permitan dar solución a los problemas del entorno, con la información recabada se conoció el proceso de producción de las rosas, ciertas características que se requieren para la exportación del producto, conocimiento de la competencia e identificar por medio de documentos bibliográficos y linkográficos los usos que se le da a la rosa a más de decoración, sirve para perfumes y como materia prima para la elaboración de productos alimenticios como en mermeladas.

3.1.1.2. Enfoque Cuantitativo

Para Hernández, Fernández y Baptista (2010) el enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar la hipótesis.

Se aplicó el enfoque cuantitativo debido a que se realizó un análisis medible en base a las estadísticas de la competitividad mediante el porcentaje de participación en el mercado, la calidad de los productos, rendimiento, producción, tiempos, entregas a tiempo, capacidades de carga de los vehículos a utilizar para su distribución de las rosas frescas producidas por The North Flowers de la provincia del Carchi, interpretando datos para conseguir conclusiones del tema planteado. Misma información que fue recabada mediante las entrevistas a diferentes florícolas y documentos de gran importancia que permitieron la recolección de la información por medio de plataformas informativas como COBUS, TRADE MAP, etc.

3.1.2. Tipo de Investigación

3.1.2.1. Descriptivo

“Este enfoque permite comparar entre dos o más fenómenos, situaciones y clasificar elementos y estructuras, modelos de comportamiento según ciertos criterios con preguntas directrices o hipótesis de trabajo”. (Herrera, Medina & Naranjo, 2014, pág. 95)

El nivel descriptivo permitió definir y analizar cada elemento que interviene en las variables de manera muy detallada las caracterizar de cada factor para lograr realizar un diagnóstico de la situación actual de las variables, este tipo de investigación fue el adecuado para conocer si la florícola cuenta con la capacidad necesaria para abastecer a mercados internacionales, conocer si el precio de las rosas es competitivo en otros mercados, así mismo se identificó los acuerdos comerciales que mantiene Ecuador con el resto del mundo, se conoció las barreras arancelarios y no arancelarias esto por medio de un análisis linkográfico y bibliográfico, la información se obtuvo de diferentes libros relacionadas con comercio exterior y archivos de sitios web de organismos certificados como: Banco Central del Ecuador, SENAE, Pro Ecuador, INEC, etc.

3.1.2.2. Explicativo

Para (Herrera, Medina & Naranjo, 2014) “Permite descubrir las causas de un fenómeno, detectar los factores determinantes de ciertos comportamientos”. (pág.97)

A través de la búsqueda de mercados internacionales se podrá identificar con mayor profundidad los factores políticos, económicos, sociales, legales que permitan abrir oportunidades de exportación para la florícola The North Flowers, también permitió conocer cómo se realiza la comercialización de las rosas frescas y poder ejecutar la discusión del tema, se identificó el mercado óptimo para diversificar internacionalmente el producto, conociendo las características del perfil del consumidor y a base de un estudio detallado se analiza los resultados obtenidos y por ende se lleva a cabo una discusión que sirvió de aporte final al tema desarrollado.

3.2. HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER

La diversificación de mercados internacionales contribuye al incremento de la comercialización de rosas frescas de la Florícola The North Flowers de la provincia del Carchi.

3.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 2. Operacionalización de variables

IDEA A DEFENDER					
La diversificación de mercados internacionales contribuye al incremento de la comercialización de rosas frescas de la Florícola The North Flowers de la provincia del Carchi.					
Variables	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento	
VARIABLE INDEPENDIENTE					
Diversificación de Mercados Internacionales	Mercado Internacional	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Acuerdos comerciales. ✓ Aspectos Político-Legal ✓ Medidas arancelarias y no arancelarias. ✓ Factores socioeconómicos 	Documentos bibliográficos	Ficha bibliográfica	
				Ficha bibliográfica	
	Competitividad		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Infraestructura ✓ Operatividad ✓ Eficiencia en los procesos. ✓ Tecnología 	Documentos bibliográficos	
			<ul style="list-style-type: none"> ✓ Costo ✓ Red de transporte 	Fichas técnicas Entrevista	Cuestionario

Transporte

VARIABLE DEPENDIENTE				
Comercialización	Producto	✓ Características del producto	Entrevista	Preguntas claves- cuestionario estructurado
		✓ Proveedores		
		✓ Nivel de ventas		
		✓ Transporte	Fichas técnicas	
		✓ Precio		
		✓ Variedades de flores.		
		✓ Canales de Distribución		
Perfil del consumidor	✓ Índice del costo de vida			
	✓ Gustos			
	✓ Oferta.			
	✓ Demanda.			

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

Para realizar la investigación se utilizara los siguientes métodos:

3.4.1. Entrevista

La entrevista es un método el cual permite obtener datos cualitativos y cuantitativos de acuerdo a Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014)

La Entrevista es la recopilación verbal sobre algún tema de interés para el entrevistador, ayudó a captar mayor información y familiarizarnos con el tema que se está desarrollando mismo se logró identificar como es la situación que maneja el pequeño productor. La información recolectada fue obtenida a través de una entrevista estructurada realizada al Ingeniero Alex Tabango Gerente General de la florícola The North Flowers de la provincia del Carchi, para conocer si están en capacidad de abastecer mercados externos, identificar su producción por temporadas, conocer que variedad de rosas se cultivan en la florícola y conocer cada una de sus características.

3.4.2. Fichas de observación

Observación es mirar detenidamente el conjunto de datos y el conjunto de fenómenos que se presentan, para ello se identificó que está pasando en el entorno. Es decir mediante las visitas a la florícola The North Flowers, donde por medio de los sentidos como la vista y el oído conocer cómo se maneja la empresa, se utilizó como apoyo cámaras fotográficas, grabaciones de audio y video.

3.4.3. Población y muestra

El tipo de muestra que se utilizo fue el no probabilístico por conveniencia pue según Sampieri (2014), la muestra no probabilística es un subgrupo de la población en la cual la selección de los elementos no dependen de la probabilidad, sino de las características de la investigación.

3.4.4. Análisis de la entrevista

Formulario 1. Entrevista realizada al Ingeniero Alex Tabango Gerente General de la florícola The North Flowers de la provincia del Carchi.

Tabla 3. Análisis de entrevista

Pregunta formulada	Respuesta	Análisis
<p>¿Cuánto tiempo lleva la constitución de la empresa?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. De 1 a 5 años 2. De 6 a 10 años 3. De 11 a 15 años 4. Más de 16 años 	<p>Opción 1</p>	<p>La florícola The North Flowers lleva alrededor de cinco años en la comercialización de rosas y su fin es alcanzar nuevos mercados externos que permitan expandir su oferta exportable.</p>
<p>¿Cuántas personas integran la empresa?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. De 5 a 15 personas 2. De 16 a 30 personas 3. Más de 31 personas 	<p>Opción 2</p>	<p>Hoy en día la empresa cuenta con 30 trabajadores entre administrativos y operarios fijos, sin embargo en temporadas altas contratan a más personal (operarios) pero por horas o días.</p>
<p>¿Aproximadamente cuántas rosas se cosechan mensualmente por hectárea?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 20000 a 50000 rosas 2. 50000 a 80000 rosas 3. 80000 a 110000 o más rosas 	<p>Opción 3</p>	<p>El invernadero de 10.000 m² contiene 240 camas de las cuales cada cama contiene 320 plantas, cada cama tiene 32m de largo por 60 de ancho, dentro de un invernadero existe 76800 con coeficiente de producción del 0,7= 53.760 tallos producidos mensualmente, misma producción bruta se divide por los días de corte es decir para 22 = 2443 tallos</p>

<p>¿Dónde comercializa las rosas frescas?</p>	<p>Opción 2 y 4</p>	<p>Las rosas se comercializan a nivel nacional e internacional debido a que la producción abastece a mercados externos como al nacional ya que los gustos y preferencias son distintos de acuerdo al tallo o botón de la rosa.</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mercado local 2. Mercado nacional 3. Entrega a intermediarios 4. Exportaciones 		
<p>¿Cómo califica usted la calidad de rosas que produce actualmente?</p>	<p>Opción 1</p>	<p>La calidad de rosas que oferta la florícola The North Flowers es alta debido a que este producto tiene el cuidado necesario para comercializarlo a nivel nacional e internacional, es de esta manera que es muy apetecido por más de diez países del mundo.</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Alta 2. Media 3. Baja 		
<p>En caso de exportar ¿qué porcentaje de la producción total de rosas destina a mercados externos?</p>	<p>Opción 4</p>	<p>La florícola destina el 70% de su producción a mercados internacionales es decir que el 30% abastece a nivel nacional.</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. 10% 2. 30% 3. 50% 4. 70% 5. Más del 70% 		

<p>¿A qué precio se comercializa su producto por bonche?</p>	<p>Opción 4</p>	<p>Los bonches de rosas grandes de 10 unidades oscilan desde los 4,75 a 5,50 USD, dependiendo del tipo de rosa y las características de la misma.</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. 2,50 USD 2. 3,50 USD 3. 4,50 USD 4. 5,50 USD 		
<p>¿Cuál es el porcentaje de rentabilidad que percibe al momento de vender rosas frescas?</p>	<p>Opción 2</p>	<p>Se percibe el 15% de rentabilidad, la florícola tiene la capacidad de generar beneficios que conlleva a que la empresa genera ganancias en la comercialización de rosas tanto a nivel nacional como internacional.</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. 10% 2. 15% 3. 20% 4. 25% 5. Más del 25% 		
<p>¿Cuánto gasta en insumos mensualmente para la producción de rosas?</p>	<p>Opción 5</p>	<p>Los insumos son necesarios para que la producción de las rosas sea óptima y eficaz debido a que se deben conseguir proveedores de químicos, fertilizantes, pesticidas etc., que sean de calidad y certificados con el fin de que las rosas no sufran alteraciones y no se modifique su estado natural.</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. 100 USD 2. 200USD 3. 300USD 4. 400USD 5. Más de 400 USD 		

Del 1 al 5 marque con una X, siendo 1 = muy malo y 5 = excelente. Al momento de comercializar las rosas frescas. ¿Qué parte de la cadena logística considera que se está llevando apropiadamente o por el contrario lo que posee mayor falencia?

Actividades	1 = Muy malo	2 = Malo	3 = Intermedio	4 = Muy bueno	5 = excelente
Asesoría técnica			X		
Proveedores de semillas					X
Proveedores de insumos				X	
Financiamiento			X		

De acuerdo a la entrevista la cadena logística de la comercialización de rosas frescas es buena, debido que existen puntos intermedios que pueden mejorar para que esta sea excelente, sin embargo cabe mencionar que la calidad de rosas también se mide por los proveedores de semilla que abastecen a la florícola con productos de calidad.

Contestar en caso de realizar exportaciones. (Vía Aérea)

TRANSPORTE INTERNACIONAL	1 = Muy malo	2 = Malo	3 = Intermedio	4 = Muy bueno	5 = excelente
Líneas aéreas				X	
Agencias de carga				X	
Paletizadoras				X	
Costo de flete			X		

Las exportaciones que realiza la florícola es mayormente vía aérea debido a que es un medio por el cual las rosas llegan de manera rápida y con el menor riesgo debido, las rosas van en pallets se colocan en cajas para mayor protección del producto, deben ir refrigeradas para su preservación.

Fuente: The North Flowers

Elaborado por: Autora

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

3.5.1. Análisis situacional de los países demandantes

Se identificó los principales importadores de rosas frescas de acuerdo a la plataforma Trade Map, para el análisis del proyecto se tomó a tres países tal es el caso de Alemania, Suiza y Luxemburgo mismos que fueron estudiados para conocer los factores PESTLE de cada uno de ellos, es esencial mencionar que los datos son tomados desde el año 2013 al año 2017. Se tabula la información recolectada y se analiza para conocer y establecer que mercado es más óptimo para dirigirse.

Tabla 4. Principales países importadores de rosas frescas

Valor expresado en miles de dólares						
Producto: 060311 Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas						
Número	Importadores	Valor importado en 2013	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017
1	Países Bajos	510.248	599.389	644.854	656.826	718.245
2	Estados Unidos	474.681	513.831	522.342	569.566	581.027
3	Alemania	392.808	406.066	346.800	354.711	360.124
4	Reino Unido	263.252	268.917	239.428	215.968	180.019
5	Rusia	350.004	317.240	258.308	180.682	179.833
6	Francia	159.677	167.629	149.868	156.526	154.135
7	Italia	84.249	83.287	75.088	77.518	74.871
8	Suiza	81.764	80.387	74.125	68.539	67.320
9	Canadá	62.681	64.084	58.607	54.161	58.323
10	Noruega	59.575	60.543	53.923	52.201	55.835

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Autora

Tabla 5. Principales empresas importadoras de rosas frescas a nivel mundial

Producto: 060311 Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas	
Categoría de productos	Número de empresas importadoras disponibles en Trade Map
Rosas cortadas	59
Semillas, agrícolas y hortícolas	415
Floristas	426
Almacenes para viveros y jardines al detalle	1.112
Productos ornamentales y de vivero	1.161
Flores y suministros para floristería	1.890

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Autora

De acuerdo a las importaciones mundiales de rosas frescas se encuentran en primer puesto Países Bajos con una participación del 21,9%, seguido de Estados Unidos con un 19%, tercer lugar Alemania con el 11,8%, en cuarto lugar Reino Unido con el 7,2% y Rusia abarca una participación del 6%, es decir las importaciones en toneladas realizadas por los principales países en 2016 llegaron a un valor de 1'977.753 dólares.

Con relación a las empresas importadoras de rosas frescas existen varias categorías donde se agrupan por su razón social, existen alrededor de 3.902 grandes y medianas compañías o asociaciones situadas alrededor del mundo dedicadas a esta actividad, ya sea para abastecer al mercado local, nacional o internacional. Hay que tomar en cuenta las restricciones también que implanta cada país es decir que de los principales importadores que se observa en la tabla 3 Países Bajos, Alemania y Reino Unido aplican 6 requisitos no arancelarios mientras que Rusia aplica 9 barreras no arancelarias. Con el análisis realizado se toma en cuenta las situaciones de cada uno para hacer breves comparaciones y conocer cuál de los países investigados nos brinda una mejor alternativa de mercado.

Tabla 6. Exportaciones de rosas frescas de Ecuador

Valor expresado en miles de dólares						
Producto: 060311 Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas						
Número	Importadores	Valor exportado en 2013	Valor exportado en 2014	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017
1	Estados Unidos	214.883	238.218	249.545	266.980	275.022
2	Rusia	173.663	193.898	110.656	105.035	124.800
3	Países Bajos	38.197	53.780	46.035	44.583	43.365
4	Italia	18.989	23.693	20.105	22.150	22.452
5	Kazajstán	10.499	8.587	9.722	11.285	18.743
6	España	12.077	15.318	16.216	15.390	18.452
7	Canadá	22.113	19.490	19.101	14.457	15.850
8	Ucrania	22.924	16.855	12.155	11.346	12.879
9	Chile	17.742	49.463	11.473	10.957	12.418
10	Suiza	8.550	9.194	7.913	8.594	8.583
11	Alemania	11.473	13.262	11.987	9.207	8.490

Fuente: Trade Map**Elaborado por:** Autora**Tabla 7.** Empresas ecuatorianas exportadoras de rosas frescas

Categoría de productos	Número de empresas exportadoras disponibles en Trade Map
Almacenes para viveros y jardines al detalle	1
Flores y suministros para floristería	27
Productos ornamentales y de vivero	24

Fuente: Trade Map**Elaborado por:** Autora

En la lista de países importadores de rosas frescas ecuatorianas desde el periodo 2013 al año 2017 se encuentran 120 estados, siendo los tres principales Estados Unidos, Rusia y Países Bajos respectivamente, conllevando a que el Ecuador se beneficie al exportar productos no tradicionales y contrarrestar de cierta forma la crisis que atraviesa el país, siendo los más favorecidos los pequeños y medianos floricultores, los proveedores de insumos y los obreros de las plantas florícolas.

En total de los 120 países que importan rosas frescas ecuatorianas desde el año 2013 al 2017 Estados Unidos ocupa el 42,08%, Rusia el 19,86%, Países Bajos el 8,48% y Alemania ocupa el 1,58%, lo que es favorable para diversificar mercados con beneficio de la Florícola The North Flowers estudiar a Alemania, Rusia y Países Bajos con la finalidad de comercializar las rosas frescas a nivel internacional. El valor exportado total en miles de dólares en el 2013 fue de 610.459, periodo 2014 de 697.617, en el 2015 de 604.459, 2016 de 600.569 y en año 2017 de 654.043 mismos valores que se han mantenido estables en los seiscientos mil dólares.

Con datos de Trade Map en la tabla 6 podemos identificar que en el Ecuador existen tres tipos de categorías donde se agrupan las compañías exportadoras de rosas frescas, son 53 empresas dedicadas a la comercialización internacional de rosas, mismas que se encuentran ubicadas en distintas ciudades del país como Quito, Guaranda, Cayambe, Guayaquil entre otras.

Tabla 8. Importaciones de rosas frescas por Estados Unidos de América

Valor expresado en miles de dólares						
Producto: 060311 Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas						
Número	Exportadores	Valor importado en 2013	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017
1	Colombia	321.882	330.458	309.360	333.940	340.967
2	Ecuador	132.907	159.303	186.322	209.193	213.971
3	Guatemala	8.385	8.672	9.412	10.506	10.047
4	México	6.081	7.747	7.283	6.652	6.314
5	Kenya	4.092	5.619	6.695	5.305	5.297
6	Etiopía	534	831	1.997	2.689	2.168
7	Países Bajos	385	804	1.228	999	1.628
8	Perú	83	57	22	142	418
9	Tailandia	0	0	0	0	104
10	Canadá	22	32	14	75	45

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Autora

Tabla 9. Toneladas importadas de rosas frescas por Estados Unidos de América

Producto: 060311 Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas						
Número	Exportadores	Cantidad importada /toneladas 2013	Cantidad importada /toneladas 2014	Cantidad importada /toneladas 2015	Cantidad importada /toneladas 2016	Cantidad importada /toneladas 2017
1	Colombia	38.511	42.591	36.253	36.860	35.731
2	Ecuador	15.901	20.532	21.835	25.357	28.324
3	Guatemala	1.003	1.118	1.103	1.175	1.225
4	México	728	998	853	985	1047

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Autora

Estados Unidos de América mantiene un alto porcentaje de negociaciones de rosas frescas con Colombia es decir acapara el 61,72% de las importaciones realizadas por este país, esto tomando en cuenta el periodo desde el año 2013 al 2017, en el mismo periodo Ecuador mantienen un porcentaje de participación en el mercado estadounidense del 33,64% siendo el segundo socio comercial de Estados Unidos en la importación de rosas frescas.

Cabe mencionar que durante los últimos cinco años las exportaciones ecuatorianas de rosas frescas hacia Estados Unidos han incrementado, para el año 2017 se registró un valor importado de 213.971 dólares, por otra parte podemos observar que Colombia es el primer exportador de este producto alcanzando para el año 2017 un valor de 340.967 dólares con un arancel aplicado del 0%.

Tabla 10. Importaciones de rosas frescas de Estados Unidos de América desde Ecuador

Comercio bilateral entre Estados Unidos y Ecuador							
Producto: 060311 Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas							
N	Descripción del producto	Sub-partida arancelaria	Estados Unidos importa desde Ecuador				
			Valor en el año 2013	Valor en el año 2014	Valor en el año 2015	Valor en el año 2016	Valor en el año 2017
1	ROSES, FRESH, SUITABLE FOR BOUQUETS OR FOR ORNAMENTAL PURPOSES	0603110060	128.886	154.752	179.263	198.428	205.323
2	SPRAY ROSES, FRESH, SUITABLE FOR BOUQUETS OR FOR ORNAMENTAL PURPOSES	0603110030	4.011	4.547	7.052	10.802	8.611
3	SWEETHEART ROSES, FRESH, SUITABLE FOR BOUQUETS OR FOR ORNAMENTAL PURPOSES	0603110010	10	4	6	10	37

Fuente: Trade Map.**Elaborado por:** Autora

El producto que más ha importado Estados Unidos desde Ecuador son las rosas frescas convenientes para ramos o fines ornamentales, misma importación en los últimos años ha incrementado y los principales proveedores son Colombia y Ecuador respectivamente, esto por la calidad de rosas frescas que se cultivan en ambos países vecinos y por la acogida en diversas ciudades estadounidenses. Cabe mencionar que el total de importaciones mundiales a Estados Unidos de rosas frescas abarca el 96,43%, donde Ecuador mantiene una participación del 38,52%.

Tabla 11. Importaciones de rosas frescas por Rusia.

Valor expresado en miles de dólares						
Producto: 060311 Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas						
N°	Exportadores	Valor importado en 2013	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017
1	Ecuador	213.713	195.109	172.253	112.727	95.231
2	Kenya	51.889	52.483	44.982	36.980	43.428
3	Colombia	40.805	33.083	22.356	16.368	13.215
4	Belarús	0	795	4	1.351	8.294
5	Italia	2	7	2.132	4.299	6.357
6	Kazajstán	2.681	1.339	569	2.813	5.732
7	Armenia	1.764	1.364	1.786	2.260	4.905
8	España	4	0	209	644	1.307
9	Etiopía	2.737	1.994	1.880	2.169	690

Fuente: Trade Map**Elaborado por:** Autora**Tabla 12.** Toneladas importadas de rosas frescas por Rusia

Producto: 060311 Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas						
Número	Exportadores	Cantidad importada /toneladas 2013	Cantidad importada /toneladas 2014	Cantidad importada /toneladas 2015	Cantidad importada /toneladas 2016	Cantidad importada /toneladas 2017
1	Ecuador	18.616	23.374	22.742	13.703	11.090
2	Belarús	0	243	304	2.461	8.212
3	Kenya	5.603	6.484	5.759	4.355	4.884
4	Colombia	3.505	3.700	2.960	1.961	1.532

Fuente: Trade Map**Elaborado por:** Autora

Con relación a la tabla 10 y 11 en los últimos cinco años Ecuador ha logrado ser el principal proveedor de rosas frescas con destino a Rusia, con una participación del 60,94%, esto por la calidad y belleza de las rosas que se producen en el Ecuador, ya que las rosas frescas ecuatorianas se diferencian del resto por su color, tamaño de botón y grosor del tallo.

Para el año 2017 se registró un valor importado de 95.231 dólares con relación a años anteriores que fue para el 2016 de 112.727 dólares y el 2015 el valor importado fue de 172.253 dólares, cabe mencionar que durante los últimos dos años las exportaciones ecuatorianas de rosas frescas hacia Rusia han disminuido. Por otra parte podemos

mencionar que las importaciones que realiza Rusia son de empresas situadas en ciudades como Moscow, Kaliningrad, Petersburg y Samara, donde se encuentran empresas agrupadas en dos categorías que son Flores y Suministros de Floristería y Floristas, esto con información recabada de Trade Map.

Tabla 13. Importaciones de rosas frescas de Rusia desde Ecuador

Comercio Bilateral entre Rusia y Ecuador						
Producto: 060311 Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas						
N°	Descripción del producto	Sub-partida arancelaria	Rusia importa desde Ecuador			
			Valor en el año 2014	Valor en el año 2015	Valor en el año 2016	Valor en el año 2017
1	FRESH CUT ROSES AND BUDS, OF A KIND SUITABLE FOR BOUQUETS OR FOR ORNAMENTAL PURPOSES	0603110000	195.109	172.253	112.727	95.231

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Autora

Las exportaciones por parte de Ecuador a Rusia han disminuido en los últimos años tomando en cuenta que para el año 2014 las importaciones totales por parte de Rusia se registraron en 317.240 dólares, es decir que Ecuador mantuvo una participación de 62%, mientras que para el año 2015 las importaciones totales fueron de 258.308 y Ecuador participa con el 67%, para el periodo del 2016 el valor general de las importaciones llegaron a 180.682 dólares, donde Ecuador registro la intervención de 112.727 dólares es decir del 62% y para el año 2017 Ecuador mantuvo una intervención del 53% tomando en cuenta que para Rusia es el principal proveedor de rosas frescas.

Tabla 14. Importaciones de rosas frescas por Países Bajos

Producto: 060311 Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas						
Número	Exportadores	Valor importado en 2013	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017
1	Kenya	266.827	295.698	252.204	267.618	321.032
2	Etiopía	56.410	44.511	153.237	147.600	144.474
3	Ecuador	49.461	66.023	50.655	51.679	102.167
4	Bélgica	71.135	112.192	120.886	117.822	60.652
5	Uganda	34.779	32.283	27.161	28.520	29.841
6	Colombia	8.110	30.345	9.008	8.511	20.501
7	Alemania	1.766	541	9.976	12.231	11.614
8	Tanzanía	4.206	3.600	2.749	2.235	5.239
9	Zambia	10.842	7.438	5.837	5.201	4.633
10	Italia	67	992	2.424	2.451	2.878

Fuente: Trade Map**Elaborado por:** Autora**Tabla 15.** Toneladas importadas de rosas frescas por Países Bajos

Producto: 060311 Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas						
Número	Exportadores	Cantidad importada /toneladas 2013	Cantidad importada /toneladas 2014	Cantidad importada /toneladas 2015	Cantidad importada /toneladas 2016	Cantidad importada /toneladas 2017
1	Kenya	57.953	102.526	106.542	111.128	110.215
2	Etiopía	9.898	16.852	79.098	78.255	69.474
3	Bélgica	15.341	15.835	62.902	66.630	30.664
4	Uganda	4.108	12.819	11.852	13.338	12.405
5	Ecuador	6.102	7.017	6.213	6.663	11.723

Fuente: Trade Map**Elaborado por:** Autora

Ecuador se encuentra en el cuarto puesto como proveedor de rosas frescas a Países Bajos desde el año 2013 al 2017, con una intervención del 15,58% de las importaciones totales realizadas por este país, las exportaciones de rosas por parte de Ecuador hacia Países Bajos ha sido creciente ayudando a que las exportaciones no tradicionales aumenten. Por otra parte el principal socio para este país es Kenya con una participación del 44,80% abarcando la mayor parte de las importaciones de rosas frescas al mercado Holandés.

En cuanto a las empresas de Países Bajos que se encuentran registradas en Trade Map existen alrededor de 238 empresas importadoras de rosas frescas, en flores y suministros para floristería existen 684 empresas que importan el producto analizado y la categoría de

productos ornamentales y de vivero se registran 347 empresas compradoras de rosas frescas, dando un total de 1269 empresas en Países Bajos que necesitan que se les provea de rosas. Las ciudades donde se ubican las empresas importadoras de rosas son Rotterdam, Linne, Amsterdam, Gouda, Tilburg entre otras.

Tabla 16. Importaciones de rosas frescas de Países Bajos desde Ecuador

Comercio Bilateral entre Países Bajos y Ecuador						
Producto: 060311 Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas						
N°	Descripción del producto	Sub-partida arancelaria	Países Bajos importa desde Ecuador			
			Valor en el año 2014	Valor en el año 2015	Valor en el año 2016	Valor en el año 2017
1	FRESH CUT ROSES AND BUDS, OF A KIND SUITABLE FOR BOUQUETS OR FOR ORNAMENTAL PURPOSES	0603110000	107.203	102.424	107.281	102.167

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Autora

Las exportaciones por parte de Ecuador ah Países Bajos se han mantenido en los últimos años tomando en cuenta que para el año 2014 las importaciones totales por parte del mercado holandés se registraron en 637.635 dólares, es decir que Ecuador mantuvo una participación de 16,8%, mientras que para el a 2015 las importaciones totales fueron de 677.921 dólares y Ecuador participa con el 15,1%, para el periodo del 2016 el valor general de las importaciones llegaron a 714.801 dólares, donde Ecuador registro la intervención 15% y para el año 2017 Ecuador mantuvo una intervención del 14,2% tomando en cuenta que para Países Bajos es uno de los principal proveedores de rosas frescas.

VARIEDAD DE ROSAS QUE OFERTA LA EMPRESA THE NORTH FLOWERS

La florícola The North Flowers se encuentra ubicada en el cantón Bolívar provincia del Carchi a 3200 metros sobre el nivel del mar, se dedica a la producción y comercialización de flores, el ingeniero Alex Tabango Gerente General de la Florícola nos manifiesta que esta cuenta con más de 18 hectáreas de plantaciones, donde sobresalen las rosas con variedad de colores, la florícola en estudio se proyecta a obtener 30 hectáreas de plantaciones de rosas debido a que son las más apetecidas por el mercado Ruso. A continuación se detalla la variedad de rosas que la florícola produce.

Tabla 17. Variedad de rosas Florícola The North Flowers

Variedad de rosa	Longitud de tallo	Número de pétalos	Medida de botón	Día de florero
Explorer	50 - 80cm	40 – 45	5,50 – 7,20	16 – 19
Freedom	50 – 100cm	46 – 48	5,80 – 6,50	15 – 16
Iguazu	60 – 80cm	46 – 48	6,30 – 7,20	15 – 16
Iguana	50 – 70cm	36 – 39	5,50 – 6,00	15 – 16
Pink Floyd	50 – 90cm	45 – 49	5,70 – 6,00	16 – 19
Carousel	50 – 70cm	36 – 39	5,50 – 6,00	15 – 17
Duett	60 – 80cm	46 – 48	6,30 – 7,20	15 – 16
Engagement	50 – 90cm	40 – 44	6,00 – 6,20	15 – 17
Amelia	40 – 70cm	46 – 48	6,30 – 7,20	15 – 18
Devotion	50 – 100cm	35 – 40	6,20 – 7,00	17 – 19

Fuente: The North Flowers

Elaborado por: Autora

Tabla 18. Acuerdos Comerciales

ACUERDOS COMERCIALES ENTRE ECUADOR CON LA UNIÓN EUROPEA Y EL EFTA	
Unión Europea	EFTA
<p>El Acuerdo Comercial Multipartes de Ecuador con la Unión Europea entro en vigencia el 1 de Enero del 2017 contribuye al crecimiento de la economía del Ecuador gracias al acceso al mercado europeo. Es una gran oportunidad para los empresarios ecuatorianos para internacionalizarse, sin embargo la competencia es muy elevada y se debe hacer los respectivos estudios de mercado para entrar a sectores específicos.</p> <p>Este acuerdo beneficio al Ecuador para los productos agrícolas, donde están incluidas las flores y en este sección las rosas lo que se espera es que las exportaciones ecuatorianas crezcan y beneficien a los pequeños y medianos productores del país y en especial del sector norte provincia del Carchi.</p>	<p>Ecuador mantiene un acuerdo con La asociación Europea de Libre comercio (EFTA) misma que está integrada por países como Suiza, Noruega, Islandia y Liechtenstein, bajo esta situación se puede destacar que la oferta exportable de Ecuador puede ingresar libre de arancel a este bloque con las certificaciones pertinentes.</p> <p>Beneficiando de esta manera a los grandes, medianos y pequeños productores al dar paso a nuevos mercados externos que requieren de un producto importado, entre los sectores favorecidos se encuentra el floricultor procesos que se llevan a cabo bajo el Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones, debido a que en una era globalizada es indispensable buscar nuevas formas de negociación.</p>

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior

Elaborado por: Autora

Con este panorama podemos identificar posibles nuevos mercados para ingresar a operar bebidamente y tomar en cuenta que al realizar una transacción internacional existen varios detalles, normas y procedimientos que se deben conocer, estos instrumentos reguladores o normativos forman parte del marco legal de cada país y deben acatados y respetados.

De acuerdo a los datos obtenidos del COBUS los principales compradores de rosas frescas de la florícola The North Flowers son alrededor de 29 países los cuales se detallan a continuación:

Tabla 19. Países importadores de rosas de la florícola The North Flowers

Rusia	Chile	Ucrania
Kazajstán	Holanda	República Dominicana
Estados Unidos	España	Italia
Nicaragua	Rumania	Qatar
Kuwait	Emiratos Árabes Unidos	Georgia
Brasil	Bélgica	Tayikistán
Canadá	Polonia	Francia
Portugal	Turkmenistán	Letonia
Serbia	Croacia	Arabia Saudita
Filipinas	Estonia	

Fuente: COBUS

Elaborador por: Autora

En el cuadro se identifica que aún la florícola no ha comercializado las rosas frescas en todos los países Europeos como Austria, Bulgaria, Chipre, Dinamarca, Eslovenia, Grecia, Hungría, Luxemburgo, Suecia y Alemania, siendo este último uno de los principales adquirentes del producto de acuerdo a los datos estadísticos del Trade Map, por otro lado está el acuerdo con el EFTA que nos da la oportunidad de expandir la oferta a países como Suiza, Noruega, Islandia y Liechtenstein.

Tabla 20. Importaciones de rosas frescas por Alemania

Producto: 060311 Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas						
Número	Exportadores	Valor importado en 2013	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017
1	Países Bajos	325.346	327.593	270.229	286.631	289.891
2	Kenya	37.293	43.373	48.537	48.745	49.329
3	Ecuador	16.051	18.854	14.611	10.983	10.185
4	Zambia	6.049	6.419	6.073	3.838	5.374
5	Etiopía	4.938	7.399	4.864	1.984	2.398
6	Italia	351	585	1.339	1.422	1.525
7	Colombia	910	710	546	349	284
8	Austria	305	281	190	238	214
9	Dinamarca	708	567	228	153	49

Fuente: Trade Map**Elaborado por:** Autora**Tabla 21.** Toneladas importadas de rosas frescas por Alemania

Producto: 060311 Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas						
Número	Exportadores	Cantidad importada /toneladas 2013	Cantidad importada /toneladas 2014	Cantidad importada /toneladas 2015	Cantidad importada /toneladas 2016	Cantidad importada /toneladas 2017
1	Países Bajos	36.914	43.335	38.366	40.871	39.993
2	Kenya	6.039	6.616	9.439	9.792	9.225
3	Ecuador	1.717	1.897	1.658	1.265	1.137
4	Zambia	821	847	950	661	923

Fuente: Trade Map**Elaborado por:** Autora

Ecuador es el tercer proveedor de rosas frescas a Alemania para el periodo 2013 al 2017 Ecuador ah manteniendo una participación del 3,76% en términos monetarios, es decir que se exporta en mininas cantidades a este país, sin embargo el principal proveedor es Países Bajos el cual ha registrado una participación del 80,54% siendo una participación significativa, acaparando la gran parte del mercado alemán.

Para el año 2017 se registró un valor importado desde Ecuador de 10.185 dólares, para el 2016 de 10.983 dólares, en el 2015 el valor importado fue de 14.611 dólares y para el 2014 fue 18.854. Por otra parte podemos mencionar que las importaciones que el mercado

alemán son de empresas situadas en ciudades como Frankfurt y Buxtehude, esto con información recabada de Trade Map.

Tabla 22. Importaciones de rosas frescas de Alemania desde Ecuador

Comercio Bilateral entre Alemania y Ecuador						
Producto: 060311 Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas						
N°	Descripción del producto	Sub-partida arancelaria	Alemania importa desde Ecuador			
			Valor en el año 2014	Valor en el año 2015	Valor en el año 2016	Valor en el año 2017
1	FRESH CUT ROSES AND BUDS, OF A KIND SUITABLE FOR BOUQUETS OR FOR ORNAMENTAL PURPOSES	0603110000	18.854	14.611	10.983	10.185

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Autora

Las exportaciones por parte de Ecuador ah Alemania han disminuido en los últimos años tomando en cuenta que para el año 2014 las importaciones totales por parte del mercado ruso se registraron en 406.066 dólares, es decir que Ecuador mantuvo una participación de 4,6%, mientras que para el a 2015 las importaciones totales fueron de 346.800 dólares y Ecuador participa con el 4,2%, para el periodo del 2016 el valor general de las importaciones llegaron a 354.711 dólares, donde Ecuador registro la intervención 3,1% y para el año 2017 Ecuador mantuvo una intervención del 2,8% tomando en cuenta que para Alemania es uno de los principal proveedores de rosas frescas.

Tabla 23. Importaciones de rosas frescas por Suiza

Producto: 060311 Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas						
Número	Exportadores	Valor importado en 2013	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017
1	Países Bajos	36.473	34.659	27.759	26.603	26.225
2	Kenya	14.155	14.554	21.257	21.759	22.568
3	Ecuador	14.717	14.334	13.819	12.589	12.375
4	Tanzanía	4.971	6.747	6.391	3.901	3.159
5	Alemania	8.300	7.326	2.352	1.713	1.107
6	Italia	1.310	1.149	981	1.029	869
7	Etiopía	198	546	762	354	408
8	Portugal	3	147	378	280	348

Fuente: Trade Map**Elaborado por:** Autora**Tabla 24.** Toneladas importadas de rosas frescas por Suiza

Producto: 060311 Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas						
Número	Exportadores	Cantidad importada /toneladas 2013	Cantidad importada /toneladas 2014	Cantidad importada /toneladas 2015	Cantidad importada /toneladas 2016	Cantidad importada /toneladas 2017
1	Kenya	1.325	1.336	2.203	2.466	2.432
2	Países Bajos	2.320	2.315	2.105	1.970	1.957
3	Ecuador	1.283	1.256	1.235	1.166	1.121
4	Tanzanía	557	594	604	466	408

Fuente: Trade Map**Elaborado por:** Autora

Ecuador es el tercer proveedor de rosas frescas hacia Suiza para el periodo 2013 al 2017 Ecuador ah manteniendo una participación del 15,04% en términos monetarios, es decir que se exporta en mininas cantidades a este país, sin embargo el principal proveedor es Países Bajos el cual ha registrado una participación 40,56 % siendo esta significativa, acaparando la gran parte del mercado Suizo. Por otra parte podemos mencionar que las importaciones que el mercado suizo son de empresas situadas en ciudades como Génève, Muttenz, Zuerich y Gams, esto con información recabada de Trade Map.

Tabla 25. Importaciones de rosas frescas de Suiza desde Ecuador

Comercio Bilateral entre Suiza y Ecuador						
Producto: 060311 Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas						
N°	Descripción del producto	Sub-partida arancelaria	Suiza importa desde Ecuador			
			Valor en el año 2014	Valor en el año 2015	Valor en el año 2016	Valor en el año 2017
1	FLORES Y CAPULLOS, CORTADOS PARA RAMOS O ADORNOS, FRESCOS, SECOS, BLANQUEADOS, IMPREGNADOS.	0603110000	14.334	13.819	12.589	12.375

Fuente: Trade Map**Elaborado por:** Autora

Las exportaciones por parte de Ecuador a Suiza han disminuido en los últimos años tomando en cuenta que para el año 2014 las importaciones totales por parte del mercado suizo se registraron en 80.387 dólares, es decir que Ecuador mantuvo una participación del 17,8%, mientras que para el 2015 las importaciones totales fueron de 74.125 dólares y Ecuador participa con el 28,70%, para el periodo 2016 el valor general de las importaciones llegaron a 68.539 dólares, donde Ecuador registro la intervención del 38,8% y para el año 2017 Ecuador registro el 38,9% tomando en cuenta que es el tercer país proveedores de este producto para Suiza.

Tabla 26. Importaciones de rosas frescas por Luxemburgo

Producto: 060311 Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas						
Número	Exportadores	Valor importado en 2013	Valor importado en 2014	Valor importado en 2015	Valor importado en 2016	Valor importado en 2017
1	Países Bajos	1.257	1.439	1.490	1.503	1.505
2	Ecuador	3	36	90	770	1.295
3	Bélgica	535	568	474	438	495
4	Francia	50	44	104	171	197
5	Alemania	216	219	137	209	143
6	Austria	90	0	0	0	0

Fuente: Trade Map**Elaborado por:** Autora**Tabla 27.** Toneladas importadas de rosas frescas por Luxemburgo

Producto: 060311 Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas						
Número	Exportadores	Cantidad importada /toneladas 2013	Cantidad importada /toneladas 2014	Cantidad importada /toneladas 2015	Cantidad importada /toneladas 2016	Cantidad importada /toneladas 2017
1	Países Bajos	151	173	215	217	213
2	Ecuador	0	4	9	93	151
3	Belgica	64	68	68	63	70
4	Francia	6	5	15	25	28

Fuente: Trade Map**Elaborado por:** Autora

Ecuador es el segundo proveedor de rosas frescas ah Luxemburgo para el periodo 2013 al 2017 Ecuador ah manteniendo una participación del 13,22% en términos monetarios, es decir que se exporta en mininas cantidades a este país, sin embargo el principal proveedor es Países Bajos el cual ha registrado una participación del 54,12% siendo una participación significativa, acaparando la gran parte del mercado.

Para el año 2017 se registró un valor importado desde Ecuador de 1.295 dólares, para el 2016 de 770 dólares, en el 2015 el valor importado fue de 90 dólares y para el 2014 fue 36. Por otra parte podemos mencionar que las importaciones realizadas por el mercado de Luxemburgo se han notado crecientes debido a que los datos arrojados por el Trade Map

muestran que para el año 2017 han llegado a un valor alto en comparación con los años anteriores.

Tabla 28. Importaciones de rosas frescas de Luxemburgo desde Ecuador

Comercio Bilateral entre Luxemburgo y Ecuador						
Producto: 060311 Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas						
N°	Descripción del producto	Sub-partida arancelaria	Luxemburgo importa desde Ecuador			
			Valor en el año 2014	Valor en el año 2015	Valor en el año 2016	Valor en el año 2017
1	FRESH CUT ROSES AND BUDS, OF A KIND SUITABLE FOR BOUQUETS OR FOR ORNAMENTAL PURPOSES	0603110000	36	92	773	1.303

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Autora

Las exportaciones por parte de Ecuador ah Luxemburgo han disminuido en los últimos años tomando en cuenta que para el año 2014 las importaciones totales por parte de este mercado se registraron en 2.297 dólares, es decir que Ecuador mantuvo una participación de 1,6%, mientras que para el a 2015 las importaciones totales fueron de 2.289 dólares y Ecuador participa con el 4%, para el periodo del 2016 el valor general de las importaciones llegaron a 3.096 dólares, donde Ecuador registro la intervención 25% y para el año 2017 Ecuador mantuvo una intervención del 35,9% tomando en cuenta que para Luxemburgo el Ecuador es uno de los principal proveedores de rosas frescas.

3.5.2. Factores Socioeconómicos

Tabla 29. Inflación Anual

País	2013	2014	2015	2016	2017	Relación con la investigación
Suiza	0,025 %	-0,625%	-0,601%	-0,566%	-0,879%	Este indicador permite determinar la medición porcentual en lo referente al incremento de los precios de la canasta básica, así como de los servicios con gran demanda por parte de los consumidores.
Luxemburgo	1,696 %	1,646%	1,319%	-1,309%	-1,498%	
Alemania	1,505 %	0,907%	0,234%	0,483%	1,74%	

Fuente: Banco Mundial, Worldwide inflation data

Elaborador por: Autora

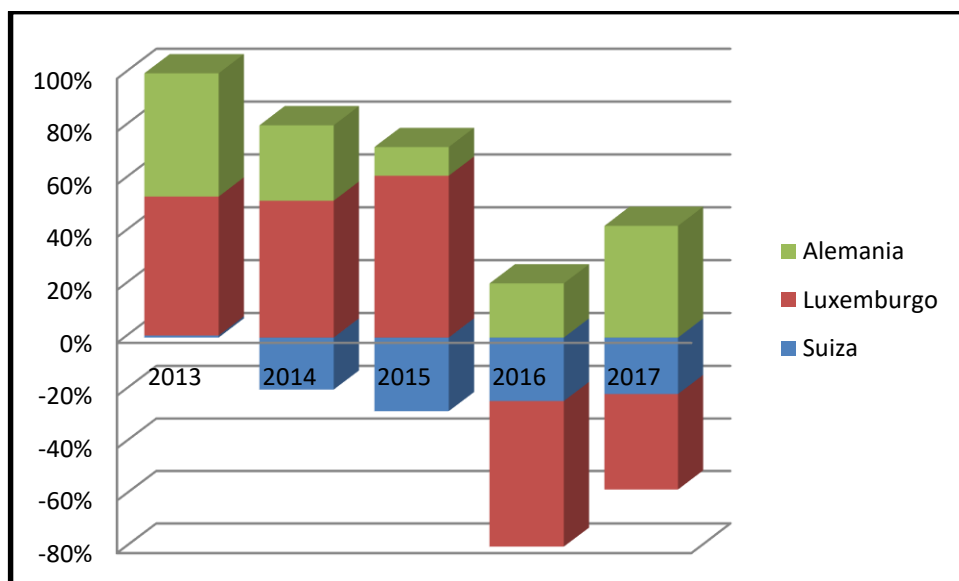


Gráfico 4. Inflación anual

Elaborador por: Autora

“Fenómeno caracterizado por la elevación persistente y sostenida del nivel general de precios se considera que hay una situación inflacionaria cuando la demanda, expresada en dinero, es superior a la oferta disponible de bienes”. (Congrains, 1998)

Este indicador permite identificar cuál de los países en estudio proporciona una situación económica estable, por lo que se puede visualizar en la tabla que Alemania y Luxemburgo

poseen índices de inflación sin mucha variación tomado en cuenta desde el año 2013 al 2015, a diferencia la economía de Suiza que posee índices bajos de inflación en términos de valor monetario, este país mantienen una inflación negativa con respecto al resto de países es decir que Alemania mantienen un alto poder adquisitivo analizando los últimos cinco años por los costos bajos de sus productos y servicios es así que se considera a esta economía atractiva por lo que este indicador no perjudica en la toma de decisiones para la selección de una oportunidad de mercados internacionales.

Tabla 30. Producto Interno Bruto

País	2013	2014	2015	2016	2017	Análisis
Suiza	1,852%	2,449%	1,226%	1,376%	1,063%	Se puede mencionar que en este país entre los años 2014 y 2017 el nivel de consumo se ha mantenido, es decir los porcentajes anuales no han cambiado considerablemente.
Alemania	0,49%	1,93%	1,743%	1,944%	2,257%	El nivel de consumo se ha mantenido ya que no se han registrado significativos cambios.
Luxemburgo	3,654%	5,772%	2,862%	3,083%	2,687%	En Luxemburgo el nivel de consumo ha variado pero cabe mencionar que en 2014 se ha notado una alta considerable de consumo así mismo con respecto al resto de años.

Fuente: Banco Mundial

Elaborador por: Autora

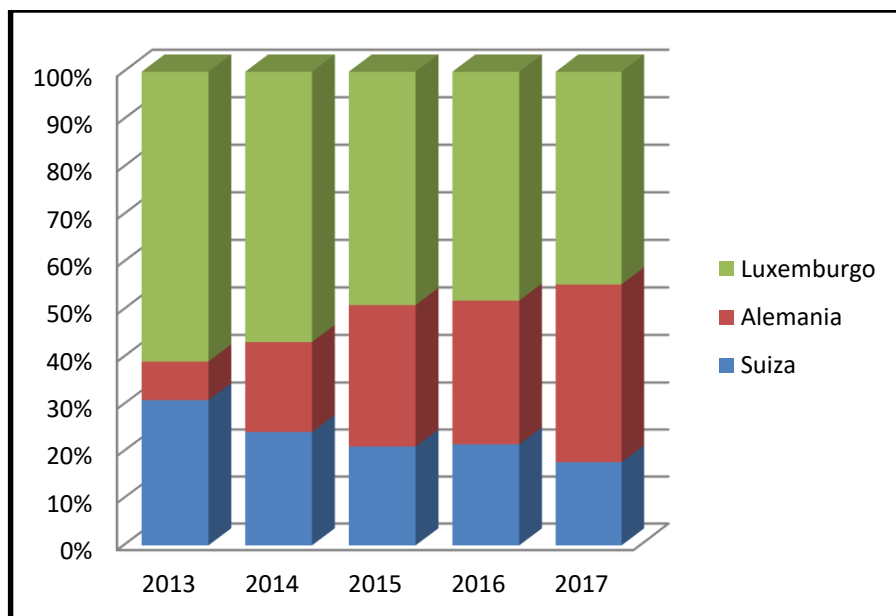


Gráfico 5. Producto Interno Bruto

Fuente: Banco Mundial

Elaborador por: Autora

“El PIB per cápita, ingreso per cápita es un indicador económico que mide la relación existente entre el nivel de renta de un país y su población”. (Sánchez, 2015)

Este indicador es utilizado en nuestra investigación para conocer la capacidad de consumo de nuestro producto a exportar por la población de Suiza, Alemania y Luxemburgo, por lo que mediante los datos obtenidos se puede observar que el país que tiene una mejor oportunidad de mercado gracias a este indicador es Luxemburgo y Alemania tomando en consideración el año 2017 ya que al comparar el crecimiento del PIB con el mercado suizo se muestran en estos porcentajes más elevados que pueden ser favorables para el estudio.

El producto interno bruto nos aporta para realizar el análisis de oportunidades y amenazas con el fin de conocer que país es más óptimo para incursionar, se realiza mediante una ponderación que el investigador crea conveniente con el fin de buscar un resultado analítico para elección de un mercado.

Tabla 31. Tasa de desempleo en porcentaje

País	2013	2014	2015	2016	2017	Análisis
Suiza	4,75	4,83	4,80	4,92	4,79	Tomando en cuenta los últimos cinco años la tasa de desempleo en Suiza se ha mantenido estable. Por lo que puede ser tomado como una posible oportunidad para expandir el mercado de rosas frescas ecuatorianas.
Alemania	5,2	5	4,6	4,1	3,8	De los tres países estudiados Alemania mantiene tasas de desempleo más bajas siendo en el 2017 el año en el que el porcentaje se ha disminuido en comparación con los anteriores. Por lo que se puede identificar que es un país con alto desarrollo económico y puede ser una buena oportunidad de mercado.
Luxemburgo	5,9	5,9	6,67	6,29	5,69	En este país la tasa de desempleo se encuentra en un nivel es decir que no se ha podido erradicar o disminuir el valor porcentual de desempleo.

Fuente: Banco Mundial
Elaborador por: Autora

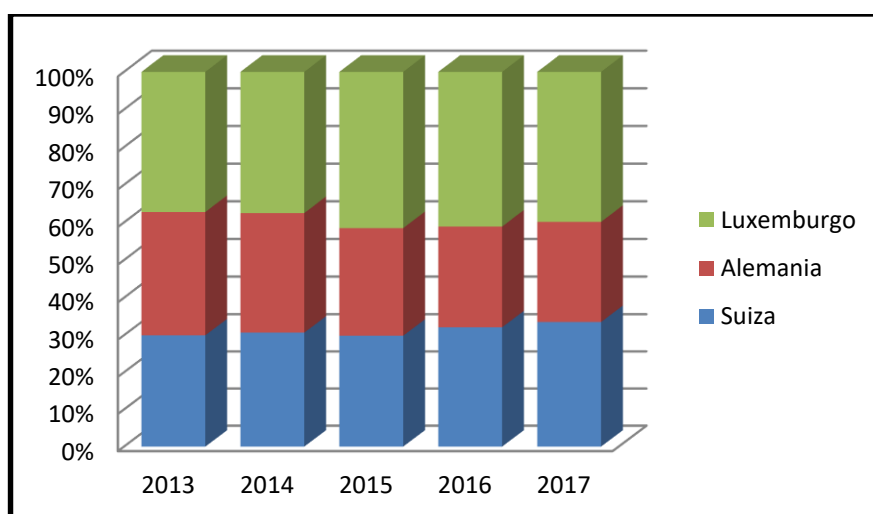


Gráfico 6. Tasa de desempleo
Fuente: Banco Mundial
Elaborador por: Autora

“En el marco de la fuerza de trabajo, el desempleo se define como una situación extrema de la falta total de trabajo. Las personas desocupadas, en el período de referencia, que no tienen un empleo ni han trabajado al menos una hora en actividades económicas”. (Centro Internacional de Formación, 2012)

Este indicador es importante en nuestra investigación porque permite conocer en qué nivel económico se encuentran los países a los cuales estamos estudiando, por lo que mediante el análisis de este indicador desde el año 2013 al 2017 el país que nos muestra una mejor situación económica por porcentajes bajos de desempleo es Alemania, aunque cabe mencionar que Suiza mantiene un porcentaje menor a comparación con Luxemburgo este último no es tan propicio por el nivel económico que se presenta en el estudio realizado por su alto valor porcentual en el índice de desempleo.

3.5.3. Factores Demográficos

Tabla 32. Población Total

	2013	2014	2015	2016	2017	Análisis
Suiza	8'089.346	8'188.649	8'282.396	8'372.413	8'089.347	Este país mantiene un crecimiento anual de la población no muy variado por lo que se ha mantenido en los últimos periodos en ocho millones, puede ser propicio para expandir el mercado de rosas frescas.

Alemania	80'645.605	80'982.500	81'686.611	82'487.842	80'645.606	<p>El tamaño de la población es significativo y esto puede resultar favorable para nuestro estudio de diversificación de mercados internacionales. Este país mantiene una población creciente es decir que puede ser muy óptimo poder comercializar las rosas frescas a un mercado alemán trayendo consigo ventajas para la florícola ecuatoriana.</p>
-----------------	------------	------------	------------	------------	------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Luxemburgo	543.560	556.319	569.604	582.014	595.036	<p>De los países analizados para el estudio Luxemburgo cuenta con una población menor, es decir que con respecto a este indicador el país más rentable es Alemania.</p>
-------------------	---------	---------	---------	---------	---------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Banco Mundial
Elaborador por: Autora

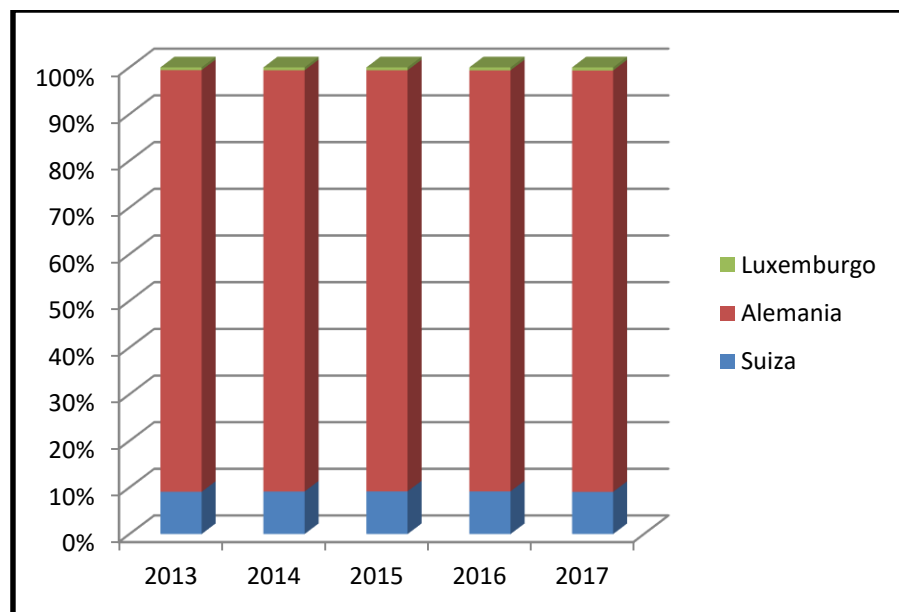


Gráfico 7. Población Total

Fuente: Banco Mundial

Elaborador por: Autora

Es un indicador comúnmente utilizado para medir el total de los habitantes de una aérea específica ya sea una ciudad, país o continente en un tiempo determinado.

(Lerma, 2010)

Este indicador para nuestra investigación se lo utiliza con la finalidad de conocer la población de cada país al cual estamos estudiando, ya que con este dato podemos visualizar el consumo de nuestro producto, porque puede existir una mejor demanda, porque las flores son apetecidas por todas las personas sin límite de edad y se puede visualizar su mejor acogida en el mercado que tiene un mayor tamaño de población. Es por esto que en la tabla se puede observar que desde el año 2013 hasta el 2017 el país que muestra una mayor cantidad de población es Alemania, seguido de Suiza con un buen nivel de población, lo que no pasa con Luxemburgo ya que tiene un nivel bajo de población lo cual no es oportuno para nuestro estudio incursionar en este mercado.

Tabla 33. Crecimiento de la población anualmente en porcentaje

País	2013	2014	2015	2016	2017	Análisis
Suiza	2,31	2,36	2,36	2,16	2,19	Suiza mantiene un porcentaje promedio es decir que no hay variación de crecimiento población significativa
Alemania	0,27	0,42	0,87	1,19	1,49	Mediante este indicador se puede identificar que este país ha tenido niveles de crecimiento de la población más elevado, lo que es una ventaja para el estudio.
Luxemburgo	2,31	2,36	2,36	2,16	2,39	Mediante un análisis de los indicadores se puede observar que ha crecido el porcentaje de crecimiento poblacional, aunque no es muy elevado.

Fuente: Banco Mundial
Elaborador por: Autora

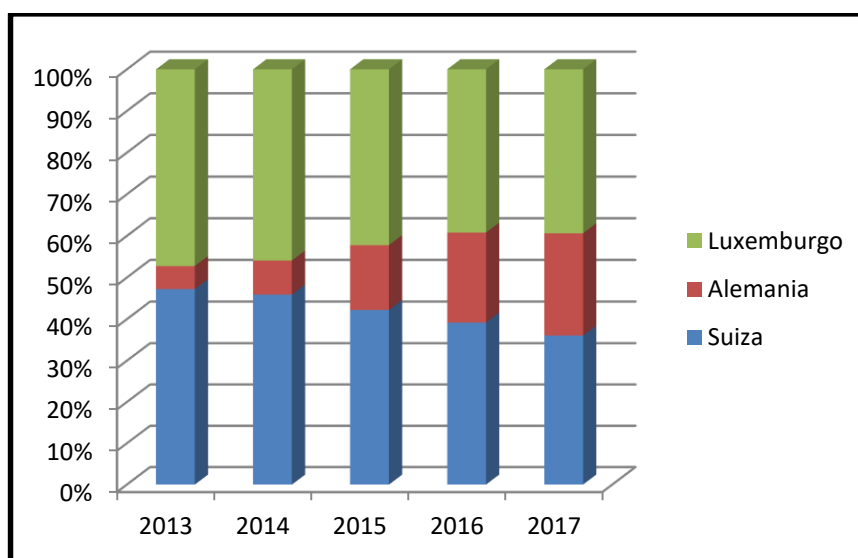


Gráfico 8. Crecimiento de la población

Fuente: Banco Mundial
Elaborador por: Autora

“El indicador comúnmente utilizado para medir el crecimiento poblacional es la tasa de crecimiento. Esta tasa proporciona la relación en que varía el número de habitantes en un periodo determinado.” (Poveda, M. 2012)

Este indicador será utilizado en nuestra investigación para identificar la manera en cómo ha concurrido el crecimiento o disminución porcentual de la población en cada país, por lo que se puede observar que de los tres países analizados Alemania ha mantenido un porcentaje medio es decir que no mantiene cambios en los porcentajes de crecimiento, lo que no sucede con Luxemburgo y Suiza, ya se puede observar que para años 2013 al 2017 si se ha incrementado en porcentaje poblacional, por otra parte estos dos países mantiene el alza de porcentajes debido a los migrantes que llegan a radicar y buscar oportunidades laborales en estos países, provocando una breve elevación en los porcentajes.

3.5.4. Factores Políticos

Tabla 34. Balanza Comercial (millones de dólares FOB)

País	2013	2014	2015	2016	2017	Análisis
Suiza	(-49,0)	(-48,5)	(-83,9)	(-111,3)	(-108,8)	Podemos observar que es una economía no muy sólida ya que se ha registrado un saldo deficitario en la balanza comercial con Ecuador es decir que durante este periodo las importaciones totales son mayores que las exportaciones hacia este país.
Alemania	(-139,2)	(-25,2)	71,6	148,3	39,7	Con Alemania se ha mantenido durante el 2015 al 2017 un superávit pero sin embargo a periodo de 2013 al 2014 la balanza comercial no fue favorable.

Luxemburgo

(-8,6) (-1,9) (-0,6) (-0,7) (-15,7)

De los países analizados Luxemburgo es quien también tiene una balanza comercial deficitaria sin embargo mantiene una economía menor a la de los países analizados.

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborador por: Autora

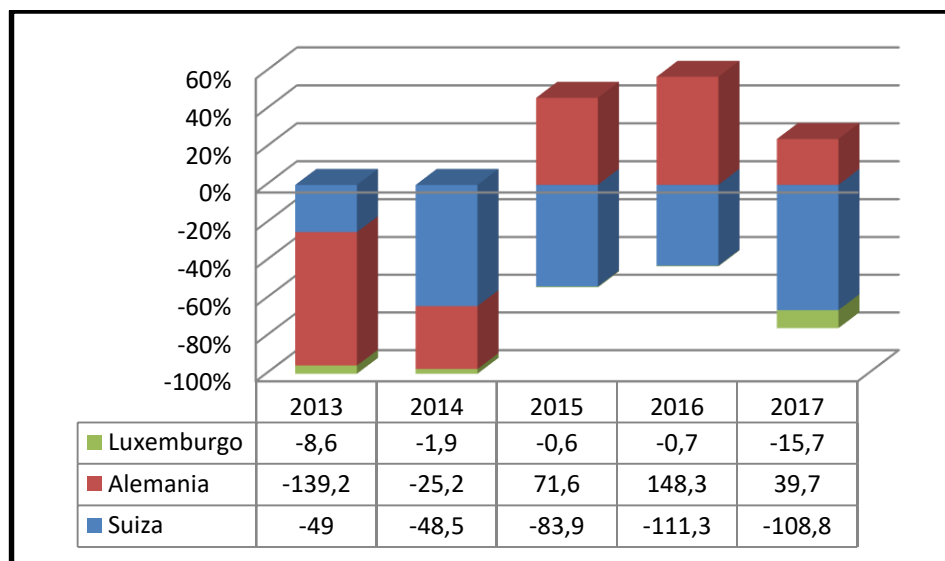


Gráfico 9. Balanza Comercial

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborador por: Autora

“Es el saldo de la diferencia entre las exportaciones y las importaciones de un país.” (DANE, 2013)

Con relación a Alemania podemos mencionar que es una de las economías más fuertes a nivel mundial y las exportaciones petroleras y no petroleras ecuatorianas mayormente son dirigidas hacia este país, cabe mencionar que para años desde el 2013 al año 2017 se registró un alza en importaciones de rosas por parte de este país, mismo que se mantienen como principal socio comercial para el sector floricultor del Ecuador, Suiza por su parte en cuanto a la balanza comercial ha mantenido un superávit en los últimos periodos sin embargo a los años 2013 y 2014 si se pudo observar un valor mayor a sus años posteriores, Ecuador ha incrementado la participación en Luxemburgo en un 2% es decir que gracias a

las negociaciones por parte de estos países es que la balanza comercial no ha presentado un saldo deficitario, entre los varios productos que se exportan se encuentran las rosas frescas mismas que son apetecidas por este mercado así logrando mantener que la negociación se mantenga estable.

3.5.5. Factores Legales



3.5.5.1. Acuerdos Comerciales

Es un acuerdo vinculante que suscriben dos o más países para acordar la concesión de preferencias arancelarias mutuas y la reducción de barreras no arancelarias al comercio de bienes y servicios. (Gordón, 2015)

Relación con la investigación

Los análisis de los acuerdos comerciales permiten a los países mantener una integración económica, que permite el fortalecimiento de los aspectos que generen el crecimiento de sus economías en sus diferentes áreas, sean estas de inversiones, servicios o laborales, con el objetivo de mantener dichos acuerdos durante un lapso de tiempo.

Tabla 35. Acuerdos comerciales

BANDERA	PAÍS	ACUERDOS COMERCIALES
	<p>Suiza</p>	<p>Actualmente cuenta con el acuerdo comercial de la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA).</p>
	<p>Alemania</p>	<p>Sistema Generalizado de Preferencias- SGP. Trato Arancelario a las mercancías originarias del Ecuador en el marco de UE.</p>



Luxemburgo

Trato Arancelario a las mercancías originarias del Ecuador en el marco de UE.

Dentro de los objetivos que se ha propuesto Ecuador en los últimos años se encuentra la búsqueda de nuevos mercados, en base a estrategias comerciales ha firmado un sinnúmero de acuerdos comerciales sean estos bilaterales o multilaterales con bloque económico, los mismos que le han otorgado los beneficios de preferencias arancelarias sean estas totales o parciales para el ingreso de productos ecuatorianos a diversos países, como es el caso de Suiza, Alemania y Luxemburgo, procurando tener flexibilidad en el libre ingreso, de esta forma ayudando a la economía interna. Alemania y Luxemburgo por pertenecer a la Unión Europea (UE) hace posible tener una cercanía más fácil para lograr mejores negociaciones al momento de ingreso de productos ecuatorianos. Pero también se debe tomar en cuenta las negociaciones con Suiza que ha permitido al Ecuador expandir el mercado con el acuerdo comercial EFTA ayudando que más productos ecuatorianos ingresen a este mercado lo que permite fortalecer la economía comercial.

Fuente: Ministerio de Relaciones Exteriores

Elaborado por: Autora




3.5.5.2. Barreras Arancelarias

Son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada o salida de la mercancía. (PROECUADOR, 2015)

Relación con la investigación

Este indicador tiene como principal objetivo ayudar a los gobiernos de cada país, controlar y restringir el ingreso de mercancías y servicios procedentes de otros países, para evitar posibles daños a la salud de sus habitantes y así proteger también a la producción local.

Tabla 36. Barreras Arancelarias

BANDERA	PAÍS	BARRERAS ARANCELARIAS
	Suiza	Ad- valorem: 0%
	Alemania	Ad- valorem: 0%
	Luxemburgo	Ad- valorem: 1,85%

Las barreras arancelarias son tarifas oficiales que se fijan y son cobradas sobre las importaciones y exportaciones en las aduanas de cada país por el ingreso o salida de bienes y servicios. Es así que estos aranceles o impuestos ayudan a la protección de productos nacionales, sin embargo al firmar acuerdos comerciales como es el caso de Alemania y Suiza se puede exonerar parcial o totalmente los aranceles en este caso se aplica un arancel equivalente al 0% de ad-valorem, Luxemburgo aplica un arancel equivalente al 1,85% de ad- valorem.

Es así que la exportación rosas frescas en algunos países pueden no pagar ad-valorem pero si es necesario cumplir con los requisitos impuestos por el país en destino.

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Autora




3.5.5.3. Barreras no Arancelarias

Las barreras no arancelarias son requisitos que un país tiene para poder ingresar una determinada mercancía. Entre estas barreras tenemos las autorizaciones previas al embarque de las mercancías. (PROECUADOR, 2014)

Relación con la investigación

Este indicador tiene como principal objetivo conocer acerca de las barreras no arancelarias que se deben cumplir para que un producto sea exportado. Debido a que se debe realizar los respectivos trámites, en sus determinadas instituciones. Y una vez cumplido estos requisitos, las exportaciones siguen su trámite normal.

Tabla 37. Barreras no arancelarias

BANDERA	PAÍS	BARRERAS NO ARANCELARIAS
	Suiza	Requisitos sanitarios y fitosanitarios <ul style="list-style-type: none">➤ Controles cuarentenarios➤ Certificados sanitarios
	Alemania	Requisitos sanitarios y fitosanitarios <ul style="list-style-type: none">➤ Control fitosanitario➤ Voluntario - Productos de producción ecológica
	Luxemburgo	<ul style="list-style-type: none">➤ Certificado fitosanitario➤ Requisitos de etiquetado➤ Requisitos de empaque➤ Certificado de inspección en destino➤ Certificado de origen

Podemos mencionar que en los países estudiados las barreras arancelarias son requisitos indispensables al momento de ingresar un producto en un mercado específico tal es caso que los países en destino plantean ciertos requisitos que se deben cumplir por parte del país exportador.

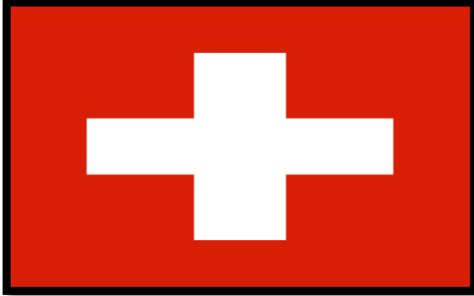
El principal requerimiento son las certificaciones sanitarias y fitosanitarias, los países procuran el bienestar de sus habitantes y en caso de que exista alguna plaga que atente con la salud de la población no podrá ingresar el producto ni tampoco ser comercializado, por otra parte el certificado de origen es un requisito imprescindible ya que solo así se asegura de la procedencia de la mercadería, con lo referente a normas de empaque y embalaje pues los países tienen sus normas las cuales deben ser captadas por el país comerciante.

Fuente: Trade Helpdesk

Elaborado por: Autora

3.5.6. Factores Geográficos

Tabla 38. Factores geográficos de Suiza

Factores geográficos de Suiza	
	
Nombre oficial	Confederación Suiza
Capital	Berna
Idioma	Lengua oficial de Suiza es el alemán. El italiano es el segundo idioma más hablado.
Moneda	Franco Suizo.
Religión	Católica, comunidades cristianas y musulmanes.
División administrativa	Estado federal con 13 entidades político-administrativas; la confederación, 20 cantones y 6 semicantones, así como 2240 municipios denominados comunas.

Fuente: Ficha país Suiza

Elaborado por: Autora

Tabla 39. Factores geográficos de Alemania

Factores geográficos de Alemania



Nombre oficial	República Federal de Alemania
Capital	Berlín
Idioma	El idioma oficial es el alemán
Moneda	La moneda oficial es el euro.
Religión	No existe una religión oficial y la población se divide entre el Norte y Este protestante y Sur y Oeste católicos, cada una con el 33% de la población. La siguiente religión en número sería la musulmana, con el 4% de la población.
División administrativa	Está situada en el Centro de Europa. El país tiene fronteras con Francia, Suiza y Austria por el sur; Bélgica, Holanda y Luxemburgo por el oeste; Dinamarca por el Norte y Polonia y la República Checa por el este.

Fuente: Ficha país Alemania

Elaborado por: Autora

Tabla 40. Factores geográficos de Luxemburgo

Factores geográficos de Luxemburgo



Nombre oficial	Gran Ducado de Luxemburgo
Capital	Luxemburgo
Idioma	Luxemburgués, francés y alemán.
Moneda	Euro.
Religión	Mayoritariamente iglesia católica.
División administrativa	Está dividido en tres distritos administrativos, 4 circunscripciones electorales y 12 cantones, en total hay 105 municipios.

Fuente: Ficha país Luxemburgo

Elaborado por: Autora

Analizando tanto a Alemania como a Suiza y Luxemburgo podemos destacar que de acuerdo a datos del COBUS no se han registrado exportaciones hacia ninguno de los dos países de rosas frescas por parte de la florícola en estudio, es decir que hasta el momento no se han aprovechado los acuerdos comerciales que mantiene el Ecuador al contar con el Acuerdo Multipartes con la Unión Europea y el EFTA, esto tomando en consideración los últimos años. Sin embargo existen empresas ecuatorianas que si han registrado exportaciones hacia este país es así que se ha considerado analizar el mercado alemán para diversificar el mercado de la empresa The North Flowers, puesto que es una de las economías más fuertes y con alto poder adquisitivo.

3.6. PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO (POAM)

Este método ayuda a identificar y valorar las amenazas y oportunidades de una institución, organización o países dependiendo de su impacto e importancia, intervienen factores como políticos, legales, geográficos, sociales, culturales, tecnológicos.

Tabla 41. Perfil de oportunidades y amenazas

ANÁLISIS POAM

TABULACIÓN	SUIZA		ALEMANIA				LUXEMBURGO					
	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
FACTORES POLÍTICOS/LEGALES												
Balanza Comercial	BAJO	1			MEDIO	2			BAJO	1		
Barreras Arancelarias			MEDIO	2			BAJO	1			MEDIO	2
Barreras no Arancelarias			MEDIO	2			BAJO	1			MEDIO	2
Acuerdos comerciales	MEDIO	2			MEDIO	2			MEDIO	2		
SUMA		3		4		4		2		3		4
PROMEDIO		1,5		2		2		1		1,5		2
FACTORES ECONÓMICOS												
Inflación	MEDIO	2			MEDIO	2			ALTO	3		
PIB per Cápita	BAJO	1			MEDIO	2			MEDIO	2		
Tasa de desempleo			MEDIO	2			BAJO	1			MEDIO	2
SUMA		3		2		4		1		5		2
PROMEDIO		1,5		2		2		1		2,5		2
FACTORES SOCIO-CULTURALES												
Lenguaje			MEDIO	2			MEDIO	3			MEDIO	2

Religión		MEDIO	2		MEDIO	2		MEDIO	2
Moneda		BAJO	1		BAJO	1		BAJO	1
División Administrativa	MEDIO	2		ALTO	3		MEDIO	2	
SUMA		2	5		3	6		2	5
PROMEDIO		2	1,67		3	2		2	1,67
FACTORES DEMOGRÁFICOS									
Población Total	MEDIO	2		ALTO	3		BAJO	1	
Crecimiento anual de población	MEDIO	2		MEDIO	2		BAJO	1	
SUMA		4			5			2	
PROMEDIO		3			3			3	

NIVELES	PTS
ALTO	3
MEDIO	2
BAJO	1

3.6.1. Resumen del POAM

RESUMEN ANÁLISIS	PAÍS 1		PAÍS 2		PAÍS 3	
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
FACTORES POLÍTICOS/LEGALES	1,5	2	2	1	1,5	2
FACTORES ECONÓMICOS	1,5	2	2	1	2,5	2
FACTORES SOCIO-CULTURALES	2	1,66	3	2	2	1,66
FACTORES DEMOGRÁFICOS	3	0	3	0	3	0
TOTAL	8	5,66	10	4	9	5,66
Diferencia	2,34		6		3,34	

Fuente: Investigación realizada

Elaborado por: Autora

3.6.2. Análisis del POAM

En la siguiente tabla se presentan los promedios de los tres países que estamos estudiando, en la que se aplicó la técnica de la semaforización y se tomó en cuenta el color verde que corresponde a una buena oportunidad de negocio, el color amarillo a una oportunidad media, el color vino tinto a una baja oportunidad de negocio definiendo un mercado en el cual es riesgoso incursionar. Cabe recalcar que se ha tomado una escala de tres números siendo 1 el puntaje más bajo, 2 puntaje medio y 3 un puntaje alto.

Para determinar un país se realizó el cálculo sumando los resultados de oportunidades y amenazas de los factores políticos-legales, económicos, socioculturales y demográficos, una vez obtenido las sumatorias totales se restan los valores de las oportunidades con las amenazas obteniendo un resultado de que país es el más óptimo para incursionar.

De acuerdo a los análisis de los factores externos que se realizó en el Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio (POAM), se pudo concluir que el país que brinda una mejor oportunidad de negocio es Alemania con un 6%; siendo el porcentaje más elevado, seguido de Luxemburgo con un 3,34% y Suiza con un 2,34%. Mediante estos resultados se pudo determinar que la producción ecuatoriana de rosas frescas por parte de la Florícola The North Flowers será destinada al mercado alemán ya que se identifica como un mercado competitivo la realizar nuestra negociación.

Cabe mencionar que Alemania otorga al Ecuador preferencias arancelarias y en algunos casos la exoneración total de tributos, generando precios bajos y competitivos en el mercado. Alemania es un mercado atractivo para el ingreso de nuevos productos; por ende se caracteriza por ser una economía que es mayormente importadora que exportadora de rosas frescas. Es así que se ha optado por negociar con este país sin dejar de lado las oportunidades que generan los demás países que son Suiza y Luxemburgo.

3.7. ANÁLISIS DEL MERCADO ALEMÁN

Culminado el plan de recolección de la información, se realizara el plan de procesamiento en el cual se analiza e interpreta los datos recolectados, como también la información más elemental que servirá como base para el desarrollo de la investigación.

De acuerdo a lo indagado anteriormente se identifica las empresas alemanas importadoras de rosas frescas que se encuentran en la ciudad de Frankfurt, siendo esta una de las ciudades con mayor población de Alemania y alto poder adquisitivo de Europa.

Tabla 42. Mayoristas importadores de Alemania de la partida 060311

EMPRESAS MAYORISTAS DE FRANKFURT			
1.	N.L	Chrestensen	Erfuter Samen-und Pflanzenzucht GmbH.
2.	Otto ON'S Industry Germany e.K		

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Autora

En Alemania existen alrededor de 400 mayoristas de los cuales dos grandes de estas empresas importadoras se encuentran situadas en Frankfurt, estas son las encargadas de distribuir las rosas frescas a floristerías, jardinerías y viveros, centros de venta para jardines, mercados, supermercados etc.

Tabla 43. Top-ten de las empresas importadoras de rosas frescas ubicadas en Frankfurt

EMPRESAS UBICADAS EN FRANKFURT	
1.	BLUMEN MINICUCI
2.	PUNTO CERO GERMANY GMBH
3.	IRIS FLOWERPOER
4.	RADUGA JEY MARKET
5.	FLORIPAC
6.	STRALENER
7.	BLUTENPRACHT
8.	EXOCTIC GARDEN
9.	MORGENTAU FLORISTIK
10.	DIREKT FLOWERS UGCCG DE GMHB COOLCHAIN GROUP

Fuente: COBUS

Elaborado por: Autora

En la tabla se muestra las principales empresas importadoras de la partida 060311 se encuentran en esta ciudad alemán porque cuenta con uno de los principales aeropuertos más importantes de Europa. Facilitando el traslado de la mercancía a sus instalaciones para ser puestas a la venta de manera ágil y oportuna minimizando costos.

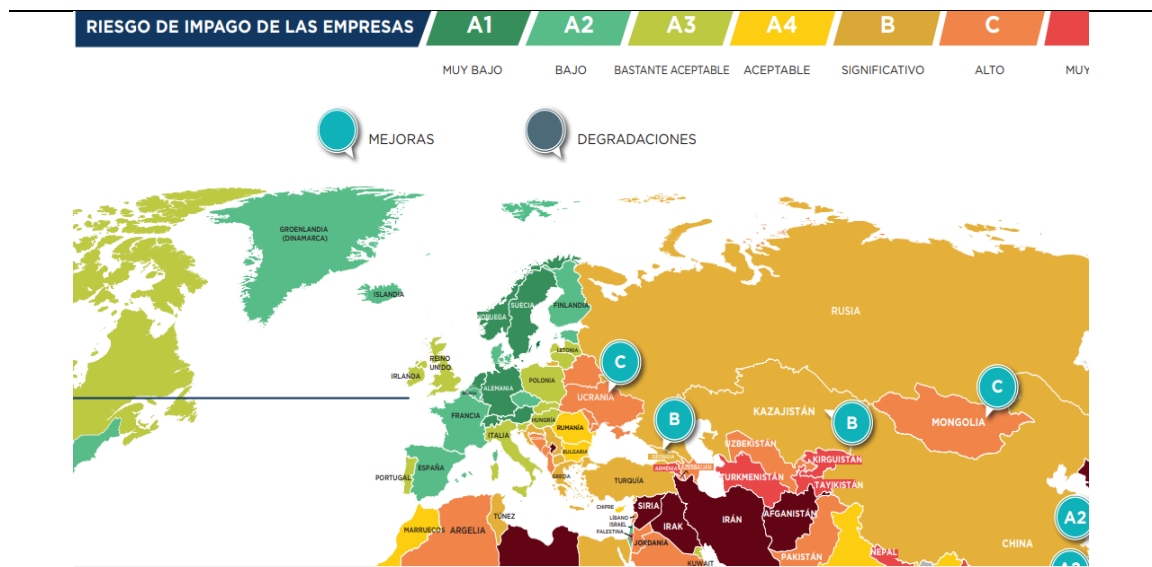
Tabla 44. Riesgo País

Riesgo País Alemania

Alemania sigue presentando indicadores positivos, la situación política y económica es muy estable e influye de forma favorable en el comportamiento de pago de las empresas, en general, la probabilidad de impago es muy débil.

Clasificación: A1

Año: 2018



Fuente: Coface

Elaborado por: Autora

3.7.1. Perfil de Consumidor alemán

El portal Santander Trade (2018) menciona que:

“Alemania es la cuarta economía mundial y aporta más del 20% del PIB de la Unión Europea, este país constituye el mayor mercado de consumidores de Europa tanto en tamaño poblacional como poder adquisitivo, es así que cuentan con un nivel de vida elevado llevando consigo a que la ciudadanía alemana compre productos de marca y también con descuentos sin embargo los factores de precios y calidad son relevantes. Los alemanes se preocupan cada vez más de los impactos medioambientales de los productos que adquieren”.

Es importante mencionar que la población alemana tiene la costumbre de comprar por catálogo es decir que se les facilita hacerlo de manera virtual por cuanto encuentran lo que necesitan y lo adquieren mediante un solo clic.

3.7.2. Como ingresar a mercados internacionales

Las compañías exportadoras que desean expandir sus operaciones hacia el extranjero deben saber elegir la forma de ingreso en los mercados internacionales, la correcta elección de la forma de entrada mejorara los ingresos y la capacidad de negociación. Para (Estrada. H & Estrada. C, 2013), existen cinco maneras de ingresar a mercados externos las cuales se detallan a continuación.

3.7.2.1. La exportación Indirecta

La empresa vende sus productos en los mercados internacionales a través de otras empresas, es decir que no vende directamente sino por medio de agencias e intermediarios, es decir que la actividad no lo realizan los fabricantes, sino que se encarga a otras personas o empresas la exportación del producto y existen dos apartados los intermediarios independientes como comerciante exportador, distribuidor, comisionista de exportación y el agente, también existe otro mecanismo que es las agencias de trading.

3.7.2.2. La exportación Directa

Es cuando el fabricante- productor controla o supervisa cada fase de exportación es decir desde el lugar de producción hasta el último puerto de distribución en el territorio externo, es aplicada cuando la empresa reconoce la importancia de un mercado, sus ventas están mejorando, cuando se cuenta los recursos necesarios, cuando los directivos quieren conocer y controlar directamente el mercado, esto implica un mayor nivel de compromiso y se garantiza a los clientes una mayor seguridad en los servicios posventa. Se presenta en tres formas la venta directa, la venta a través de agentes o distribuidores y la venta a través de sus propias agencias, subsidiarias o sucursales.

3.7.2.3. La exportación Concertada

Se da cuando no se conoce el mercado exterior, no conoce a los importadores, se tiene desconocimiento de cómo funciona los negocios, las técnicas de venta y la cultura, es preferible ingresar por medio de otras compañías que ya tengan experiencia en esos mercados. Existen varias formas de ingreso entre ellas las estrategias de piggyback, consorcios de exportación y Joint ventures.

3.7.2.4.Exportación Compensada

Es una nueva estrategia de marketing internacional y las formas de exportación compensada son el trueque, la compensación, la contracompra, la retrocompra, el switching, los acuerdos de clearing y el offset.

3.7.2.5. La exportación Productiva

Se refiere a la producción de nuestros artículos producidos en los mercados de destino, si se vuelve difícil e imposible entrar a cierto mercado la mejor opción es buscar una empresa que esté dispuesta a fabricar nuestros productos en ese país, de esta manera compartir el mercado y las utilidades. Esta exportación se realiza a través de licencias de fabricación, las subcontratación industrial y la producción en mercados exteriores.

Una vez que se ha identificado las formas de ingresar a mercados internacionales se deduce que la empresa ingresa con la exportación indirecta mediante el mecanismo de agente de exportación debido a que es una persona natural o jurídica que realiza operaciones y gestiona negocios con los clientes que se encuentran en el exterior y la remuneración es una comisión que gana por las ventas efectuadas por el exportador.

(Estrada. H & Estrada. C, 2013) Mencionan que las ventajas y desventajas al usar un agente de exportación, en cuanto a las ventajas el fabricante-productor evita crear un departamento de exportación con sus respectivos costos, por otra parte evita la inversión de capital en investigación, estudios de mercado, viajes al exterior, infraestructura organizativa, etc. Las desventajas es el costo elevado de agente ya es generalmente elevado, el exportador no tiene contacto directo con el cliente. (pág.104)

3.7.3. Competencia internacional

Tabla 45. Principales competidores de la partida 06031100 en el mercado alemán

Países Proveedores	Año 2015		Año 2016		Año 2017	
	Cantidad importada (Ton)	Valor importado	Cantidad importada (Ton)	Valor importado	Cantidad importada (Ton)	Valor importado
Colombia	36.253	309.360	29.915	333.940	23.577	340.967
Guatemala	1.103	9.412	1.088	10.506	1.073	10.047
México	853	7.283	708	6.652	563	6.314
Kenya	785	6.695	846	5.305	907	5.297

Análisis:

De acuerdo con los datos que se obtuvo, se identifica que Colombia es el principal competidor en el mercado alemán ocupando un 58,83% referente a la venta de rosas frescas con la partida (060311) en los últimos años, ocupando el 41% los países restantes que se observan en la tabla.

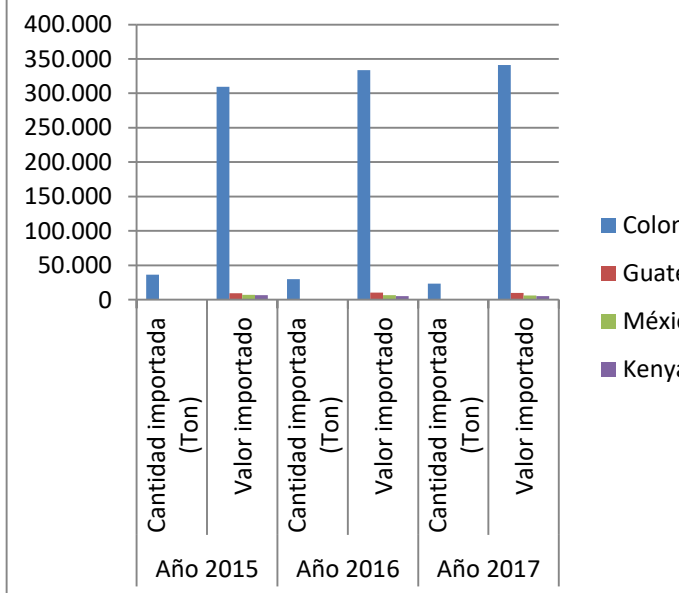


Gráfico 10. Principales competidores en el mercado alemán

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Autora

3.7.4. Exportaciones de Alemania

Tabla 46. Principales destinos de exportaciones de Alemania de la partida 06031100

Mercado destino	Año 2015		Año 2016		Año 2017	
	Cantidad expor. (Ton)	Valor exportado	Cantidad exportada (Ton)	Valor exportado	Cantidad exportada (Ton)	Valor expor.
Canadá	1.477	9.017	1.413	7.797	1.349	8.672
Corea	4	0	4	20	4	38
Bahamas	2	13	2	8	2	14
Japón	3	0	2	11	2	4

Análisis:

De acuerdo con los datos que se obtuvo, se identifica que Canadá es el principal país comprador desde Alemania de rosas ocupando un 99,43% con la partida (060311) esto en los últimos años, los demás países restantes que se observan en la tabla solo ocupan un 0,57%.

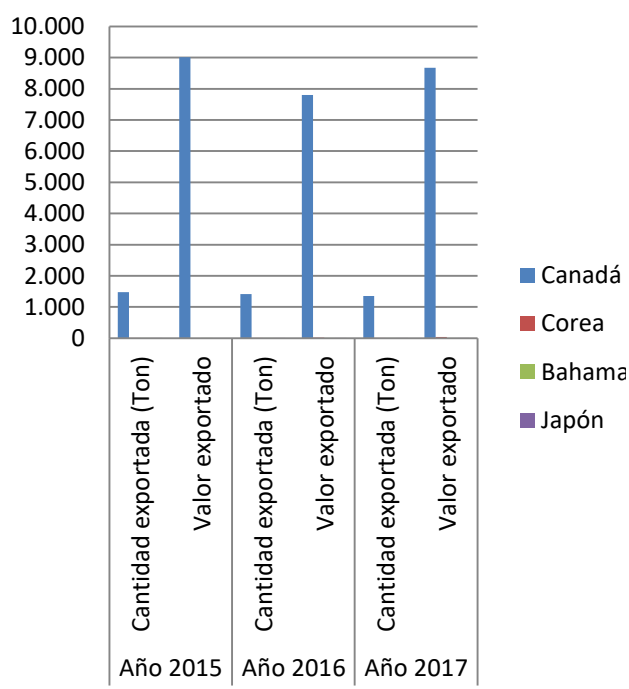


Gráfico 11. Principales destinos de exportación de Alemania de rosas frescas

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Autora

3.7.5. Barreras no arancelarias para la exportación de rosas frescas a Alemania

Los países ponen barreras no arancelarias a las importaciones con el fin de proteger sus industrias y economías y Alemania no es la excepción este país implanta dos tipos de barreras no arancelarias que a continuación se detallan.

3.7.5.1. Barreras sanitarias

Las barreras sanitarias, su principal objetivo es el ingreso a los productos que no cumplan con las garantías necesarias y de este modo proteger la salud de la población, sino se cumple con lo que implanta el país de destino el producto no puede ingresar.

3.7.5.2. Barreras Técnicas

Las barreras técnicas también impiden el ingreso del producto si no se cumplen, estas son basadas en aspectos técnicos y comprende el establecimiento de permisos o licencias de importación, restricciones por procedimientos aduaneros, medidas de normalización, estos son las principales restricciones que deben enfrentar los exportadores.

Requisitos de etiquetado, empaque y embalaje

Para realizar la exportación de rosas hacia Estados Unidos las florícolas deben cumplir con ciertos requisitos como:

3.7.5.2.1. Etiquetado

Las etiquetas de las cajas que contienen a las rosas se pueden encontrar de diferentes tipos y estos son emitidos por la SENAE y Agrocalidad.

Las etiquetas emitidas por el SENAE, se pegan en las cajas y sirven para ser asociadas a una declaración aduanera de exportación (DAE), se deben imprimir en formatos establecidos y contiene información como número de refrendo, el logotipo de la aduana del Ecuador y un código de barras que es identificado al momento de ingresar a zona primaria asociando al destino que corresponda.

Esta etiqueta debe contener y cumplir con los siguientes parámetros:

1. Tener el logotipo de la aduana.
2. La etiqueta debe medir 10cm de largo por 10cm de ancho.
3. El código de barras debe medir 1cm de alto por 6cm de ancho como mínimo.
4. Debe tener el número de refrendo sin guiones, 17 números.
5. Debe contener el país de destino.
6. La etiqueta debe estar colocada en la parte frontal de la caja. (SENAE)

Las etiquetas emitidas por Agrocalidad, también son utilizadas en las cajas de exportación de rosas, estas deben tener el código de exportador que se asigna al momento de registrarse en el sistema de Agrocalidad, esta etiqueta debe contener el nombre del exportador, fecha de

impresión, hora, RUC, cabe recalcar que la etiqueta al ser puesta en la florícola no la exenta a de la revisión en zona primaria por el personal de Agrocalidad, mismos que certifican la calidad y condiciones necesarias del producto.

3.7.5.2.2. Empaque

Para un adecuado proceso de empaque, las rosas pueden ser empacadas en cajas de diferentes denominaciones, están pueden ser FULL, HALF y QUARTER, sus medidas varían de acuerdo al tipo de caja que se utiliza sin embargo la que la florícola utiliza es la siguiente:

HALF

Sus medidas son 104cm de largo por 25cm de alto por 25cm de ancho, en este tipo de cajas se pueden empacar 8 bonches o 200 rosas ya que cada bonche está compuesto por 25 tallos de rosas. (Vega, 2017).

3.7.5.2.3. Embalaje

Las rosas posterior al ser empacadas en bonches con láminas de cartón corrugado, serán cubiertas con una tapa de cartón y enzunchadas en decir agrupadas y sujetas con un liga o plástico resistente, para posterior ser trasladadas a los cuartos fríos hasta que se inicie el proceso logístico.

Tomando en consideración todos estos puntos podemos manifestar que en Alemania existen alrededor de 400 negocios mayoristas de flores, es decir estas son las encargadas de abastecer las flores a negocios minoristas los clientes principales son negocios de plantas, empresas de jardinería con venta de flores, supermercados, venta callejera, entre otros.

3.8. ANÁLISIS SITUACIONAL ECUADOR

3.8.1. Factores socio-económicos

Tabla 47. Ficha técnica del Ecuador



Población	16.529.000 (2016)
Crecimiento poblacional	1,5% (2016)
Capital	Quito
Principales ciudades	Guayaquil, Quito, Cuenca, Santo Domingo, Ambato, Portoviejo, Machala, Duran, Manta, Riobamba, Loja, Esmeraldas, Ibarra, Quevedo, Milagro, Babahoyo, Santa Elena.
PIB Per Cápita	5.968,98 USD (2016)
Crecimiento PIB	-1,5% cambio anual (2016)
Riesgo país	753 puntos (2016)
Moneda oficial	Dólar
Tasa de inflación anual	-0,20% (diciembre 2017)
Salario unificado nominal	386 dólares (2017)
Tasa de variación PIB trimestral	
Agricultura	0,3% (2016)
Explotación de minas	-0,4% (2016)
Manufactura (sin refinación de petróleo)	1,7% (2016)
Construcción	0,2% (2016)
Comercio	2,3% (2016)
Administración Pública	0,7% (2016)

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Autora

3.8.2. Análisis Mercado- Producto Ecuador

Características de las rosas

Está en el grupo de las flores, las rosas pertenecen al grupo de las rosáceas, se encuentra gran variedad de especies éstas pueden llegar a tener una altura de 2 a 5 metros, se producen en varios países del mundo sin embargo las rosas ecuatorianas poseen ciertas características distintas que les hace destacarse de las del resto del mundo dicho factor conlleva que en la actualidad sean comercializadas con gran aceptación en mercados externos, por poseer las siguientes características, sus flores son muy atractivas, poseen en sus botones una gran cantidad de pétalos, son de múltiples colores, su uso es variado y son de calidad por cuanto se producen en un suelo fértil y con condiciones climáticas adecuadas.

Tabla 48. Ficha técnica de las rosas


	
Nombre científico	Rosa
Nombre comercial	Rosa o rosal
Partida arancelaria	0603.11.00.00
Sección II	PRODUCTOS DEL REINO VEGETAL
Capítulo 6	Plantas vivas y productos de la floricultura
Partida Sistema Armonizado: 0603	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.
Sub-partida Sistema Armonizado: 060311	Rosas
Sub-partida Nandina	0603.11.00
Descripción TNAN: 0603.11.00.00, 0603.11.00.03	Rosas, las demás (rosas frescas cortadas). Solo para las exportaciones según resolución no.009-2015 del comité ejecutivo del COMEX.

Fuente: SENAE, COMEX

Elaborado por: Autora

3.8.3. Usos de la rosa

Tabla 49. Uso y producción de las rosas

USOS DE LAS ROSAS	
<ul style="list-style-type: none"> • Para decoración. • Arreglos florales. • Se utilizan en perfumes. • En la elaboración de productos comestibles como mermeladas. 	
Proceso de producción	
Siembra	<ul style="list-style-type: none"> • Preparación del suelo. • Adecuación de infraestructura. • Siembra de semilla.
Cultivo	<ul style="list-style-type: none"> • Riego. • Fumigación.
Cosecha	<ul style="list-style-type: none"> • Corte. • Selección por tamaño.
Pos-cosecha	<ul style="list-style-type: none"> • Hidratación • Desojado. • Protección del botón.
Selección y clasificación	<ul style="list-style-type: none"> • Selección por tamaño. • Clasificación por tipo. • Empaque. • Embalaje.

Fuente: Empresa The North Flowers

Elaborado por: Autora

ESTUDIO TÉCNICO

Macro localización

Las condiciones de luminosidad y el clima favorecen a la región sierra para la producción y cosecha de cierto tipo de flores entre ellas las rosas mismas que son cultivadas en provincias como Pichincha, Cotopaxi, Cayambe, Azuay, Imbabura, Cañar, el Carchi, Loja y en parte de la costa ecuatoriana. A continuación se cita el porcentaje total de producción de rosas por provincia.

Tabla 50. Provincias productoras de rosas

PROVINCIA	PORCENTAJE TOTAL DE PRODUCCIÓN DE ROSAS POR PROVINCIA
Pichincha	41,7%
Cotopaxi	84,4%
Azuay	5,11%
Guayas	1,5%
Imbabura	68,8%
Cañar	63,4%
Chimborazo	37,5%
Loja	20%
Carchi	46,8%

Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Autora

Micro localización

La empresa se encuentra ubicada en la provincia del Carchi, cantón Bolívar, precisamente en el sector de Cuesaca mismo que es óptimo debido a que se cuenta con una zona con suelos apropiada para el cultivo y producción de rosas frescas.

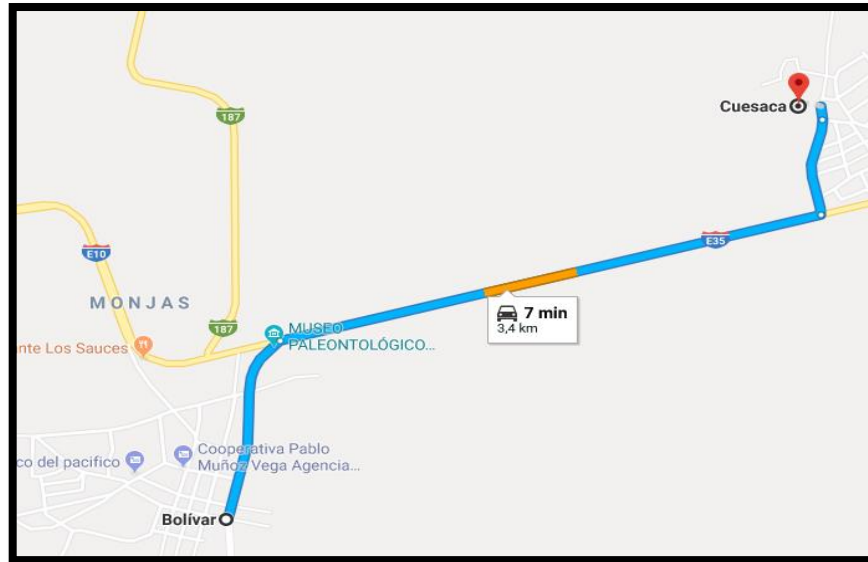


Gráfico 12. Mapa de ubicación

Fuente: Google maps

Elaborado por: Autora

Tamaño de la empresa

La empresa actualmente cuenta con 40 hectáreas de producción necesarias para la fabricación de rosas frescas, además las instalaciones de área administrativa y operaria, cabe mencionar que la empresa se encuentra abasteciendo a mercados locales e internacionales con lo que se pretende expandir las áreas de producción.

Distribución física de la empresa

El espacio físico de la empresa está diseñado de acuerdo a las necesidades requeridas para almacenar la materia prima, producir y almacenar las rosas frescas, cuenta con áreas administrativas como la gerencia general, secretaria, departamento financiero – ventas entre otros espacios.



Gráfico 13. Distribución física de la empresa

Fuente: Empresa The North Flowers

Elaborado por: Autora

Conformación administrativa de la empresa

Sector o industria a la que pertenece la empresa



Gráfico 14. Logotipo

Fuente: Florícola The North Flowers

La empresa The North Flowers pertenece al sector floricultor, cabe mencionar que actualmente existen muchas empresas que se reparten el mercado sea este local, nacional e internacional con la misma variedad de oferta, la diferencia está basada en la calidad, el servicio y el precio.

En el Ecuador existen 148 florícolas dedicadas exclusivamente a la producción de flores y aproximadamente cerca de 452 empresas entre no asociadas y dedicadas a la producción de esta actividad y se encuentran distribuidos en distintas zonas del país.

Las florícolas se diferencian por el volumen de ventas, calidad, precio, servicio y fortalezas interna y son competencia de The North Flowers directa e indirectamente, puesto que en el mercado florícola no se puede hablar de una competencia cerrada sino abierta en donde quien abarca más mercado es quien posee un equipo de ventas eficiente y desde luego quien brinde el cien por ciento de calidad en sus variedades de flores.

Misión

Somos una empresa florícola que cuenta con el mejor recurso humano, altos estándares de calidad y excelencia en el servicio, requeridos por los mercados internacionales, generando satisfacción de los clientes y accionistas.

Visión

Ser el grupo floricultor líder en calidad, variedad y servicio del país, con una marca reconocida a nivel internacional. Incorporando tecnología que mejore la producción y conservación del medio ambiente.

Organigrama

El organigrama nos indica cómo se encuentra la compañía jerárquicamente, la florícola cuenta con varios departamentos que se encargan de coordinarse y funcionar entre sí para poder llevar a cabo las actividades de producción y comercialización de flores entre ellas las rosas frescas producto con más exportación.

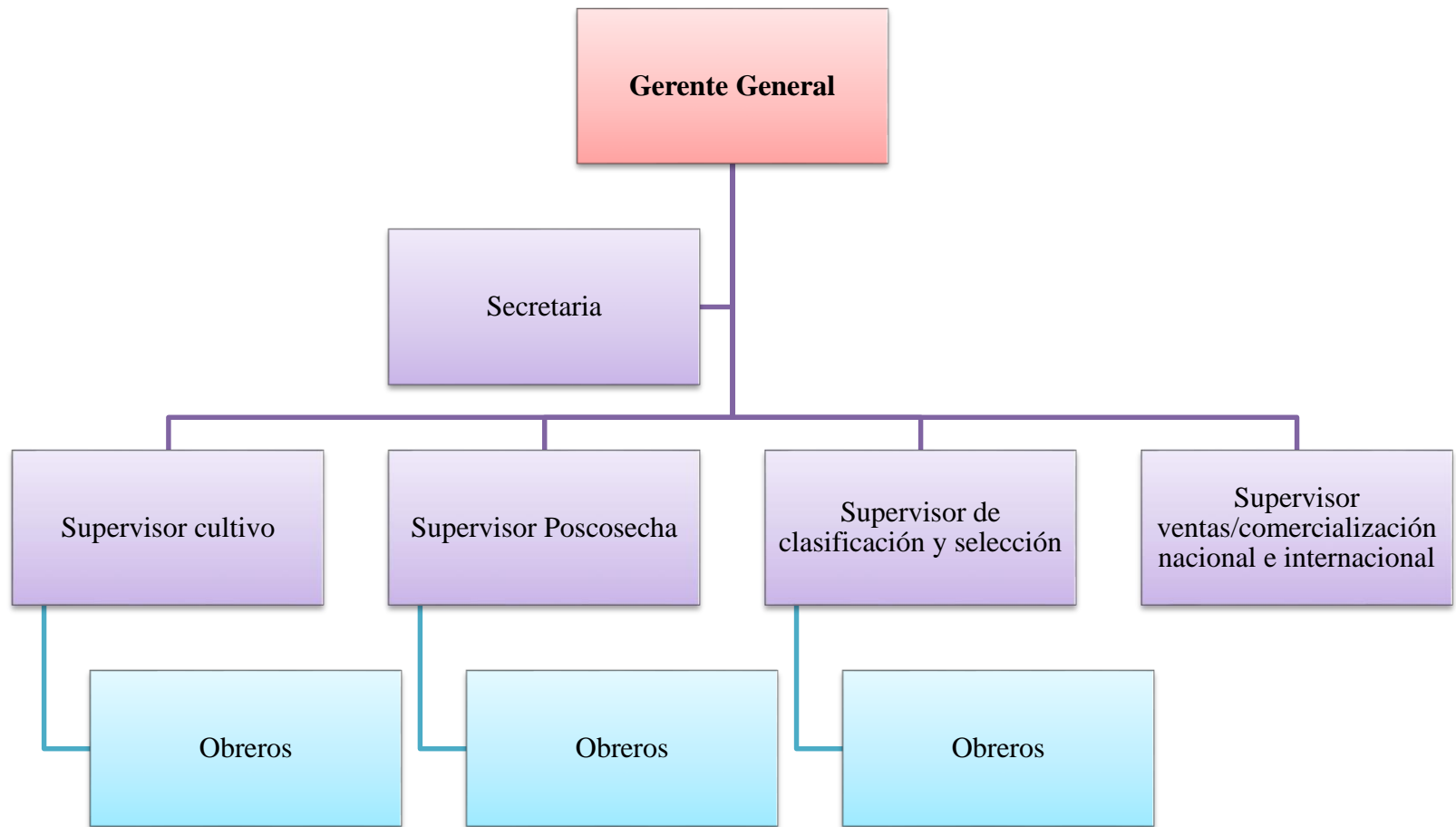


Gráfico 15. Organigrama The North Flowers
Fuente: Investigación

Mapa de procesos de la empresa

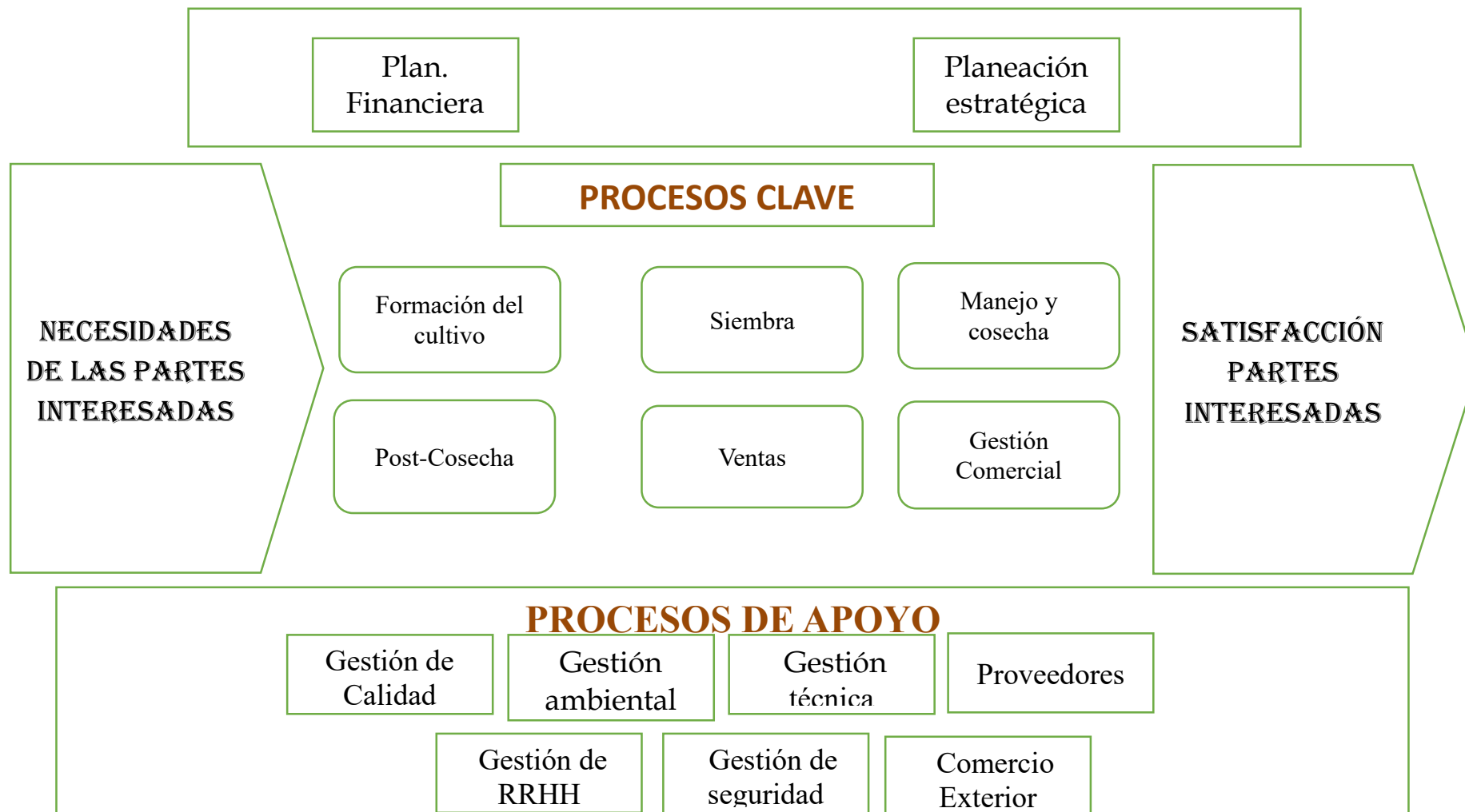


Gráfico 16. Mapa de procesos de la florícola.
Fuente: Investigación

Manual de funciones

Tabla 51. Manual de funciones Gerente

CARGO DEL PERIODO

1. Identificación	
Nivel jerárquico:	Directivo
Denominación del empleo:	Gerente
Número de cargos:	01
Dependencia:	Despacho del director
Cargo del jefe inmediato:	Ninguno

2. Propósito principal	
Cumplir con lo establecido en los estatutos y reglamentos que manejan en la empresa The North Flowers.	

3. Descripción de funciones esenciales	
<ol style="list-style-type: none">1. Alcanzar los objetivos y metas deseadas por la empresa.2. Planear, organizar, dirigir y controlar las actividades administrativas y operativas de la florícola.3. Maximizar utilidades de la empresa.	

4. Requisitos de estudio y experiencia	
Estudios	Experiencia
<ol style="list-style-type: none">1. Título en la rama de comercio exterior, negociación comercial internacional o administración de empresas.2. Título de postgrado en la modalidad de especialización en mercadeo o afines.	Cumplir con tres años de experiencia mínimo en el campo laboral.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Tabla 52. Manual de funciones de secretaria ejecutiva

CARGO DEL PERIODO

1. Identificación	
Nivel jerárquico:	Asistencial
Denominación del empleo:	Secretaria
Número de cargos:	01
Dependencia:	Directivos
Cargo del jefe inmediato:	Gerente
2. Propósito principal	
Manejar el orden y registro de la documentación de la empresa, llevar agenda diaria del Gerente General y brindar a los usuarios atención e información oportuna.	
3. Descripción de funciones esenciales	
<ol style="list-style-type: none">1. Redactar informes, oficios, circulares, memos o cualquier documentación que maneje la empresa de manera interna y externa.2. Revisar y llevar control de los archivos y documentos que ingresan y salen de la empresa.3. Mantener actualizado el directorio telefónico de la cartera de clientes de la empresa.4. Realizar las convocatorias de las reuniones llevadas a cabo en la empresa.	
4. Requisitos de estudio y experiencia	
Estudios	Experiencia
<ol style="list-style-type: none">1. Bachiller en Contabilidad2. Estudios superiores mínimo cumplido el tercer nivel de la carrera de Administración de Empresas o similares.	<ol style="list-style-type: none">Cumplir con dos años de experienciamínimo en el campo laboral. Edad entre 25 y 40 años.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Tabla 53. Manual de funciones del supervisor de cultivo

CARGO DEL PERIODO

1. Identificación	
Nivel jerárquico:	Supervisión
Denominación del empleo:	Supervisor Cultivo
Dependencia:	Directivos
Cargo del jefe inmediato:	Gerente
2. Propósito principal	
Lograr un alto nivel de calidad en las flores que se producen mediante el enfoque en mejora continua.	
3. Descripción de funciones esenciales	
<ol style="list-style-type: none">1. Supervisar el proceso de cultivo.2. Supervisar el proceso de mantenimiento.3. Asegurar el adecuado proceso de registro de las diferentes semillas a cultivar.4. Asegurar el cumplimiento de las políticas del ambiente y seguridad.	
5. Requisitos de estudio y experiencia	
Estudios	Experiencia
Licenciatura en ciencias agrícolas	Cumplir con dos años de experiencia mínimo en el campo laboral en manejo de cultivo.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Tabla 54. Manual de funciones del supervisor de pos-cosecha

CARGO DEL PERIODO

1. Identificación	
Nivel jerárquico:	Supervisión
Denominación del empleo:	Supervisor Pos-cosecha
Dependencia:	Directivos

Cargo del jefe inmediato:	Gerente
2. Propósito principal	
Coordinar las labores de producción y operaciones llevadas a cabo en el proceso productivo de la empresa.	
3. Descripción de funciones esenciales	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Planear, coordinar, asignar y supervisar las labores de los trabajadores bajo su cargo. 2. Establecer a los empleados bajo su coordinación los procedimientos para el desarrollo de las actividades relacionadas con el aprovechamiento agrícola. 3. Proveer de los suministros necesarios y equipos requeridos a los trabajadores para el desarrollo de sus actividades. 4. Preparar y presentar informes, atender y presentar soluciones de los problemas que surjan en el desarrollo del trabajo. 5. Vigilar el lugar de trabajo e instalaciones para cumplir con las normas de higiene y seguridad laboral. 	
4. Requisitos de estudio y experiencia	
Estudios	Experiencia
Licenciatura en ciencias agrícolas. Ingeniero Agrónomo.	Cumplir con dos años de experiencia mínimo en el campo laboral.

Fuente: Investigación
Elaborado por: Autora

Tabla 55. Manual de funciones del supervisor de clasificación y selección de las rosas

CARGO DEL PERIODO	
1. Identificación	
Nivel jerárquico:	Supervisión
Denominación del empleo:	Supervisor de clasificación y selección
Dependencia:	Directivos
Cargo del jefe inmediato:	Gerente
2. Propósito principal	
Inspeccionar que las rosas de exportación y comercialización interna estén en las mejores condiciones y clasificadas por tamaño de botón y tallo.	

3. Descripción de funciones esenciales

1. Debe verificar la calidad, cantidad, tipo sobre la flor que ingresa al cuarto frío.
2. Supervisar a sus subordinados.
3. Verificar si las flores se encuentran en el tiempo necesario de hidratación una vez cosechadas.
4. Verificar la limpieza de los recipientes donde están almacenadas.

4. Requisitos de estudio y experiencia

Estudios	Experiencia
Licenciatura en ciencias agrícolas.	Cumplir con dos años de experiencia
Ingeniero Agrónomo.	mínimo en el campo laboral.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Tabla 56. Manual de funciones del supervisor de Ventas

CARGO DEL PERIODO

1. Identificación

Nivel jerárquico:	Supervisión
Denominación del empleo:	Supervisor de Ventas-Comercialización
Dependencia:	Directivos
Cargo del jefe inmediato:	Gerente

2. Propósito principal

Coordinar de manera oportuna y adecuada las operaciones de comercialización de las rosas frescas en el ámbito local e internacional.

3. Descripción de funciones esenciales

1. Planear, organizar, controlar las operaciones de ventas para ampliar la participación en el mercado local e internacional.
 2. Elaborar planes de exportación- comercialización.
 3. Manejar cartera de clientes.
 4. Generar informes y reportes al gerente de las ventas realizadas mensualmente.
-

4. Requisitos de estudio y experiencia	
Estudios	Experiencia
1. Licenciatura o cursos con certificaciones en Ingles.	Cumplir con dos años de experiencia mínimo en el campo laboral.
2. Título profesional en carreras como Administración de Empresas, Comercio Exterior y afines.	
3. Cursos o capacitaciones en el área de Comercio Internacional o Administración de Empresas.	

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Tabla 57. Manual de funciones de los obreros

CARGO DEL PERIODO	
1. Identificación	
Nivel jerárquico:	Operario
Denominación del empleo:	Obreros
Cargo del jefe inmediato:	Supervisores de los demás departamentos.
2. Propósito principal	
Ejecutar los procesos designados de manera oportuna y responsable cumpliendo con las normas de control y calidad establecidos en la empresa.	
3. Descripción de funciones esenciales	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar actividades de selección de semilla. 2. Cumplir con el proceso productivo de manera eficaz y eficiente. 3. Dar mantenimiento a las hectáreas de producción. 4. Cortar los tallos con precaución y llevarlos a zona de clasificación y selección. 5. Preparar los bonches de acuerdo a tamaños, tipo y color de las rosas para ser almacenados. 6. Manejo de cuarto frio. 	

4. Requisitos de estudio y experiencia

Estudios	Experiencia
1. Capacitación en el área.	Cumplir con dos años de experiencia
2. Título de bachiller.	mínimo en el campo laboral.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Logotipo de la empresa



Gráfico 17. Logotipo

Fuente: Empresa The North Flowers

Hoy en día la florícola The North Flowers tiene una buena aceptación en el mercado local e internacional, por brindar rosas de buena calidad, variedad con colores vistosos y botones frondosos. Lo que identifica a la florícola es su lema el cual es “flor de la vida”.

CÁLCULOS Y PROYECCIONES DE ESTUDIO

ESTUDIO DE MERCADO

Para (Huerta, 2016) “es un conjunto de acciones sistematizadas para aportar datos que determinan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda de los consumidores”.

Es decir que el estudio de mercado nos permite determinar cuál es el consumo nacional aparente de un país, así mismo conocer cuál ha sido históricamente el comportamiento de la demanda y que proyección se espera.

Obtenido el déficit en kilogramos por habitante es necesario multiplicar el resultado obtenido por la población objeto de estudio como es la ciudad de Frankfurt – Alemania, teniendo en cuenta que los consumidores o compradores potenciales se ubican en este lugar ya que las empresas importadoras abastecen al mercado local.

Tabla 58. Demanda insatisfecha

AÑO	PRODUCCION. N. TN	IMP. TN	EXPO. TN	CNA	POBLACION ALEMANIA	CONSUMO PERCAPITA KG		DÉFICIT DE CONSUMO KG	POBLACION DE FRANKFURT	DEFICIT TOTAL EN KG	DEMANDA INSATISFECHA EN TN	KG	COBERTURA	
						REAL	RECOMENDADO IMSS ANUAL						TN	PORCENTAJE
2013	0	172.520	5.002	167.518	80.645.605	2,08	7,8	5,72	687.774	3935985	3.936	9.548,4	9,548	
2014	0	188.013	5.033	182.980	80.982.500	2,26	7,8	5,54	701.350	3885829	3.886	11.458,1	11,458	
2015	0	182.494	5.361	177.133	81.686.611	2,17	7,8	5,63	717.624	4041338	4.041	13.367,8	13,368	
2016	0	185.299	4.856	180.443	82.667.685	2,18	7,8	5,62	732.099	4112384	4.112	14.513,6	14,514	
2017	0	182.535	4.618	177.917	81.299.878	2,19	7,8	5,61	747.024	4191999	4.192	15.277,5	15,278	
2018	0	179.771	4.691	182.677	82.354.575	2,24	7,8	5,56	761.949	4236438	4.236	17.187,2	17,187	0,41%
2019	0	177.007	4.596	184.503	82.653.948	2,23	7,8	5,57	776.874	4327190	4.327	18.638,6	18,639	0,43%
2020	0	174.243	4.502	186.329	82.953.321	2,25	7,8	5,55	791.799	4394486	4.394	20.089,9	20,090	0,46%
2021	0	171.479	4.407	188.155	83.252.694	2,26	7,8	5,54	806.724	4469253	4.469	21.541,3	21,541	0,48%
2022	0	168.715	4.313	189.981	83.552.067	2,27	7,8	5,53	821.649	4543721	4.544	22.992,6	22,993	0,51%

FUENTE: Investigación

ELABORADO POR: Autora

ESTUDIO FINANCIERO

Para realizar la exportación de rosas frescas desde la provincia de Bolívar hacia el mercado alemán es necesario detallar la información del producto, la partida arancelaria y la unidad comercial.

Tabla 59. Información del producto

Nombre técnico o comercial del producto	Flores y capullo, cortadas para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.
Posición arancelaria en el país exportador	0603110000
Posición arancelaria en el país importador	0603110000
Unidad comercial de venta	Caja de cartón
Moneda de transacción.	Usd
Valor Ex W de la unidad comercial.	42,96

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Información del embarque

Se detalla el país de origen y destino, el número estimado de unidades comerciales por embarque mensualmente, el tipo de embalaje que se va utilizar son las cajas de cartón las cuales están compuesto por 10 unidades es decir que cada uno de los bonches va estar compuesto por 25 tallos, además la unidad de carga son los pallets ya que él envió se hace por vía aérea.

Tabla 60. Información embarque

País de origen	Ecuador
Ciudad de punto de embarque	QUITO
País de destino	ALEMANIA
Ciudad de punto de destino	FRANKFURT
Nº de unidades comerciales por embarque	1260,00
Valor inicial del embarque (EXW)	54129
Tipo de embalaje	Caja
Tipo de unidad de carga	Pallets
Nº total de embalajes	504
Nº total de unidades de carga	21

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Cálculo del Cubicaje

Se toma en consideración las medidas de la caja donde serán transportadas las rosas y las medidas de la unidad de carga que este caso son los pallets, dicha referencias nos sirven para el cálculo respectivo y saber cuántas cajas pueden alcanzar en un pallet.

Tabla 61. Cubicaje

	CÁLCULO DE CUBICAJE	MEDIDAS DE LA CAJA	MEDIDAS DEL PALLET
	Nº de unidades	1	1
	Largo mts	1	1,2
MATRIZ DE MEDIDAS CAJAS/PALLETS	Alto mts	0,35	2,25
	Ancho mts	0,25	1
	volumen total del embarque m ³	0,0875	2,7
	Peso por unidad kg	2,5	2,5
	Peso total del embarque ton	0,003	0,003

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Para realizar este cálculo es necesario conocer las medidas de la caja y de los pallets a utilizar, estableciendo así cual es la capacidad de apilamiento. El contenido de cada caja es de 10 bonches y estos compuestos por 25 tallos, con el cálculo se observa que cada pallet está en la capacidad de apilar 24 cajas por cada pallet. Esta descripción señala que se va a apilar de manera que alcance 6 cajas a lo alto y 4 cajas a lo ancho.

Tabla 62. Cálculo de Pallets

PALLETS	CÁLCULO DE CUBICAJE	EMBALAJE/CAJA	UNIDAD DE CARGA	ESTIMACIÓN POR ESPACIO
	Nº de unidades	1	24	
	Largo mts	1	1,2	1,0
	Alto mts	0,35	2,25	6
	Ancho mts	0,25	1	4
	volumen total del embarque m3	0,0875	2,7	30,857
	Peso por unidad kg	2,5	60	24
	Peso total del embarque ton	0,003	0,060	24
	SALDO			

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Costo del país exportador

Se presentan todos aquellos costos generados en el país de origen en este caso Ecuador, mismo que representan el valor FOB del producto.

Tabla 63. Costos directos país de exportación

DESCRIPCIÓN	COSTO	TIEMPO DÍAS
Empaque	3200,0	1,0
Embalaje	2640,0	1,0
Unitarización	156,0	0,1
Manipuleo en el local del exportador	63,0	0,1
Documentación	25,3	0,1
Transporte interno	126,0	0,3
Manipuleo Embarque	210,0	0,1
Agentes	120,0	0,2
COSTOS INDIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN		
Bancarios	1087,0	0,1
capital e inventario país de origen	4,8	0,3
TOTAL COSTO - TIEMPO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR	7632,1	3,0
VALOR ExWork	54129,5	2,0
VALOR FCA	54348,5	2,5
VALOR FOB	55920,8	3,0

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Costo en el tránsito internacional

Para determinar los valores de esta tabla es necesario conocer el valor del flete internacional como la cobertura de seguro mismo que es el 2%.

Tabla 64. Costos de tránsito internacional

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL		
COSTOS DIRECTOS	COSTO	TIEMPO EN DÍAS
FLETE INTERNACIONAL	1680,0	5,0
VALOR CFR	57600,8	5,0
SEGURO INTERNACIONAL	1152,0	5,0
VALOR CIF	58752,8	5,0
MANIPULEO DESEMBARQUE	210,0	5,0
COSTOS INDIRECTOS		
CAPITAL E INVENTARIO	240,4	15,0
COSTO DE LA DFI EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL	3282,4	15,0
VALOR DAT	59203,2	10,0

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Costos del país importador

Se interpreta los costos generados en el país donde se comercializa el producto en este caso Alemania, con estos datos se calcula el precio de venta por unidad comercial cabe mencionar que la utilidad es del 15%, de esta manera el valor DDP incrementando la utilidad es de 54,5 por caja compuesta de 10 bonches y cada uno de estos de 25 tallos.

Tabla 65. Costos país importador

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL PAÍS IMPORTADOR		
COSTOS DIRECTOS IMPORTACION	COSTO	DÍAS
Almacenamiento temporal	200,0	0,1
Manipuleo desembarque	210,0	0,2
Documentación	20,0	0,1
Agentes	220,0	0,1
Transporte interno	105,0	0,1
VALOR DAP	59748,2	10,6
Aduaneros	0,0	0,0
COSTOS INDIRECTOS IMPORTACIÓN		
CAPITAL E INVENTARIO	9,8	0,6
COSTO DE LA DFI EN EL PAÍS IMPORTADOR	764,8	0,6
VALOR DDP	59758,0	18,6
Precio (c/u) en país de destino	47,4	
MARGEN DE VENTAS	7,1	
PRECIO DE VENTA	54,5	

Fuente: Investigación**Elaborado por:** Autora

EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

Inversión Inicial

Lo que forma parte de la inversión inicial son activos fijos evaluado por un total de 64.050 dólares, el capital de operación un total de 92.916 dólares y los gastos de constitución un total de 3.000 dando un total de inversión inicial de 159.966 dólares.

Tabla 66. Inversión

Inversión Inicial	
Concepto	Valor
Inversión Fija	64.050
Capital de Operación	92.916
Gastos de Constitución	3.000
Total Inversión Inicial	159.966

Fuente: Investigación**Elaborado por:** Autora

La inversión será financiada a través del 70% de participación con capital propio y el 30% con capital ajeno obtenido de Banco Pichincha con una tasa de interés del 10,21% a un plazo de 36 meses es decir a 3 años.

Tabla 67. Financiamiento

Estructura de Financiamiento		
Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	70%	111976,38
Capital Ajeno	30%	47.990
Total	100%	159.966

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Tabla 68. Ponderado de capital

Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento			
Recursos	Participación	Costo	Ponderación
Propios	70%	9,82%	6,87%
Ajenos	30%	10,21%	3,06%
Inflación			3,00%
Riesgo			5,00%
Total	100%		17,94%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Para la obtención del valor ponderado se ha tomado en consideración el capital propio, ajeno, la inflación acumulada del país productor y el riesgo de la floricultura.

Análisis de sensibilidad

Se analiza la situación de la empresa con el fin de tomar decisiones de inversión, es decir mediante la ejecución de proyecciones podemos identificar si los resultados obtenidos son rentables o no.

Tabla 69. Ponderado de capital sin financiamiento.

Costo de Capital Promedio Ponderado - Sin Financiamiento			
Recursos	Participación	Costo	Ponderación
Propios	100%	9,82%	9,82%
Inflación			3,00%
Riesgo			5,00%
Total	100%		17,82%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Costos de producción

En el proceso de elaboración de rosas frescas existen costos directos mismos que se describen como materia prima, mano de obra que son 24 operarios y costos indirectos tales como empaque, embalaje, etiquetas y otras añadidos con el fin de brindar un producto terminado para la venta. Cabe mencionar que los datos son proyectados para cinco años considerando que la inflación de Ecuador para el 2017 es de -0,20%. El cálculo de la proyección para los costos de producción se realiza mediante una formula tomando el total de la materia prima que se lo obtiene del valor de compra por unidad comercial multiplicado por uno mas tasa promedio de inflación anual, esto elevado al periodo de tiempo por ventas anuales en toneladas proyectadas, para la mano de obra se obtiene datos de rol de pagos y para los costos indirectos de fabricación tomamos en cuenta la suma de datos como cartón corrugado, ligas, fundas etc., y el total de servicios básicos que se utilizan.

Tabla 70. Costos de producción

Costos de Producción	Total	Proyección Costos de Producción				
Concepto Cantidad Valor Un.	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Materia Prima	605	704	783	865	950	1.039
Semilla/fertilizantes/químicos	605	704	783	865	950	1039
Mano de Obra	133.645	149.784	158.200	167.088	191.181	201.923
Operario Siembra Cultivo	66.823	74.892	79.100	83.544	95.591	100.961
Operario Selección Clasificación	66.823	74.892	79.100	83.544	95.591	100.961
Costos Indirectos de Fabricación:	62.940	86.846	94.989	103.483	112.342	121.578
Cartón corrugado	22.680	26787	29735	32812	36024	39374
funda/liga	15.120	17858	19823	21875	24016	26249
Embalaje	22.680	35.640	38.807	42.109	45.550	49.136
Agua	1.200	1.230	1.260	1.291	1.323	1.356
Luz	600	615	630	646	662	678
Internet	360	369	378	387	397	407
Suministros de oficina	300	307	315	323	331	339
Depreciaciones		4.040	4.040	4.040	4.040	4.040
Total Costo de Producción	197.190	237.335	253.971	271.436	304.474	324.540

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Gastos Administrativos

Los gastos del proyecto son aquellos que son necesarios para el desempeño de la empresa, en los que se incluyen sueldos, servicios básicos y suministros, mismos que son relevantes para realizar las proyecciones y se toma en consideración la inflación anual del Ecuador.

Para la realización del cálculo se toma en cuenta el número de envíos al año multiplicado por proyección de los gastos de exportación.

Tabla 71. Gastos administrativos

Gastos de Exportación (Ventas) Concepto	Total	Proyección Gastos de Exportación (Ventas)				
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
UNITARIZACIÓN	1.872	2.140	2.344	2.557	2.779	3.010
MANIPULEO EN EL LOCAL DE EXPORTADOR	756	885	983	1.085	1.191	1.302
DOCUMENTACIÓN	304	311	327	351	388	438
TRANSPORTE INTERNO	1.512	1.549	1.771	1.918	2.066	2.213
AGENTES	1.440	1.476	1.549	1.667	1.838	2.077
COSTOS BANCARIOS	13.044	15.557	16.587	17.670	19.059	20.746
FLETE INTERNACIONAL	20.160	23.609	26.209	28.923	31.755	34.709
SEGURO INTERNACIONAL	13.824	16.467	17.582	18.754	20.240	22.035
ALMACENAMIENTO	2.400	2.442	2.484	2.527	2.571	2.616
MANIPULEO DE DESEMBARQUE	2.520	2.951	3.276	3.615	3.969	4.339
DOCUMENTACIÓN	240	244	248	253	257	262
AGENTES	2.640	2.705	2.841	3.057	3.370	3.808
TRANSPORTE INTERNO	1.260	1.476	1.638	1.808	1.985	2.169
ADUANEROS	0	0	0	0	0	0
Total Gastos de Exportación (Ventas)	61.971	71.812	77.840	84.185	91.467	99.723
Termino FOB	18927	21918	23561	25248	27319	29785

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Estados financieros

Balance general

Es un estado de situación financiera el cual está conformado por cuentas de activo y pasivo, la diferencia de estos es el patrimonio o capital contable, este balance puede ser llevado de manera mensual, trimestral o anual dependiendo de cómo lo utilice la empresa.

Tabla 72. Balance general

Balance General - Con Financiamiento			
Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	<u>92.916</u>	Deudas <1 Año	<u>0</u>
Total Activos Corrientes	92.916	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios - Infraestructura	30.000	Préstamos Bancarios	<u>47.990</u>
Maquinaria y Equipo	25.400	Total Pasivos Largo Plazo	47.990
Muebles y Enseres	4.150		
Equipo de Computo	<u>4.500</u>	Total Pasivos	47.990
Total Activos Fijos	64.050		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	<u>3.000</u>	Capital Social	<u>111.976</u>
Total Activos Diferidos	3.000	Total Patrimonio	111.976
Total Activos	<u>159.966</u>	Total Pasivo + Patrimonio	<u>159.966</u>

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Tabla 73. Análisis de sensibilidad del Balance General

Balance General - Sin Financiamiento			
Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	92.916	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	92.916	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios - Infraestructura	30.000	Préstamos Bancarios	0
Maquinaria y Equipo	25.400	Total Pasivos Largo Plazo	0
Muebles y Enseres	4.150		
Equipo de Computo	4.500	Total Pasivos	0
Total Activos Fijos	64.050		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	3.000	Capital Social	159.966
Total Activos Diferidos	3.000	Total Patrimonio	159.966
Total Activos	159.966	Total Pasivo + Patrimonio	159.966

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Estado de resultados

Se refleja la capacidad que tiene la empresa de producir utilidades con una estimación proyectada se detallan los ingresos y los gastos además cabe mencionar que el precio del producto es en termino de negociación FOB, dato que es necesario para obtener el valor de las ventas.

Tabla 74. Estado de resultados

Estado de Resultados - Con Financiamiento						
Ingresos operacionales	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Ventas	320.561	386.499	410.178	434.917	467.938	509.420
Cantidad	6.048	6.875	7.455	8.036	8.617	9.197
Precio de venta caja	54,50	56,22	55,02	54,12	54,31	55,39
- Costo de Ventas	197.190	237.335	253.971	271.436	304.474	324.540
Utilidad Bruta en Ventas	123.371	149.164	156.207	163.482	163.464	184.880
- Gastos Operacionales	81.559	94.513	100.008	105.762	102.429	118.434
Gastos Administrativos	62.631	72.595	76.447	80.514	75.109	88.648
Gastos de Exportación	18.927	21.918	23.561	25.248	27.319	29.785
Utilidad Operacional	41.812	54.651	56.199	57.719	61.035	66.446
- Gastos Financieros	0	4.238	2.697	991	0	0
Interés Bancario	0	4.238	2.697	991	0	0
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	41.812	50.413	53.501	56.728	61.035	66.446
- 15% Particip. Trabajadores	6.272	7.562	8.025	8.509	9.155	9.967
Utilidad Antes de Impuestos	35.540	42.851	45.476	48.219	51.880	56.479
- 22% Impuesto a la Renta	7.819	9.427	10.005	10.608	11.414	12.425
Utilidad Neta	27.722	33.424	35.471	37.611	40.466	44.054

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Flujo de efectivo, VAN, TIR, periodo de recuperación y costo/beneficio ajustados a la inflación

El flujo de caja se ha proyectado a cinco años, en el cual muestra algunos indicadores a tomar en cuenta para tomar una decisión en cuanto al proyecto ya que este puede ser factible o no. En este caso hemos obtenido un proyecto rentable es decir que se pueden sustentar los gastos con los ingresos que se obtienen por la comercialización de rosas frescas.

Tabla 75. Flujo de Efectivo Neto

Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento						
Entradas de efectivo	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Saldo Inicial			25.578	51.663	73.570	120.591
Utilidad Neta		33.424	35.471	37.611	40.466	44.054
+ Depreciaciones		5.955	5.955	5.955	5.955	5.955
+ Amortizaciones		600	600	600	600	600
Total Entradas	0	39.979	67.605	95.829	120.591	171.200
Salidas de Efectivo	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Inversión Inicial	159.966					
Amortización de la Deuda		14.401	15.942	17.648		
Reposición de Activos				4.611		
Total Salidas	159.966	14.401	15.942	22.259	0	0
= Flujo de efectivo Neto	-159.966	25.578	51.663	73.570	120.591	171.200
FLUJO EFECTIVO ACUMULADO		-134.388	-82.725	-9.155	111.436	282.637

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

VAN.- Es un método de valoración de inversiones que miden los flujos de los ingresos y egresos futuros que tendrá un proyecto para determinar, si luego de descontar la inversión inicial existe ganancias. (Puga, 2011)

Fórmula para obtener el VAN:

$$\text{VAN} = -I + \frac{F1}{(1+i)^1} + \frac{F1}{(1+i)^2} + \dots + \frac{F1}{(1+i)^n}$$

Tabla 76. VAN y TIR

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	-159.966		
1	25.578	0,8479	21.688,01
2	51.663	0,7190	37.143,20
3	73.570	0,6096	44.848,76
4	120.591	0,5169	62.332,73
5	171.200	0,4383	75.033,26
		SFE	241.045,96
		- I.I.	159.966,26
		VAN	81.079,70
		TIR	32,86%
		PR	3,35
		C/B	1,51

CCP	17,94%
TIR	32,86%
VAN	81.080

Fuente: Investigación**Elaborado por:** Autora

De acuerdo a los datos obtenidos en la tabla anterior el valor actual neto es de 81.080 dólares, la tasa interna de retorno (TIR) es de 32,86%, la relación costo beneficio indica que por cada dólar invertido se recupera 0,51 centavos, la inversión será recuperada en 3 años tres meses, puesto que la utilidad del producto es de 15 %, si este margen se incrementa se tendría una tasa interna de retorno muy elevada. Por lo tanto se identifica que el proyecto es rentable y es posible su ejecución para años posteriores.

Los cálculos realizados para determinar los costos, gastos e inversión del proyecto se han realizado con el método de mínimos cuadrados, tomando en cuenta los porcentajes de la inflación acumulada que es de 3%, más el riesgo del 5% para el sector floricultor y la tasa de descuento del 9,94%; para el cálculo del TIR, VAN, Periodo de recuperación Costo/Beneficio y finalmente se obtuvo en cuenta el 15% de utilidad. Lo cual si sufre algún cambio de reducción o aumento estos porcentajes los datos están sujetos a variaciones, si se determina un TIR elevado del expuesto en la tabla se deberá tomar las medidas correspondientes debido a que este no debe ser mayor a 35%.

Punto de equilibrio

Indica las cantidades mínimas de unidades comerciales que se deben producir para no generar pérdidas, es importante conocer que las unidades producidas después del punto de equilibrio reflejan las utilidades para la florícola.

En el punto de equilibrio se puede identificar el precio de venta unitario es decir tomando en cuenta los costos de producción, gastos operacionales, gastos financieros más el porcentaje de utilidad donde el valor por cada de caja de rosas de 10 bonches es de 54,50 dicho valor unitario varía según las proyecciones hasta el 2022 se puede observar que los precios de la caja tienden a subir lo que es rentable para la compañía, demostrando que el proyecto es factible y se puede incursionar en el mercado alemán ya que el punto de equilibrio se muestra favorable.

. **Tabla 77:** Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio - Con Financiamiento												
	Año 2017		Año 2018		Año 2019		Año 2020		Año 2021		Año 2022	
Costo de Producción	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables
MPD		605		704		783		865		950		1.039
MOD		133.645		149.784		158.200		167.088		191.181		201.923
Costos Indirectos Fabricación												
Envases		37.800		44.645		49.558		54.687		60.040		65.623
Embalajes		22.680		35.640		38.807		42.109		45.550		49.136
Servicios básicos	2.160		2.213		2.268		2.324		2.382		2.440	
Suministro	300		307		315		323		331		339	
Depreciación	0		4.040		4.040		4.040		4.040		4.040	
Total Costo de Producción	2.460	194.730	6.561	230.774	6.623	247.348	6.687	264.749	6.752	297.721	6.819	317.721
Gastos Operacionales	62.631	18.927	72.595	21.918	76.447	23.561	80.514	25.248	75.109	27.319	88.648	29.785
Gastos Administrativos	62.631		72.595		76.447		80.514		75.109		88.648	
Gastos de Exportación		18.927		21.918		23.561		25.248		27.319		29.785
Gastos Financieros	0		4.238		2.697		991		0		0	
Interés Bancario	0		4.238		2.697		991		0		0	
Costos y Gastos Totales	65.091	213.657	83.394	252.692	85.767	270.909	88.192	289.997	81.861	325.041	95.468	347.506
Unidades	6.048		6.875		7.455		8.036		8.617		9.197	
Costos y Gastos Unitarios	10,76	35,33	12,13	36,76	11,50	36,34	10,97	36,09	9,50	37,72	10,38	37,78
Total Costos y Gastos Unitarios	46,09		48,89		47,84		47,06		47,22		48,16	
% Utilidad	15%		15%		15%		15%		15%		15%	
Precio de venta Unitario	53,00		56,22		55,02		54,12		54,31		55,39	
Fuente: Investigación			4.285		4.591		4.890		4.936		5.423	
Elaborado por: Autora												

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

La florícola The North Flowers es una empresa que trabaja más de cinco años en el sector floricultor, opera en el cantón Bolívar- provincia del Carchi sus actividades iniciaron abasteciendo al mercado local, sin embargo al contar con tierras altamente productivas se proyectaron hacia más de veinte compradores externos siendo sus principales destinos Estados Unidos, Rusia y Países Bajos acaparando la mayor parte de su producción hacia estos importantes mercados, debido a que las rosas ecuatorianas son apetecidas por su calidad, cuidado y las variedades que se ofertan.

Con el fin de diversificar la oferta exportable de la florícola se tomó en cuenta los convenios actuales que mantienen el Ecuador como es el caso del acuerdo Multipartes con la Unión Europea y la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA) misma que es integrada por cuatro países que son Islandia, Liechtenstein, Noruega y Suiza. Con este apartado se tomó en consideración estudiar a Alemania, Suiza y Luxemburgo, países que son importadores de rosas frescas ecuatorianas.

Tabla 78. Importaciones de rosas frescas desde Ecuador de los mercados analizados

Años	Alemania		Suiza		Luxemburgo	
	Valor Imp.	Toneladas	Valor Imp.	Toneladas	Valor Imp.	Toneladas
2015	14.611	1.658	13.819	1.235	90	9
2016	10.985	1.265	12.598	1.166	770	93
2017	10.185	1.137	12.375	1.121	1.295	151

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Autora

En la tabla se observa que las importaciones realizadas por Alemania y Suiza desde el Ecuador superan a las de Luxemburgo en cuanto a valor y toneladas desde el año 2015 al 2017, cabe mencionar que Ecuador tiene una participación de más del 40,10% en cuanto a términos totales de importaciones por Alemania, por otra parte Suiza con el 25% y Luxemburgo del 14,86%, dando como un mercado potencial el alemán.

Al realizar el análisis POAM se obtiene el resultado del mercado en el cual es beneficioso incursionar, siendo un potencial comprador Alemania principalmente la ciudad de Frankfurt donde se sitúan grandes empresas y una población con alto poder adquisitivo, de acuerdo al COBUS las empresas alemanas importan en términos de valor FOB muy elevados beneficiando a las florícolas de Ecuador. Cabe destacar que la florícola se encuentra actualmente exportando y su término en valor FOB con relación al periodo estudiado se detalla a continuación.

Tabla 79. Total exportación de la empresa The North Flowers

Total unidad	Total FOB	Total peso neto
Regularizadas	400.000,00	320,00
No regularizadas	12'663.850,00	113.463,00
Total	13'063.850,00	113.783,00

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Autora

La empresa al realizar exportaciones alrededor de veinte países se encuentra con capacidad de oferta elevada es así que se pretende buscar e incursionar en nuevos mercados y aprovechar la producción de rosas que en el cantón Bolívar se da, actualmente la florícola trabaja con más de 35 hectáreas sin embargo al contar con una finca que tiene más capacidad de producción se requiere de nuevos mercados donde la rosa ecuatoriana sea apetecida por ser competitiva en cuando a precio y calidad. Con esta indagación se da cumplimiento al segundo objetivo del proyecto desarrollado que es realizar el diagnóstico de los mercados internacionales y la comercialización de las rosas frescas, conociendo el comportamiento que han tenido las exportaciones de la florícola The North Flowers de la provincia del Carchi

Por otra parte al realizar el estudio de mercado se logró identificar si la florícola está en la capacidad de abastecer y cubrir la demanda por un periodo de cinco años mediante proyecciones, en primera instancia se identificó el Consumo Nacional Aparente que se obtiene de la suma de producción nacional y las importaciones menos la exportaciones.

Tabla 80. Consumo Nacional Aparente

AÑO	PRODUCCIÓN NACIONAL TN	IMPORTACIÓN TN	EXPORTACIÓN TN	CONSUMO NACIONAL APARENTE
2013	0	172.520	5.002	167.518
2014	0	188.013	5.033	182.980
2015	0	182.494	5.361	177.133
2016	0	185.299	4.856	180.443
2017	0	182.535	4.618	177.917
2018	0	179.771	4.691	182.677
2019	0	177.007	4.596	184.503
2020	0	174.243	4.502	186.329
2021	0	171.479	4.407	188.155
2022	0	168.715	4.313	189.981

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

La producción nacional de Alemania no se muestra debido a que es un país que no produce constantemente las rosas ya que la producción se la realiza en verano y lo hacen en mínimas cantidades.

Para lograr conocer la demanda efectiva se tomó en consideración datos como la población de Frankfurt – Alemania siendo considerada una de las principales ciudades y por tener una población con un nivel económico elevado, en este lugar se encuentran las empresas más grandes importadoras de rosas frescas como BLUMEN MINICUCI, PUNTO CERO GERMANY GMBH, IRIS FLOWERPOWER, RADUGA JEY MARKET, STRALENER, entre otras.

Tabla 81. Resumen CNA y Demanda de Alemania

AÑO	CONSUMO NACIONAL APARENTE	POBLACION ALEMANIA	CONSUMO PERCAPITA KG		DÉFICIT DE CONSUMO KG	POBLACION FRANKFURT	DEFICIT TOTAL EN KG
			REAL	R. A			
2013	167.518	80.645.605	2,08	7,8	5,72	687.774	3935985
2014	182.980	80.982.500	2,26	7,8	5,54	701.350	3885829
2015	177.133	81.686.611	2,17	7,8	5,63	717.624	4041338
2016	180.443	82.667.685	2,18	7,8	5,62	732.099	4112384
2017	177.917	81.299.878	2,19	7,8	5,61	747.024	4191999
2018	182.677	82.354.575	2,24	7,8	5,56	761.949	4236438

2019	184.503	82.653.948	2,2 3	7,8	5,57	776.874	4327190
2020	186.329	82.953.321	2,2 5	7,8	5,55	791.799	4394486
2021	188.155	83.252.694	2,2 6	7,8	5,54	806.724	4469253
2022	189.981	83.552.067	2,2 7	7,8	5,53	821.649	4543721

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

Se ha considerado realizar encuestas a empresas ubicadas en Alemania principalmente en la ciudad de Frankfurt, la encuesta se envió a cinco empresas de las cuales dieron respuesta tres de ellas dando como respuesta lo siguiente:

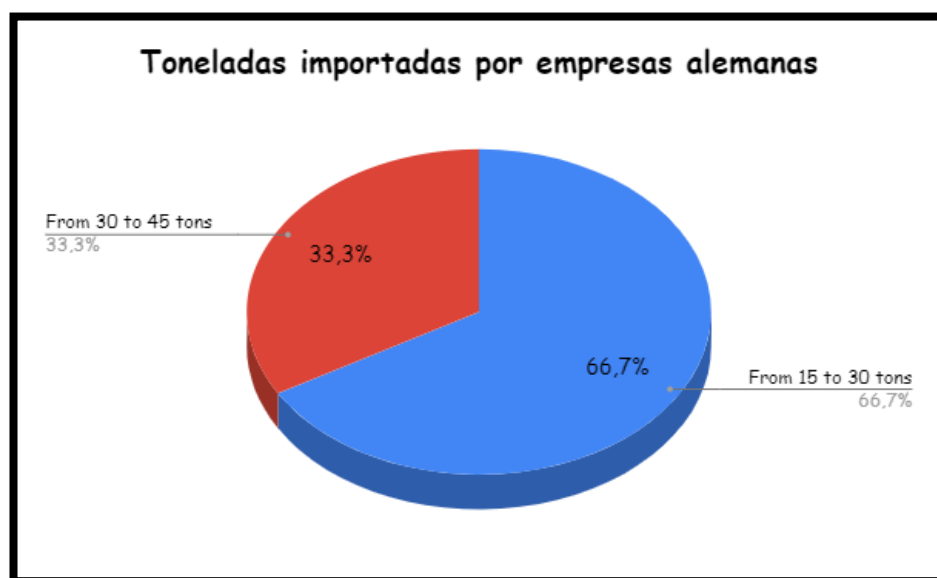


Gráfico 18. Toneladas importadas por empresas alemanas.

Elaborado por: Autora

Alemania importa alrededor de 15 a 45 toneladas debido a que la encuesta fue realizada a empresas medianas y grandes, dando como porcentaje de ello que dos de ellas importan de 15 a 30 toneladas con una participación del 66,7% y una de ellas de 30 a 45 toneladas representando el 33,3%, Cabe recalcar que la opción de 0 a 15 toneladas no fue seleccionada por ninguno de los encuestados.

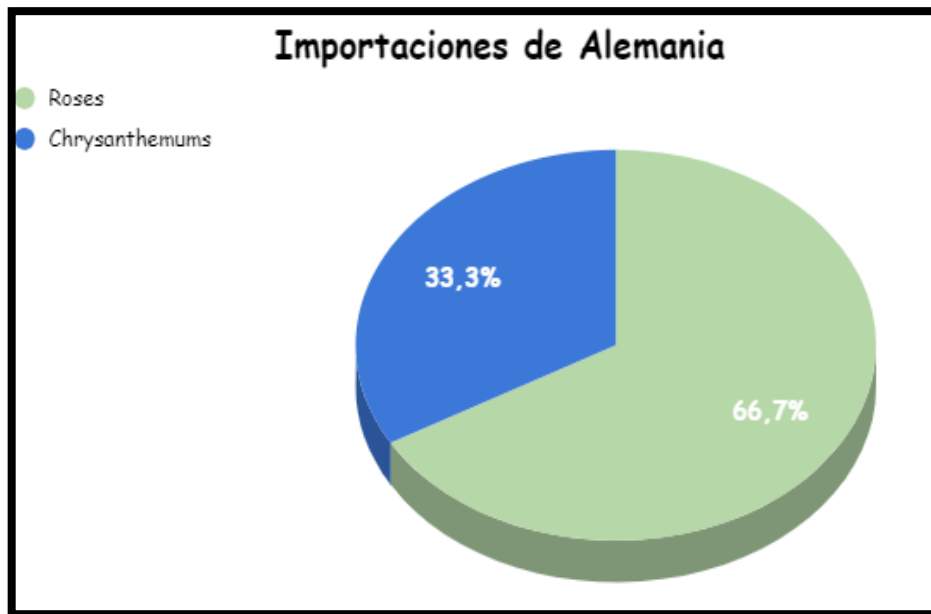


Gráfico 19. Importaciones de Alemania- Frankfurt
Elaborado por: Autora

Se puede observar en el gráfico 19 que el producto que mayormente importan las empresas alemanas son las rosas con el 66,7% y los crisantemos con el 33,3% debido a que estos productos son muy apetecidos por el mercado alemán. En este apartado la Gerberas no fueron seleccionadas por ninguno de los encuestados.

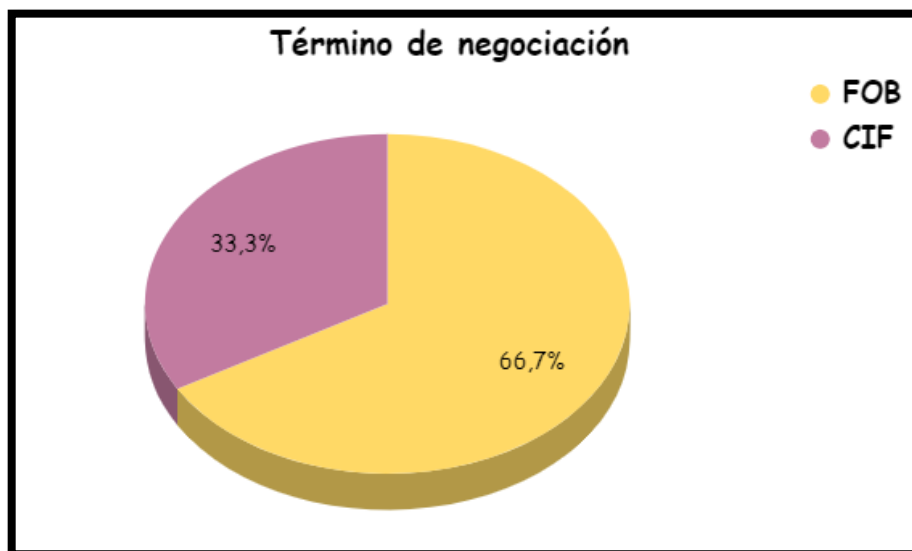


Gráfico 20. Término de negociación
Elaborado por: Autora

El término de negociación más utilizado por las empresas alemanas para realizar las importaciones es el FOB es decir que la responsabilidad del vendedor termina cuando las

mercancías están ubicadas en el puerto de embarque para su correspondiente tránsito, el otro termino de negociación que se maneja es el CIF donde el vendedor debe contratar un seguro y pagar la prima correspondiente, a fin de cubrir los riesgos de pérdida o daño que pueda sufrir la mercadería durante el transporte, es decir que esta modalidad es más conveniente para el comprador, sin embargo no se consiguieron datos de los demás términos de negociación estipulados en la pregunta como FAS, CFR y otro.

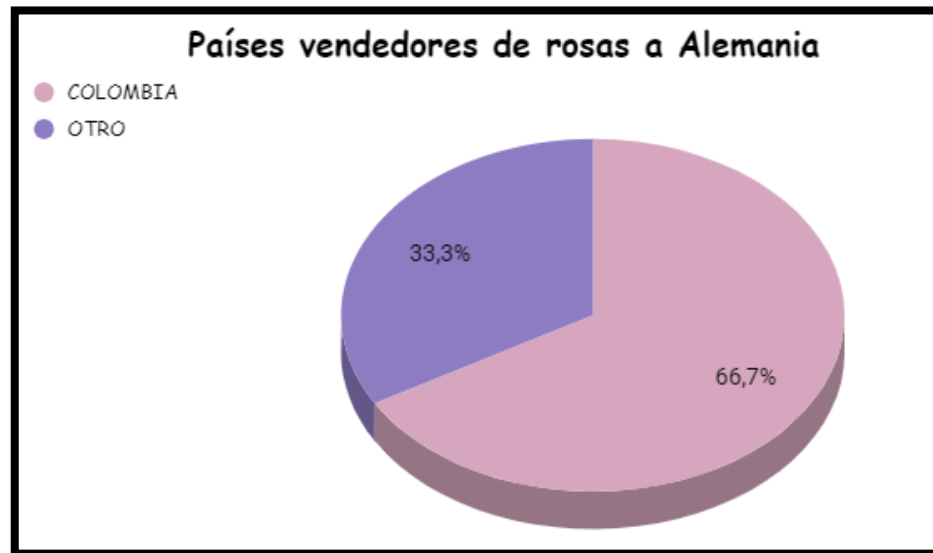


Gráfico 21. Países exportadores de rosas a empresas alemanas.
Elaborado por: Autora

El principal competidor de Ecuador es Colombia debido a que este también está entre los mayores productores de la partida 060311 dando como resultado que dos empresas de las tres encuestadas abarcan el 66,7% y la importación que se hace de otros países es del 33,3%, esto debido a que Colombia mantiene las mismas características de la rosa ecuatoriana por el piso climático que los favorece y las grandes plantaciones de rosas frescas que tienen en diversas regiones o departamentos. Se destaca que las empresas encuestadas no importan de Argentina y Países Bajos.

¿Estaría dispuesto a importar rosas frescas desde Ecuador?

Todos los encuestados respondieron que SÍ están dispuestos a importar desde Ecuador la sub partida 0603110000.

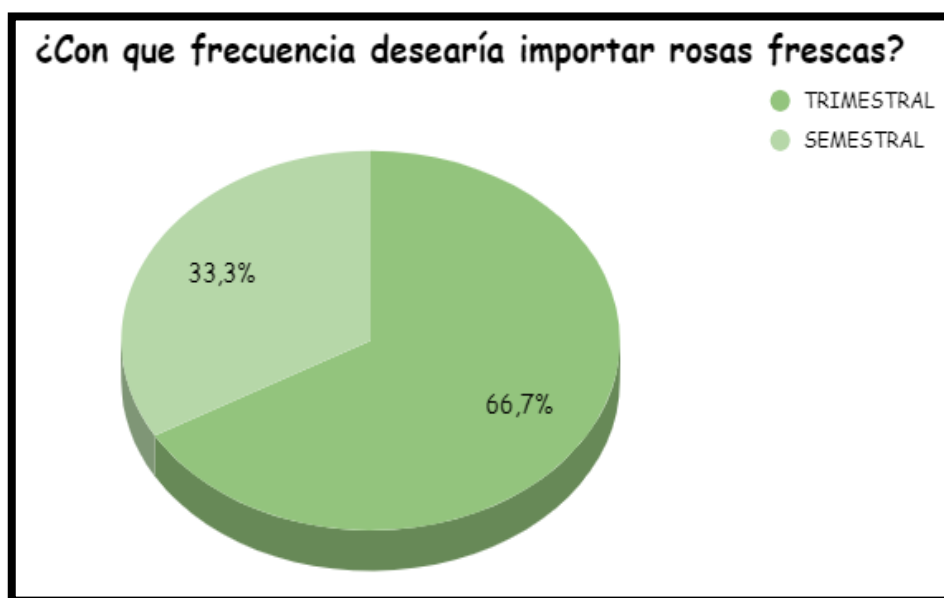


Gráfico 22. Frecuencia de importación de rosas frescas
Elaborado por: Autora

Las empresas encuestadas están dispuestas a comprar rosas a Ecuador debido a que el 100% respondió que sí, la frecuencia que escogieron es trimestral dando como porcentaje el 66,7% y semestral el 33,3%, dichos valores presentados muestran la acogida que puede llegar a tener el producto en Alemania. Sin dejar de lado que no se seleccionaron la frecuencia mensual y anual estipuladas en la pregunta.

La florícola en estudio tiene amplias expectativas en cuanto a la producción y comercialización de rosas frescas, por la existencia de materia prima, suelos fértiles y la demanda encontrada en el mercado alemán precisamente de la ciudad de Frankfurt.

La demanda internacional requiere medidas de calidad con lo cual la empresa si cumple porque ya es exportadora aunque los alemanes prefieren productos que respeten la diversidad del ecosistema y no se atente contra la vida de la flora y fauna, The North Flowers está dispuesta a cumplir con las exigencias internacionales en cuanto a normas técnicas para mantener el prestigio y la competitividad local e internacional de sus productos.

Alemania al ser uno de los países más grandes de Europa es uno de los más poblados ya que oscila entre los ochenta millones de habitantes y es consumidor de productos importados sobre todo que no tengan ninguna clase de químicos que atenten contra su salud, este país ha disminuido aranceles para productos agrícolas como es el caso de las rosas, al firmar acuerdos comerciales con Ecuador.

Frankfurt, cuenta con el aeropuerto más grande del mundo y el más activo y transitado de Europa, está a 12 km sudoeste del centro de la ciudad y cuenta con una infraestructura moderna, por consiguiente es la principal ciudad de Alemania referente a lo comercial y financiero que aporta en gran medida para la balanza comercial de ese país.

En cuanto al estudio financiero se evaluó la rentabilidad del proyecto, la inversión fija que mantiene la florícola actualmente se detalla a continuación donde se determina la inversión en muebles, enseres y equipo de cómputo, resultando un valor de 64.050 dólares, estos sufren una depreciación o pérdida de valor en la cual se recupera dicha inversión.

Tabla 82. Activos fijos

Activos Fijos - Inversión Fija			2017
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Total
Edificios - Infraestructura			30.000
Terreno	1	30.000,00	30.000
Maquinaria y Equipo			25.400
Transformador	1	15.000	15.000
Bomba de riego	2	2.500	5.000
Carretilla de transporte	5	20	100
Ensunchadora	5	400	2.000
Cortadora	10	70	700
Selladora de bonches	8	100	800
Herramientas varias	10	120	1.200
Grapadoras Industriales	3	200	600
Muebles y Enseres			4.150
Escritorio	3	300	900
Sillón	3	150	450
Aparador de madera	10	150	1.500
Sofá personal	1	250	250
Mueble visita	3	50	150
Mesa esquinera	1	60	60

Perchero	1	80	80
Archivadores	2	200	400
Silla secretaria	2	80	160
Silla visita	2	70	140
Teléfono/ fax	3	20	60
Equipo de Computo			4.500
Computador portátil	2	750	1.500
Computador de escritorio	3	800	2.400
Impresora multifunción	2	300	600
Total Activos Fijos - Inversión Fija			64.050

Fuente: Investigación

Elaborado por: Autora

La inversión inicial es determinada por el total de inversión fija que es de 64.050 dólares, el capital de operación que es de 92.916 dólares y los gastos de constitución un total de 3.000 dando un total de inversión inicial de 159.966 dólares, el cual es invertido en capital propio y ajeno del 70 y 30 por ciento respectivamente.

El capital propio tiene un costo de 9,82% es decir que la institución financiera pagara por ese capital a esa tasa pasiva; el capital ajeno tiene un costo de 10,21% es decir que la institución financiera cobrara por ese capital esa tasa activa.

El balance general de la florícola se establece que el valor total de activos es de 159.966 dólares y como se cuenta con financiamiento un préstamo bancario en pasivos de largo plazo totalizando un valor de 47.990 dólares, de la diferencia del activo y pasivo se consigue un capital social por un valor de 111.976 dólares.

Con relación al estado de resultados las ventas se determinan por un valor de 320.561 dólares el primer año, mientras que los gastos operacionales son de 81.559 USD, se deduce la utilidad operacional por un valor de 41.812 dólares sin embargo cabe recalcar que el interés comienza a correr desde el segundo año, de acuerdo a los años proyectados la utilidad neta refleja un incremento hasta el 2022.

Es estudio financiero realizado a la florícola The North Flowers presenta resultados positivos en cuanto a la tasa interna de retorno y el valor actual neto debido a que se reflejan de la siguiente manera el VAN con el 81.080 es decir que es mayor a cero lo que significa que la inversión generara ganancias y el proyecto es aceptable de acuerdo al

periodo de tiempo proyectado; la TIR establece una tasa que mide la rentabilidad es de 32,86% lo que significa que si es rentable, además el costo beneficio nos señala que por cada dólar invertido se recuperara 1,51. (Ver en la tabla)

4.2. DISCUSIÓN

Para poder ejecutar una comparación con el proyecto desarrollado se ha tomado en cuenta un estudio realizado en el año 2016 por el Consulado General y Centro de Promoción de la República Argentina acerca del Perfil de Mercado de las flores de corte en Alemania donde se identifica que las flores de mayor venta son las rosas con el 39%, crisantemos el 11% y gerberas 5%.

En el caso de los tributos al comercio exterior Ecuador se exonera de los aranceles por pertenecer al acuerdo Multipartes de la Unión Europea, mientras que para Argentina paga un ad-valorem del 5% por el acuerdo SPGL, mientras que los terceros países pagan 8,50%; la ventaja que tiene Ecuador es significativa por exportar las rosas frescas con cero valoraciones, logrando una ventaja competitiva en cuanto a precios para los importadores y el consumidor final.

El mercado alemán, además de calidad, innovación y diversidad exige tres factores esenciales que son el color, variedad y duración, la demanda por flores es muy variada en cuanto a gustos por determinados colores y especies, lo que exige a los productores estar actualizados de las nuevas tendencias, la variedad de adquisición cambia de acuerdo a las épocas del año. Las rosas compiten con algunos productos sustitutos como los chocolates, vinos, peluches, etc. En relación a las rosas ecuatorianas se identifica que los tallos son seleccionados de acuerdo a las exigencias del comprador es decir son clasificados y seleccionados por el grosor del tallo, el tamaño del botón y color, producción que se da los doce meses del año ya que se cuenta con un clima apto para la siembra y cultivo y los días de cosecha oscila entre los veintidós a veinticinco días, mientras que la oferta de Argentina se limita por cuanto a las estaciones climáticas debido a que solo en noroeste existen tierras aptas para el cultivo y producción de rosas frescas lo que más se produce en los demás lugares son flores tropicales.

El estudio realizado en Argentina muestra que los compradores europeos de flores se preocupan por si se está cumpliendo con el concepto de mercado justo en cuanto a la retribución salarial del personal que trabaja en las florícolas de América Latina y África, el objetivo es que por cada flor vendida en el mercado europeo garantice que los hombres y mujeres que laboran en los invernaderos de rosas ganen un salario justo sin discriminación laboral.

En este argumento se ha creado a nivel internacional normas denominadas “Flower Label Program” (FLP) una iniciativa mundial de productores de flores, comercio, sindicatos, organizaciones de derechos humanos que confiere un sello a empresas florícolas para garantizar los derechos de los trabajadores y la protección del medio ambiente. A través de “Fair Flowers Fair Plants Programm” (FFP) financiados con fondo de la Unión Europea se crea una garantía y el cliente alemán identifica mediante un certificado que al comprar rosas de Ecuador la producción se realizó bajo las siguientes condiciones:

1. Salarios dignos.
2. Prohibición del trabajo infantil.
3. Asistencia médica.
4. Manejo responsable de los recursos naturales.
5. Manejo integrado de plagas.
6. Prohibición de uso de pesticidas tóxicos.

Con respecto a lo anterior al tener acceso Ecuador a este certificado, las florícolas ecuatorianas son más competitivas debido a que la flor certificada se vende al mismo precio que la flor tradicional. Logrando tener una mayor aceptación en el mercado europeo principalmente en Frankfurt al contar con empresas mayoristas ubicadas en esta ciudad es necesario que la florícola The North Flowers logre obtener la certificación de FLP para ingresar a este mercado externo con ventaja.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

1. La empresa The North Flowers tiene amplias expectativas en cuanto a la diversificación y comercialización de rosas frescas en mercados internacionales, precisamente en el mercado alemán en la ciudad de Frankfurt, la florícola al estar ubicada en el cantón Bolívar- provincia del Carchi alcanza a cubrir la demanda existente, debido a que cuenta con tierras altamente productivas y clima apropiado para la producción de rosas de calidad.
2. El Ecuador se encuentra dentro del acuerdo Multipartes con la Unión Europea donde existe preferencias arancelarias que beneficia de la exoneración de tributos, sin embargo se exige la debida presentación del documentos de acompañamiento, la demanda internacional requiere medidas de calidad es así que la florícola está dispuesta a cubrir todas las exigencias internacionales del mercado alemán manteniendo así la competitividad externa de las rosas.
3. Alemania al ser el país de la Unión Europea con mayor población es un mercado atractivo debido a que el poder adquisitivo de las personas se inclina por adquirir productos orgánicos de calidad y más aún si el producto cuenta con certificaciones avalados por la FLP.
4. Frankfurt cuenta con el aeropuerto más activo de Alemania, siendo este uno de los principales aeropuertos del mundo que cuenta con infraestructura moderna, por consiguiente es la principal ciudad de Alemania referente a lo comercial y financiero.
5. La inversión del proyecto tiene un total de 64.050 dólares, el cual cuenta con una estructura financiera dividida entre el 70% como capital propio y el 30% capital financiado, el análisis financiero demuestra una utilidad neta de 27.722 dólares el primer año, obteniendo para el quinto año un valor de 44.054 dólares en cuanto al flujo de efectivo neto es de 25.578 dólares el primer año, estos datos demuestran la rentabilidad del proyecto.
6. Las herramientas utilizadas para medir la viabilidad de la investigación con tiempos proyectados es a través del cálculo del Valor actual Neto (VAN) y la Tasa Interna

de Retorno (TIR) resultando un valor de 81.080 dólares y el 32,86% respectivamente superando al costo de oportunidad, además el costo beneficio indica que por cada dólar invertido se recupera 1, 51 centavos.

5.2. RECOMENDACIONES

1. Aprovechar y explotar los suelos de nuestro país, debido a que se cuenta con el privilegio de que este tipo de producto crezca y se produzca en la región sierra y su producción es factible para ser comercializado a nivel internacional.
2. Aprovechar los acuerdos que mantiene el Ecuador con el resto de países para que las economías se dinamicen y se beneficien los grandes, pequeños y medianos productores expandiendo su producción a nivel internacional.
3. En el caso de que se genere un incremento superior al esperado de la demanda de mercado alemán, se debe implementar métodos de aumento de la productividad que no ponga en riesgo la calidad y precio del producto debido a que es la ventaja competitiva de la florícola.
4. En el caso de que se produzca un flujo de efectivo superior al esperado, se recomienda utilizar el valor excedente para amortizar el crédito a largo plazo y de esta manera reducir el costo de financiamiento.
5. Los consumidores de hoy en día le dan mayor acogida a los productos que cuenten con certificaciones medioambientales, por lo que se recomienda brindar capacitación a los pequeños productores acerca de las técnicas de producción de cultivo de las rosas con enfoque de responsabilidad con el medio ambiente, y así lograr los estándares de calidad que los consumidores exigen.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bustos, A. (2008). Determinación de los riesgos en los negocios internacionales.
- Cáceres, M. F. (2013). Barreras comerciales: amenazas y oportunidades para las economías.
- Castellanos, C. A. (19 de Enero de 2012). Marketing, comercialización y orientación al mercado.
- Cohen, W. A. (2001). El Plan de Marketing. En W. A. Cohen. Barcelona: Deusto.
- Comercio y Aduanas. (2012). Obtenido de <http://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioryaduana/s/que-es-comercio-internacional/>
- COPCI. (Diciembre de 2010). Obtenido de http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_a/normasderegulacion/codigo_organico_de_produccion_comercio_inversiones.pdf
- Dorta, P. (2013). Transporte y Logística Internacional.
- Estrada, H, P., & Estrada, C, R. (2013). Cómo Hacer Exportaciones. En P. E. Heredia, & R. E. Cevallos. Quito.
- FLACSO. (2007).
- Gómez, C., & Egas, A. (2014).
- Gómez, E. (2010). *Lupa Empresarial*. Recuperado el Septiembre de 2017, de <http://www.ceipa.edu.co/lupa/index.php/lupa/article/view/106/206>
- Gordón, A. (2015).
- Granja, M., Correa, G., Ramírez, C., & Valdivieso, P. (2011).
- Huerta, I. (2016). Recuperado el 12 de junio de 2018, de <http://www.nube.villanett.com/2016/01/26/estudio-de-mercado-en-las-empresas/>
- J., Mayorga y C., Martínez. (18 de Marzo de 2008). PAUL KRUGMAN y el Nuevo Comercio Internacional. Bogotá, Colombia.
- Korovkin, T., & Valderrama, O. (2007).
- Ledesma, C. (1993). Principios de Comercio Internacional .
- Ledezma, H. (28 de Noviembre de 2012). La empresa ante el comercio exterior.
- M., Sepulveda. (2013).
- Mallaray, M. (2013). Nombre científico de la Rosa.
- Mendiburo, B., Rodas, K., & Jara, G. (2009).
- Ministerio de Comercio Exterior. (s.f.). Obtenido de <http://www.comercioexterior.gob.ec/acuerdos-comerciales/>

- Muñoz, A. (2010). Mercado de las flores en Ecuador.
- Muñoz, S. (2013). Que es la Globalización.
- Palacios, E. V., & Ochoa, J. Á. (2014).
- Patino, J. A. (27 de Enero de 2014). Ventajas del Comercio Internacional. México.
- PROECUADOR. (2014).
- PROECUADOR. (2015).
- Puga, M. (2011). Recuperado el Junio de 2018, de <http://www.mpuga.com/docencia/Fundamentos%20de%20Finanzas/Van%20y%20Tir%202011.pdf>
- Ragozina, K. (2011).
- Revista científica ORBIS. (2016). La globalización como fenómeno político, económico y social. *ORBIS*, 41.
- Sanchez, A. (26 de Octubre de 2012). Negocios Internacionales.
- Terrón, F. G. (2012).
- Vega, C. (2017). *Empaque*. Quito.
- Velasquez, E. (2012). Canales de distribución y Logística. México.

VII. ANEXOS

Anexo1: Fundamentación legal

Constitución del Ecuador (Asamblea Nacional del Ecuador 2008)	Art. 306. 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 reconociendo cualquier forma de asociación. Art. 319 y 320. 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.	La constitución del Ecuador ampara para que las pequeñas y medianas empresas sean generadoras de empleo y productoras de productos con valor agregado con el único fin de dar un realce al sector artesanal y por ende obtener beneficios para la comunidad del sector como del país. Por otra parte el rol del estado es que la producción de ciertos bienes y servicios no afecten o atenten contra la salud de las personas del sector o del ecosistema.
Cláusula de la Nación más favorecida	En virtud de los Acuerdos de la OMC, los países no pueden	De acuerdo a la Cláusula de la Nación más favorecida

GATT- OMC	<p>normalmente establecer discriminaciones entre sus diversos interlocutores comerciales. Si se concede a un país una ventaja especial (por ejemplo, la reducción del tipo arancelario aplicable a uno de sus productos), se tiene que hacer lo mismo con todos los demás Miembros de la OMC. Se permiten ciertas excepciones. Por ejemplo, los países pueden establecer un acuerdo de libre comercio que se aplique únicamente a los productos objeto de comercio dentro del grupo y hacer discriminaciones con respecto a los productos de terceros países. O pueden otorgar acceso especial a sus mercados a los países en desarrollo. O bien un país puede poner obstáculos a los productos que se consideren objeto de un comercio desleal procedentes de países específicos.</p>	<p>nos menciona que los países que integren o mantengan un acuerdo no podrán ser excluidos de las ventajas que se les brinda más bien se debe respetar dichas disposiciones están son aplicadas a la agricultura, medidas sanitarias y fitosanitarias, textiles, obstáculos técnicos al comercio, antidumping, normas de origen, tramite de licencia de importación, etc.</p>
<p>Acuerdo de Complementación Económica N°59</p>	<p>de Ecuador ha firmado varios acuerdos bilaterales y multilaterales como bloque económico, estos traen preferencias arancelarias parciales o totales para el ingreso de productos</p>	<p>Este acuerdo entre el ex presidente de la republica el economista Rafael Correa y en ese entonces el presidente de Brasil Luis Ignacio Lula suscribieron 16 acuerdos bilaterales en</p>

	<p>ecuatorianos a otros países. Este acuerdo está suscrito entre los gobiernos de Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay, algunos estados partes del Mercosur, Colombia Y Ecuador. En este acuerdo Brasil otorga al Ecuador el 100% de preferencia arancelaria.</p>	<p>áreas de agricultura, salud, turismo, asuntos diplomáticos, tecnología e información etc.</p>
<p>Convenios con Estados Unidos</p>	<p>Ecuador no mantiene actualmente un tratado de libre comercio con los Estados Unidos, debido a que al renunciar al ATPDEA, no se procedió a una firma de un acuerdo de Libre Comercio afectando el ingreso de productos ecuatorianos hacia el mercado estadounidense.</p>	<p>Estados Unidos es el principal país importador de rosas frescas es así que el gobierno del ex presidente de Rafael Correa implanto un subsidio en impuestos, contrarrestando de alguna manera los efectos ocasionados por la eliminación del ATPDEA. Es decir que no se maneja ni un tipo de preferencias arancelarias para las rosas y flores naturales, sin embargo se habla de realizar nuevas negociaciones con Estados Unidos que permita el ingreso de productos ecuatorianos con el 0% de arancel.</p>

Acuerdo con la Unión Europea	<p>El Acuerdo Comercial Multipartes de Ecuador con la Unión Europea entro en vigencia el 1 de Enero del 2017 contribuye al crecimiento de la economía del Ecuador gracias al acceso al mercado europeo. Es una gran oportunidad para los empresarios ecuatorianos para internacionalizarse, sin embargo la competencia es muy elevada y se debe hacer los respectivos estudios de mercado para entrar a sectores específicos.</p>	<p>Este acuerdo beneficio al Ecuador para los productos agrícolas, donde están incluidas las flores y en esta sección las rosas lo que se espera es que las exportaciones ecuatorianas crezcan y beneficien a los pequeños y medianos productores del país y en especial del sector norte provincia del Carchi.</p>
AAP.A25TM N° 42	<p>El Acuerdo tiene como objetivos expandir y diversificar las corrientes de comercio a través del otorgamiento de preferencias arancelarias, la eliminación de obstáculos no arancelarios, la facilitación aduanera, estimular el desarrollo de inversiones e impulsar un intercambio bilateral de mercancías con valor agregado, garantizando el patrimonio natural y el uso de tecnologías limpias.</p>	<p>En cuanto a las preferencias arancelarias que Guatemala otorga al Ecuador se encuentran favorecidas 614 subpartidas, cabe recalcar que se hallan una gran variedad de flores, donde se otorga un arancel 0% a la exportación de rosas frescas.</p>

<p>Código Orgánico De La Producción e Inversiones (COPCI)</p>	<p>Art. 1.- Ámbito.- Se rigen por la presente normativa todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional. El ámbito de esta normativa abarcará en su aplicación el proceso productivo en su conjunto, desde el aprovechamiento de los factores de producción, la transformación productiva, la distribución y el intercambio comercial, el consumo, el aprovechamiento de las externalidades positivas y políticas que desincentiven las externalidades negativas. Así también impulsará toda actividad productiva a nivel nacional.</p>	<p>El COPCI nos presenta que las personas de territorio nacional deben ser capaces de desarrollar actividades productivas con el fin de provechar los factores o recursos con los que cuenta nuestro país, con el propósito de producir, transformar y distribuir un bien o servicio a mercados externos, esto para alcanzar el buen vivir de las y los ecuatorianos por medio de la generación de plazas de empleo y reducir los índices de pobreza.</p>
	<p>Art. 3.- Objeto.- El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las</p>	

regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción.

(Art. 4 lit. o y Art. 93, 94, 95).

La política comercial ecuatoriana con respecto al comercio exterior tiene como fin fomentar las exportaciones mediante la aplicación de diferentes mecanismos.

Elaborado por: Autora

ANEXO 2: Fundamentación teórica

Plan Nacional del Buen Vivir

Objetivo 10: Impulsar la Transformación de la Matriz Productiva.- Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitividad, sostenibles, sustentables y diversos. La tercera estrategia de la onceava política (lit. d.) plantean el aumento de la productividad real, diversificación de las exportaciones, exportadores y destinos mundiales. Para lo cual promueve el desarrollo de oferta exportable en las industrias nacientes que generen valor

Lo que busca el Plan Nacional del buen Vivir es promover la oferta exportable del ecuador, mismos bienes o servicios puedan ser exportados con valor agregado con el fin de dar un añadido a los productos y sean demandados por mercados internacionales.

	agregado, con la finalidad de aprovechar las ventajas que ofrece el comercio exterior. (pp. 108 y 335)
Agenda para la Transformación de la matriz productiva territorial 2011 - 2013	<p>2.2.4 Democratización Productiva y Desarrollo de MIPYMES.- Las pequeñas y medianas empresas tienen una importancia estratégica en el crecimiento de la economía para la transformación del aparato productivo local, y la mejor posición competitiva del país. En la provincia del Carchi se encuentran 7 empresas medianas, 27 microempresas y 19 pequeñas.</p> <p>En la provincia del Carchi se encuentran más de 42 mil personas dedicadas a la actividad agrícola, ganadera, caza y silvicultura con una participación del 48%. En la provincia del Carchi no existen empresas grandes dedicadas a la producción y comercialización de bienes y servicios es así que hay PyMES que producen y exportan en cantidades menores.</p>

Elaborado por: Autora

ANEXO 3: Fundamentación teórica

Teorías	Definición	Aporte a la investigación
Teoría de la ventaja comparativa	Según Ricardo, es el costo (del trabajo) relativo o comparativo de las mercancías en cada país, en lugar de los costos absolutos, lo que determina el valor en los intercambios internacionales. Demuestra que a partir de la noción de costo comparativo se pueden definir los patrones de especialización, tomando en cuenta dos elementos: los costos	Esta teoría es importante porque se analiza el poder de especialización y por consiguiente se conocerá si se está dando el tratamiento adecuado a las rosas por parte de la florícola The North Flowers, esto admite conocer el factor que influye para medir la competitividad de la misma

laborales y de las relaciones de intercambio entre países. en el sector que se encuentra.

Además, la teoría ricardiana implica tres supuestos simplificadores:

- Inmovilidad relativa de factores
- Estática y
- Estructura del mercado.

Tomado de (Economía Pontificia Universidad Católica del Ecuador)

Teoría de la ventaja competitiva

Según Porter, hay tres tipos de estrategias genéricas que una empresa puede implementar estas son:

Liderazgo en costos.- Esta estrategia requiere un conocimiento detallado y profundo de las actividades de la cadena de valor para identificar aquellas en las cuales se pueden alcanzar ventajas en costos.

Diferenciación.- Implica que la unidad de negocios ofrece algo único, inigualado por sus competidores, y que es valorado por sus compradores más allá del hecho de ofrecer simplemente un precio inferior.

Enfoque. Se caracteriza por la elección previa de un segmento, mercado local, fase del proceso productivo, etc. y por ajustar una

Mediante esta teoría se puede observar si la florícola The North Flowers de la provincia del Carchi tiene la oportunidad de acceso a los mercados, se toma en cuenta por que al analizar los diferentes mercados internacionales nos permite visualizar si las empresa productora de rosas frescas cuentan con las condiciones necesarias para poder competir en el mercado internacional.

estrategia óptima que responda a las necesidades específicas de los clientes escogidos. Encontrado en: <https://www.gestiopolis.com/cuales-son-las-tres-estrategias-genericas-de-porter/>

Nueva Teoría de Comercio Internacional de Paul Krugman

Krugman montó su teoría para que la florícola The North Flowers pueda "economías de escala" o expandir su mercado y "rendimientos de escalas cubrir la demanda de crecientes" mediante el cual a mercados externos es importante aplicar la economía de escala para a su vez facilitan la oferta de alcanzar un nivel óptimo de producción con el propósito de reducir los costos y pueda competir con empresas fuertes. producción, menores costos, que a su vez facilitan la oferta de productos, beneficiando a los consumidores, al duplicar los insumos o recursos de una industria, la producción aumentará en más del doble, disminuyendo el costo por unidad producida. (J., Mayorga y C., Martínez, 2008)

Elaborado por: Autora

ANEXO 4: Operacionalización de variables

IDEA A DEFENDER

La diversificación de mercados internacionales contribuye al fomento de la comercialización de rosas frescas de la Florícola The North Flowers de la provincia del Carchi.

Variables	Definición conceptual de la variable	Dimensión	Indicadores	Ítem	Técnica	Instrumento	Informante
VARIABLE INDEPENDIENTE Diversificación de Mercados Internacionales	Los mercados internacionales se puede mencionar que es el conjunto de actividades comerciales entre empresas de diferentes países, estos han tomado una gran importancia por cuenta estamos inmersos en un mundo globalizado. Para lograr mantener una participación activa en los	Mercado Internacional	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Acuerdos comerciales. ✓ Aspectos Político-Legal ✓ Medidas arancelarias y no arancelarias. ✓ Factores socioeconómicos 	<p>¿Cuál es la política económica/comercial?</p> <p>¿Existen barreras arancelarias y no arancelarias para la importación de las rosas frescas?</p> <p>¿Cuál es la balanza comercial del país?</p> <p>¿Cuál es la situación socioeconómica actual del Ecuador?</p>	<p>Documentos bibliográficos</p> <p>Documentos bibliográficos</p>	<p>Ficha bibliográfica</p> <p>Ficha bibliográfica</p>	<p>Páginas web, Banco Mundial, Banco Central del Ecuador</p>
		Competitividad	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Infraestructura ✓ Operatividad ✓ Eficiencia en los procesos. ✓ Tecnología 	<p>¿Cuál es la tasa de desempleo en Ecuador?</p> <p>¿Cuál es la situación del sector ofertante?</p>	<p>Fichas técnicas</p> <p>Entrevista</p>	<p>Cuestionario</p>	<p>Florícola The North Flowers</p>

mercados internacionales la empresa debe ser competitiva en cuanto a precios, procesos, tiempos etc., que permitan un desarrollo creciente para las organizaciones. Cabe recalcar que la empresa que entre a operar en un mercado exterior debe tomar en cuenta el sentido de cultura y preferencias de los posibles clientes.

Transporte

- ✓ Costo
- ✓ Red de transporte

¿Cuáles son los costos de transporte?

¿Cuál es la red de transporte más adecuada?

VARIABLE DEPENDIENTE Comercialización	<p>La ejecución de las actividades comerciales que orientan al flujo de los bienes, servicios del productor al consumidor final para satisfacer las necesidades de los clientes y cumplir con los objetivos.</p> <p>La comercialización de los productos debe contener el diseño y envasado del producto así como también el tipo de embalaje para la exportación del mismo, de</p>	Producto	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Características del producto ✓ Proveedores ✓ Nivel de ventas ✓ Transporte ✓ Precio ✓ Variedades de flores. ✓ Canales de Distribución 	<p>¿Cuántos proveedores tiene la florícola?</p> <p>¿Cuál es la cantidad de cultivo por hectárea?</p> <p>¿Cuáles son las características del producto?</p> <p>¿Cuáles son los costos de producción?</p> <p>¿Con que frecuencia se vende las rosas cosechadas?</p> <p>¿La florícola se encuentra en la capacidad de aumentar su producción?</p> <p>¿Cuál es la red de transporte más adecuado?</p> <p>¿Cuál es la situación</p>	<p>Entrevista</p> <p>Fichas técnicas</p>	<p>Preguntas claves-cuestionario estructurado</p>	<p>Banco Central del Ecuador, Trade Map, florícola The North Flowers, páginas web</p>
		Perfil del	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Índice del costo de vida 				

identificar los precios que se cobrarán, al igual que se tomará en cuenta las políticas de crédito que acuerden entre el vendedor y el comprador. Es importante tener claro todos los aspectos que se acuerden debido a que así se logrará mantener una comercialización de un bien o servicio de manera exitosa.	consumidor	✓ Gustos ✓ Oferta. ✓ Demanda.	actual del sector ofertante?
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------	-------------------------------------	------------------------------

ANEXO 5. Fichas de Observación

Tabla 83. Ficha de observación N° 01.

Observación	01
N°.	
Entidad:	The North Flowers
Participante:	Denise Sabrina Chicango Torres
Lugar:	Provincia del Carchi, Cantón Tulcán – sector de Cuesaca.
Actividad:	Visita
Descripción:	Se realiza la visita con el fin de presentar la solicitud a la florícola para poder realizar el proyecto de titulación denominado “Diversificación de mercados internacionales para la comercialización de rosas frescas de la empresa The North Flowers de la provincia del Carchi”, donde se conoce las instalaciones de la empresa y al Gerente General Alex Tabango.



Evidencias:



Fuente: The North Flowers

Elaborado por: Autora

Tabla 84. Ficha de observación N° 02.

Observación N°. 02	
Entidad:	The North Flowers
Participante:	Denise Sabrina Chicango Torres
Lugar:	Provincia del Carchi, Cantón Tulcán – sector de Cuesaca.
Actividad:	Visita
Descripción:	<ol style="list-style-type: none">1. El Ingeniero William Paspuel quien labora en la florícola me dio un tour por las instalaciones de la misma y me explica cuál es el proceso de producción de las rosas frescas.2. Se recaba información acerca de cuantos operarios tiene la compañía, características de las rosas a exportar, cuantas hectáreas están siendo utilizadas para la producción, proveedores, etc.



Evidencias:



Fuente: The North Flowers

Elaborado por: Autora

Tabla 85. Ficha de observación N° 03.

Observación N°.	03
Entidad:	The North Flowers
Participante:	Denise Sabrina Chicango Torres
Lugar:	Provincia del Carchi, Cantón Tulcán – sector de Cuesaca.
Actividad:	Visita
Descripción:	<ol style="list-style-type: none">1. Se obtiene más información para realizar el estudio técnico y financiero.2. Se agradece a la florícola por brindar la oportunidad de trabajar en la investigación con ellos, se recorre por última vez la empresa.



Evidencias:



Fuente: The North Flowers

Elaborado por: Autora

ANEXO 6. Conversatorio



UNIVERSIDAD POLITECNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN
Y ECONOMÍA EMPRESARIAL



ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION COMERCIAL INTERNACIONAL

Entrevistador:

Entrevistado (Nombre):

Cargo:

Por favor, dedique un momento a completar esta entrevista, la información que nos proporcione será utilizada para determinar el tema de Diversificación de mercados internacionales para la comercialización de rosas frescas de la florícola The North Flowers de la provincia del Carchi. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto al de la investigación.

1. ¿Cuánto tiempo lleva la constitución de la empresa?

- De 1 a 5 años
- De 6 a 10 años
- De 11 a 15 años
- Más de 16 años

2. ¿Cuántas personas integran la empresa?

- De 5 a 15 personas
- De 16 a 30 personas
- Más de 31 personas

3. ¿Aproximadamente cuántas rosas se cosechan mensualmente por hectárea?

- 20000 a 50000 rosas
- 50000 a 80000 rosas
- 80000 a 110000 o más rosas

4. ¿Cómo califica usted la calidad de las rosas que produce en la actualidad?

- Alta
- Media

¿Porqué? _____

5. ¿Dónde comercializa las rosas frescas?

- Mercado local
- Mercado nacional
- Entrega a intermediarios
- Exportaciones

6. En caso de exportar que porcentaje de la producción total de rosas destina a mercados externos

- 30%
- 50%
- 60%
- 80%
- Más del 80%

7. A qué precio comercializa su producto por bonche

- 1,75 USD
- 2 USD
- 2,50 USD
- 3,00 USD o más

8. ¿Cuál es el porcentaje de rentabilidad que percibe al momento de vender la cosecha de rosas?

- De 200 a 500
- De 500 a 800
- De 800 a 1200
- De 1200 a 1500

9. ¿Cuánto gasta en insumos para la producción de rosas al mes?

100 USD



200 USD



300 USD



400 USD o más



10. Del 1 al 5 marque con una X, siendo 1 = muy malo y 5 = excelente. Al momento de comercializar las rosas frescas. ¿Qué parte de la cadena logística considera que se está llevando apropiadamente o por el contrario lo que posee mayor falencia?

Actividades	1 = Muy malo	2 = Malo	3 = Intermedio	4 = Muy bueno	5 = excelente
Asesoría técnica					
Proveedores de semillas					
Proveedores de insumos					
Financiamiento					

TRANSPORTE TERRESTRE LOCAL/NACIONAL	1 = Muy malo	2 = Malo	3 = Intermedio	4 = Muy bueno	5 = excelente
Costo de flete					
Estado de carreteras					
Vías de acceso apropiado					
Tasas de peajes					

Llenar en caso de realizar exportaciones. (Vía Aérea)

TRANSPORTE INTERNACIONAL	1 = Muy malo	2 = Malo	3 = Intermedio	4 = Muy bueno	5 = excelente
Líneas aéreas					
Agencias de carga					
Paletizadoras					
Costo de flete					

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 7. Encuesta



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL
CARCHI**



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION COMERCIAL INTERNACIONAL

Por favor, dedique un momento a completar esta encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para determinar el tema de Diversificación de mercados internacionales para la comercialización de rosas frescas de la florícola The North Flowers de la provincia del Carchi. Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto al de la investigación.

1. ¿Qué cantidad de rosas frescas importa la empresa mensualmente?

- a) De 0 a 15 toneladas
- b) De 15 a 30 toneladas
- c) De 30 a 45 o más toneladas

2. ¿Cuál de los siguientes productos importa con mayor frecuencia?

- a) Rosas
- b) Crisantemos
- c) Claveles
- d) Gerberas

3. ¿Qué termino de negociación utiliza en el proceso de importación de flores?

- a) FOB
- b) CIF
- c) FAS
- d) CFR
- e) Otro

4. ¿De qué países generalmente la empresa importa Flores?

- a) Colombia
- b) Ecuador
- c) Argentina
- d) Países Bajos

e) Otro

5. ¿Estaría dispuesto a importar rosas frescas desde Ecuador?

- a) Si
- b) No

6. ¿Con que frecuencia desearía importar rosas frescas?

- a) Mensual
- b) Trimestral
- c) Semestral
- d) Anual

ANEXO 8: Empresas Alemanas encuestadas



Morgentau Floristik

A 835 personas les gusta esto
Compras y ventas al por menor

10 DIC. A LAS 11:29 AM

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfQOR9rh-moetNl3xCSx7CKakbdbsynRtU5j5akqBBF00N9Xw/viewform?usp=sf_link

INQUEST

Please, take a moment to complete this survey. The information you provide will be used for academic purposes to determine the titling project called "Diversification of int...
docs.google.com

Sabry Chicango Torres
vielen Dank für deine
Nachricht. Wir
versuchen so gut und so
schnell wie möglich zu
antworten.



Iris Flowerpower

A 130 personas les gusta esto
Florista

10 DIC. A LAS 11:31 AM

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfQOR9rh-moetNl3xCSx7CKakbdbsynRtU5j5akqBBF00N9Xw/viewform?usp=sf_link



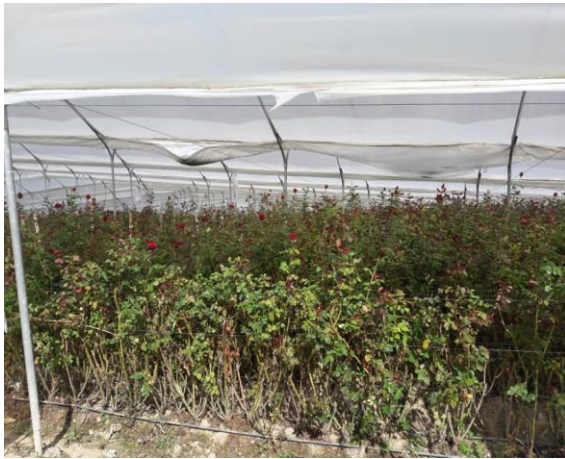
Floreria Exotic Garden

A 2380 personas les gusta esto
Producto/servicio

8:36 AM

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfQOR9rh-moetNl3xCSx7CKakbdbsynRtU5j5akqBBF00N9Xw/viewform?usp=sf_link

ANEXO 9: Florícola The North Flowers





ANEXO 10: Acta de Pre-defensa



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

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: DENISE SABRINA CHICANGO TORRES
NIVEL/PARALELO: EGRESADO
CÉDULA DE IDENTIDAD: 0401693841
PERIODO ACADÉMICO: UBRE 2017 - FEBRERO

TEMA DE INVESTIGACIÓN: "DIVERSIFICACIÓN DE MERCADOS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE ROSAS FRESCAS DE LA EMPRESA THE NORTH FLOWERS DE LA PROVINCIA DEL CARCHI".

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

PRESIDENTE: MSC. GERMÁN GEORING RUIZ RIVADENEIRA
LECTOR: MSC. WILLINGTON GERARDO MERA RODRIGUEZ
ASESOR: MSC. JOSÉ EDISON CAZA GUEVARA

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: VISUALES
FECHA: Lunes 26 noviembre 2018
HORA: 10H00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 5,00
2) Trabajo escrito 2,20
Nota final de PRE DEFENSA 7,20

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 proceder 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 Lunes 26 noviembre 2018


MSC. GERMÁN GEORING RUIZ RIVADENEIRA
PRESIDENTE


MSC. JOSÉ EDISON CAZA GUEVARA
TUTOR


MSC. WILLINGTON GERARDO MERA RODRIGUEZ
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones

