

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Tema: “Oportunidad de Mercados Internacionales para la exportación de rosas miniatura spray de la microempresa PROPLAN ROSES, parroquia El Quinche- Pichincha”

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del
título de Licenciada en Comercio Exterior

AUTORA: Arciniega Reascos Daniela Carolina


TUTORA: MSc. Realpe Delgado Ofelia Beatriz

Tulcán, 2023.

CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que la estudiante Arciniega Reascos Daniela Carolina con el número de cédula 0401924253 ha desarrollado el Trabajo de Integración Curricular: "Oportunidad de Mercados Internacionales para la exportación de rosas miniatura spray de la microempresa PROPLAN ROSES, parroquia El Quinche- Pichincha"

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



MSc. Realpe Delgado Ofelia Beatriz

TUTORA

Tulcán, febrero de 2023

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente Trabajo de Integración Curricular constituye un requisito previo para la obtención del título de Licenciada en la Carrera de Comercio Exterior de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Yo, Arciniega Reascos Daniela Carolina con cédula de identidad número 0401924253 declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



Arciniega Reascos Daniela Carolina

AUTORA

Tulcán, febrero de 2023

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo Arciniega Reascos Daniela Carolina declaro ser autora de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: "Oportunidad de Mercados Internacionales para la exportación de rosas miniatura spray de la microempresa PROPLAN ROSES, parroquia El Quinche- Pichincha" y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.



Arciniega Reascos Daniela Carolina

AUTORA

Tulcán, febrero de 2023

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por su amor infinito, gracias, padre celestial por otorgarme la vida, salud, fortaleza y valentía durante este trayecto de mi vida, por brindarme la oportunidad de cumplir un sueño que ahora se convierte en una realidad.

A mis queridos padres Francisco y Florencia, quienes han estado apoyándome en todo momento, sé que el camino no ha sido fácil. Gracias por enseñarme a siempre luchar por mis sueños y volar muy alto. Sepan que son el pilar fundamental de mi vida, todo el esfuerzo y sacrificio realizado ha sido, es y seguirá siendo por ustedes. ¡Siempre los llevo presentes en mi mente, alma y corazón!

A mis hermanos Paúl y Francisco, dos tesoros que llenan de alegría mis días, gracias por creer y confiar en mí. Por enseñarme que todo es posible; sé que sin su apoyo no hubiese sido alcanzable lograr el objetivo de graduarme como Licenciada en Comercio Exterior, tengan claro que este logro no es solo mío, sino de todos ustedes, mi familia.

A la Universidad Politécnica Estatal del Carchi por ser aquel rayito de sol que iluminó mi sendero, gracias por haberme acogido durante 5 años, a mis docentes, quienes fueron mi ejemplo a seguir, porque con sus consejos y enseñanzas fortalecieron mi carácter y mi espíritu, gracias a ello puedo decir que ahora soy mejor.

A mi tutora Msc. Beatriz Realpe por ser mi guía, brindándome su valioso tiempo y ayuda, gracias por contribuir con sus conocimientos y recomendaciones que permitieron culminar con éxito el trabajo de investigación.

A las autoridades de la microempresa ProPlan Roses, por brindar su apoyo y ayuda en el desarrollo del presente proyecto. Deseo concluir agradeciendo una vez más a toda mi familia, amigos y compañeros. Muchas Gracias

Con amor

Daniela Carolina Arciniega Reascos

DEDICATORIA

En las siguientes líneas expreso mis sentimientos para todos quienes forjaron y contribuyeron a cumplir un sueño que marca un antes y un después. Desde niña siempre tuve el deseo ferviente de ingresar a la Universidad y aquel sueño se cumplió.

A Dios porque sé que ha estado conmigo en todo momento y lugar, me ha guiado por el camino del bien, nunca me ha abandonado y me ha bendecido con una gran familia. Por otorgarme sabiduría e inteligencia para concluir una etapa maravillosa, que con ternura siempre recordaré.

A mis padres por acompañarme a lo largo de este camino llamado vida, por enseñarme a crecer y si llego a caer debo levantarme, ustedes son la fuente de mi lucha e inspiración, con su amor, bondad y sacrificio he llegado a la meta, por inculcar principios y valores que estarán presentes en mí durante toda mi vida. Son las bases y cimientos que me ayudaron a llegar hasta el sitio donde me encuentro.

A mis hermanos por todas aquellas muestras de amor y apoyo, por creer en mí y estar presentes en los momentos precisos. Ustedes son mi ejemplo a seguir, de superación, disciplina, respeto y responsabilidad, porque me han enseñado que se debe romper cadenas y la única forma de avanzar es ir en dirección hacia tus miedos.

A mis tíos, primos y familia en general, quienes me apoyaron durante el desarrollo de toda la carrera universitaria, brindándome palabras de aliento, que fortalecieron mi compromiso de alcanzar la meta propuesta de obtener mi título profesional.

Sé que las palabras plasmadas no son suficientes para expresar mi gratitud, pero espero que con ellas se den a entender mis sentimientos de cariño y aprecio a todos ellos.

Con amor

Daniela Carolina Arciniega Reascos

ÍNDICE

RESUMEN.....	16
ABSTRACT	17
INTRODUCCIÓN.....	18
I. EL PROBLEMA	19
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	19
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	22
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	22
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	23
1.4.1. Objetivo General	23
1.4.2. Objetivos Específicos	23
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	24
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	25
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	25
2.2. MARCO TEÓRICO.....	33
2.2.1. Fundamentación Teórica	33
2.2.2. Fundamentación Conceptual.....	35
2.2.3. Fundamentación Legal	39
III. METODOLOGÍA	42
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO.....	42
3.1.1. Enfoque	42
3.1.2. Tipo de Investigación	43
3.2. IDEA A DEFENDER	44
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	44
3.3.1. Definición de las variables.....	44
3.3.2. Operacionalización de las variables	45
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS.....	49

3.4.1. Método Deductivo.....	49
3.4.2. Método Inductivo.....	49
3.4.3. Población y muestra de la microempresa	49
3.4.4. Población y muestra del país destino	50
3.4.5. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos	51
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO	52
3.6. IDENTIFICACIÓN DE LOS MERCADOS INTERNACIONALES	52
3.6.1. Codificación Partida Arancelaria.....	53
3.6.2. Análisis Estadísticos e interpretación de datos, países seleccionados	53
3.6.3. Análisis situacional externo de los países seleccionados	59
3.7. PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS MATRIZ POAM	83
3.7.1. Resumen POAM.....	85
3.8. ANÁLISIS DEL MERCADO DE DESTINO	86
3.8.1. Perfil del país- Estados Unidos	86
3.8.2. Segmentación de Mercado.....	87
3.8.3. Análisis de Factores Ciudad de Destino	88
3.8.4. Perfil del Consumidor de Dallas, Texas- EEUU	89
3.8.5. Proyección de la Población	90
3.8.6. Principales Importadores en Dallas- Texas, subpartida 060311	92
3.9. ANÁLISIS DEL PRODUCTO.....	93
3.9.1. Importaciones de Estados Unidos partida arancelaria 0603.11.00.00.....	93
3.9.2. Principales Competidores en el Mercado de Estados Unidos.....	96
3.9.3. Índice de Grubel y Lloyd	96
3.9.4. Análisis top 5 productos de exportación Ecuador- Estados Unidos	97
3.9.5. Estrategia de Internacionalización Ecuador- EEUU	99
3.9.6. Análisis Situacional del país exportador- Ecuador	101
3.9.7. Competencia del Producto a nivel nacional.....	102
3.10. PROYECCIONES DE ESTUDIO	103

3.10.1. Oferta en Origen.....	103
3.10.2. Demanda Mercado Internacional	104
3.10.3. Consumo Nacional Aparente.....	106
3.10.4. Demanda Insatisfecha.....	108
3.11. ESTUDIO TÉCNICO	110
3.11.1. Localización de la empresa.....	110
3.11.2. Distribución Física de la Planta	111
3.11.3. Maquinaria.....	112
3.11.4. Organización Empresarial.....	114
3.11.5. Misión, Visión, Valores Corporativos, Objetivos Estratégicos.....	115
3.11.6. Matriz FODA	116
3.11.7. Organigrama Estructural ProPlan Roses	117
3.11.8. Organización Administrativa.....	118
3.11.9. Manual de Funciones.....	119
3.11.10. Procesos	123
3.11.11. Información del Producto	129
3.11.12. Envase, Embalaje y Etiquetado.....	131
3.11.13. Modo y Medio de Transporte	137
3.11.14. Cadena de Suministros (Supply Chain Management)	140
3.11.15. Estrategias de Promoción.....	143
3.11.16. Estrategias de competitividad.....	145
3.11.17 Exportación Directa.....	147
3.11.18. Precio Competencia Internacional Mercado de EEUU.....	147
3.11.19. Requisitos necesarios en la exportación de rosas miniatura spray	148
3.11.20. Medio de Pago Internacional.....	149
3.11.21. Cubicaje	150
3.11.22. Incoterms.....	152
3.11.23. Estimación de Ventas.....	155

3.12. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....	156
3.12.1. Inversión Inicial.....	156
3.12.2. Capital de Operación.....	157
3.12.3. Proyección de Costos.....	158
3.12.4. Proyección de Gastos	161
3.12.5. Depreciación de Activos	163
3.12.6. Estructura del Financiamiento.....	163
3.12.7. Costo Promedio Ponderado de Capital	163
3.12.8. Amortización.....	164
3.12.9. Estados Financieros	164
3.12.10. Indicadores Financieros	165
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	167
4.1. RESULTADOS	167
4.1.1. Resultados Matriz POAM	167
4.1.2. Resultado de Entrevistas a expertos.....	168
4.1.3 Resultado Encuestas	180
4.2. DISCUSIÓN	193
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	197
5.1. CONCLUSIONES	197
5.2. RECOMENDACIONES	198
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	200
VII. ANEXOS.....	203

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización Variable Independiente.....	45
Tabla 2. Operacionalización Variable Dependiente	47
Tabla 3. Grupo de Expertos	50
Tabla 4. Muestra por conveniencia	51
Tabla 5. Técnicas de recolección de datos	51
Tabla 6. Posición Arancelaria Rosas miniatura spray.....	53
Tabla 7. Principales países importadores subpartida 0603.11.00.00	54
Tabla 8. Top 10 de países importadores a nivel mundial, subpartida 0603.11.00.00, valor expresado en porcentaje de arancel.....	55
Tabla 9. Top 10 países importadores a nivel mundial de la subpartida 0603.11.00.00 valor expresado en porcentaje de coeficiente de apertura comercial.....	56
Tabla 10. Principales Importadores-CAE-Arancel	57
Tabla 11. Top 3 Mayores Países Importadores partida 0603.11.00.00.....	57
Tabla 12. Top 10 Principales exportadores de rosas en el mundo.....	58
Tabla 13. Distribución por Edad	60
Tabla 14. Población Total-Tasa de Crecimiento.....	61
Tabla 15. Perfil del Consumidor EEUU	62
Tabla 16. Perfil del Consumidor Países Bajos	62
Tabla 17. Perfil del Consumidor Alemania.....	63
Tabla 18. Empleo por sector valor porcentual	64
Tabla 19. Acuerdos Comerciales.....	66
Tabla 20. Estabilidad Política	67
Tabla 21. Estabilidad del Sistema Bancario.....	68
Tabla 22. Barreras Arancelarias por país.....	69
Tabla 23. Barreras No Arancelarias por país	70
Tabla 24. Balanza Comercial Ecuador- EEUU	75
Tabla 25. Balanza Comercial Ecuador- Países Bajos	77
Tabla 26. Balanza Comercial Ecuador- Alemania	78
Tabla 27. Indicadores Económicos EEUU.....	80
Tabla 28. Indicadores Económicos Países Bajos.....	81
Tabla 29. Indicadores Económicos Alemania	82
Tabla 30. Moneda EEUU, Países Bajos, Alemania	82
Tabla 31. Matriz POAM	83

Tabla 32. Ponderación de datos POAM, países de estudio.	85
Tabla 33. Ficha Técnica Estados Unidos.....	87
Tabla 34. Ficha Técnica Ciudad de Dallas- Texas	89
Tabla 35. Cálculo Proyección Poblacional Dallas- EEUU.....	90
Tabla 36. Proyección y Tasa de crecimiento poblacional Dallas-Texas	92
Tabla 37. Empresas importadoras en Dallas- EEUU	92
Tabla 38. Importación de rosas miniatura spray de EEUU, valor en miles de USD	95
Tabla 39. Top 5 productos de exportación, mercado Ecuador – EEUU	98
Tabla 40. Estrategias de Internacionalización.....	99
Tabla 41. Ficha Técnica Ecuador.....	102
Tabla 42. Empresas competidoras a nivel nacional.....	103
Tabla 43. Proyección oferta exportable rosas miniatura spray	103
Tabla 44. Datos históricos importaciones rosas miniatura spray- EEUU.....	104
Tabla 45. Proyección de importaciones	105
Tabla 46. Datos históricos exportaciones rosas miniatura spray- EEUU.....	105
Tabla 47. Proyección de exportaciones	106
Tabla 48. Consumo Nacional Aparente Rosas miniatura spray	107
Tabla 49. Cálculo de la Demanda Insatisfecha Internacional.....	108
Tabla 50. Maquinaria	112
Tabla 51. Análisis FODA Empresa ProPlan Roses	117
Tabla 52. Mano de Obra ProPlan Roses.....	119
Tabla 53. Manual de Funciones Gerente General	119
Tabla 54. Manual de Funciones Representante de Comercio Exterior.....	120
Tabla 55. Manual de Funciones Contador	120
Tabla 56. Manual de funciones Jefe de Producción.....	121
Tabla 57. Manual de Funciones Supervisor de Post Cosecha	122
Tabla 58. Manual de Funciones Personal de Empaque	122
Tabla 59. Manual de Funciones Trabajadores de Campo	123
Tabla 60. Mapa de Procesos	124
Tabla 61. Ficha de Procesos-Administración	124
Tabla 62. Ficha de Procesos de Exportación	126
Tabla 63. Ficha de Procesos de Producción	128
Tabla 64. Ficha Técnica Rosa miniatura spray	130
Tabla 65. Envase ProPlan Roses	131

Tabla 66. Embalaje ProPlan Roses	132
Tabla 67. Marcación Embalaje ProPlan Roses.....	133
Tabla 68. Etiqueta Cliente Internacional	134
Tabla 69. Etiqueta Agencia de Carga Internacional	134
Tabla 70. Etiqueta Empresa Exportadora	135
Tabla 71. Ficha Técnica Ruta Logística Nacional	138
Tabla 72. Ficha Técnica Ruta Logística Internacional	139
Tabla 73. Cadena de Suministros	140
Tabla 74. Canal de Distribución	142
Tabla 75. Canal de Distribución ProPlan Roses.....	143
Tabla 76. Certificaciones Sector Florícola	146
Tabla 77. Documentos de exportación.....	149
Tabla 78. Cálculo de cubicaje cajas	151
Tabla 79. Cálculo de cubicaje pallets	151
Tabla 80. Incoterms.....	154
Tabla 81. Estimación de Ventas Nacionales.....	155
Tabla 82. Estimación de Ventas Internacionales.....	155
Tabla 83. Inversión Inicial Total	156
Tabla 84. Inversión Activos Fijos	156
Tabla 85. Activos Diferidos- Gastos de Constitución.....	157
Tabla 86. Capital de Operación.....	157
Tabla 87. Materia Prima	158
Tabla 88. Mano de Obra Directa	159
Tabla 89. Costos Indirectos de Fabricación	160
Tabla 90. Sueldos Administrativos	161
Tabla 91. Gastos Administrativos.....	162
Tabla 92. Gastos Exportación	162
Tabla 93. Depreciación Activos	163
Tabla 94. Estructura de Financiamiento	163
Tabla 95. Costo de Capital Promedio.....	164
Tabla 96. Tabla de Amortización Anual.....	164
Tabla 97. Estado de Resultados	164
Tabla 98. Indicadores Financieros	166
Tabla 99. Resultados Matriz POAM	167

Tabla 100. Capacidad de Producción	168
Tabla 101. Tallos de exportación.....	171
Tabla 102. Adquisición de rosas miniatura spray	180
Tabla 103. Importadores de rosas miniatura spray	181
Tabla 104. Períodos de mayor demanda	182
Tabla 105. Tallos de importación.....	183
Tabla 106. Estándares de calidad.....	184
Tabla 107. Colores rosas miniatura spray	185
Tabla 108. Preferencia tamaño del tallo.....	186
Tabla 109. Preferencia tamaño del botón	187
Tabla 110. Precio a pagar por tallo	188
Tabla 111. Preferencia de Canal de Distribución	189
Tabla 112. Incoterms proceso de importación	191
Tabla 113. Disposición de importación	192

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Variable Independiente	35
Figura 2. Variable Dependiente.....	37
Figura 3. Fundamentación Legal-Pirámide Jurídica de Hans Kelsen	41
Figura 4. Rosa miniatura spray	53
Figura 5. Balanza Comercial Ecuador-EEUU período 2016-2021	76
Figura 6. Balanza Comercial Ecuador- Países Bajos período 2016-2021	77
Figura 7. Balanza Comercial Ecuador- Alemania período 2016-2021	79
Figura 8. Segmentación de Mercado EEUU	88
Figura 9. Crecimiento Población Dallas-EEUU	91
Figura 10. Importaciones EEUU partida 0603110000.....	95
Figura 11. Principales Competidores partida 0603110000-Mercado de EEUU	96
Figura 12. Matriz BCG Rosas miniatura spray.....	99
Figura 13. Macro localización PROPLAN ROSES.....	110
Figura 14. Micro Localización PROPLAN ROSES	111
Figura 15. Distribución Interna de la Planta	112
Figura 16. Logotipo ProPlan Roses.....	115
Figura 17. Estructura Organizacional.....	118
Figura 18. Código de Barras- SENA E	136
Figura 19. Etiqueta Agrocalidad	137

Figura 20. Precio de la Competencia.....	148
Figura 21. Compra de rosas miniatura spray	181
Figura 22. Países de los que importa rosas miniatura spray	182
Figura 23. Períodos de mayor demanda de rosas miniatura spray.....	183
Figura 24. Importación de tallos rosa miniatura spray.....	184
Figura 25. Estándares de calidad rosa miniatura spray	185
Figura 26. Color de rosa miniatura spray importado en mayor frecuencia	186
Figura 27. Preferencia de importación tamaño del tallo	187
Figura 28. Preferencia de importación tamaño del botón floral.....	188
Figura 29. Precio por cada tallo de rosa miniatura spray.....	189
Figura 30. Canal de Distribución proceso de compraventa internacional	190
Figura 31. Incoterms, importación de rosas miniatura spray	191
Figura 32. Disposición importación de rosas miniatura spray.....	192
Figura 33. Aplicación de entrevistas a Autoridades ProPlan Roses y expertos.....	228
Figura 34. Correos a empresas importadoras.....	232
Figura 35. Recolección de información	233

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC.....	203
Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas	204
Anexo 3. Oficio dirigido a Microempresa "ProPlan Roses"	206
Anexo 4. Carta de Aceptación "ProPlan Roses"	207
Anexo 5. Guía de Entrevista 001- Gerente General "ProPlan Roses".....	208
Anexo 6. Guía de Entrevista 002- Representante de Ventas "ProPlan Roses".....	212
Anexo 7. Guía de Entrevista 003- Representante de Producción "ProPlan Roses"	216
Anexo 8. Guía de Entrevista 004- PROECUADOR- Econ. Carolina Vargas.....	219
Anexo 9. Guía de Entrevista 005- AGROCALIDAD- Ing. Gabriel García	222
Anexo 10. Guía de Entrevista 006- Empresa "Asociados Cajas"	225
Anexo 11. Evidencia aplicación de entrevistas	228
Anexo 12. Formato de encuesta aplicada a empresas de EEUU	229
Anexo 13. Correos enviados a empresas importadoras de Estados Unidos.....	232
Anexo 14. Evidencia aplicación de encuesta	233
Anexo 15. Ficha Bibliográfica 001 PESTEL- Estados Unidos.....	234
Anexo 16. Ficha Bibliográfica 002 PESTEL- Países Bajos	235
Anexo 17. Ficha Bibliográfica 003 PESTEL- Alemania.....	236

RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo principal identificar la mejor oportunidad de mercados internacionales para la exportación de rosas miniatura spray de la microempresa ProPlan Roses ubicada en la Parroquia El Quinche, Cantón Quito, Provincia de Pichincha; con el fin de incrementar las ventas se seleccionó a los países con mayor participación en el volumen de importación mundial de la partida arancelaria 0603.11.00.00 obteniendo como resultado los mercados de Estados Unidos, Países Bajos y Alemania.

La Matriz de Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM) a través del análisis de factores políticos, económicos, sociales y legales, identifica a Estados Unidos como el destino óptimo en la exportación de rosas miniatura spray, porque es el principal socio comercial de Ecuador y mayor importador de rosas cultivadas en Sudamérica.

En la recolección de información primaria se aplicó encuestas a empresas importadoras de rosas miniatura spray ubicadas en la ciudad de Dallas, Estado de Texas- Estados Unidos, además se realizó entrevistas a las autoridades de ProPlan Roses y a expertos en el tema de investigación. La información secundaria se obtuvo de libros, revistas científicas, páginas web de sitios oficiales.

El estudio técnico permitió identificar características del producto, envase, embalaje, etiquetado, término de negociación, canales de distribución, medio de transporte, medio de pago internacional, capacidad de producción, etc.

El estudio económico- financiero evidencia que el proyecto es viable, porque los indicadores financieros son positivos, el Valor Actual Neto corresponde a \$380725 la Tasa Interna de Retorno es de 28% el período de recuperación de la inversión es de 3 años 4 meses y el costo beneficio de \$1.56 por cada dólar invertido se gana 0.56 centavos de dólar, por lo tanto, se demuestra que la exportación de rosas miniatura spray al mercado estadounidense es factible.

Palabras claves: oportunidad de mercados, exportación, rosas miniatura spray, demanda, oferta, mercado.

ABSTRACT

The main objective of this research project is to identify the best opportunity in international markets to the exportation of spray miniature roses from the ProPlan Roses microenterprise located in El Quinche Parish, Quito Canton, Pichincha Province. In order to increase sales, the countries with the greatest participation in the world import volume of tariff heading 0603.11.00.00 "Flowers and buds, cut for bouquets or decorations, fresh, dried, bleached, dyed, impregnated or prepared in a different way" obtaining as a result the markets of the United States, the Netherlands and Germany.

The Opportunities and Threats Profile Matrix ("POAM") through the analysis of political, economic, social and legal factors, identifies the United States as the optimal destination to the exportation of miniature spray roses, because it is the main trading partner of Ecuador and the largest importer of roses grown in South America.

In the collection of primary information, surveys were applied to importing companies of miniature spray roses located in the city of Dallas, State of Texas-United States. In addition, interviews were conducted with the authorities of ProPlan Roses and experts in the research topic. Secondary information was obtained from books, scientific journals, web pages of official sites, which allowed supporting the development of this research.

The technical study allowed us to identify the characteristics of the product, container, packaging, labeling, negotiation terms, distribution channels, means of transport, means of international payment, production capacity, etc.

The economic-financial study shows that the project is viable, because the financial indicators are positive, the Net Present Value corresponds to \$380,725, the Internal Rate of Return is 28%, the investment recovery period is 3 years 4 months and the benefit cost of \$1.56 for each dollar invested earns 0.56 cents. Therefore, it is shown that the export of miniature spray roses to the US market is feasible.

Keywords: market opportunity, export, miniature spray roses, demand, supply, market.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación tiene la finalidad de identificar oportunidades de mercados internacionales para la exportación de rosas miniatura spray producidas por la microempresa ProPlan Roses, ubicada en la Parroquia El Quinche, Provincia de Pichincha. El estudio presenta seis capítulos.

El capítulo I analiza la problemática existente en la microempresa ProPlan Roses, en referencia a la dificultad de identificar nuevas oportunidades de mercados internacionales para maximizar las exportaciones del producto. También se describe la justificación, objetivos generales y específicos, preguntas de investigación, medios direccionados a otorgar respuestas.

En el capítulo II se desarrolla la fundamentación teórica, a través de la presentación de diversos antecedentes investigativos, que sustentan el estudio del proyecto, también se presenta el marco teórico, apartado que contiene las teorías de comercio internacional, fundamentación conceptual y fundamentación legal.

El capítulo III contempla la metodología, que detalla el enfoque cuantitativo y cualitativo, tipos y métodos de investigación, técnicas empleadas en la recolección de datos como entrevistas, encuestas, fichas bibliográficas e información secundaria.

El capítulo IV evidencia los resultados y discusión de la investigación, que se obtuvieron del desarrollo de la matriz POAM, entrevistas realizadas a profesionales del área de estudio, encuestas aplicadas a empresas importadoras de rosas miniatura spray de la ciudad de Dallas- EEUU.

El capítulo V contiene las conclusiones y recomendaciones de investigación, mismas que detallan de forma sintética y consecuente los resultados más relevantes que se obtuvieron a lo largo del desarrollo del proyecto investigativo.

El capítulo VI incorpora referencias bibliográficas que evidencian las fuentes utilizadas en la realización del estudio, además los anexos sustentan la veracidad y credibilidad de la investigación.

I. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La globalización interconecta a las naciones, al ser un proceso dinámico-evolutivo mantiene estrecha relación con el mercado internacional, debido a que este fenómeno en gran parte se produce por el incremento del comercio global, lo que permite el intercambio de bienes y servicios entre países de diversos continentes.

Las exportaciones son elementos base para el desarrollo de las sociedades porque generan interacción con el mercado internacional. El Instituto de Altos Estudios Universitarios establece que el incremento del comercio es superior al crecimiento del producto mundial, por lo tanto la actividad comercial se desarrolla más rápido que la producción, esto debido a que el flujo comercial es fundamental dentro de las sociedades, una nación no es autosuficiente en todas las áreas, siempre va a necesitar elementos de otros países y es por ello que el comercio siempre ha existido, y seguirá desarrollándose en la historia de la humanidad.

Establecer relaciones comerciales con otros países es un pilar importante para iniciar procesos de exportación, las empresas empiezan a estrechar vínculos fuera de sus límites geográficos, sin embargo, esta actividad requiere la apertura de mercados internacionales, pero para ello hay que cumplir exigencias y requerimientos establecidos por los países en temas sanitarios, fitosanitarios, técnicos, seguridad, calidad, eficiencia, sostenibilidad ambiental, etc. Todo ello genera obstáculos al libre comercio, disminuyendo el volumen de exportaciones para aquellas empresas que desconocen procesos y documentos técnicos exigidos en el exterior.

Ecuador es un país primario exportador, la agricultura forma parte de la esencia de la nación, tiene como fuente principal de producción e ingresos al sector petrolero, sin embargo, en los últimos años la dependencia a este elemento ha disminuido, los diversos productos agrícolas sostienen parte de la economía del país. Las

exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales del Ecuador generan cambios en la economía, puesto que presentan un auge importante en el comercio internacional. Productos no tradicionales como enlatados, madera, metales, frutas exóticas, flores, verduras y demás forman parte de las exportaciones a nivel internacional. El comportamiento de las exportaciones no tradicionales evidencia lo siguiente:

En la primera mitad del 2019, hubo una reducción del 2,94% en relación con el mismo intervalo de tiempo del 2018. Sin embargo, a junio del 2020, se ha podido identificar una tasa de crecimiento del 4,92% con respecto al 2019 un porcentaje adecuado teniendo en cuenta que el mundo atraviesa una época difícil. (PLUSVALORES, 2020)

El sector florícola es un elemento esencial en la economía de Ecuador, las flores ecuatorianas son valoradas en el extranjero por la calidad, color, tamaño, aroma, diámetro, sin embargo, esta área presenta dificultades en el volumen de exportaciones. EXPOFLORES (2021) afirma: "Entre marzo de 2020 y marzo de 2021, 7 de 12 meses presentaron una caída en las exportaciones de flores. Siendo abril, junio y octubre los meses en los que la cifra de caída de exportaciones sobrepasó el -10%" (p. 3). La disminución de las exportaciones es producto de la crisis económico que vive el mundo.

EXPOFLORES (Asociación Nacional de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador) indica que el 75% de exportación de flores ecuatorianas corresponde a rosas, lo cual ubica a Ecuador como el segundo exportador de rosas a nivel mundial. Esto demuestra que Ecuador posee la capacidad y el potencial para maximizar su oferta exportable en productos florícolas, lo cual apoya al crecimiento del Producto Interno Bruto, Balanza Comercial del País y demás indicadores económicos, que permitan conocer el avance del país, a través del desarrollo de empresas e industrias que otorguen fuentes de empleo para los ecuatorianos, dinamización de la economía y mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, pero para alcanzar tal nivel se debe fortalecer áreas que presentan inconvenientes.

De acuerdo con estándares internacionales, el Banco Mundial a través del índice Doing Business realiza estudios cuantitativos en los que establece lo siguiente:

Ecuador se encuentra en la posición 129 de 190 economías, con una puntuación de 57.7, empeorando su desempeño en la facilidad para hacer negocios, incluso su puntaje es inferior al promedio de América Latina y el Caribe que es de 59.1 Además, el promedio registrado en las economías de ingreso alto de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) es de 78,4. (FEDEXPORT, 2021)

Según el informe Doing Business Ecuador no es un lugar propicio para hacer negocios por la inestabilidad política que existe, las leyes no son claras, existen reformas y cambios en temas comerciales y tributarios, lo que genera desconfianza en el sector inversionista, exportador e importador. Además, el escaso apoyo, ineficiente administración, dirección coordinación, financiamiento y asesoría ha relegado en cierta parte el desarrollo óptimo de las exportaciones tradicionales y no tradicionales de Ecuador.

En la provincia de Pichincha, parroquia El Quinche al este de Quito se encuentra ubicada la microempresa PROPLAN ROSES dedicada a la producción y comercialización de rosas miniatura spray. La microempresa fue fundada el 6 de mayo de 2008, el representante y propietario Mauricio Germán Guaña Tiamarca administra la empresa y fue quien decidió dar este giro al negocio, ya que en sus inicios se dedicaba a la producción de plantas frutales.

PROPLAN ROSES en la actualidad ha disminuido el volumen de exportaciones, uno de los factores principales es el desconocimiento de la búsqueda de nuevas oportunidades de mercados internacionales, la escasez de profesionales capacitados en temas de comercio exterior, aduanas y negociación internacional, el producto se comercializa a través de brókeres, los activos como maquinaria, herramientas tecnológicas tienen que estar en constante mejoramiento para evitar retrasos en los procesos de producción, distribución, es por ello que el principal problema que presenta la microempresa es identificar nuevas oportunidades de mercados internacionales para maximizar las exportaciones del producto.

La microempresa desea mejorar su situación porque de continuar así, el nivel de productividad disminuirá, por lo tanto, el volumen exportaciones se afecta, la cantidad de personal contratado también se simplificaría porque al no existir ingresos los recursos son limitados, afectando de forma directa e indirecta a todos los elementos que intervienen en el contexto comercial.

En relación con lo expuesto anteriormente, resulta importante desarrollar el presente proyecto investigativo, teniendo como propósito principal identificar oportunidades de mercados internacionales para la exportación de rosas miniatura spray producidas por la microempresa PROPLAN ROSES, así también proponer estrategias que fortalezcan el crecimiento y desarrollo, a través de la competitividad del producto en el mercado extranjero.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son las oportunidades de mercados internacionales que existen para la exportación de rosas miniatura spray de la microempresa PROPLAN ROSES Parroquia El Quinche – Pichincha?

1.3. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se realiza con la finalidad de identificar oportunidades de mercados internacionales para la exportación de rosas miniatura spray de la microempresa PROPLAN ROSES, además se desea dar respuesta a la necesidad que presenta la institución de determinar un nuevo mercado objetivo para maximizar sus exportaciones.

La investigación se efectuó mediante la utilización de fuentes primarias y secundarias e información estadística de páginas oficiales que respalden el comportamiento de las dos variables objeto de estudio, además se analizó la situación actual de las exportaciones del sector florícola, mediante métodos, técnicas e instrumentos de investigación se recopiló datos e información veraz, real y objetiva que sustente el desarrollo del presente proyecto.

La ejecución de la investigación permitirá dar solución a la problemática planteada, además de establecer el mercado óptimo, ayudando a PROPLAN ROSES a fortalecer las actividades de exportación, así también permitirá conocer los resultados, análisis y conclusiones reales obtenidas a partir de la investigación ejecutada, que otorgarán seguridad, claridad y confianza a la microempresa para evidenciar el mercado meta detectado. También servirá como aporte para futuras investigaciones direccionadas al tema oportunidad de mercados internacionales para la exportación de rosas miniatura spray. Tomando en cuenta lo citado los principales beneficiarios son:

PROPLAN ROSES como oferente de rosas miniatura spray, porque identificará el mercado internacional adecuado para la exportación del producto mencionado. Universidad Politécnica Estatal del Carchi, desarrollando profesionales competitivos en el área de comercio exterior y seres humanos con principios y valores. Pobladores de la zona donde se ubica la empresa, porque se maximizará las fuentes de empleo. Consumidores ya que adquirirán un producto de alta calidad. Estudiante investigador porque le permitirá desarrollar una mente emprendedora e investigativa.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

- Identificar oportunidades de mercados internacionales para la exportación de rosas miniatura spray de la microempresa PROPLAN ROSES, Parroquia El Quinche –Pichincha.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente la oportunidad de mercados internacionales para la exportación de rosas miniatura spray.
- Determinar el mercado internacional óptimo para la exportación de rosas miniatura spray de la microempresa PROPLAN ROSES, parroquia El Quinche – Pichincha.
- Elaborar el estudio de mercado, técnico y financiero para la exportación de rosas miniatura spray de la microempresa PROPLAN ROSES, parroquia El Quinche – Pichincha.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Qué son oportunidades de mercados internacionales?
- ¿Qué es exportación?
- ¿Cuáles son los principales mercados internacionales importadores de rosas miniatura spray?
- ¿Cuáles son los principales países exportadores de rosas miniatura spray?
- ¿Cuál es el mercado internacional óptimo para exportar rosas miniatura spray?
- ¿Cuáles son los requisitos establecidos por el mercado meta en la exportación de rosas miniatura spray?
- ¿Qué estándares de calidad debe cumplir la rosa miniatura spray para ingresar al mercado internacional objetivo?
- ¿Cuál es la oferta exportable de la microempresa ProPlan Roses?
- ¿Cuál es la capacidad de producción anual de la microempresa ProPlan Roses?
- ¿ProPlan Roses posee la adecuada capacidad productiva y económica a fin de incursionar en un nuevo mercado internacional?
- ¿Será factible exportar rosas miniatura spray de la microempresa ProPlan Roses?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

La ejecución del trabajo denominado “Oportunidad de Mercados Internacionales para la exportación de rosas miniatura spray de la microempresa PROPLAN ROSES, parroquia El Quinche- Pichincha” recolecta información documental, para ello se analizó trabajos previos correspondientes a: 70% artículos científicos y 30% tesis. Los antecedentes investigativos permiten profundizar las dos variables objeto de análisis.

El antecedente N°1 se enfoca en las variables objeto de estudio “Oportunidad de Mercados Internacionales y “Exportación de rosas” corresponde al artículo científico titulado “*Una Inserción Particular en el Comercio Agrícola Mundial: El Caso de la Rosa Ecuatoriana*” publicado en el año 2020, en la Revista Latinoamericana de Política Comercial, por los autores María Mercedes Prado y Gregory Vanel. El artículo científico presentado por los autores establece el crecimiento exportable de la rosa ecuatoriana y la participación en el mercado internacional, pese a que el país es pequeño, se ha convertido en el tercer exportador de rosas a nivel global. El modelo productivo se basa en la existencia de pequeñas, grandes y medianas fincas florícolas y producción medida.

Los resultados obtenidos evidencian que las exportaciones de rosas cortadas crecieron en la última década incluso en el período COVID 19, con una cuota de participación del 9% en el mercado y una representación del 17% en exportaciones no tradicionales. El sector florícola representa el 13,2 % del PIB Agrícola. El gran desafío para este sector se enfoca en la búsqueda de oportunidades de mercados internacionales y la innovación logística para llegar a más naciones importadoras.

El presente artículo científico contribuye a la investigación porque profundiza las dos variables objeto de estudio, analizando la participación y exportación de rosas ecuatorianas, el modelo productivo y económico utilizado por este sector. Estrategias

para fortalecer y maximizar las exportaciones, canales de distribución, cadena de valor, asociatividad, tecnología para analizar el mercado internacional, logística, marketing, estudio técnico de producción, optimización de costos, tiempos, recursos. Capacidad de negociación y adaptación en nuevos mercados.

El antecedente N°2 titulado "*Competitividad en las exportaciones florícolas del Ecuador*" corresponde a un artículo científico desarrollado por Daniel Erial Izquierdo García, María Fernanda Mosquera Torres, Gustavo Darío Roble Quiñones y Félix Segundo Rosales Cortez, publicado en la Revista de Ciencia Digital, el año 2018, se relaciona con la variable dependiente del presente proyecto investigativo.

El artículo científico se enfoca en analizar la competitividad de flores en el Ecuador, estudiando indicadores de comercio tales como: índice de Ventaja Comparativa Revelada, Balanza Comercial Relativa, índice de Identidad Importadora. También estudia la Ventaja Comparativa que posee el país en relación con sus competidores. Los resultados obtenidos establecen que Ecuador es uno de los mayores exportadores de flores a nivel mundial, sus principales competidores son: Kenia, y Colombia. La Balanza Comercial en referencia al sector florícola es positiva y el producto es competitivo en el mercado, además Ecuador debe trabajar en el área de fortalecimiento del sector, a través de estrategias que le permitan posicionarse como el primer exportador de rosas, ya que se ubica en la tercera posición.

El aporte de contribución a la investigación es significativo porque se direcciona a analizar índices de comercio internacional, siendo la Balanza Comercial una herramienta importante para conocer valores, porcentajes de participación y exportaciones de rosas ecuatorianas. Además, aporta datos históricos de la evolución de la oferta exportable, proporciona bases para trabajar con la Teoría de la Ventaja Comparativa de David Ricardo y la relación con la variable independiente oportunidad de mercados internacionales y variable dependiente exportación de rosas miniatura spray.

El antecedente N°3 corresponde a un artículo científico, desarrollado por los autores, Alfredo Marcel Yagual Velastegui, Sofía Lovato Torres, María Teresa Vite Albán se publicó el año 2018 en la Revista Espacios, denominado "*Importancia de la*

exportación de flores sobre total exportaciones FOB no tradicionales en Ecuador 2012-2016" mantiene interrelación con la variable dependiente e independiente del presente proyecto.

El estudio indica que las exportaciones de rosas son un rubro base y representativo en el total de exportaciones FOB no tradicionales de Ecuador, puesto que el mercado floricultor está en constante crecimiento, países europeos, de norte américa, asiáticos, medio oriente son naciones importadoras de flores ecuatorianas. El mercado floricultor a nivel andino presenta ventajas competitivas y comparativas por la posición estratégica y geográfica. Se analiza la globalización y el mercado internacional de las flores, identificando factores que generan costos innecesarios en la cadena de distribución, para ello la logística es el factor clave para fortalecer la exportación de rosas ecuatorianas.

El artículo científico contribuye a la ejecución del proyecto, porque utiliza metodología fundamentada en investigación documental, descriptiva, correlacional, explicativa y concluyente para llegar a conclusiones objetivas y fidedignas, analizando la oferta exportable de flores en el total de exportaciones FOB, con una representación del 13%, dando a conocer la participación de este sector en la economía del país. En este contexto el mercado internacional influye de forma directa en las exportaciones porque las empresas medianas, pequeñas y grandes deben adaptarse a las exigencias del mercado exterior, fortalecer la logística en la generación de ventajas competitivas, puesto que los costos logísticos representan el 40% para empresas exportadoras de rosas.

El antecedente N°4 denominado "*Análisis del volumen de ventas de rosas en la empresa "High Conecction Flowers"*" aplicando diseño de experimentos: caso particular. Es un artículo científico elaborado por: Carlos Ernesto Flores Tapia, Karla Lissette Flores Cevallos, Andrés Santiago Mendoza Misse, y Adrián Valdivieso. Se publicó el año 2017 en la Revista Scientia Et Technica Redalyc.

Establece que las características físicas de las rosas influyen en la demanda y volumen de ventas, Ecuador es un país que produce rosas de excelencia en el mercado internacional, factores como el corte de tallo, abertura del botón floral, color

pronunciado, peso del ramo, incluso el tipo de variedad de rosa son elementos que influyen en la exportación y demanda internacional, así también son factores diferenciadores de la competencia, el tipo de variedad de rosa, tamaño del tallo y botón, color, aroma, textura inciden en el volumen exportable, por ende, las empresas florícolas deben capacitarse en temas de cultivo, corte y producción, ya que son factores determinantes en la cantidad demandada.

El artículo científico aporta a la investigación porque brinda estrategias de mercado para maximizar las exportaciones y demanda en el mercado internacional, además permite conocer resultados según la metodología utilizada, planteamiento de hipótesis, técnicas de muestreo, correlación de variables, análisis de la investigación experimental, lo cual permite conocer las variables planteadas en el proyecto, así también direcciona al investigador a realizar el estudio técnico con la finalidad de identificar la capacidad productiva y exportable de la empresa objeto de estudio.

El antecedente investigativo N°5 se relaciona con las variables de estudio presentadas, es un artículo científico, publicado por la Revista Scielo, el año 2020, el cual titula "*Crisis económicas y covid-19 en Ecuador: impacto en las exportaciones*" Diana Paola Jumbo Ordóñez, John Alexander Campuzano Vásquez, Flor Yelena Vega Jaramillo, Ángel Eduardo Luna Romero son los autores.

La investigación analiza de forma estadística las exportaciones de Ecuador y el impacto en etapas de crisis en el período 1998-2020. Enfatizando los siguientes períodos: Fenómeno del niño en 1998, feriado bancario 1999, la dolarización año 2000, repercusiones del precio del petróleo en el 2009 y el período de la pandemia Covid-19. También se analiza las teorías del comercio internacional y la influencia que presentan en las exportaciones y mercados internacionales.

Los resultados obtenidos afirman que el año 2015 fue el período en el que se registró el menor volumen de exportaciones ecuatorianas, con una disminución porcentual del -28%, debido a la caída de los precios del petróleo, lo cual evidencia la estrecha dependencia que tiene el Ecuador hacia este recurso.

El artículo científico aporta al presente trabajo investigativo porque otorga datos estadísticos de la evolución y comportamiento de las exportaciones, así también la estrecha relación que mantiene con el mercado internacional y su influencia, factores internos y externos que influyen en el volumen de exportaciones. Además, se relaciona las teorías de comercio internacional con las exportaciones de Ecuador. También evidencia el tipo de metodología e investigación utilizada la cual permite evaluar la problemática planteada.

El antecedente N°6 titula *"El COVID19 y su impacto financiero en el sector florícola ecuatoriano. Análisis comparativo"* corresponde a un artículo científico del año 2021, elaborado por Néstor David Morocho Aguirre, Belén Cisneros Aliaga y Carlos Omar Soto González, se publicó en la Revista 593 Digital Publisher. Posee relación con la variable dependiente "Exportación de rosas miniatura spray"

El artículo científico se basa en el desarrollo de un estudio comparativo de las exportaciones de flores en el período 2019 y 2020 para conocer el impacto financiero que atraviesa el sector, producto de la crisis sanitaria mundial. Además, se analiza la evolución del sector florícola y se identifica a los principales países exportadores e importadores, valores exportados por cada nación, empresas ecuatorianas que generaron mayor número de ingresos, precios del producto, etc.

Los resultados obtenidos evidencian que las rosas ecuatorianas son valoradas en el exterior por la calidad, color, tamaño, fragancia, diámetro, sin embargo, el sector florícola en el año 2020 presentó una disminución del 7,39% en comparación al año anterior, los factores que influyeron fueron la disminución de la demanda, precios, aumento del costo del transporte y producción.

El artículo científico contribuye a la investigación porque brinda pilares enfocados a las variables planteadas en el proyecto investigativo, así también otorga información cualitativa y cuantitativa de fuentes oficiales para ser analizadas e interpretadas, brinda datos sobre la evolución, historia, posicionamiento actual del sector florícola, de esta manera se profundiza en las variables para la correcta obtención de resultados y conclusiones óptimas.

El antecedente N°7 es un artículo científico relacionado con la variable independiente "Oportunidad de Mercados Internacionales" Rosibel Hidalgo Gallo es la autora, la publicación se efectuó el año 2018 en la Revista Scielo y se denomina "*Tendencias del comercio internacional de bienes, políticas comerciales y negociaciones multilaterales*"

El artículo presentado por la autora profundiza en la incidencia del comercio internacional, a partir del estudio y desarrollo de 5 aspectos: La dinámica del comercio y su relación con el producto interno bruto, fragmentación del comercio, orientación geográfica de los intercambios, composición material y evolución de los precios de los mercados internacionales, y componente digital del comercio. Cada uno de los temas citados profundiza áreas que influyen en el mercado internacional, considerando el crecimiento del volumen del comercio a nivel global, las tendencias de consumo, políticas comerciales, etc.

El mercado internacional influye de forma directa en las exportaciones e importaciones, al ser el comercio un elemento de crecimiento superior al del PIB mundial, el dinamismo comercial es absoluto. Los países desarrollados concentran el mayor nivel de exportaciones e importaciones, sin embargo, en los últimos años la participación de economías subdesarrolladas presenta crecimiento, los bloques comerciales de países en vías de desarrollo también evidencian incremento comercial.

El artículo científico aporta en la investigación datos oficiales del crecimiento de exportaciones, participación de las economías mundiales, tendencias de consumo en el mercado internacional, prácticas comerciales establecidas por las naciones, políticas de comercio exterior, medidas arancelaria y no arancelaria.

El antecedente N°8 publicado en 2019 en el Repositorio Digital de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC), corresponde a una tesis elaborada por Lima Escobar Jéssica Paola. Se titula "*Oportunidad De Mercados Internacionales para la Comercialización de flores de la Empresa Altas Cumbres Flowers de la Provincia Del Carchi*" mismo que se relaciona con la variable independiente del presente estudio.

El proyecto realizado por la autora se enfoca en la identificación del mercado internacional para ejecutar el proceso de comercialización de flores. Además la investigación se direcciona al análisis de la oferta y demanda del mercado objeto de estudio, siendo Rusia el país evaluado a través de proyecciones de estudio de las importaciones y exportaciones, así también se presenta el análisis del consumo nacional aparente, demanda insatisfecha internacional y la identificación de las principales empresas importadoras de rosa, también en el proyecto se ejecutó el estudio técnico de la empresa, estudio económico financiero, para establecer estrategias que le permitan a la empresa Altas Cumbres Flowers maximizar operaciones de comercio exterior.

Los resultados afirman que el investigador identifica 2 países importadores de flores, Rusia, Georgia, estableciendo que Rusia es el destino adecuado, debido a que se ubica como el séptimo importador de flores a nivel mundial y uno de los mayores socios comerciales de Ecuador.

El estudio analizado tiene relación con el proyecto a investigar puesto que, permite profundizar aspectos del estudio de mercado, analizando las 4 p para obtener resultados reales, ponderación de la matriz POAM, además el estudio técnico permitirá establecer la localización y tamaño óptimo de la planta, la organización y administración.

El antecedente N°9 corresponde a la tesis publicada en el Repositorio Digital de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH) por Mauricio Antonio Buñay Pinguil en 2018 denominada "*Proyecto Logístico para mejorar la eficiencia en la Exportación de Flores de la empresa Emily Rosse, de la Provincia de Pichincha, Parroquia El Quinche*" misma que se vincula con la variable dependiente, exportación.

La investigación se enfoca en la ejecución de un proyecto logístico para mejorar la eficiencia de exportaciones de la empresa Emily Roses de la Parroquia el Quinche, establece un marco propositivo en el cual detalla la propuesta y analiza parámetros de diagnóstico de la empresa, estudio de la situación actual de la empresa.

Los resultados afirman que las exportaciones del sector florícola incrementan cada año, sin embargo, los exportadores presentan dificultades, existe el desconocimiento de normativas, procesos, documentos técnicos exigidos por los importadores, también el control y dirección en temas de comercio exterior, negociación internacional, logística, son elementos que deben controlarse, caso contrario generan dificultades y brechas al libre comercio.

El proyecto aporta a la investigación porque analiza la variable exportación, otorga información sobre el proceso de exportación, características del producto y estrategias que fortalecen la exportación de rosas. También aporta con la ejecución del diagnóstico de la empresa, la matriz FODA, situación logística, análisis de las 4 P de mercado, documentación técnica y operativa del proceso de exportación.

El antecedente N°10 titula *“Posicionamiento de los Floricultores ecuatorianos, frente a los cambios y tendencias del mercado ruso, americano, europeo y chino en la exportación de rosas de corte, como fuente para la toma de decisiones”* corresponde a un proyecto de titulación-tesis elaborado por Marco Xavier Paredes Barros en 2019, y publicado en el Repositorio Digital de la Universidad Internacional del Ecuador (UIDE), mantiene relación con las dos variables objeto de estudio.

El proyecto describe al sector floricultor como un importante rubro de ingresos para el país, el trabajo desarrollado por el autor se enfoca en el análisis de los floricultores ecuatorianos frente a cambios y tendencias en diversos mercados, como fuente para la toma de decisiones, para ello se desarrolla el análisis PEST de los diferentes factores externos, análisis de la oferta, tendencias internacionales, exportaciones de los principales productores y exportadores de rosas a nivel mundial, análisis de la demanda por parte de Estados Unidos, Rusia, Unión Europea y China.

El aporte que otorga el proyecto citado es información estadística del mercado estadounidense y chino porque presentan el mayor volumen de crecimiento en importaciones de rosas ecuatorianas, lo cual genera oportunidades para exportar. Países africanos como Kenia y Etiopía concentran altos niveles de producción, convirtiéndose en los principales competidores de Ecuador, mientras que Colombia

también es un fuerte competidor, puesto que la oferta exportable se enfoca en Estados Unidos.

De esta manera el proyecto contribuye a la investigación porque permite conocer valores y porcentajes reales de los principales importadores y exportadores de rosas a nivel global, para efectuar análisis de oportunidad de mercados internacionales, identificando a los países que demandan en mayor cantidad de rosas miniatura spray.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Fundamentación Teórica

2.2.1.1. Teoría de la Ventaja Competitiva de Michael Porter

La teoría de la Ventaja Competitiva establecida por Michael Porter se sustenta en generar acciones estratégicas que les permitan a las empresas ser competitivas, de tal manera que respalden sus operaciones de forma exitosa.

La Ventaja competitiva de Michael Porter establece estrategias que permiten a las empresas direccionarse en: Liderazgo en costos, enfoque y diferenciación, lo cual favorece al crecimiento sostenible y equilibrado a través de la competencia justa y competitiva, además la teoría se fundamenta en la creación de valor, los productos o servicios que oferta una empresa deben presentar características innovadoras que les permita mantenerse en el mercado (Ruiz, 2020).

Para PROPLAN ROSES esta teoría aporta en gran manera, porque al establecer el valor diferencial de su producto en el mercado los distinguirá del resto de competidores, las rosas miniatura spray presentan características que le permiten diferenciarse en el mercado, cada tallo posee varias rosas miniatura, entre 6 y 8 botones, además las diversas variedades que cultiva ProPlan Roses poseen una diversificación en la paleta de colores, otro grupo de rosas miniatura son bicolors, y poseen fragancias, de esta manera se direcciona a la microempresa a la estrategia de diferenciación.

2.2.1.2. Teoría de la Ventaja Comparativa de David Ricardo

Es una de las Teorías del comercio internacional adoptadas por diversas empresas alrededor del mundo. "El conocimiento de la ventaja comparativa es importante para los países en desarrollo porque las posibles ganancias en el bienestar social, derivadas de la especialización y el comercio internacional, podrían usarse para fomentar el crecimiento económico" (Morris, 1990, p. 1)

La Teoría de la Ventaja Comparativa de David Ricardo se enfoca en que un país debe especializarse en la producción de un bien determinado utilizando menores recursos, que le signifiquen a las empresas costos relativamente más bajos en comparación con los demás. Permitiendo que un país produzca de forma eficiente, pero al mismo tiempo importe productos que le resulte costosos y difíciles de producir, de tal manera esta teoría genera la participación en el mercado internacional potencializando el comercio exterior.

Esta teoría se relaciona con la presente investigación porque PROPLAN ROSES se ha especializado en el cultivo de rosas miniatura spray, puesto que los costos son más bajos en comparación a otros países. El factor base es la posición estratégica y geográfica de la plantación, el sol permanece alrededor de 12 horas en el sector donde se ubica la empresa y es lo que otorga la calidad de la planta.

2.2.1.3. La Nueva Teoría del Comercio Internacional de Paul Krugman

Paul Krugman establece que los países producen bienes similares, con características diferentes, el mercado demanda productos semejantes, generando comercio intraindustrial, además la competencia imperfecta refleja la existencia de monopolios, oligopolios. Otro de los factores es la economía de escalas, a mayores niveles de producción los costos disminuyen, la producción masiva brinda mayores beneficios (Aguirre, 2014).

La nueva Teoría del Comercio de Paul Krugman se fundamenta principalmente en 4 aspectos importantes: la economía en escalas, competencia imperfecta, comercio intraindustrial y geografía económica, partiendo de la economía de escalas Krugman establece que a mayores volúmenes de producción menores costos, mientras que la competencia imperfecta hace referencia al número de empresas existentes en un

mercado, es decir, mientras menor sea el número de empresas, mayor será la capacidad para influir en el precio, el comercio intraindustrial consiste en el intercambio de productos semejantes procedentes de industrias de un mismo sector, favoreciendo la optimización del uso de recursos, a su vez la geografía económica se enfoca en el análisis espacial de la producción, la distribución y el consumo de bienes.

La teoría evidencia un aporte a las empresas florícolas de Ecuador, porque el país se encuentra entre los principales exportadores de rosas a nivel mundial, el producto es comercializado en diversos mercados internacionales, enfocarse en la producción a escala otorgaría mayores beneficios, las rosas ecuatorianas son de alta calidad, llamativas e innovadoras, producir en altos volúmenes generaría mejores ingresos.

2.2.2. Fundamentación Conceptual

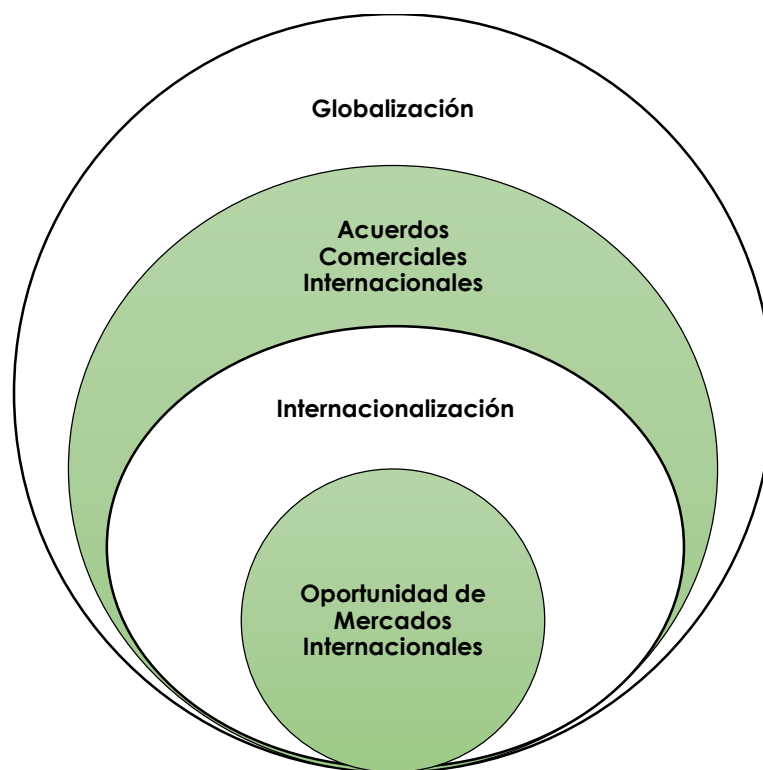


Figura 1. Variable Independiente

2.2.2.1. Globalización

La globalización es el proceso dinámico que permite la integración e intercomunicación entre países de diversos continentes. Siendo el intercambio de bienes y servicios el elemento sustancial de crecimiento y desarrollo de las naciones, puesto que se genera la expansión de las empresas y productos a nivel mundial.

2.2.2.2. Acuerdos Comerciales

Los acuerdos comerciales son instrumentos de carácter legal suscritos por uno o varios países, en el que se acuerdan temas arancelarios, propiedad intelectual, barreras arancelarias y no arancelarias, propiedad intelectual, intercambio de tecnología, conocimientos, etc. La finalidad de los acuerdos comerciales es fortalecer relaciones comerciales, e incremento de exportaciones de productos y servicios.

2.2.2.3. Internacionalización

La internacionalización es el proceso que permite el intercambio de bienes y servicios en territorio extranjero, implica desarrollar actividades a largo plazo, puesto que es un elemento dinámico, que genera cambios en la organización.

De acuerdo con Fanjul (2021) Internacionalización es el conjunto de acciones sistematizadas que otorgan múltiples oportunidades a las empresas, en diversas áreas tales como: venta de productos, adquisición de suministros, eficiencia productiva y comercial. Se enfoca en desarrollar actividades fuera del país de origen de la organización empresarial. (p. 2)

Se identifica que el proceso de internacionalización es fundamental, porque al ser un área estratégica permite fortalecer las ventas de las empresas, conocer y analizar el mercado meta de forma profunda, también fortalece el crecimiento de las exportaciones.

2.2.2.4. Oportunidad de Mercados Internacionales

En la actualidad las empresas deben identificar oportunidades de mercados, ya que la continuidad de operaciones en el mercado no siempre está garantizada, el cambio y la evolución constante de bienes y servicios generan mayor

competitividad, por ello es importante analizar la búsqueda de nuevas oportunidades, pero ¿Qué es Oportunidad de Mercados Internacionales?

Los autores Nieves & Garciandía (2018) establecen que la oportunidad de mercado internacional es el área física o virtual donde oferentes y demandantes interactúan a fin de satisfacer necesidades, acción que genera operaciones de intercambio comercial en espacios geográficos diversos.

En resumen, la oportunidad de mercados es la identificación de uno o varios sectores en los cuales existe interés y necesidades de adquirir bienes o servicios, las empresas tienen la posibilidad de comercializar sus productos fuera de sus límites geográficos.

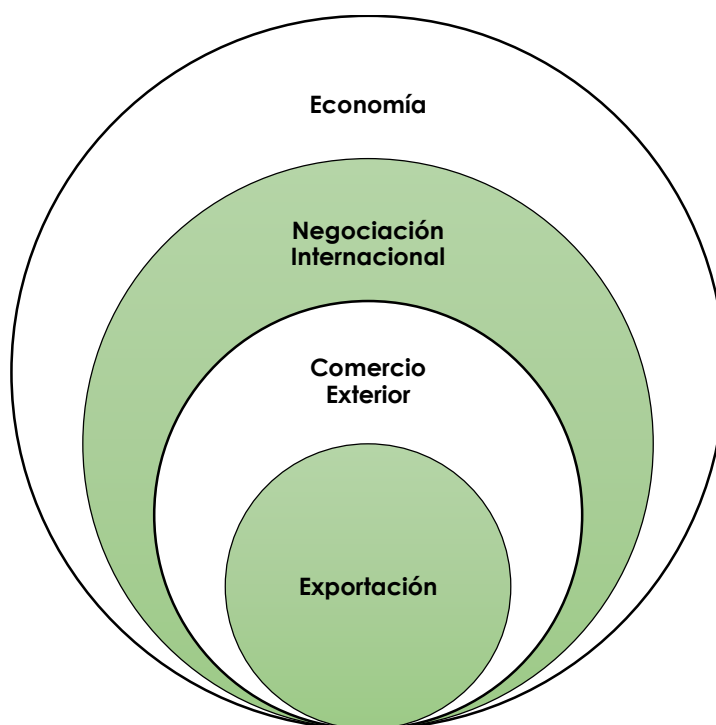


Figura 2. Variable Dependiente

2.2.2.5. Economía

La economía es la ciencia que analiza el comportamiento y toma de decisiones de los individuos, familias, empresas y gobiernos con respecto al manejo y distribución de recursos. Además, la economía al ser una ciencia social analiza precios del mercado, niveles de productividad, exportaciones, importaciones, consumo de bienes, servicios, oferta y demanda, etc.

2.2.2.6. Negociación Internacional

La negociación internacional es el elemento clave dentro del proceso de comercio exterior puesto que permite establecer beneficios para las partes. Según Granados (2017) “Una negociación es el camino que va desde necesidades diferentes en distintos contextos, hasta la satisfacción conjunta e integral, mediante un acuerdo que conlleva compromisos y beneficios” (p. 11). En el proceso de negociación internacional, respetar opiniones, posiciones, comentarios, permite efectuar acuerdos donde ambas partes estipulen una estrategia de negociación “Ganar – Ganar”

2.2.2.7. Comercio Exterior

El Comercio Exterior es el proceso que permite gestionar el intercambio de productos y servicios entre naciones de diversos continentes, cubriendo necesidades existentes en mercados determinados, las exportaciones e importaciones son términos que mantienen relación directa con el comercio exterior, puesto que generan flujos comerciales dinámicos, mayores ingresos de divisas y elementos materiales, fuentes de empleo, mayor productividad, especialización de las industrias, entre otros (Mones, 2022).

El comercio exterior es esencial en la economía de las naciones, porque potencializa la competitividad de la oferta exportable de los países, imagen empresarial, liderazgo de las empresas, desarrollo económico, mayor capacidad productiva, generación de fuentes de empleo.

2.2.2.8. Exportación

El autor García (2018) establece que la exportación es la salida de bienes o servicios desde un territorio hacia otro, a través de medios aéreos, terrestres, marítimos. El proceso de exportación engloba controles administrativos, logísticos, legales, que permiten operaciones lícitas entre naciones. Además, la exportación es la estrategia de internacionalización para aquellas empresas que deciden expandir bienes y servicios en el mundo. El desarrollo de las exportaciones brinda múltiples beneficios, al sector productivo de los países porque fortalece el dinamismo económico, fuentes de empleo, desarrollo de nuevas empresas, maximización de la demanda.

2.2.3. Fundamentación Legal

La pirámide de Hans Kelsen es el instrumento que respalda la fundamentación legal de la presente investigación, la Constitución de la República del Ecuador de 2008 es la carta magna y ley jurídica suprema del país, el artículo 306 establece: "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" (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008, p. 143)

El sector empresarial exportador se encuentra respaldado por la normativa legal de la carta magna, de igual manera pequeños y medianos productores del país, en este caso ProPlan Roses al cultivar y exportar un producto novedoso genera mayores fuentes de empleo, permitiendo dinamizar la economía del sector y del país.

La Constitución de la República del Ecuador de 2008 reconoce y apoya a las diversas instituciones productivas establecidas en el país, el artículo 319 indica:

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.

(Asamblea Nacional del Ecuador, 2008, p. 160)

El artículo 336 de la Constitución de la República del Ecuador de 2008 apoya e impulsa el comercio justo entre naciones. "El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley" (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008, p. 166). El comercio entre naciones fortalece relaciones bilaterales y multilaterales, además de generar accesibilidad, competitividad de bienes y servicios.

La OMC (Organización Mundial del Comercio) y OMA (Organización Mundial de Aduanas) instituciones internacionales encargadas de apoyar y respaldar el comercio internacional justo, transparente y dinámico cooperan en el desarrollo del

intercambio de bienes y servicios lícitos, previsibilidad en el comercio internacional, no discriminación entre países miembros, competencias justas y leales, materia y seguridad aduanera, lucha contra la corrupción y contrabando (Organización Mundial del Comercio, 2022).

El Acuerdo Comercial Multipartes entre la Unión Europea y Ecuador entró en vigencia el 1 de enero de 2017, favorece el comercio internacional entre ambas naciones, porque Ecuador ha fortalecido el volumen exportable de productos tradicionales y no tradicionales hacia el mercado europeo, el desarrollo de una creciente participación y el acceso a nuevos mercados internacionales, además de la ejecución de la desgravación arancelaria para diversos productos agrícolas entre ellos las rosas ecuatorianas. Todo ello genera relaciones comerciales de ganar-ganar a corto y largo plazo, fortaleciendo el empleo seguro e incremento de mayores recursos.

En el siguiente nivel se ubica el COPCI (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones) en el libro IV se establece la normativa del comercio exterior y órganos de control, el título IV se basa en el fomento y la promoción de las exportaciones. En donde se encuentra el artículo 93 literal (e) indica:

El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa. Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones, impulsadas por el Gobierno nacional. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2010, p. 38)

Además, el gobierno ecuatoriano establece el Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025, normativa que apoya al sector productivo comercial del Ecuador, se basa en cinco parámetros: economía, sociedad, seguridad, ecología, institucionalidad. El eje económico se sustenta en el análisis del área de tributos, generación de empleo, atracción de inversión extranjera y comercio ecuatoriano presente a nivel mundial. La normativa del presidente Lasso busca mejorar la calidad de vida de los

ecuatorianos, crear oportunidades para el sector productivo-exportador fomentará el desarrollo económico del país, crecimiento exportable de productos tradicionales y no tradicionales, mayor participación en el comercio exterior, e ingresos mayores por concepto de ventas internacionales.

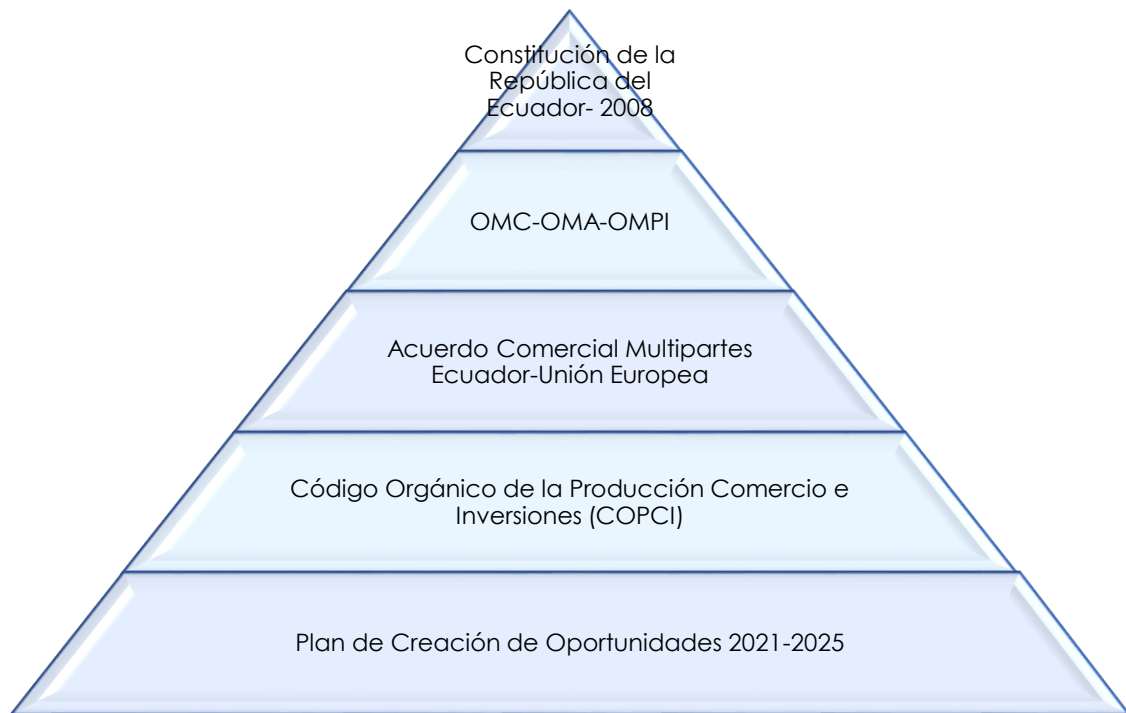


Figura 3. Fundamentación Legal-Pirámide Jurídica de Hans Kelsen
Fuente: Constitución de la República del Ecuador, OMC, COPCI.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

3.1.1.1. Cualitativo

El enfoque cualitativo emplea información no numérica, otorga respuestas claras y concisas. "Utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación" (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 7). La obtención de datos cualitativos se obtuvo de fuentes secundarias como, libros, artículos científicos, páginas web, tesis, entre otros. El enfoque cualitativo permitió evaluar factores internos de la microempresa y factores externos del país de destino.

El enfoque cualitativo se aplicó en el presente estudio de investigación porque se analizó datos no numéricos, a partir de la recopilación de información primaria y secundaria, siendo la entrevista una de las técnicas que permitió tener mayor acercamiento al problema, la entrevista se la realizó a las principales autoridades de la microempresa ProPlan Roses quienes otorgaron información directa sobre la problemática identificada. También expertos del área de estudio brindaron información primaria para la evaluación y análisis de resultados.

3.1.1.2. Cuantitativo

El enfoque cuantitativo otorga respuestas en función de la recolección de información estadística. Según Hernández, Fernández, & Baptista (2014) "El enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías" (p. 4). Los datos numéricos se obtuvieron de sitios oficiales tales como: Banco Mundial, OMC, OMA, Trade Map, Banco Central, EXPOFLORES, PRO ECUADOR, etc.

Se aplicó el enfoque cuantitativo porque se recabó datos estadísticos e información numérica del volumen de producción de ProPlan Roses, exportaciones e importaciones del producto a nivel mundial, los cuales permitieron conocer de manera más precisa la oferta y demanda en el mercado internacional.

3.1.2. Tipo de Investigación

3.1.2.1. Descriptiva

La investigación descriptiva evalúa elementos, áreas, dimensiones. Según Hernández, Fernández, & Baptista (2014) "Busca especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población" (p. 92).

La investigación descriptiva permitió estudiar las variables planteadas en el presente trabajo, se realizó la medición y descripción de las mismas sin ser alteradas o manipuladas, de esta forma se describió la variable independiente oportunidad de mercados internacionales y dependiente exportación de rosas spray. Se describió los diferentes procesos a ejecutar en la búsqueda de oportunidad de mercados internacionales como, evaluación de factores económicos, sociales, políticos, legales, etc. En el área de exportaciones del producto objeto de estudio, se detalla procesos de producción, empaque, distribución, exportación, documentación, estrategias de internacionalización, etc.

3.1.2.2. Explicativa

Este tipo de investigación analiza y expone factores de causalidad presentes en la investigación, refleja entornos y condiciones de desarrollo de las variables, el autor Arias (2012) afirma:

La investigación explicativa se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas (investigación post facto), como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos. (p. 26)

La investigación explicativa contribuyó al estudio porque permitió conocer y analizar las causas que generan la deficiencia de exportaciones y oportunidades de mercados internacionales, respondiendo interrogantes del porque las oportunidades de mercados internacionales afectan las exportaciones de rosas miniatura spray. Así también la investigación explicativa se enfoca en el sujeto, el objeto, el medio y el fin de desarrollar el presente trabajo, estableciendo la solución al problema planteado.

3.1.2.3. Correlacional

La investigación correlacional analiza el comportamiento de dos o más variables. "Tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular" (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 93). Este tipo de investigación evidencia el enlace entre variables objeto de estudio.

La investigación correlacional se aplicó en el estudio porque existe relación muy estrecha entre las 2 variables planteadas, por un lado, es indispensable que existan oportunidades de mercados internacionales para mejorar y maximizar las exportaciones, caso contrario estas se verán afectas, por lo tanto, se identifica que las variables a ser analizadas se encuentran conectadas entre sí, ya que el cambio de la una se evidencia en la otra.

3.2. IDEA A DEFENDER

La identificación de la mejor oportunidad de mercado internacional permite la exportación de rosas miniatura spray de la microempresa PROPLAN ROSES, parroquia El Quinche- Pichincha.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

3.3.1. Definición de las variables

Variable Independiente: Oportunidades de Mercados Internacionales

Variable Dependiente: Exportación

3.3.2. Operacionalización de las variables

Tabla 1. Operacionalización Variable Independiente

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Técnica	Instrumento	Informante
Variable Independiente: Oportunidad de Mercados Internacionales Definición Operacional: La oportunidad de mercados internacionales es la identificación de uno o varios sectores en los que existe interés y requerimientos de adquirir productos y servicios de las empresas, la oportunidad de efectuar procesos de comercio exterior. (Zikmund & Babin , 2009 , p. 13).	Macroentorno	Factor Social	¿Cuál es el entorno social de cada país objeto de estudio?	Análisis Documental	Ficha Bibliográfica 001-002-003	Banco Mundial, Santander Trade, INDEXMUNDI, Trade Map, The Global Economy, Datos Macro, Programa SIICEX, APHIS.
		Factor Político	¿Cuál es el entorno político de cada país objeto de estudio?			
		Factor Económico	¿Cuál es el entorno económico de los países objeto de estudio?			
		Factor Legal	¿Cuáles son las condiciones legales para exportar la rosa miniatura spray?			
	Mercado	Oferta Internacional	¿Cuáles son los principales países exportadores de rosas miniatura spray a nivel mundial? ¿Qué estrategias recomienda implementar al productor a fin de fortalecer las exportaciones del producto?	Entrevista	Guía de entrevista 004	Especialista de PRO ECUADOR
		Demanda Internacional	¿Cuáles son los principales países importadores de rosas miniatura spray a nivel mundial? ¿Considera Ud. que se incrementará la demanda del producto en los próximos años?			
	Producto	Productos Sustitutos	¿Cuáles son los productos sustitutos en el mercado internacional? ¿Considera Ud. que la rosa miniatura spray es un producto vendible y competitivo en el mercado internacional?	Entrevista	Guía de entrevista 005	Analista Fitosanitario AGROCALIDAD
		Competitividad	¿Cuál es la ventaja competitiva de la rosa miniatura spray?			
		Medidas Arancelarias y no Arancelarias	¿Cuáles son las medidas arancelarias y no arancelarias de la rosa miniatura spray? ¿Qué estándares de calidad debe cumplir el producto en el proceso de exportación?			
	Precio	Precio de venta	¿Cuál es el precio de venta de la rosa miniatura spray en el mercado internacional?	Entrevista	Guía de entrevista 001	Gerente General PROPLAN ROSES

	Costo	¿Cuál es el costo de producción de la rosa miniatura spray?	Entrevista	Guía de entrevista 003	Jefe de Producción PROPLAN ROSES
Plaza	Destinos de Exportación	¿Cuáles son los destinos exportables que maneja ProPlan Roses en la actualidad? ¿A qué mercados internacionales desearía exportar la rosa miniatura spray?	Entrevista	Guía de entrevista 002	Representante de Comercio Exterior PPROPLAN ROSES
Promoción	Plataformas Tecnológicas Proceso de venta	¿Cuáles son las plataformas tecnológicas utilizadas por la empresa para la promoción del producto? ¿Cómo se efectúa el proceso de ventas hacia el mercado internacional? ¿El proceso de compra- venta lo realiza de forma física o virtual?			
Ventas	Número de ventas Medio de Pago	¿Cuál es el número de ventas diarias, semanales y mensuales que realiza ProPlan Roses? ¿Cuál es el medio de pago internacional utilizado por ProPlan Roses para realizar las cobranzas por concepto de ventas?			
	Contrato Compraventa	¿ProPlan Roses maneja Contratos de Compraventa Internacional al momento de efectuar las ventas?			
Consumidor	Gustos y preferencias	¿Qué colores de rosa miniatura spray el mercado adquiere en mayor frecuencia? ¿Qué períodos del año se efectúa mayor compra de rosas miniatura spray? ¿Cuál es la longitud del tallo que el mercado prefiere adquirir? ¿Cuál es el tamaño del botón floral que el mercado prefiere adquirir?	Entrevista Encuesta	Guía de entrevista 006 Cuestionario	Gerente General "Asociados Cajas" Empresas importadoras

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 2. Operacionalización Variable Dependiente

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Técnica	Instrumento	Informante
Variable Dependiente: Exportación Definición Operacional: Es el intercambio de bienes y servicios entre países, la exportación permite satisfacer necesidades existentes en el mercado internacional. (Hill, 2011, p. 463).	Entorno Comercial	Empresa	¿En qué año ProPlan Roses inició la producción de rosas miniatura spray? ¿Cuántos trabajadores posee ProPlan Roses? ¿Cuántas hectáreas utiliza para la producción de rosas miniatura spray, año 2022? ¿Cuántas hectáreas están sin cultivar en el año 2022? ¿Cuánto ha sido su capacidad de producción en número de tallos durante los últimos 5 años? ¿Qué variedades de rosas miniatura spray producen? ¿Por qué? ¿En qué temporadas del año se genera mayor demanda de la rosa miniatura spray? Una vez adquirido el producto por parte de los clientes ¿Qué opiniones ha recibido? ¿Cómo se encuentra en la actualidad ProPlan Roses? ¿Considera usted que la colaboración brindada por el gobierno es la adecuada para la exportación de rosas miniatura spray ¿Cómo percibe la situación actual del sector florícola de la provincia de Pichincha, sector El Quinche?	Entrevista	Guía de Entrevista 001	Gerente General PROPLAN ROSES
			Producción ¿Considera Ud. que la empresa tiene la adecuada capacidad productiva para satisfacer al mercado meta? ¿Posee infraestructura para la producción y empaque de rosa miniatura spray? Según su experiencia ¿Cuáles son los factores determinantes en el desarrollo de la rosa miniatura spray, para una buena calidad? ¿Cuánto tiempo dura la producción de rosas miniatura spray? Desde la etapa de siembra hasta la cosecha. ¿Cuántos ciclos de cosecha obtiene cada año? ¿Cuál es el valor agregado o innovación de la rosa miniatura spray que producen? ¿Qué problemas ha tenido con la producción de rosas miniatura spray?			

Logística de Exportación	Transporte	¿Posee flota vehicular propia para el transporte de la rosa miniatura spray?	Entrevista	Guía de Entrevista 002	Representante de Comercio Exterior PROPLAN ROSES
	Costos de Transporte	¿Cuál es el costo medio de transporte nacional e internacional utilizado para el envío de la rosa miniatura spray?			
	Canal de Distribución	¿Qué canales de distribución emplea ProPlan Roses para efectuar la exportación de rosas miniatura spray? ¿Considera que los canales de distribución utilizados por la microempresa son efectivos para la exportación del producto?			
	Incoterms	¿Cuál es el término de negociación (Incoterms) empleado por ProPlan Roses? ¿Cuál es el costo de proceso logístico de Distribución Física Internacional?			
	Embalaje	¿Qué tipo de envase, empaque y embalaje utiliza para exportar el producto?			

Fuente: Elaboración Propia

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. Método Deductivo

El método deductivo se fundamenta en el razonamiento lógico, permite extraer conclusiones a partir de premisas, va de lo general a lo particular. Si las premisas son verdaderas la conclusión también lo será. (Segundo, 2022).

Se aplicó el método deductivo en la investigación porque se extrajo conclusiones a partir de información general recolectada por el investigador, en tal sentido se estudió varios mercados internacionales de los cuales se seleccionó el más factible para que la microempresa ProPlan Roses identifique el mercado meta.

3.4.2. Método Inductivo

El método inductivo se fundamenta en acciones de inducción. Según Rodríguez & Pérez (2017) "La inducción es una forma de razonamiento en la que se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales" (p. 187). Se utiliza en elementos de observación, registros, cuestionarios.

Este método se utilizó en el trabajo de investigación porque permitió obtener conocimientos particulares para llegar a los generales, a través de los análisis de las entrevistas realizadas a los directivos de la empresa, expertos del área de comercio exterior. Además, el cuestionario estructurado permitió recopilar información específica del producto, precios, plaza, promoción, etc.

3.4.3. Población y muestra de la microempresa

En el desarrollo del proyecto investigativo la obtención de información primaria se efectuó analizando la población objeto de estudio, se aplicó entrevistas al gerente general, representante de ventas y representante de producción de la microempresa ProPlan Roses. Así también se entrevistó al gerente general de la empresa "Asociados Cajas". Además, se realizó entrevistas a expertos de instituciones de la provincia de Pichincha, como es Pro Ecuador y Agrocalidad. Todos los datos obtenidos, permitirán recabar información para dar respuesta a la problemática planteada. En la siguiente tabla se presenta información específica de la población objeto de estudio.

Tabla 3. Grupo de Expertos

Entidad	Nombre	Correo	Teléfono
ProPlan Roses	Sr. Mauricio Guaña Gerente General	pro_plan@hotmail.com	02 212 3320
ProPlan Roses	Sr. Joel Guaña Representante de Ventas	joel151999@hotmail.com	0958923770
ProPlan Roses	Sr. Paúl Simbaña Representante de Producción	j-paul06@hotmail.com	0967529226
Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (PRO ECUADOR)	Econ. Carolina Vargas Especialista Sectorial zona 9	cvargas@produccion.gob.ec	02 393 7226
Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario (AGROCALIDAD)	Ing. Gabriel García Analista de Certificación Fitosanitaria	gabriel.garcia@agrocalidad.gob.ec	02 382 8860
Empresa "Asociados Cajas"	Sr. Edison Cajas Gerente General	edisoncajas1995@outlook.es	0993365770

Fuente: ProPlan Roses (2022), PRO ECUADOR (2022), AGROCALIDAD (2022),
Asociados Cajas (2022)

3.4.4. Población y muestra del país destino

La población y muestra del mercado internacional se determinó por medio de la aplicación del método no probabilístico por conveniencia, donde se seleccionó 5 empresas dedicadas a la importación de la partida arancelaria 0603.11.00.00 flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma. Halex USA, Lihmil Inc. Alcoflower, Quality Flowers y Protean Farms son empresas mayoristas dedicadas a la importación y comercialización de rosas miniatura spray en la ciudad de Dallas-Estados Unidos. A continuación, se presenta la muestra de investigación.

Tabla 4. Muestra por conveniencia

Empresa	Ciudad	Correo	Representante
Holex USA	Dallas-EEUU	trinidad.pinto@holexusa.com	Trinidad Pinto
Lihmil Inc.	Dallas-EEUU	cs@lihmil.com	Catty Santoliva
Alcoflower	Dallas-EEUU	sales@alcoflower.com	Evelyn Guallychico
Quality Flowers	Dallas-EEUU	lucia@taf-trading.com	Lucia Castro
Protean Farms	Dallas-EEUU	xavier@proteanfarms.com	Xavier Álvarez

Fuente: Investigación (2022)

3.4.5. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

En la siguiente tabla se presenta las técnicas e instrumentos que se emplearon en la recolección de datos, a fin de efectuar análisis comparativos y obtener resultados idóneos.

Tabla 5. Técnicas de recolección de datos

Técnicas	Características	Instrumentos
Entrevista estructurada	Se realizó entrevistas al gerente general, representante de ventas y representante de producción de la microempresa "ProPlan Roses" con la finalidad de obtener información de volúmenes de producción, procesos de cultivo, distribución, maquinaria, mano de obra, etc. También se realizó entrevistas a expertos del área de comercio exterior, Pro Ecuador, Agrocalidad, Asociados Cajas.	Guía de preguntas
Encuesta	Se aplicó el cuestionario vía online a cinco empresas importadoras de rosas miniatura spray, ubicadas en la ciudad de Dallas- Estados Unidos, para obtener información de demanda del producto, gustos y preferencias, exigencias de calidad, características de la flor, término de negociación, fechas de mayor consumo.	Cuestionario
Análisis Documental	Se utilizó fuentes de sitios web oficiales, que permitieron recabar datos cuantitativos y cualitativos para el desarrollo de la matriz POAM, e identificación del mercado meta. Además de analizar factores internos y externos.	Fichas

Fuente: Hernández, Fernández, & Baptista (2014)

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

El análisis estadístico se sustenta en la recolección de datos cualitativos y cuantitativos, que se obtuvieron de la aplicación de entrevistas realizadas a las autoridades de la microempresa ProPlan Roses; Gerente General, Sr. Mauricio Guaña, Representante de Ventas, Sr. Joel Guaña, Representante de Producción, Sr. Paúl Simbaña. También a expertos del área de estudio, de esta manera se obtuvo datos estadísticos de capacidad de producción, oferta, demanda, canales de distribución, estructura organizacional, precios, procesos de abastecimiento, producción, exportación, etc.

Además, se aplicó encuestas a empresas importadoras de rosas miniatura spray, ubicadas en la ciudad de Dallas, estado de Texas, Estados Unidos. Las empresas encuestadas fueron las siguientes: Horex USA, Lihmil Inc. Alcoflower, Quality Flowers, Protean Farms. Obteniendo información primaria de cantidad de volúmenes de compra, períodos de mayor demanda, tendencias del mercado, precios, exigencias del cliente internacional, estándares de calidad, entre otros.

3.6. IDENTIFICACIÓN DE LOS MERCADOS INTERNACIONALES

La recopilación y evaluación de datos estadísticos permitió identificar a los tres principales países importadores y exportadores de rosas miniatura spray a nivel mundial. Además, se analizó factores sociales, políticos, legales y económicos de las naciones con mayor volumen de demanda con la finalidad de desarrollar la matriz POAM (Perfil de oportunidades y amenazas del medio) instrumento que permitió evaluar, comparar e identificar el mercado internacional idóneo para la exportación de rosas miniatura spray producidas por la microempresa ProPlan Roses.

El primer ámbito para efectuar el análisis de oportunidades de mercado internacional es a través de la identificación del producto, el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías es la herramienta que designa códigos a cada producto con la finalidad de manejar un lenguaje universal que establece la correcta clasificación de la mercancía y la recaudación arancelaria adecuada, fortaleciendo el control, transparencia y facilitación al comercio internacional. A continuación, se presenta la codificación de la partida arancelaria del producto rosa miniatura spray.

3.6.1. Codificación Partida Arancelaria

Para el desarrollo de la investigación se procedió a realizar la clasificación arancelaria e identificación de la subpartida del producto rosa miniatura spray, con la finalidad de realizar el estudio de forma específica.



Figura 4. Rosa miniatura spray
Fuente: ProPlan Roses

Clasificación Arancelaria

Tabla 6. Posición Arancelaria Rosas miniatura spray

Arancel	Detalle
Sección	II Productos del Reino Vegetal.
Capítulo	06 Plantas vivas y productos de la floricultura.
Partida Arancelaria	0603 Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.
Subpartida Arancelaria	0603.11.00.00 Rosas.

Fuente: Resolución COMEX No. 020-2017 Estructura del Arancel

3.6.2. Análisis Estadísticos e interpretación de datos, países seleccionados

El análisis del volumen de importaciones efectuadas en el período 2016-2021 permitió identificar a los mayores demandantes de la partida arancelaria 0603.11.00.00 Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma, en donde se determina a Estados Unidos, Países Bajos, Alemania, Belarús, Reino Unido, Rusia como los principales importadores.

Los datos estadísticos demuestran que las importaciones del período 2016-2021 es constante, el producto presenta crecimiento en la demanda efectuada por las naciones internacionales, por lo tanto, existe oportunidades de mercado internacional para la exportación de rosas miniatura spray producidas por ProPlan Roses.

3.6.2.1. Lista de países importadores a nivel mundial, valor expresado en miles de dólares

Estados Unidos se ubica en primer lugar, convirtiéndose en el mayor importador de rosas en el mundo, la Tabla 7 refleja que, desde el año 2016 hasta 2021 ha mantenido su posición, la participación corresponde al 25.30% y tasa de crecimiento del 8.38% el país norteamericano otorga excelentes oportunidades de exportación.

Países Bajos se posicionan en segundo lugar con altos volúmenes de importación, los datos estadísticos evidencian los períodos de mayor demanda internacional, siendo 2016, 2017 y 2021 los años que presentan mayor crecimiento comercial, con una cuota de participación del 22.48% y 1.31% tasa de crecimiento. En la posición tres se encuentra Alemania, las importaciones del país son adecuadas, la cuota de participación corresponde al 11.44% y tasa de crecimiento del 1.31% porque mantienen un crecimiento sostenible en miles de dólares.

Tabla 7. Principales países importadores subpartida 0603.11.00.00

País Importador	Valor en miles de dólares						Total	Participación	Tasa de Crecimiento
	2016	2017	2018	2019	2020	2021			
Estados Unidos	569.544	580.741	636.463	696.120	680.164	923.130	4.086.162	25.30%	8,38%
Países Bajos	645.559	636.202	560.039	512.638	578.586	698.079	3.631.103	22.48%	1.31%
Alemania	365.820	370.71	383.278	359.489	343.386	395.438	1.847.411	11.44%	1.31%
Belarús	43.850	107.018	177.155	224.292	199.400	35.151	786.866	4.87%	-3.62%
Reino Unido	215.968	209.406	225.498	187.657	181.003	266.439	1.285.971	7.96%	3.56%
Rusia	180.682	179.833	192.312	161.67	133.568	253.082	939.477	5.82%	5.78%
Francia	157.497	155.802	157.285	141.79	125.954	167.087	763.625	4.73%	0.99%
Bélgica	41.705	40.572	97.952	119.799	103.649	89.905	493.582	3.06%	13.66%
Polonia	29.639	48.185	75.822	95.337	73.371	76.609	398.963	2.47%	17.15%
Italia	77.878	76.319	83.2	60.389	64.458	86.072	365.116	2.26%	1.68%
Suiza	68.084	67.401	67.54	63.353	61.906	75.037	335.781	2.08%	1.63%
Arabia Saudita	45.684	54.258	58.968	66.843	60.434	91.167	377.354	2.34%	12.21%
Canadá	54.058	58.688	59.662	57.28	45.596	62.644	280.648	1.74%	2.49%
Noruega	52.054	53.999	50.555	47.163	44.515	49.262	297.548	1.84%	-0.91%
España	39.988	43.157	46.187	46.766	35.601	50.161	261.860	1.62%	3.85%
Total	2.588.010	2.311.581	2.721.176	2.479.846	2.731.591	3.319.263	16.151.467	100%	69.46%

Fuente: Trade Map (2022)

3.6.2.2. Lista de países importadores a nivel mundial, valor expresado en porcentaje de arancel

En la Tabla 8 se analizó el top 10 de países importadores de la subpartida 0603.11.00.00 correspondiente a rosas "flores y capullos", cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma. Los resultados que se obtuvo demuestran que el porcentaje arancelario de Alemania corresponde a 0%, Estados Unidos de América 6.80%, Países Bajos 0% porcentajes menores a comparación de las demás naciones.

Por lo tanto, el producto objeto de estudio posee mayores probabilidades de ingreso hacia los destinos identificados, porque al ser el arancel bajo, el flujo comercial es más dinámico. Así también se genera mayores incentivos de exportaciones e importaciones, reduciendo costos al comercio exterior y facilitando la entrada del producto de la empresa ProPlan Roses. En base al análisis se determinó a los 3 mercados (Alemania, Estados Unidos de América y Países Bajos) como países meta, los cuales se estudió a profundidad. La información se obtuvo del Portal integrado de inteligencia comercial (I-TIP) de la Organización Mundial del Comercio.

Tabla 8. Top 10 de países importadores a nivel mundial, subpartida 0603.11.00.00, valor expresado en porcentaje de arancel.

N.	Países	Arancel
1	Canadá	10.50%
2	Alemania	0%
3	Brasil	10%
4	Estados Unidos De América	6.80%
5	Israel	10%
6	Jordania	20%
7	Sudáfrica	20%
8	Filipinas	15%
9	Vietnam	20%
10	Países Bajos	0%

Fuente: Integrated Trade Intelligence Portal WTO (2022)

3.6.2.3. Lista de países importadores a nivel mundial, valor expresado en porcentaje de coeficiente de apertura comercial

En los resultados de la investigación se evidencia que Estados Unidos es el mayor socio comercial de Ecuador, el porcentaje de coeficiente de apertura comercial corresponde a 8.87%, el país norteamericano aporta significativamente al Producto Interno Bruto, lo cual convierte al mercado estadounidense en el elemento estratégico de Ecuador. Países Bajos presentan un coeficiente de apertura comercial de 1.83% las exportaciones no petroleras evidencian crecimiento comercial en los últimos años, Alemania posee un valor de 0.89% en el coeficiente de apertura comercial, es un mercado estratégico para el país, sin embargo, en los últimos períodos el volumen exportable de Ecuador muestra deficiencias.

Tabla 9. Top 10 países importadores a nivel mundial de la subpartida 0603.11.00.00 valor expresado en porcentaje de coeficiente de apertura comercial.

N.	Países	X	M	PIB	CAE%
1	Canadá	118930000	331257000	98808010000	0.46%
2	Alemania	398928000	485163000	98808010000	0.89%
3	Brasil	96323000	662991000	98808010000	0.77%
4	Estados Unidos	4786401000	3977717000	98808010000	8.87%
5	Israel	6729000	24781000	98808010000	0.03%
6	Jordania	9676000	624000	98808010000	0.01%
7	Sudáfrica	8955000	5149000	98808010000	0.01%
8	Filipinas	12350000	19029000	98808010000	0.03%
9	Vietnam	38584000	179006000	98808010000	0.22%
10	Países Bajos	565615000	1243590000	98808010000	1.83%

Fuente: Trade Map (2022)

3.6.2.4. Análisis comparativo países importadores

La Tabla 10 resume el análisis comparativo de los principales países importadores de la subpartida 0603.11.00.00 correspondiente a flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma, rosa. El ranking evidencia que Estados Unidos, Países Bajos y Alemania son las naciones más adecuadas para efectuar el proceso de identificación del país destino. Factores económicos como el porcentaje arancelario, coeficiente de apertura comercial y valor USD de importaciones establecen a los países citados en los mercados potenciales para la exportación de rosas miniatura spray.

Tabla 10. Principales Importadores-CAE-Arancel

Ranking	Arancel		CAE		Importadores	
	Países	% Arancel	Países	%CAE	Países	Valor Usd 2016-2021
1	Canadá	10.5	Canadá	0.46%	Estados Unidos	4086162
2	Alemania	0	Alemania	0.89%	Países Bajos	3631103
3	Brasil	10	Brasil	0.77%	Alemania	2218121
4	Estados Unidos	6.8	Estados Unidos	8.87%	Reino Unido	1285971
5	Israel	10	Israel	0.03%	Rusia	1101147
6	Jordania	20	Jordania	0.01%	Belarús	786866
7	Sudáfrica	20	Sudáfrica	0.01%	Francia	905415
8	Filipinas	15	Filipinas	0.03%	Bélgica	493582
9	Vietnam	20	Vietnam	0.22%	Italia	448316
10	Países Bajos	0	Países Bajos	1.83%	Suiza	403321

Fuente: Trade Map (2022)

3.6.2.5. Selección top 3 países importadores

Estados Unidos es el principal socio comercial de Ecuador, las rosas ecuatorianas poseen una participación alta en el mercado norteamericano, convirtiéndole al país en uno de los mayores proveedores de rosas. Países Bajos y Alemania también presentan ventajas y oportunidades de negocio idóneas.

El coeficiente de apertura comercial refleja que el comercio internacional con Estados Unidos es influyente para Ecuador, en menor porcentaje se desarrolla el comercio exterior entre Países Bajos y Alemania. El arancel correspondiente al producto rosas miniatura spray presenta ventajas para los países europeos porque es 0% mientras que la fracción arancelaria para Estados Unidos es 6.8%

Tabla 11. Top 3 Mayores Países Importadores partida 0603.11.00.00

Países	Arancel	CAE	Ranking Mundial Importaciones
Estados Unidos	6.8%	8.87%	1
Países Bajos	0%	1.83%	2
Alemania	0%	0.89%	3

Fuente: Trade Map (2022)

3.6.2.6. Lista de países exportadores a nivel mundial

Datos estadísticos de la Asociación Nacional de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador, (Expoflores) establece que las exportaciones de la subpartida 0603.11.00.00 flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma, rosa, evidencian que Holanda es el principal productor y exportador de rosas a nivel mundial con una participación en el mercado global del 48.7% un valor en exportaciones en millones de dólares de 4207.0 la cantidad exportada corresponde 591.6 miles de toneladas. Seguido de Colombia quien se posiciona como el segundo exportador de rosas, Ecuador se constituye en el tercer mayor exportador de rosas a nivel global, con una participación del 10.2 % en el mercado global, el valor por concepto de exportaciones corresponde a 881.5 millones de dólares, mientras que la cantidad exportada es de 159.0 miles de toneladas. Ecuador se convierte en uno de los actores principales del comercio internacional, correspondiente a exportaciones de rosas a nivel mundial, lo cual evidencia el potencial exportador que posee el país.

Tabla 12. Top 10 Principales exportadores de rosas en el mundo

Ranking	País	Valor Exportaciones	Cantidad Exportada	Tasa De Crecimiento	Participación en Exportaciones Globales
1	Holanda	4207.0	591.6	1%	48.7%
2	Colombia	1399.6	246.1	7%	16.2%
3	Ecuador	881.5	159.0	10%	10.2%
4	Kenia	540.9	149.3	6%	6.3%
5	Etiopía	196.6	48.3	3%	2.3%
6	Malasia	107.5	41.1	3%	1.2%
7	China	103.9	32.1	-2%	1.2%
8	Italia	98.2	11.2	-5%	1.1%
9	Bélgica	89.6	11.8	-1%	1.0%
10	Alemania	72.2	12.2	-9%	0.8%
TOTAL, MUNDIAL		8639.8	1302.70	3%	100%

Fuente: EXPOFLORES (2021)

3.6.3. Análisis situacional externo de los países seleccionados

Previo a los análisis y datos estadísticos identificados se seleccionaron 3 países o mercados idóneos, con capacidades de demanda elevada, porcentaje arancelario, participación en el mercado. Estados Unidos, Países Bajos y Alemania son naciones que presentan condiciones favorables, para ello se realiza análisis comparativos de factores sociales, políticos, económicos, legales. La finalidad es identificar la oportunidad de mercado óptima para la exportación de rosas miniatura spray de la microempresa ProPlan Roses. El análisis situacional externo permite realizar la evaluación del entorno de factores políticos, económicos, sociales y legales de los países objeto de estudio, de esta manera se identifica el mercado internacional idóneo para la exportación del producto.

3.6.3.1. Factores Sociales

El desarrollo de factores sociales permitió analizar a los países objeto de estudio, se estudió la distribución por edad con el respectivo porcentaje, además de verificar el porcentaje existente de población masculina y femenina, la población económicamente activa y tasa de desempleo. Indicadores sociales que tienen la finalidad de identificar al país idóneo.

3.6.3.1.1. Distribución por edad

La segmentación por edad de la población comprendida entre los 0-65 años y más establece que el rango de edades de 25-54 años presenta los porcentajes más altos, Estados Unidos 39.90%, Países Bajos 38.47% y Alemania 39.87% siendo el nivel donde se encuentra la población económicamente activa, en tal sentido se evidencia que la mayor cantidad de habitantes se ubican en la edad de 25 y 54 años en todos los países estudiados. El factor de población femenina presenta valores porcentuales más altos, a comparación con la población masculina de los tres países objeto de estudio. Además, la población económicamente activa (PEA) de Estados Unidos corresponde a 165.163.504 millones, siendo el más alto, sin embargo, la tasa de desempleo de Países Bajos es la óptima con un porcentaje de 2.7% para el 2021. Este país es la nación con el menor nivel porcentual de personas desempleadas del mundo. Se debe señalar que la PEA y tasa de desempleo de los países varía en función de la cantidad total de habitantes.

Tabla 13. Distribución por Edad

Distribución por Edad	Estados Unidos	Países Bajos	Alemania
0-14 Años	19.40%	16.11%	12.83%
15 - 24 Años	13.70%	11.91%	9.98%
25 - 54 Años	39.90%	38.47%	39.87%
55 - 64 Años	12.60%	13.69%	14.96%
65 años y más	14.50%	19.82%	22.36%
Población masculina (en %)	49.2%	49.6%	48.9%
Población femenina (en %)	50.5%	50.4%	50.6%
P Económicamente Activa PEA	165.163.504 (2022)	9.897.689 (2022)	43.848.015 (2022)
Tasa de desempleo	4.2% (2022)	2.7% (2022)	3.3% (2022)

Fuente: INDEXMUNDI, Santander Trade, Banco Mundial (2022)

3.6.3.1.2. Crecimiento Poblacional

La tabla 14 establece a Estados Unidos en la nación con la mayor tasa poblacional correspondiente a 335.028.178 millones de habitantes, el país norteamericano es uno de los más grandes a nivel global, con una superficie territorial de 9.831.510 kilómetros cuadrados, así también es una de las naciones más pobladas del planeta, seguido de Alemania con 83.756.658 millones de habitantes, presenta una tasa poblacional muy alta, ya que su superficie es de 357.580 kilómetros cuadrados y Países Bajos con 17.235.780 millones de habitantes posee una superficie territorial de 41.540 kilómetros cuadrados, es un país mediano con alta densidad poblacional.

Además, la tasa de crecimiento evidencia una ascendencia porcentual progresiva para Estados Unidos de América desde 2016 hasta 2022 con un porcentaje de 0.78%. Por otra parte, Países Bajos presentan porcentajes sostenidos de crecimiento poblacional en los últimos años, mientras que Alemania mantiene una disminución acelerada de la tasa de crecimiento en 2022 de 0.06%. Los países citados se ubican entre las principales economías mundiales, por lo cual el producto presenta altas posibilidades de ingreso y aceptación.

Tabla 14. Población Total-Tasa de Crecimiento

Población Total	Estados Unidos	Países Bajos	Alemania
	Millones Habitantes	Millones Habitantes	Millones Habitantes
2016	323.071.755	17.030.314	82.348.669
2017	325.122.128	17.131.296	82.657.002
2018	326.838.199	17.231.624	82.905.782
2019	328.329.953	17.344.874	83.092.962
2020	329.484.123	17.441.139	83.240.525
2021	332.524.270	17.475.415	83.703.925
2022	335.028.178	17.235.780	83.756.658
Total	2300398606	120890442	581705523
Tasa de Crecimiento	Estados Unidos	Países Bajos	Alemania
2016	0.68%	0.26%	0.46%
2017	0.65%	0.24%	0.53%
2018	0.63%	0.23%	0.56%
2019	0.61%	0.22%	0.52%
2020	0.59%	0.22%	0.39%
2021	0.75%	0.35%	0.06%
2022	0.78%	0.35%	0.06%

Fuente: INDEXMUNDI, Santander Trade, Banco Mundial, Country Meters (2022)

3.6.3.1.3. Perfil del Consumidor Estados Unidos

Los datos históricos presentados en la tabla evidencian el perfil del consumidor estadounidense, indican que el gasto de consumo de los hogares ha descendido en el año 2022 con un nivel porcentual de -5.40%. El gasto de consumo de los hogares per cápita también evidencia una leve disminución para el año 2022 en comparación con el 2021, mientras que el gasto de consumo de los hogares en millones de dólares establece un leve crecimiento de 13.046.115 en 2021 a 13.055.315 millones de dólares para el 2022. El mercado norteamericano continúa siendo atractivo, puesto que el salario mínimo interprofesional y gasto de consumo de los hogares en millones de dólares presenta crecimientos.

Tabla 15. Perfil del Consumidor EEUU

Perfil de Consumidor	ESTADOS UNIDOS					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria por USD)	1	1	1	1	1	1
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD)	13.489.783	13.245.220	13.535.240	13.023.386	13.046.115	13.055.315
Gastos consumo del hogar (crecimiento anual %)	7.13%	2.90%	2.20%	-3.80%	-6.27%	-5.40
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	41424	40525	41225	39527	39428	38929
SMI - Salario Mínimo Interprofesional	1348.13	1184.85	1296.07	1264.91	1256.70	1256.70

Fuente: INDEXMUNDI, Santander Trade, Banco Mundial, Datos Macro (2022)

3.6.3.1.4. Perfil del Consumidor Países Bajos

El perfil del consumidor de Países Bajos presenta variaciones significativas en el indicador gasto de consumo de los hogares de crecimiento anual porcentual, para 2021 el valor correspondía a -16.8% mientras que en el año 2022 corresponde a -17.3% evidenciando que el gasto de consumo de los hogares en millones de dólares y per cápita ha decrecido, así también el salario mínimo interprofesional es el más alto en comparación de Alemania y EEUU con un valor de 1936.36 USD en 2022. La Paridad del Poder Adquisitivo, evidencia que la vida en Países Bajos es más barata con respecto a Alemania y EEUU.

Tabla 16. Perfil del Consumidor Países Bajos

Perfil del Consumidor	PAÍSES BAJOS					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	0.63	0.63	0.62	0.62	0.61	0.61
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD)	810.297	752.015	759.422	668.296	642.859	600.999

Gastos de consumo de los hogares (Crecimiento anual, %)	10.6%	1.7%	1.0%	-12.0%	-16.8%	-17.3%
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	17.387	16.069	16.112	14.113	13.475	12.497
SMI – Salario Mínimo Interprofesional	1754.54	1784.39	1827.14	1869.88	1905.16	1936.36

Fuente: INDEXMUNDI, Santander Trade, Banco Mundial, Datos Macro (2022)

3.6.3.1.5. Perfil del Consumidor Alemania

Los indicadores del perfil del consumidor alemán establecen que el gasto de consumo de los hogares en crecimiento anual porcentual para el año 2022 es desfavorable de -11.9%, evidenciando que el mercado alemán presenta dificultades, de igual manera el gasto de consumo de los hogares en millones USD y per cápita presenta deficiencias, sin embargo, el salario mínimo interprofesional, presenta variaciones positivas, porque es uno de los más altos a comparación de Estados Unidos. Con respecto al poder adquisitivo, Alemania maneja el euro, ya que pertenece al modelo de unión económica denominado “Unión Europea” La paridad del poder adquisitivo de Alemania se ha mantenido en 0.74 desde 2017 hasta 2020 y en el año 2021 y 2022 disminuyó a 0.73.

Tabla 17. Perfil del Consumidor Alemania

Perfil del Consumidor	ALEMANIA					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria local por USD)	0.74	0.74	0.74	0.74	0.73	0.73
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD)	1937979	1873445	1902779	1791311	1773711	1732644
Gastos consumo del hogar (Crecimiento anual, %)	6.3%	1.4%	1.6%	-5.9%	-8.3%	-11.9
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	23416	22597	22899	21520	21262	20723
SMI – Salario Mínimo Interprofesional	1702.98	1702.98	1765.17	1745.95	1774.00	1744.00

Fuente: INDEXMUNDI, Santander Trade, Banco Mundial, Datos Macro (2022)

3.6.3.1.6. Empleo por Sector

El empleo por sector se ha estructurado en tres grandes áreas: Agricultura, Industria y Servicios. Países Bajos presenta los valores porcentuales más altos en el área de Agricultura con 2.08% y Servicios con el 81.81%. Alemania evidencia que el sector industrial ha crecido con un porcentaje de 27.2%. Por otra parte, Estados Unidos presenta un valor de 78.7% en el área de servicios, los datos obtenidos de la plataforma Santander Trade y el Banco Mundial afirman que el sector que otorga el mayor número de empleos es el de servicios, en los tres países analizados. Por lo tanto, el producto posee grandes oportunidades de ser exportado hacia el mercado internacional.

Tabla 18. Empleo por sector valor porcentual

Repartición de la Actividad Económica por Sector	Empleo por sector (en % del empleo total)		
	Agricultura	Industria	Servicios
Estados Unidos de América	1.4%	19.9%	78.7%
Países Bajos	2.08%	16.11%	81.81%
Alemania	1.2%	27.2%	71.6%

Fuente: Santander Trade, Banco Mundial (2022)

3.6.3.2. Factores Políticos

A continuación, se presenta el análisis de indicadores políticos de Estados Unidos, Países Bajos y Alemania, detallando los acuerdos comerciales vigentes, datos estadísticos de la balanza comercial de cada país, estabilidad política y del sistema bancario. Los elementos citados permiten identificar oportunidades de exportación, hacia el mejor mercado internacional.

3.6.3.2.1. Acuerdos Comerciales

Los acuerdos comerciales son mecanismos de facilitación al comercio internacional, en el cual dos o más partes suscriben un convenio, estableciendo parámetros de negociación, en referencia a eliminación o reducción de aranceles, ampliación de mercados de bienes y servicios, normas de origen, propiedad intelectual, normas

sanitarias y fitosanitarias, políticas de competitividad, inversiones, instrumentos de defensa comercial, etc.

En relación a los países objeto de estudio, todos son miembros de la Organización Mundial del Comercio, Estados Unidos de América, Países Bajos y Alemania forman parte del acuerdo multilateral desde el 1 de enero de 1995 hasta la actualidad.

La Organización Mundial del Comercio, establece principios del sistema comercial internacional, siendo la Cláusula de la Nación más Favorecida (NMF) el tratamiento que otorga el mismo trato comercial para todos aquellos países miembros, en tal sentido, si un país brinda concesiones o beneficios arancelarios a otro país, de manera automática el mismo beneficio debe ser concedido a todos los países miembros del acuerdo multilateral.

Por lo tanto, los productos de Ecuador ingresan al mercado estadounidense, alemán y de Países Bajos, al amparo de la cláusula de la Nación más Favorecida (NMF), favoreciendo la reducción de porcentajes arancelarios, para los productos del sector primario el derecho arancelario corresponde al 0% mientras que para aquellos productos elaborados y de origen vegetal el arancel es superior a cero.

En el caso de la subpartida 0603.11.00.00 flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma, rosas. El derecho arancelario hacia Estados Unidos es de 6.8% porque entre Ecuador y el país de América del Norte no existe un Acuerdo Comercial, se encuentra en etapa de negociación para los próximos años se espera concluir el proceso, mismo que otorgará múltiples beneficios para el país.

El porcentaje arancelario de Alemania y Países Bajos corresponde a 0%, puesto que ambos países forman parte de la Unión Europea y Ecuador mantiene el Acuerdo Comercial Multipartes desde 2017. Además, el 86% de los productos ecuatorianos se acoge al principio de la Nación más Favorecida, en virtud que el país posee un número limitado de acuerdos comerciales internacionales.

Tabla 19. Acuerdos Comerciales

País	Estados Unidos	Países Bajos	Alemania
Acuerdos Comerciales Vigentes			
	Acuerdos Multilaterales- Miembros de la OMC (NFM, Nación más Favorecida, Arancel)	Acuerdos Multilaterales- Miembros de la OMC (NFM, Nación más Favorecida, Arancel) Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea (UE)	Acuerdos Multilaterales- Miembros de la OMC (NFM, Nación más Favorecida, Arancel) Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea (UE)

Fuente: Organización Mundial del Comercio

3.6.3.2.2. Estabilidad Política

La estabilidad política de un país permite identificar oportunidades de mercado internacional, por lo cual el factor político se correlaciona de forma directa con el aspecto económico-comercial, una esfera de prosperidad política fomenta el intercambio de bienes y servicios, alentando la productividad y competitividad. En la siguiente tabla se presenta diversos indicadores políticos de los países objeto de estudio.




Los indicadores políticos resaltan valores correspondientes al año 2021 de las siguientes naciones: Estados Unidos, Países Bajos y Alemania. El rango de evaluación se basa en 2.5 como la puntuación más fuerte y -2.5 corresponde a puntuación débil. Con relación al índice de percepción de la corrupción se evalúa sobre 100 puntos, este rango establece que la puntuación de 100 equivale a inexistencia de corrupción, es decir se presenta controles óptimos.

Países Bajos reflejan las puntuaciones más fuertes, en comparación a Alemania y Estados Unidos, el índice de Estado de Derecho se puntúa en 1.76 por lo tanto las normas, reglas y derechos se cumplen, las negociaciones y contratos se efectúan, el gobierno respalda procesos legales y comerciales con diversos países. El índice de

efectividad gubernamental se evalúa en 1.85, debido a la eficiencia en la planeación, desarrollo y ejecución de políticas establecidas por Países Bajos, de igual manera evidencia la responsabilidad que posee el gobierno en el cumplimiento de sus políticas.

El índice de control de corrupción corresponde a 2.03 la nación europea muestra efectividad en el control de corrupción de los poderes del estado y política nacional e internacional. En referencia al índice de estabilidad política se valora en 0.9 puntuación correspondiente para Países Bajos y Alemania, la armonización y cumplimiento de políticas internas y externas fortalece relaciones comerciales. Además, el índice de percepción de la corrupción se establece en 82 puntos de 100, en virtud del compromiso del país en la ejecución del control de la transparencia de la política pública. El país citado refleja armonización y estabilidad política, por lo cual se convierte en una gran oportunidad de mercado para la exportación de rosas miniaturas spray ecuatorianas.

Tabla 20. Estabilidad Política

INDICADORES	PAISES		
	Estados Unidos	Países Bajos	Alemania
AÑO 2021			
Índice de Estado de Derecho	1.37	1.76	1.56
Índice Efectividad Gubernamental	1.32	1.85	1.36
Control de la Corrupción	1.07	2.03	1.86
Índice de Calidad Regulatoria	1.24	1.75	1.58
Índice de Estabilidad Política	0.4	0.9	0.9
Índice de percepción de la Corrupción	67	82	80

Fuente: The Global Economy (2022)

3.6.3.2.3. Estabilidad del Sistema Bancario

El sistema bancario es el elemento base de la interacción de fondos económicos, de las diversas empresas que efectúan actividades de intercambio comercial internacional, la estabilidad del sistema financiero es decisivo, en el comercio exterior, puesto que genera confianza y credibilidad en giros y transferencias entre naciones.

Estados Unidos de América presenta las valoraciones más altas, la puntuación z del sistema bancario equivale a 29.80 este indicador refleja los niveles de cumplimiento de manejo y control del sistema bancario, la escala de evaluación es de 1 a 100. El tipo de interés de crédito bancario hacia el sector privado se basa en la efectividad de cubrir solicitudes financieras requeridas por este sector en tiempos determinados, evidenciando la solvencia del sistema bancario de cada país, el país norteamericano posee un valor de 3.54%. Además, el índice de rotación del mercado bursátil se evalúa en 108.51% el mercado estadounidense realiza numerosas negociaciones de títulos de valor.

El número de empresas que cotizan en la bolsa corresponde a 4266, mientras que la rentabilidad del mercado bursátil se establece en el 16.75%. Países Bajos mantienen una puntuación del 17.86 superando a Estados Unidos en el indicador bancario citado, mientras que Alemania posee valoraciones inferiores en comparación a Estados Unidos y superiores a Países Bajos. El mercado norteamericano revela mayor estabilidad del sistema bancario, lo cual brinda seguridad en el proceso de exportación del producto objeto de estudio.

Tabla 21. Estabilidad del Sistema Bancario

País	Puntuaciones z de sistemas bancarios Escala de 1 a 100	Tipos de interés del crédito bancario sector privado	Índice de rotación al mercado bursátil	Número de empresas que cotizan en Bolsa	Rentabilidad del mercado bursátil, porcentaje
		Porcentaje	Porcentaje	Compañías	Porcentaje
Estados Unidos	29.80	3.54	108.51	4266	16.75
Países Bajos	10.86	1.50	60.54	103	17.86
Alemania	26.40	2.28	79.42	438	22.42

Fuente: The Global Economy (2022)

3.6.3.3. Factores Legales

3.6.3.3.1. Barreras Arancelarias

Las barreras arancelarias son medios de protección de la industria nacional, aplicadas en función de las políticas de los países y acuerdos comerciales vigentes, además el porcentaje arancelario influye de manera directa en el precio al

consumidor, y determinan la competitividad del producto frente a la competencia del mercado nacional e internacional.

La Tabla 22 muestra el porcentaje arancelario de la subpartida 0603.11.00.00 flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma, rosas. Estados Unidos registra el 6.8% de arancel ad-valoren, Países Bajos y Alemania al formar parte del bloque económico "Unión Europea" poseen un porcentaje arancelario del 0%. El Impuesto al Valor Agregado se basa en tasas estándar, para el caso de Países Bajos corresponde el 21% valor superior en comparación de Estados Unidos 20% y Alemania 19%. Los tres países presentan grandes oportunidades en la exportación de rosas miniatura spray.

Tabla 22. Barreras Arancelarias por país

Subpartida Arancelaria 060311	Tributos			
	Ad-valoren	Liberación	IVA	
Estados Unidos de América	6.8%	Varía de acuerdo con el producto	20%	tasa estándar
Países Bajos	0%	Varía de acuerdo con el producto	21%	tasa estándar
Alemania	0%	Varía de acuerdo con el producto	19%	tasa estándar

Fuente: PROECUADOR (2022)

3.6.3.3.2. Barreras No Arancelarias


Las barreras no arancelarias son mecanismos establecidos por cada país, se basan en la protección y seguridad de ingreso de productos libre de plagas, insectos, bacterias, no contaminación de la carga. La finalidad es evitar daños al bienestar humano, animal, cultivos vegetales, del país importador.

Las barreras no arancelarias, son lineamientos de carácter obligatorio, exigidos por los tres países de estudio, Estados Unidos establece normativa estricta en el control e inspección de plagas, insectos, hongos y bacterias que pueden contener los productos de origen vegetal, en julio de 2021 entra en vigencia normativa específica de control fitosanitario, denominada "Ramos de Rosas (Flores Cortadas) de Ecuador y Colombia hacia todos los puertos" misma que establece parámetros de control, inspección, envase, embalaje, marcado, etiquetado, etc. Estados Unidos presenta menores restricciones en la comercialización de rosas miniatura spray.

Países Bajos y Alemania al ser parte de la “Unión Europea” acogen la legislación sanitaria y fitosanitaria establecida por el bloque comercial. Al ser países con altos niveles de exigencia comercial, las certificaciones poseen alto valor en el consumidor europeo, exigen certificaciones de calidad, buenas prácticas ambientales, comercio justo, productos orgánicos, todo ello garantiza mayor competitividad para las empresas exportadoras.

Además, el sistema de etiquetaje debe cumplir parámetros informativos, respecto a características, composición, país de origen, nombre de la empresa productora, durabilidad, etc. Documentos de control previo y soporte se presentan de forma obligatoria a la autoridad aduanera de cada país en el mercado internacional.

Tabla 23. Barreras No Arancelarias por país

ESTADOS UNIDOS	
-----------------------	---

MSF (MEDIDAS SANITARIAS Y FITOSANITARIAS)

- El Servicio de Inspección de sanidad animal y vegetal (APHIS) es la institución estadounidense encargada del control y protección del sector agrícola, además de efectuar la regulación y emisión de permisos de importación, certificados fitosanitarios, tránsito de plantas y productos vegetales en territorio norteamericano.

MSF (MEDIDAS SANITARIAS Y FITOSANITARIAS) DOCUMENTOS

- El Departamento de Agricultura de Estados Unidos, y el Servicio de Inspección de sanidad animal y vegetal (APHIS) publicó el documento denominado “Ramos de Rosas (Flores Cortadas) de Ecuador y Colombia hacia todos los puertos” el 08 de julio de 2021, en el cual se establece:
- Ecuador requiere la implementación de certificados fitosanitarios, el producto se encuentra sujeto a la inspección, control y revisión en todos los puntos de ingreso a Estados Unidos.
- La inspección del producto se enfoca en el control de plagas de insectos que pueden ingresar, permanecer y propagarse en cultivos agrícolas del país norteamericano.
- En el caso que el producto transite por Gran Bretaña, Australia, Nueva Zelanda, Nueva Caledonia, una vez cortado y procesado en el país de origen, debe presentar el certificado

fitosanitario acompañado de una declaración que garantice la ausencia de polilla marrón clara y roya blanca de crisantemo, plagas que afectan los cultivos.

OTC (OBSTACULOS TÉCNICOS AL COMERCIO)

- El Departamento de Agricultura de Estados Unidos en conjunto con la Ley Lacey Act aprobada en 2008 por el congreso estadounidense, establece la protección de diversos productos de origen vegetal, la finalidad es generar la preservación y protección de plantas y subproductos vegetales cultivados de forma ilegal.
 - La Ley Lacey Act impide la importación, exportación, transporte, transbordo, permanencia de todo tipo de planta objeto de comercio ilegal, efectuado en contra de las leyes estadounidenses.
 - Los importadores deben presentar una declaración aduanera de importación a través de la página oficial Departamento de Agricultura de Estados Unidos, en la cual se detalle, características del producto vegetal tales como:
 - País de origen
 - Nombre científico de la especie.
 - Valor de importación.
 - Volumen, peso y cantidad.
 - La información debe ser proporcionada por el exportador ecuatoriano, puesto que el importador norteamericano es responsable de llenar y presentar el formulario solicitado en la declaración de importación.
 - El envase, empaque y embalaje para la exportación de rosa miniatura spray debe ser adecuado, el objeto es conservar la cadena de frío desde origen hasta destino, los materiales utilizados son: cartón sólido, zunchos, capuchones plásticos, ligas, etc. Todos los materiales poseen dimensiones específicas, para proteger y preservar el producto final. Además, el empaque de rosas de exportación debe presentar información del producto, marcado, rotulado y pictogramas, para la manipulación óptima en procesos de carga y descarga.
 - Las etiquetas deben proporcionar la siguiente información:
 - Idioma oficial (inglés)
 - País de Origen "Product Grown In"
 - Composición del producto
 - Nombre y dirección del productor
 - Cantidad, peso, volumen
 - Funcionalidad
 - Ciclo de vida
-



MSF (MEDIDAS SANITARIAS Y FITOSANITARIAS)

- El Ministerio de Agricultura, Naturaleza y Calidad Alimentaria de Países Bajos, la Legislación sanitaria y fitosanitaria establecida por la Unión Europea y la Organización Europea y Mediterránea para la Protección de Plantas (EPPO) son los organismos encargados del control y emisión de certificados fitosanitarios en la nación europea.
- Para efectos del control fitosanitario las importaciones de plantas, productos vegetales incluidos envases y embalajes, objeto de albergue de plagas, hongos, y demás enfermedades, se sujetan a la normativa establecida por la Directiva del Consejo 2000/29/EC.
- Desde el momento de ingreso a territorio de Países Bajos el producto es objeto de supervisión e inspecciones, a través de la verificación del certificado fitosanitario, sellos de calidad, documentos de soporte y demás documentos de acompañamiento. El certificado fitosanitario es un documento obligatorio para efectuar el proceso de comercio exterior en Países Bajos.

OTC (OBSTACULOS TÉCNICOS AL COMERCIO)

- Países Bajos aplica la normativa del Acuerdo General sobre Obstáculos Técnicos al Comercio, establecida por la OMC e implementada por la Unión Europea. Además, exige certificaciones de buenas prácticas ambientales y sociales entre ellas:
- ECO, es la certificación orgánica que garantiza la producción, empaque, embalaje eficiente de los productos, el consumidor de Países Bajos es exigente en el tema de certificación de las empresas exportadoras.
- La etiqueta debe ser legible, tipo de letra, color y tamaño óptimo, la finalidad es proporcionar información al consumidor final. Debe contener los siguientes datos.
- Idioma oficial de país de destino (neerlandés)
- Componentes del producto
- Instrucciones de uso
- Avisos de seguridad
- Cantidad, peso y volumen
- País de origen
- Nombre y dirección del productor o distribuidor
- Fecha de durabilidad

- Las inspecciones en destino realizadas con arreglo a los reglamentos mencionados tienen por único objetivo la determinación de la calidad, seguridad y no contaminación del producto.

ALEMANIA



MSF (MEDIDAS SANITARIAS Y FITOSANITARIAS)

- El Ministerio Federal de Alimentación y Agricultura de Alemania en conjunto, con la legislación sanitaria y fitosanitaria establecida por la Unión Europea, la Secretaría de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria, son instituciones encargadas de la dirección y control de productos vegetales que ingresan al país.
- Para el sector floricultor se aplica las regulaciones de la Organización Europea y Mediterránea para la Protección de Plantas (EPPO), es la entidad encargada de emitir certificaciones fitosanitarias para aquellos países que efectúan comercio exterior de plantas, flores y follajes en la Unión Europea.
- Alemania es un país con altos niveles de exigencia comercial, por lo cual existen restricciones a ciertas industrias, los productos del sector agrícola se encuentran regulados por la Política Común Agrícola de la Unión Europea, ley implementada en 1962 y vigente en la actualidad.
- Los productos de floricultura que ingresan a territorio alemán deben presentar de forma obligatoria el certificado fitosanitario, además, en todos los puntos de ingreso aéreo, terrestre, marítimo se realiza la inspección y control de embarques.
- Los productos agrícolas originarios de países no miembros de la Unión Europea requieren de la presentación de licencias de importación, medida de proteccionismo establecida por el bloque comercial "Unión Económica" así también de documentos de soporte y control previo. Además, las instituciones exigen la trazabilidad del producto y registros de exportación e importación.

OTC (OBSTACULOS TÉCNICOS AL COMERCIO)

- La normativa del Acuerdo General sobre Obstáculos Técnicos al Comercio, implementada por la Unión Europea, es el instrumento que rige especificaciones en temas de envase, empaque, embalaje, etiquetado, marcado, certificaciones, etc.
- Alemania exige certificaciones para productos de origen vegetal, el cumplimiento es voluntario, sin embargo, el consumidor alemán otorga alto énfasis aquellos productos que poseen certificaciones. EurepGap es la certificación para productos vegetales, que

evidencia Buenas Prácticas Agrícolas en el proceso productivo de las plantas, el criterio se basa en el uso eficiente de fertilizantes, control y monitoreo de plagas, manejo de suelos, agua, entre otros.

- La Norma ISO 14001, es otro tipo de certificación valorada por el mercado alemán, se sustenta en sistemas de gestión ambiental, a través de disminuir impactos al ambiente durante el proceso de producción, transformación, distribución. El sello "Fairtrade" garantiza que el producto se basa en estándares de Comercio Justo, tanto en el área ambiental como adecuadas condiciones de trabajo y remuneración.
- La etiqueta Ángel Azul, es muy representativa en el mercado alemán, está diseñada para identificar productos amigables con el ambiente durante el ciclo de vida, se otorga aquellos productos, que cumplen criterios de transformación sostenible, utilización de envases, empaques y embalajes de reducido impacto, consumo eficiente de recursos, calidad, seguridad, trazabilidad. El sistema de etiquetaje ecológico "Ángel Azul" posee alto prestigio en Alemania y el mundo, puesto que fue la primera institución basada en esta área, se constituyó en 1978.
- La Ley de Envases y Embalajes (VerpackG) entró en vigor el 1 de enero de 2019 en territorio alemán, establece que todos los productos que ingresen al país europeo deben cumplir con el sistema de envase y embalaje basado en componentes de fácil degradación en el ambiente y reutilizables. La finalidad es disminuir la emisión de residuos, todas las empresas exportadoras e importadoras antes de ingresar productos que integran materiales de envase y embalaje al mercado alemán deben registrarse de forma obligatoria en la Agencia Central de Envases, caso contrario no se nacionaliza la mercancía.
- Los requisitos de etiquetado del país germánico establecen la implementación de idioma oficial (alemán) o multilingüe (inglés). La etiqueta del producto debe presentar los siguientes elementos:
 - Descripción del producto
 - Cantidad, peso, volumen
 - Instrucciones de uso, almacenamiento
 - Nombre y dirección de la empresa productora o distribuidora
 - País de origen
 - Durabilidad del producto

Fuente: Integrated Trade Intelligence, Programa SIICEX, Global Trade Helpdesk (2022)

3.6.3.4. Factores Económicos

En las siguientes tablas se evalúan indicadores económicos de los tres países objeto estudio, el análisis permitió observar el comportamiento y evolución de factores económicos, de tal manera que se identifique al país que posee mayores oportunidades de crecimiento y estabilidad para la exportación del producto.

3.6.3.4.1. Balanza Comercial

Es el indicador económico que detalla las exportaciones e importaciones que efectúa un país en períodos específicos, en donde se evidencia el superávit o déficit que posee el país, si las exportaciones son superiores a las importaciones se genera superávit comercial (valores positivos) con el resto de las naciones, por el contrario, si las importaciones son mayores a las exportaciones existe un déficit comercial. La balanza comercial constituye el mecanismo de control y medición del nivel en el que se encuentra el comercio de un país en el ámbito internacional. La Balanza Comercial es el instrumento de excelencia económica que permite evaluar resultados del comercio internacional efectuados por un país, a continuación, se presentan tablas y gráficos estadísticos del flujo comercial entre Ecuador, Estados Unidos, Países Bajos y Alemania, período 2016-2021.

3.6.3.4.1.1. Balanza Comercial Estados Unidos

En la Tabla 24 se detalla datos de la Balanza Comercial entre Ecuador y Estados Unidos, refleja un superávit comercial, (valores positivos) correspondiendo al año 2019 el mayor saldo comercial de 2.095.514.00 miles USD, seguido del año 2017, con un valor de 2.008.593.00 miles USD, el año 2021 evidencia disminución, puesto que no alcanza el millón de dólares, correspondiente a 721.754.00 USD. La tasa de crecimiento registra datos positivos, 2.77% para el área de exportaciones y 5,52% en el área de importaciones, en tal sentido, el período 2016-2021 evidencia crecimiento en las exportaciones ecuatorianas y variaciones en las importaciones, registrando superávit comercial entre Ecuador y Estados Unidos.

Tabla 24. Balanza Comercial Ecuador- EEUU

Período	Balanza Comercial Ecuador – Estados Unidos en miles USD						Tasa de crecimiento 2016-2021
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
Exportaciones	5436083	5968418	6631276	6732893	4786401	6402850	2.77%
Importaciones	4116538	3959825	5008223	4637379	3977717	5681096	5.52%
Balanza Comercial	1319545	2008593	1623053	2095514	808684	721754	

Fuente: Trade Map (2022)

La Figura 4 detalla datos históricos del período 2016-2021 las exportaciones son superiores a las importaciones efectuadas por Ecuador, la línea de tendencia resalta el decrecimiento en miles de dólares, por ende, pese a que la balanza comercial evidencia superávit, los registros comerciales no son altos y han disminuido en el último año, puesto que los niveles de importaciones son crecientes en el último año y las exportaciones presentan un leve decrecimiento por la situación económica que atraviesa el mundo. Además, el coeficiente de determinación establece un valor de 0.7006, es decir que la tendencia comercial presenta probabilidades de continuar el mismo lineamiento.

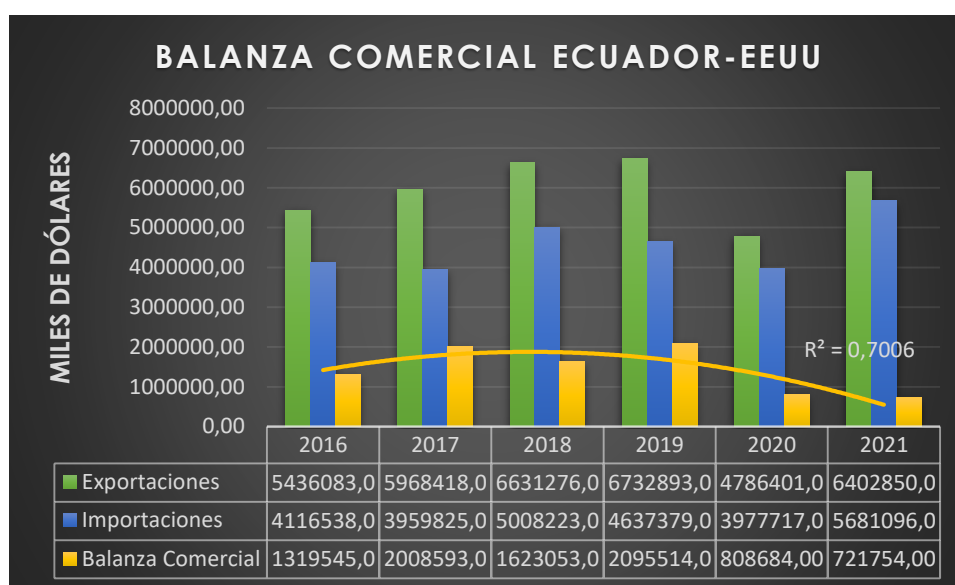


Figura 5. Balanza Comercial Ecuador-EEUU período 2016-2021
Fuente: Trade Map (2022)

3.6.3.4.1.2. Balanza Comercial Países Bajos

El análisis de la Balanza Comercial de Ecuador y Países Bajos presenta superávit comercial, las exportaciones desde el año 2016 hasta el 2021 mantienen un crecimiento constante en miles de dólares, lo cual se evidencia en la tasa de crecimiento, correspondiente al 8%, el mercado de Países Bajos presenta altas oportunidades de negociación y exportación del producto ecuatoriano, las importaciones que realiza Ecuador desde el país europeo, han disminuido en -8.35%, por lo tanto, el saldo comercial es favorable, el mercado expuesto se ubica entre las diez principales naciones con las que Ecuador efectúa procesos de comercio exterior.

Tabla 25. Balanza Comercial Ecuador- Países Bajos

Balanza Comercial Ecuador – Países Bajos en miles USD							Tasa de crecimiento 2016-2021
Período	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
Exportaciones	422631	460845	449588	571502	565615	684869	8%
Importaciones	259372	444816	441101	346414	124359	153764	-8.35%
Balanza Comercial	163259	16029	8487	225088	441256	531105	

Fuente: Trade Map (2022)

La siguiente figura detalla la progresión constante de la línea de tendencia, en donde las exportaciones han evolucionado de manera positiva, los últimos años evidencian mayores niveles de crecimiento comercial, Países Bajos se constituyen como uno de los principales mercados de exportación de productos nacionales, la economía de esta nación es óptima, ubicándose en la posición decimoséptima.

De acuerdo con el Producto interno bruto mundial existe un buen nivel de vida de su población, la balanza comercial entre Ecuador y Países Bajos presenta superávit constante en los últimos años, el coeficiente de determinación corresponde a 0.8954, la probabilidad de crecimiento comercial internacional es positiva, en el caso de exportación de rosas ecuatorianas, el mercado presenta altas oportunidades de aceptación.

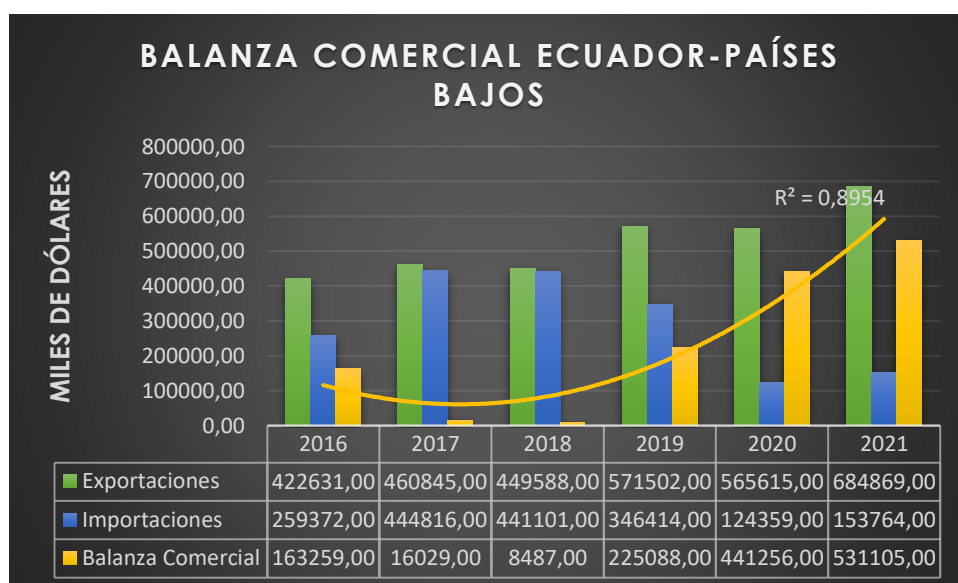


Figura 6. Balanza Comercial Ecuador- Países Bajos período 2016-2021

Fuente: Trade Map (2022)

3.6.3.4.1.3. Balanza Comercial Alemania

La Balanza Comercial entre Ecuador y Alemania registra déficit en los años 2017, 2018, 2019, 2020 y 2021 el comercio bilateral demuestra que el volumen exportable disminuye cada año, afectando el saldo comercial del país, puesto que se presenta una tasa decreciente de -6.11% en exportaciones, en el caso de las importaciones presentan una tendencia de crecimiento de 6.42%. El intercambio comercial internacional de Ecuador y Alemania evidencia disminuciones significativas en el saldo comercial, por lo tanto, el mercado alemán presenta limitadas ventajas para la exportación de rosas miniatura spray.

Tabla 26. Balanza Comercial Ecuador- Alemania

Balanza Comercial Ecuador – Alemania en miles USD							Tasa de crecimiento 2016-2021
Periodo	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
Exportaciones	530652	501954	506124	331664	398928	363544	-6.11%
Importaciones	398246	530474	597824	534101	485163	578549	6.42%
Balanza Comercial	132406	-28520	-91700	-202437	-86235	-215005	

Fuente: Trade Map (2022)

La Figura 6 proyecta datos históricos de la Balanza Comercial de Ecuador y Alemania, las exportaciones presentan disminuciones desde el año 2017 hasta 2021, existe déficit comercial, a comparación de las importaciones que se han maximizado en el mismo período. El mercado alemán es uno de los países importadores de rosas miniatura spray más importantes a nivel global, sin embargo los datos reflejan que en los últimos períodos existe un decrecimiento de la demanda.

La línea de tendencia refleja posibilidad de fortalecimiento de la balanza comercial para los próximos años, mientras que el coeficiente de determinación se establece en 0.8323, dato que evidencia probabilidades de crecimiento comercial entre los dos países.

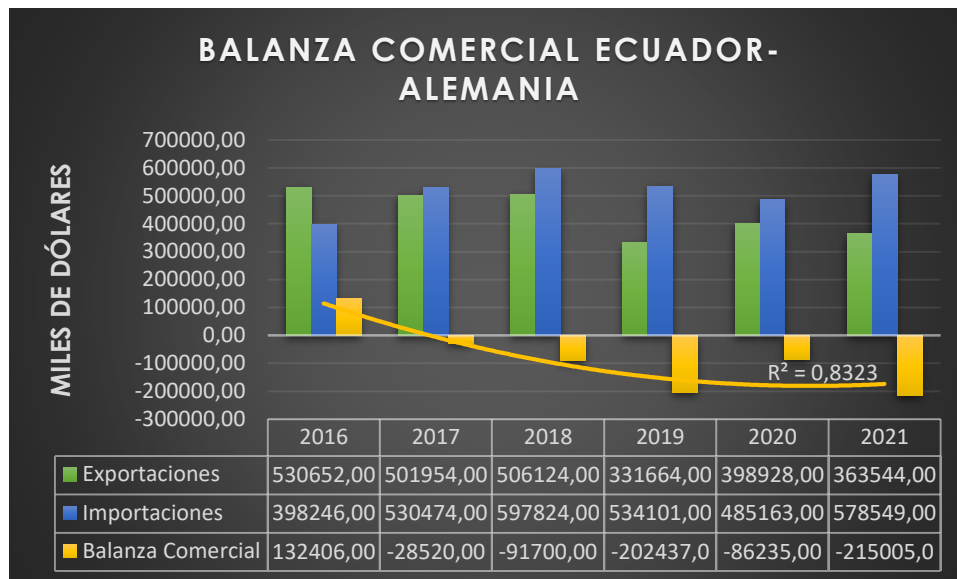


Figura 7. Balanza Comercial Ecuador- Alemania período 2016-2021
Fuente: Trade Map (2022)

3.6.3.4.2. Indicadores Económicos EEUU

Estados Unidos de América es la nación que presenta el mayor Producto Interno Bruto (PIB) en comparación de los otros países analizados, refleja una variación de crecimiento del 3% indicador positivo para el sector económico, porque los valores corresponden a 22.996.100 billones de dólares, año 2021, el PIB per cápita también presenta una tasa de crecimiento del 3% reflejando equilibrio y mayores oportunidades de ingreso al mercado norteamericano, ya que los habitantes poseen niveles de vida óptimos, los ingresos son adecuados y el ciudadano estadounidense presenta un perfil y hábitos de consumo permanentes de rosas miniatura spray, puesto que la rosa, es la flor nacional del país norteamericano, el habitante posee gran sentido de pertenencia a su nación por ello la demanda del producto es elevada y constante.

La tasa de inflación evidencia variabilidad, el crecimiento corresponde al 8%. En referencia a la tasa de paro de la población activa presenta crecimiento del 2% lo que genera menores niveles de desempleo, por ende, existe estabilidad económica, el índice de competitividad y desempeño logístico evidencia puntuaciones adecuadas, todo ello genera confianza, seguridad y estabilidad en los procesos de comercio exterior. Estados Unidos de América es una nación con altos niveles económicos, se encuentra entre los países más desarrollados del mundo, presenta grandes oportunidades de exportación de rosas miniatura spray.

Tabla 27. Indicadores Económicos EEUU

ESTADOS UNIDOS							Tasa de crecimiento porcentual 2016-2021
INDICADORES	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
PIB (billones USD)	18,750,200	19,540,400	20,610,100	21,430,600	20,940,700	22,996,100	3%
PIB per cápita (USD)	58021.4	60109.66	63064.42	65279.53	63413.51	69287.5	3%
Tasa de inflación (%)	1.29%	2.14%	2.10%	2.09%	2.10%	2.00%	8%
Tasa de paro de la población activa (%)	4.87%	4.36%	3.90%	3.67%	8.31%	5.46%	2%
Índice de Competitividad Global (De 1= bajo a 100= alto)	80.19	83.57	85.64	83.67	85.69	87.08	1%
Índice de desempeño logístico (De 1= bajo a 5= alto)	3.99	3.92	3.89	3.86	3.81	3.76	0.48

Fuente: Banco Mundial, The Global Economy, Indexmundi, Datos Macro, World Economic Forum (2022)

3.6.3.4.3. Indicadores Económicos Países Bajos

Países Bajos presentan una tasa de crecimiento del 4% en el Producto Interno Bruto, desde 2016 hasta 2021, así también el PIB Per cápita refleja variaciones positivas con un crecimiento de 4% indicadores positivos para el sector exportador, porque existe potencial en la economía y capacidad adquisitiva de la población. La tasa de paro evidencia disminución del 7% en el nivel de desempleo de los habitantes, el índice de competitividad global evidencia incrementos favorables siendo el rango más alto 84.65 correspondiente al año 2021. El índice de desempeño logístico refleja porcentajes favorables. Los indicadores citados evidencian estabilidad y seguridad en el desarrollo de operaciones de comercio exterior.

De acuerdo con el Banco Mundial, Países Bajos se encuentra en el grupo de las economías más fuertes del mundo, ubicándose en la décimo séptima posición en el mundo y quinto lugar en la Unión Europea. Los habitantes poseen niveles de vida adecuados, los ingresos son eficientes por lo tanto el poder adquisitivo de los pobladores es elevado, el mercado brinda altas oportunidades de comercio internacional.

Tabla 28. Indicadores Económicos Países Bajos

INDICADORES	PAÍSES BAJOS						Tasa de
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	crecimiento 2016-2021
PIB (miles de millones de USD)	783.500	831.800	913.600	907.100	912.200	1020.007	4%
PIB per cápita (USD)	46007.85	48554.99	53018.63	52476.27	52397.11	58061.00	4%
Tasa de inflación (%)	0.98%	1.25%	1.96%	2.72%	1.01%	2.80%	9%
Tasa de paro de la población activa (%)	6.01%	4.84%	3.83%	3.38%	4.09%	2.70%	-7%
Índice de Competitividad Global (De 1= bajo a 100= alto)	78.64	80.86	82.38	82.39	83.97	84.65	1%
Índice de desempeño logístico (De 1= bajo a 5= alto)	4.23	3.98	4.2	3.96	4.12	4.03%	0.53%

Fuente: Banco Mundial, The Global Economy, Indexmundi, Datos Macro, World Economic Forum (2022)

3.6.3.4.4. Indicadores Económicos Alemania

Los indicadores económicos de Alemania durante el período 2016-2021 reflejan crecimiento del Producto Interno Bruto y PIB Per Cápita con una tasa de crecimiento del 3% la tasa de inflación presenta un crecimiento porcentual del 5% el mercado alemán presenta oportunidades para el ingreso de productos ecuatorianos, ya que se encuentra entre las naciones con mayor crecimiento económico.

La tasa de paro de la población activa evidencia que cada año se ha reducido en 4% el desempleo, indicador eficiente en la economía de las naciones, el índice de competitividad año 2021 es inferior en comparación de Estados Unidos y Países Bajos, mientras que el índice de desempeño logístico posee puntuaciones positivas y favorables en el ámbito de comercio exterior.

Tabla 29. Indicadores Económicos Alemania

ALEMANIA							Tasa de crecimiento 2016-2021
INDICADORES	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
PIB (billones USD)	3467.740	3674.160	3962.450	3861.050	3806.430	4220.170	3%
PIB per cápita (USD)	42107.52	44542.29	47950.18	46794.89	46208.42	50801.80	3%
Tasa de inflación (%)	1.50%	1.38%	1.56%	1.54%	1.59%	3.14%	5%
Tasa de paro (% de la población activa)	4.12%	3.75%	3.38%	3.14%	4.31%	3.20%	4%
Índice de Competitividad Global (De 1= bajo a 100= alto)	78.98	80.71	82.84	81.80	83.38	83.87	1%
Índice de desempeño logístico (De 1= bajo a 5= alto)	4.23	4.12	4.20	4.11	4.43	4.16	0.64%

Fuente: Banco Mundial, The Global Economy, Indexmundi, Datos Macro, World Economic Forum (2022)

3.6.3.4.5. Moneda

El dólar es el circulante de mayor utilización en el mundo, se emplea en diversas operaciones internacionales. En Países Bajos y Alemania la moneda oficial es el euro, por lo tanto, el dólar es el circulante que presenta mayores ventajas en las operaciones internacionales, porque Ecuador utiliza el mismo tipo de moneda.

Tabla 30. Moneda EEUU, Países Bajos, Alemania

PAÍS	MONEDA	TIPO DE CAMBIO
Estados Unidos de América	Dólar estadounidense	1 USD
Países Bajos	Euro	AÑO 2022: 1 USD = 1EUR
Alemania	Euro	AÑO 2022: 1 USD = 1EUR

Fuente: Banco Mundial (2022)

3.7. PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS MATRIZ POAM

A continuación, se proyecta la Matriz de Oportunidades y Amenazas POAM, su estructura analiza factores sociales, políticos, legales y económicos de los países objeto de investigación. Cada uno de los indicadores presenta la calificación, correspondiente al siguiente rango: 3 puntos= alto; 2 puntos=medio y; 1 punto= bajo. Al finalizar el análisis comparativo se obtiene la puntuación más alta, misma que evidencia el país idóneo para la exportación de rosas miniatura spray producidas por la Microempresa PROPLAN ROSES.

Tabla 31. Matriz POAM

TABULACIÓN	Estados Unidos de América				Países Bajos				Alemania			
	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS
FACTORES SOCIALES												
% gasto alimentación	ALTO	3			BAJO	1			MEDIO	2		
Remuneración mínima	MEDIO	2			ALTO	3			MEDIO	2		
Población Económicamente Activa PEA (Potenciales Consumidores)	ALTO	3			BAJO	1			ALTO	3		
Perfil de consumidor	ALTO	3			BAJO	1			MEDIO	2		
	SUMA	11	SUMA	0	SUMA	6	SUMA	0	SUMA	9	SUMA	0
	PROMEDIO	2.75	PROMEDIO	0	PROMEDIO	1.5	PROMEDIO	0	PROMEDIO	2.25	PROMEDIO	0
FACTORES POLÍTICOS												
Acuerdo Comerciales	BAJO	1			ALTO	3			ALTO	3		
Balanza Comercial	ALTO	3			MEDIO	2					MEDIO	2
Estabilidad Política	MEDIO	2			ALTO	3			MEDIO	2		
Estabilidad del Sistema Bancario	ALTO	3			BAJO	1			MEDIO	2		
	SUMA	9	SUMA	0	SUMA	9	SUMA	0	SUMA	7	SUMA	2
	PROMEDIO	2.25	PROMEDIO	0	PROMEDIO	2.25	PROMEDIO	0	PROMEDIO	1.75	PROMEDIO	0.5

FACTORES LEGALES	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS
Barreras Arancelarias			BAJO	1	ALTO	3			ALTO	3		
Barreras No arancelarias			BAJO	1			ALTO	3			ALTO	3
	SUMA	0	SUMA	2	SUMA	3	SUMA	3	SUMA	3	SUMA	3
	PROMEDIO	0	PROMEDIO	1	PROMEDIO	1.5	PROMEDIO	1.5	PROMEDIO	1.5	PROMEDIO	1.5
FACTORES ECONÓMICOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS	NIVEL	PUNTOS
Producto Interno Bruto (PIB)	ALTO	3			MEDIO	2			MEDIO	2		
Tasa de Crecimiento real Producto Interno Bruto (PIB)	MEDIO	2			ALTO	3			MEDIO	2		
Producto Interno Bruto (PIB) per cápita	ALTO	3			MEDIO	2			BAJO	1		
Tasa de desempleo			MEDIO	2			BAJO	1			BAJO	1
Tasa de Inflación (Precios al consumidor)			MEDIO	2			ALTO	3			BAJO	1
Importaciones			ALTO	3			BAJO	1			MEDIO	2
Exportaciones	ALTO	3			MEDIO	2			BAJO	1		
Moneda	ALTO	3			MEDIO	2			MEDIO	2		
Índice de Competitividad Global	ALTO	3			MEDIO	2			MEDIO	2		
Desempeño Logístico	MEDIO	2			MEDIO	2			ALTO	3		
	SUMA	19	SUMA	7	SUMA	15	SUMA	5	SUMA	13	SUMA	4
	PROMEDIO	1.9	PROMEDIO	0.7	PROMEDIO	1.5	PROMEDIO	0.5	PROMEDIO	1.3	PROMEDIO	0.4

Fuente: Elaboración Propia

3.7.1. Resumen POAM

De acuerdo con los resultados de la Matriz POAM (Perfil de Oportunidades y Amenazas) el país que posee la mayor oportunidad para la exportación de rosas miniatura spray es Estados Unidos, puesto que los factores sociales, políticos, legales y económicos presentan una valoración final de 1.30 siendo el país de destino idóneo, los indicadores sociales evidencian que la población estadounidense posee un alto poder adquisitivo, el gasto de alimentación es alto, el perfil del consumidor es positivo, lo que genera mayores oportunidades de compra.

Los indicadores políticos presentan eficiencia, porque la balanza comercial entre Ecuador-Estados Unidos refleja superávit, además las exportaciones en miles de millones son las más altas a comparación de los demás países, la estabilidad política y del sistema bancario reflejan altos estándares de cumplimiento y calidad en operaciones de comercio internacional. Las relaciones comerciales se mantienen en la posición de "ganar-ganar" porque Estados Unidos es el destino número uno en la exportación de rosas ecuatorianas.

Los factores económicos evidencian que el Producto Interno Bruto de Estados Unidos es uno de los más elevados del mundo, así también el PIB per cápita es óptimo, existe una tasa de desempleo mínima, el índice competitividad global y desempeño logístico muestra resultados favorables. La selección del mercado estadounidense se basó en el estudio comparativo de las principales naciones importadoras de la partida arancelaria 0603.11.00.00 Además de la evaluación de diversos factores e indicadores que permiten identificar el mercado meta.

Tabla 32. Ponderación de datos POAM, países de estudio.

Resumen Análisis	Estados Unidos		Países Bajos		Alemania	
	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza
Factores Sociales	2.75	0	1.50	0	2.25	0
Factores Políticos	2.25	0	2.25	0	1.75	0.5
Factores Legales	0	1	1.50	1.50	1.50	1.50
Factores Económicos	1.90	0.7	1.50	0.5	1.30	0.4
Suma	6.90	1.70	6.75	2.00	6.80	2.40
Promedio	1.73	0.43	1.69	0.50	1.70	0.60
Calificación	1.30		1.19		1.10	

Fuente: Elaboración Propia

3.8. ANÁLISIS DEL MERCADO DE DESTINO

3.8.1. Perfil del país- Estados Unidos

Estados Unidos es la economía más grande del mundo, posee el Producto Interno Bruto más alto, las condiciones económicas del país norteamericano son positivas, posee una extensión geográfica muy grande, por lo tanto el número de habitantes es elevado, el PIB per cápita refleja que el ciudadano estadounidense tiene un buen nivel de vida, el poder adquisitivo es óptimo, además, Estados Unidos posee facilidad financiera porque es emisor del dólar estadounidense, la divisa de reserva más fuerte en el mundo. (Santander Trade, 2019).


Estados Unidos y Ecuador mantienen buenas relaciones comerciales, siendo el principal socio del país, gran parte de la producción y exportación de rosas se destina al mercado estadounidense, el reporte estadístico mensual Agosto 2022 emitido por la Asociación Nacional de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador (Expoflores) evidencia que en el primer semestre de 2022 “El 72% de las exportaciones de flores las concentra las rosas, ubicando a Ecuador como el segundo exportador del mercado estadounidense” (Expoflores, 2022, p. 4)

Las flores representan el 4.8% de participación de las exportaciones no petroleras, y es el quinto producto de exportación no petrolera. Además del total de importaciones de rosas realizadas por Estados Unidos, Ecuador posee el 36.07% de participación en el mercado norteamericano, ubicando al país como el segundo proveedor de rosas.

Además, la Asociación Nacional de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador (Expoflores) en el reporte anual de Mercados de Destino establece que el 21% de las importaciones mundiales de flores las concentra el mercado de Estados Unidos, por ende, representa la mejor oportunidad de mercado internacional, para la exportación de rosas miniatura spray cultivadas en Ecuador.

Datos del Banco Central del Ecuador y Expoflores demuestran que la demanda internacional de las rosas ecuatorianas presenta crecimiento progresivo, el primer semestre de 2022 refleja aumento del 4% con un valor exportable de 210 millones de dólares correspondiente a 31.274 toneladas.

Tabla 33. Ficha Técnica Estados Unidos

		ESTADOS UNIDOS
Área geográfica		9.831.510 km ²
Población total		335.028.178
Población Económicamente Activa		165.163.504
Población de principales áreas metropolitanas		Nueva York (20.140.470) Los Ángeles (18.200.998) Chicago (9.618.502) Dallas- Fort Worth (7.637.387) Houston (7.122.240) Washington (6.385.162) Filadelfia (6.245.051) Miami (6.138.333) Washington D.C.
Capital		Inglés
Idioma oficial		Inglés
Idioma de negocios		Protestantes (51%) católicos (25%) mormones (2%) judíos (1%) musulmanes (1%) otros (10%) sin religión (10%)
Religión		Dólar estadounidense (USD)
Moneda local		22.996.100 billones
PIB		69287.5
PIB per cápita		2%
Tasa de inflación		Estados Unidos es la principal economía del mundo, con los mayores volúmenes de importación. Los principales socios comerciales son China, México, Canadá, Reino Unido, Japón.
Comercio Exterior		

Fuente: Banco Mundial, Santander Trade (2022)

3.8.2. Segmentación de Mercado

Estados Unidos de América posee una superficie de 9.831.510 kilómetros cuadrados, convirtiéndole en una de las naciones más grandes y pobladas del mundo. Al ser muy amplio el territorio norteamericano, se efectúa la segmentación del mercado, para ello se utiliza la plataforma Google Trends herramienta tecnológica que identifica los términos de búsqueda más populares y novedosos, a continuación, se presenta la figura de segmentación del mercado estadounidense para la exportación de rosas miniatura spray.

El territorio estadounidense con mayor porcentaje de búsqueda del producto objeto de estudio corresponde a Texas, al ser el segundo estado con mayor superficie territorial y cantidad poblacional, presenta altas oportunidades de consumo de rosas miniatura spray. En la identificación de la ciudad de destino se analiza factores sociales, económicos, geográficos, demográficos y culturales.



Figura 8. Segmentación de Mercado EEUU
Fuente: Google Trends (2022)

3.8.3. Análisis de Factores Ciudad de Destino

Variable Socioeconómica: Los ciudadanos de Dallas- Texas posee un elevado poder adquisitivo, la calidad de vida es alta, los ingresos son óptimos, además es la ciudad con mayor población del estado de Texas, y tercera más grande. El Producto Interno Bruto y PIB Per cápita reflejan crecimiento económico, índices de seguridad y costo de vida muestran estabilidad en la ejecución de negocios.

Variable Geográfica: Dallas se ubica al norte del estado de Texas, sus límites geográficos corresponden norte, Condado de Collín, Sur Condado de Ellis, Este Condado de Kaufman, Oeste Condado de Tarrant.

Variable Demográfica: Dallas es la ciudad más poblada del Estado de Texas, y novena de Estados Unidos, con 29.527.941 habitantes, de los cuales el 41.5% son hispanos o latinos, el 28.8 % son blancos y el resto de la población pertenece a otras razas. La población económicamente activa se encuentra entre los 15 y 65 años, el ingreso familiar corresponde a 54.747 dólares, el empleo en Dallas creció en 1.06% por lo cual el habitante posee condiciones económicas favorables. (DATA USA, 2022)

Variable Cultural: La lengua oficial es inglés, sin embargo, Dallas al concentrar el 41.5 de población hispana, también utiliza el idioma español. El 55.5% de los habitantes son religiosos, el cristianismo es la religión que predomina en la ciudad de Dallas.

Tabla 34. Ficha Técnica Ciudad de Dallas- Texas

CIUDAD DE DALLAS- TEXAS	
Estado	Texas
Ciudad	Dallas
Población total	29.527.941
Densidad Poblacional	3469.9 km ²
PIB	478.000 millones USD
PIB Per cápita	62.369
Idioma población	Inglés (45.23%) español (41.45%) otros (13.32%)
Idioma de negocios	Inglés
Moneda	Dólar estadounidense
Área geográfica	2353 km ²
País Fronterizo	México

Fuente: Banco Mundial, Santander Trade, Data USA (2022)

3.8.4. Perfil del Consumidor de Dallas, Texas- EEUU

El perfil del consumidor de Dallas presenta poder adquisitivo elevado, la demanda de rosas se basa en el nivel de ingreso per cápita, el estudio realizado por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversión (PROECUADOR, 2022) establece que el 65% de los comparadores de rosas son mujeres y el 35% hombres. El consumidor de Estados Unidos adquiere rosas en grandes volúmenes porque es la flor nacional del país norteamericano, es el regalo tradicional de la cultura estadounidense, la rosa representa aprecio y valor, por ello es el regalo ideal de los habitantes.

El consumidor emplea el 67 % de la compra de rosas en regalos y celebraciones, el 33% es para uso personal, fechas especiales de Navidad, Día de la Madre, Día del Amor y Amistad, y Día de Acción de Gracias, la demanda de rosas aumenta, en especial de color blanco y rojo. Los principales factores que influyen en la compra de rosas del consumidor de Dallas son el nivel de ingresos, celebración, fechas especiales, gustos y preferencias, precios, facilidad de compra y entrega. (PROECUADOR, 2022). Es importante señalar que el mayor consumidor de rosas es la mujer, quien adquiere el producto en floristerías, mujeres mayores de 45 años, e-commerce mujeres menores de 45 años, también se adquiere en supermercados, farmacias, hipermercados, viveros. Instituciones de funerales, negocios, bodas, cumpleaños, graduaciones adquieren rosas en grandes cantidades.

El consumidor de Estados Unidos, ciudad de Dallas es exigente en calidad, colores resaltantes, tamaño de botones rosales, tallos fuertes y robustos, hojas brillantes, durabilidad de la flor. El producto debe presentar condiciones adecuadas desde origen hasta destino, por lo que el envase y embalaje debe ser correcto, la finalidad es aumentar la demanda del consumidor.

En la ciudad de Dallas se celebra cada año el festival floral “Dallas Blooms” el evento más grande del estado de Texas, lugar donde se exponen cientos de variedades de flores primaverales, se encuentra entre los 14 mejores lugares del mundo de exhibición de rosas. El evento se realiza entre los meses de febrero y abril. (Valchyshen, 2022). Por lo antes expuesto se determina que la ciudad de Dallas, ubicada en el estado de Texas, país Estados Unidos, es el mercado meta en la exportación de rosas miniatura spray producidas por la microempresa ProPlan Roses.

3.8.5. Proyección de la Población

A continuación, se efectúa el cálculo de la proyección poblacional de la ciudad de Dallas, estado de Texas- Estados Unidos, los datos históricos permiten realizar la proyección de 6 años futuro, con la aplicación de la fórmula de mínimos cuadrados.

$$m = \frac{\sum xy - \frac{\sum x \sum y}{N}}{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}$$

$$b = \frac{\sum y}{N} - m \frac{\sum x}{N}$$

$$y = mx + b$$

Tabla 35. Cálculo Proyección Poblacional Dallas- EEUU

Año	X	Y	X ²	Y ²	XY
2016	1	27.914.064	1	779.194.968.996.096	27.914.064
2017	2	28.291.024	4	800.382.038.968.576	56.582.048
2018	3	28.624.564	9	819.365.664.190.096	85.873.692
2019	4	28.986.794	16	840.234.226.398.436	115.947.176
2020	5	29.360.759	25	862.054.169.056.081	146.803.795
2021	6	29.527.941	36	871.899.299.699.481	177.167.646
TOTAL	21	172.705.146	91	4.973.130.367.308.770	610.288.421
N	6				

Fuente: Datos Macro (2022)

Coeficiente de Regresión

$$m = \frac{\sum xy - \frac{\sum x \sum y}{N}}{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}$$

$$m = \frac{21 \cdot 172.705.146 - \frac{21 \cdot 610.288.421}{6}}{91 - \frac{21^2}{6}}$$

$$m = \frac{5.820.410}{17.5}$$

$$m = 332594.86$$

$$b = \frac{\sum y}{N} - m \frac{\sum x}{N}$$

$$b = \frac{172.705.146}{6} - 332594.86 (3.5)$$

$$b = 27620109$$

Recta de Tendencia

$$y = mx + b$$

$$y = 332594.86 (x) + 27620109$$

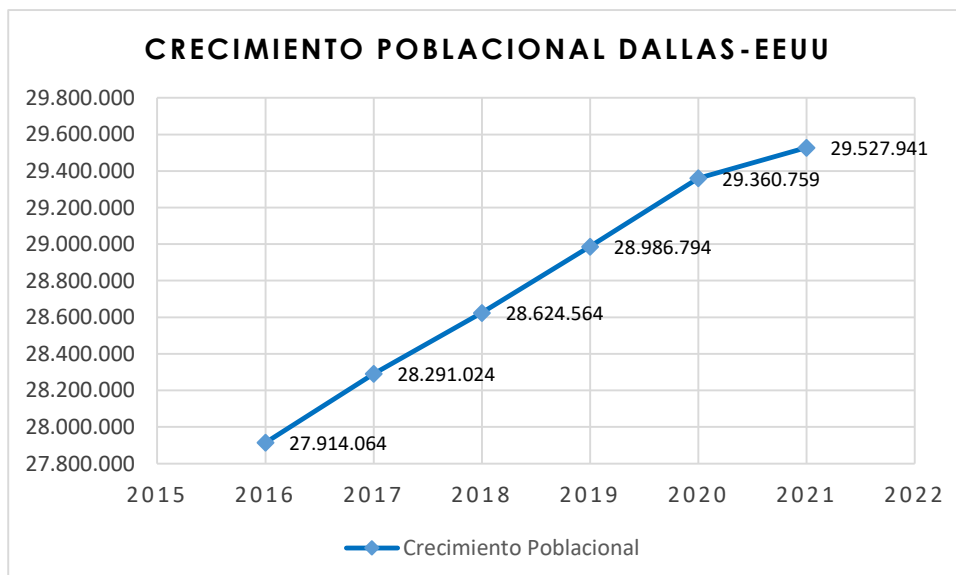


Figura 9. Crecimiento Población Dallas-EEUU

Fuente: Datos macro (2022)

El Estado de Texas posee un nivel poblacional muy elevado, la proyección establecida evidencia una tasa de crecimiento del 1.14%, cada año el número de habitantes se incrementará, por ende, el mercado de destino presenta altas oportunidades de comercio internacional para la exportación de rosas miniatura spray. Además, Estados Unidos es uno de los principales destinos de exportación de rosas ecuatorianas, las flores son apreciadas y la demanda es elevada.

Tabla 36. Proyección y Tasa de crecimiento poblacional Dallas-Texas

	Año	Población	Tasa de crecimiento
Datos Históricos	2016	27914064	
	2017	28,291,024	
	2018	28,624,564	
	2019	28,986,794	
	2020	29,360,759	
	2021	29,527,941	1.14%
Datos Proyectados	2022	29,948,273	
	2023	30,280,868	
	2024	30,613,463	
	2025	30,946,058	
	2026	31,278,652	
	2027	31,506,769	

Fuente: Datos Macro (2022)

3.8.6. Principales Importadores en Dallas- Texas, subpartida 060311

En la tabla siguiente se identificó a las principales empresas importadoras de la partida arancelaria 0603.11.00.00 a flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma, de la ciudad de Dallas- Estados Unidos.

Tabla 37. Empresas importadoras en Dallas- EEUU

Nombre	País	Ciudad	Teléfono	Sitio Web
Holex USA	EEUU	Dallas, Texas	305-513-0713	www.holex.com
Lihmil Inc.	EEUU	Dallas, Texas	214-993-1008	www.lihmil.com
Quality Flowers	EEUU	Dallas, Texas	305-742-2800	www.tqf-trading.com
Estrellas Flower Shop	EEUU	Dallas, Texas	214-694-7991	www.flowersdallas1.com

Fuente: Pro Ecuador- Trade Map (2022)

3.9. ANÁLISIS DEL PRODUCTO

3.9.1. Importaciones de Estados Unidos partida arancelaria 0603.11.00.00

Las importaciones efectuadas por Estados Unidos de la partida arancelaria 0603.11.00.00 identifican a las principales naciones exportadoras de rosas miniatura spray al mercado estadounidense, Ecuador se ubica en la posición número dos, siendo 2021 el año con el mayor volumen de ventas, correspondiente a 356.888 miles de dólares, la cuota de participación refleja que el país posee oportunidades de exportación, competitividad y participación en el mercado norteamericano.

Ecuador presenta el 36.07% de participación en el mercado estadounidense, siendo el segundo proveedor de rosas miniatura spray en Estados Unidos, por su parte Colombia registra una cuota de participación del 60.16% valor superior a Ecuador. La diferencia es significativa, debido a que el país vecino posee el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos desde 2012, lo que le ha permitido incrementar su cuota de participación, la rosa miniatura spray exportada por Colombia presenta el 0% de arancel, mientras que las rosas de Ecuador ingresan con el 6.8% de arancel.

Además la Asociación Nacional de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador (EXPOFLORES) resalta que Colombia presenta mayor competitividad porque el 80% de la producción de rosales se destina al mercado de Estados Unidos, basa sus estrategias comerciales en producción a gran escala y exportación de bouquets. Otro factor interesante es que el gobierno colombiano tiene en operación a la plataforma "Colombia a un clic" sitio de e-commerce que trabaja en conjunto con Amazon, lo que permite mayor difusión y demanda de las rosas cultivadas y exportadas por el productor colombiano.

Ecuador concentra una participación menor, debido a que maneja exportaciones por destinos diversificados, además está iniciando la apertura de exportación del producto y por ello la cuota de participación es inferior, a corto, mediano y largo plazo el país presenta mayor competitividad, porque la dolarización es un mecanismo de integración y fortalecimiento comercial entre Ecuador y Estados Unidos.

La política cambiaria, monetaria y fiscal de Ecuador permite una excelente oportunidad de crecimiento y fortalecimiento de la cuota de participación en el mercado estadounidense, porque ambas naciones comparten una moneda en común el dólar americano, de esta manera se construye estabilidad macroeconómica, porque la confianza y credibilidad del sistema fiscal y monetario converge en conjunto con Estados Unidos país emisor de la moneda. Ecuador presentará mayor competitividad en el mercado de Estados Unidos, porque la dolarización fomenta la accesibilidad al mercado comercial, mercantil y financiero internacional, también evidencia bajos riesgos en las operaciones de comercio exterior, puesto que, con la dolarización se elimina el riesgo de devaluación repentina y abrupta de la moneda nacional y costes asociados a la volatilidad del tipo de cambio.

El manejo del dólar americano le permite a Ecuador eliminar los costes de transacciones internacionales, direccionadas al tipo de divisa, de esta manera no se genera un entorno comercial de riesgos e incertidumbres de tipo cambiario. La utilización de la misma moneda, genera integración comercial entre Ecuador y Estados Unidos, porque se facilita el comercio internacional de bienes y servicios.

La política monetaria a través de la dolarización permite alcanzar estabilidad de precios, mantiene mayor control de la inflación, en tal sentido, el dinero no pierde su valor en el tiempo y cumple 3 funciones esenciales en la economía del Ecuador, se utiliza como medio de cambio, unidad de cuenta y reserva de valor. Datos del Banco Mundial establecen que la implementación de la dolarización en Ecuador permitió disminuir la inflación del 96% en el año 2000 a porcentajes no superiores al 10% en los últimos períodos. En la actualidad el país tiene una inflación del 3.7% siendo una de las más bajas de la región.

La dolarización en Ecuador permite equilibrar y manejar los recursos de forma eficiente, porque se combate la indisciplina fiscal, el país al no emitir su propio dinero, tiene que corregir el déficit fiscal a través de préstamos y ajustarse a condiciones de disciplina fiscal, alcanzando mayor rendimiento en la distribución de recursos públicos. En consecuencia, la política cambiaria, monetaria y fiscal mantiene estrecha relación con el comercio internacional, para el caso de Ecuador la

dolarización representa una ventaja competitiva porque genera mayor confianza y seguridad en los procesos de comercio exterior y negociación entre naciones. Por lo tanto, las rosa miniatura spray se convierte en un producto viable para la exportación por su demanda en el mercado de Estados Unidos.

Tabla 38. Importación de rosas miniatura spray de EEUU, valor en miles de USD

Ranking	País	Año	Año	Año	Año	Año	Total	Cuota De Participación
		2017	2018	2019	2020	2021		
1	Colombia	340.862	384.166	427.995	429.044	533.476	2.115.543	60.16%
2	Ecuador	213.857	227.816	241.072	228.932	356.888	1.268.565	36.07%
3	Guatemala	10.047	12.007	12.715	12.190	17.006	63.965	1.82%
4	México	6.314	5.719	6.236	7.162	10.463	35.894	1.02%
5	Etiopía	2.168	2.066	2.291	1.597	2.492	10.614	0.30%
6	Países Bajos	1.627	776	1.065	353	1.376	5.197	0.15%
7	Kenia	5.297	2.570	3.249	761	1.118	12.995	0.37%
8	Canadá	45	43	56	2	80	226	0.01%
	Los demás	474	1286	1379	84	104	3.327	0.09%
	Total	580.741	636.464	696.118	680.165	923.131	3.516.619	100.00%

Fuente: Trade Map (2022)

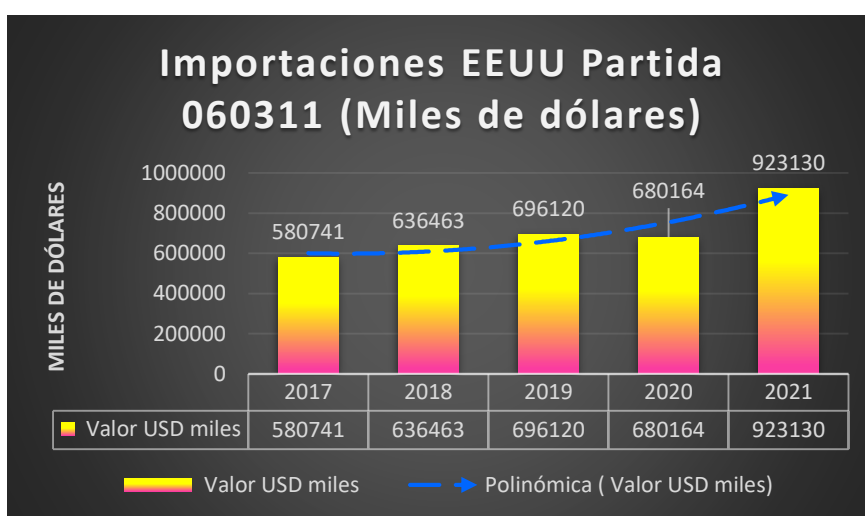


Figura 10. Importaciones EEUU partida 0603110000

Fuente: Trade Map (2022)

La Figura 9 muestra las importaciones de Estados Unidos desde 2017 hasta 2021 de la partida arancelaria 0603.11.00.00 correspondiente a Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma. Las importaciones del producto objeto de estudio presentan crecimiento en los últimos 5 años, siendo 2021 el período con el mayor volumen comercial de 923130 miles de dólares americanos.

3.9.2. Principales Competidores en el Mercado de Estados Unidos

Las importaciones de Estados Unidos, partida arancelaria 0603.11.00.00 refleja que Colombia es el mayor competidor de Ecuador, seguido de Guatemala y México, los dos países suramericanos poseen condiciones climáticas favorables, además los sectores florícolas de ambas naciones se posicionan en los primeros lugares del ranking mundial. La figura evidencia que las exportaciones de Colombia y Ecuador evolucionaron en el año 2021 por lo tanto, se identifica que el producto se encuentra en la etapa de crecimiento.

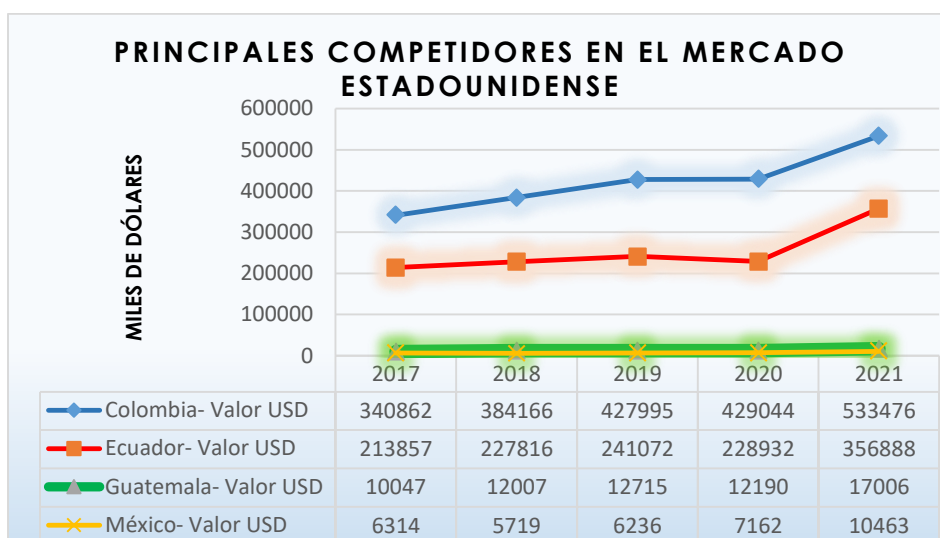


Figura 11. Principales Competidores partida 0603110000-Mercado de EEUU
Fuente: Trade Map (2022)

3.9.3. Índice de Grubel y Lloyd

Efectúa la medición del comercio bilateral entre dos naciones, donde se refleja la existencia del comercio intraindustrial e interindustrial, a través de los cálculos se define la aplicación de la teoría de comercio internacional idónea como estrategia para la exportación de rosas miniatura spray hacia Estados Unidos. Un índice correspondiente a 0 muestra un comercio interindustrial, porque la producción de bienes y servicios pertenece a diferentes sectores, generando la Ventaja Comparativa de David Ricardo, donde cada país se especializa en producir bienes mediante la optimización de recursos y costos. Si el índice es 1 evidencia un comercio productivo similar, donde las naciones intercambian productos semejantes, efectuando la compraventa de bienes y servicios correspondientes a un mismo sector productivo, afirmación respaldada por Michael Porter en la teoría de la Ventaja Competitiva.

$$GL = 1 - \frac{|Xi - Mi|}{Xi + Mi}$$

$$GL = 1 - \frac{|2520 - 19|}{2520 + 19}$$

$$GL = 1 - \frac{|2520 - 19|}{2520 + 19}$$

$$GL = 1 - 1$$

$$GL = 0$$

La ejecución del cálculo muestra el resultado de 0, es decir, el producto rosas miniatura spray pertenece a un comercio bilateral interindustrial, por lo tanto, se aplica la ventaja comparativa de David Ricardo, porque Ecuador y Estados Unidos intercambian productos pertenecientes a diferentes sectores, por una parte, Ecuador se especializa en la producción e intercambio de rosas (Sector agrícola) y Estados Unidos exporta a Ecuador productos del sector industrial. Por ende, Ecuador presenta grandes oportunidades de exportación e introducción del producto hacia el mercado norteamericano.

3.9.4. Análisis top 5 productos de exportación Ecuador- Estados Unidos

La Tabla 39 evidencia el top 5 de los principales productos que Ecuador exporta hacia Estados Unidos, permitiendo efectuar el diagnóstico de la matriz BCG, a través de la tasa de crecimiento del mercado y la cuota de mercado, siendo los combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; el producto que presenta la mayor participación con el 26.37% sin embargo el crecimiento del mercado refleja deficiencia del -11.23% y la participación relativa corresponde a 0.02, los principales competidores son Canadá, México y Rusia. La partida 0603.11.00.00 Rosas, flores y capullos refleja el 2.03% de participación, convirtiéndose en un producto fuerte y competitivo en el mercado internacional, entre los competidores se encuentra Colombia, Guatemala y México. La participación relativa corresponde a 0.47 el crecimiento del mercado refleja un valor de 4.80% las rosas miniatura spray poseen alta demanda en Estados Unidos, por ello la exportación es óptima hacia el mercado expuesto.

Tabla 39. Top 5 productos de exportación, mercado Ecuador – EEUU

Capítulo Arancelario	Descripción	Ventas Empresa	Participación por Producto	Ventas de los Tres Principales Competidores						Principal Competidor	Crecimiento Del Mercado %	Participación Relativa
27	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas	1558787	26.37%	Canadá	63342837	México	10220629	Rusia	9525983	83089449	-11.23%	0.02
03	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	977310	6.25%	Canadá	2670859	Chile	2278153	India	2080338	7029350	7.23%	0.14
08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	700505	4.80%	México	8256865	Chile	2075301	Perú	1774423	12106589	5.53%	0.06
06	Plantas vivas y productos de la floricultura	324922	3.02%	Colombia	1026937	Canadá	489655	Países Bajos	215751	1732343	3.30%	0.19
71	Pierlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos	249731	1.60%	Suiza	31182325	India	8763687	Canadá	8065421	48011433	0.21%	0.01
060311	"Rosas ""flores y capullos"	208744	2.03%	Colombia	429044	Guatemala	12190	México	7162	448396	4.80%	0.47

Fuente: Trade Map (2022)

Matriz BCG Rosas miniatura spray Ecuador- Estados Unidos

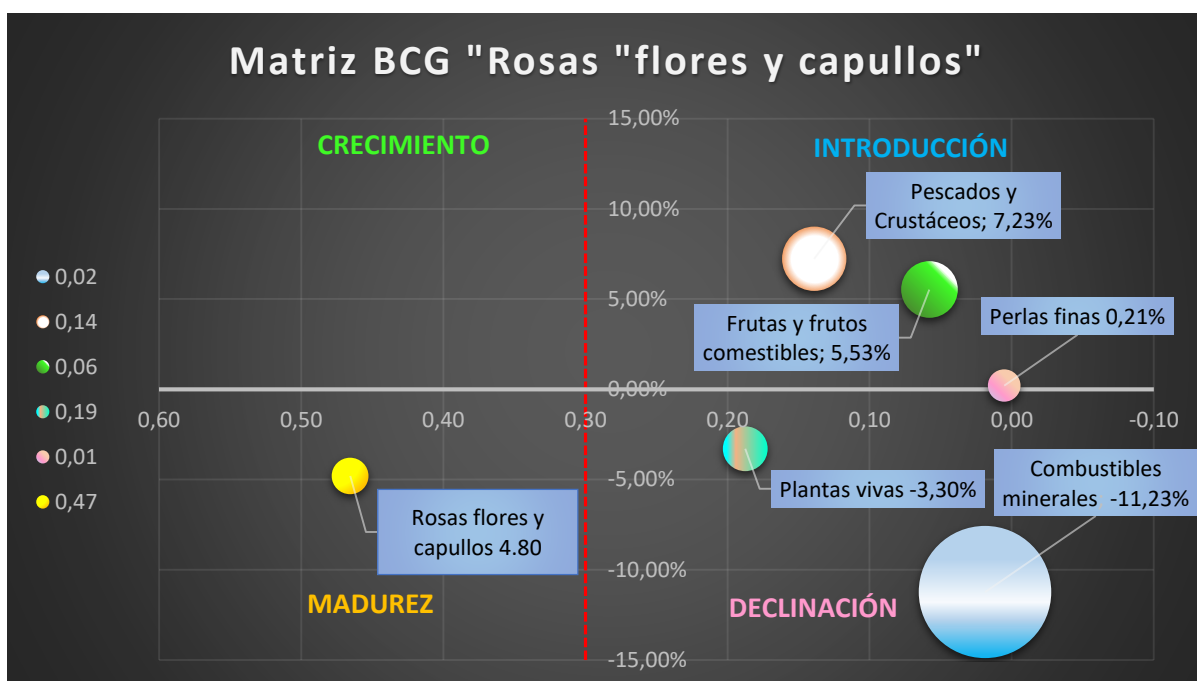


Figura 12. Matriz BCG Rosas miniatura spray
Fuente: Trade Map (2022)

Las rosas miniatura spray se ubican en el cuadrante de Madurez, los productos del sector florícola se encuentran consolidados en el mercado, presentan una cuota de mercado alta, pero con una tasa de crecimiento baja, porque son bienes maduros. Son productos sólidos que generan ingresos eficientes y constantes, no requieren de inversiones elevadas. Por lo tanto, la rosa miniatura spray es un elemento favorable para la exportación.

3.9.5. Estrategia de Internacionalización Ecuador- EEUU

Tabla 40. Estrategias de Internacionalización

	Introducción	Crecimiento	Madurez	Declive
Formas de Acceso a los Mercados Internacionales	<ul style="list-style-type: none"> Piggy Back Consortio Joint Venture Comercial 	<ul style="list-style-type: none"> Filial de producción Franquicia Licencia Sucursal comercial Llave en mano 	<ul style="list-style-type: none"> Exportación Directa Exportación Indirecta Alianzas estratégicas 	<ul style="list-style-type: none"> Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i)

Fuente: Estrategias de internacionalización de la empresa. Gloria García (2012)

El ciclo de vida del producto en estudio se ha medido a través de la Matriz BCG que permite identificar 4 fases las cuales son: introducción, crecimiento, madurez y declive, dependiendo de la fase, la tabla anterior nos permite identificar cual es la mejor estrategia de entrada a los mercados internacionales. El producto rosas miniatura spray que se exporta por empresas ecuatorianas se encuentra en la etapa de madurez, por lo cual la estrategia de exportación es el medio idóneo para ingresar al mercado internacional, puesto que efectuar el proceso exportable de forma directa incrementaría la participación de la empresa a largo plazo en el mercado objetivo, también maximizaría los ingresos, porque al desarrollar exportaciones directas ProPlan Roses dejaría de trabajar con brókeres, además se fortalece la imagen comercial de la organización y del producto, otorga conocimientos, habilidades y experiencia en el área de exportaciones.

Otro factor importante es la comunicación directa que mantendría la empresa con los clientes en el país de destino, obteniendo información específica y precisa del mercado, sobre nuevas tendencias, gustos y preferencias, documentación, leyes, etc. Todo ello permite conocer el desarrollo del comercio internacional en el mercado objetivo, para la toma asertiva de decisiones futuras.

El mercado estadounidense evidencia un crecimiento progresivo en la demanda del producto, las cifras importadas cada año registran incremento, pasando de 580.741 miles de dólares en 2017 a 923.130 miles de dólares en 2021, Estados Unidos es un país que brinda una excelente oportunidad de mercado para la exportación de rosas miniatura spray de la microempresa ProPlan Roses. Además, el consumo per cápita de la población norteamericana aumenta cada año, las rosas ecuatorianas presentan una participación óptima en el extranjero, así también el arancel es menor en comparación a otros países, por lo tanto, el producto posee demanda por la calidad, color, tamaño del tallo, botón, aroma, durabilidad en florero, etc.

El coeficiente de apertura comercial indica que Estados Unidos y Ecuador mantienen estrechas relaciones comerciales, ya que es el principal socio comercial y mercado importador de rosas ecuatorianas. Pese a la no existencia de un Acuerdo Comercial y la no renovación del Sistema General de Preferencias Arancelarias (SGP) Ecuador registra superávit en la Balanza Comercial de los últimos años. Ecuador y Estados

Unidos trabajan en establecer el Acuerdo Comercial entre ambas naciones, mismo que se firmó el 08 de diciembre de 2020 y se encuentra en Primera Fase, en el segundo semestre de 2022 se continuará trabajando en las siguientes etapas. La Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPORT) y la Asociación Nacional de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador (EXPOFLORES) establecen que Estados Unidos es un mercado potencial para las exportaciones de productos ornamentales del país, convirtiéndole a la nación norteamericana en el mercado idóneo para la exportación de rosas miniatura spray. A través de las exportaciones directas, ProPlan Roses fortalecerá el volumen productivo y exportador, generando mayores fuentes de empleo, reactivación económica, e ingresos a corto, mediano y largo plazo.

3.9.6. Análisis Situacional del país exportador- Ecuador

Datos estadísticos de Ecuador reflejan información de factores geográficos, económicos, culturales, políticos. Ecuador se ubica en América del Sur, posee una extensión territorial de 283.560 km², es el cuarto país más pequeño de Sudamérica, con una población total de 17.888.474 de habitantes y crecimiento poblacional de 1.40%, dedicados a actividades de agricultura, ganadería, acuicultura, explotación de petróleo y minas, manufactura, construcción, comercio y servicios. Se estructura en 24 provincias, 221 cantones y 1499 parroquias.

De acuerdo al Banco Central del Ecuador, el país posee un Producto Interno Bruto de 106.17 millones USD, PIB Per cápita de 5.935, el crecimiento del PIB para el año 2022 es de 4.2% la tasa de inflación registra el 3.06% siendo una de las más bajas de la región. La tasa de desempleo corresponde a 6.40% y salario básico de \$425 valor monetario superior a salarios de países vecinos. Ecuador maneja el dólar estadounidense, como moneda oficial, pese a no poseer su propia divisa, el país ha logrado direccionar su economía, además la balanza de pagos, indicador económico, en el que se registran todas las operaciones comerciales que realiza un país con el exterior, evidencia que en el primer trimestre de 2022 existe superávit comercial de 932.6 millones de dólares, cantidad superior a 2021 valor de 106.5 millones.

De acuerdo a datos del Banco Mundial la estabilidad política de Ecuador busca generar equilibrio macroeconómico, reducción de la deuda externa del país, fortalecimiento de políticas públicas, crecimiento del empleo y condiciones laborales

aumento de inversiones, seguridad integral, transparencia en las finanzas públicas, consolidación del sistema de justicia y seguridad ciudadana, de tal manera que se generen mayores oportunidades para la población.

Tabla 41. Ficha Técnica Ecuador

ECUADOR	
Factores Geográficos	
País	Ecuador
Capital	Quito
Área geográfica	283.560 km ²
Población total	17.888.474
Crecimiento Poblacional	1.40%
Factores Económicos	
PIB	106.17 millones USD
PIB Per cápita	5.935
Crecimiento del PIB	4.2%
Tasa de Inflación	3.06%
Tasa de Desempleo	6.40%
Salario Básico Unificado	\$425
Factores Culturales	
Moneda	Dólar Estadounidense
Lenguaje Oficial	Español
Idioma de negocios	Inglés
Religión	Católicos 74,8% Otros 25,2%
Factores Políticos	
Forma de Gobierno	República Democrática
Comercio Exterior	Sus principales socios comerciales en el área de exportación son Estados Unidos, Unión Europea, China, Panamá y países de la Comunidad Andina, en el área de importaciones son China, Estados Unidos.

Fuente: Banco Mundial (2022) Banco Central (2022) INEC (2022)

3.9.7. Competencia del Producto a nivel nacional

La siguiente tabla registra a las empresas competidoras del mercado nacional ubicadas en la parroquia El Quinche, en total son 10 florícolas que compiten con ProPlan Roses, Falcom Farms Finca Santa Mónica, Hilsea Investments Limited, Growflowers Producciones S.A, Sande Ecuador Cia. Ltda. Flor Eterna Sisahuiñai S. A. Utopía Farms. Son grandes empresas productoras de flores y competidoras en el mercado local, puesto que registran altos volúmenes de exportación en los últimos períodos, además poseen tasas de participación significativas.

Tabla 42. Empresas competidoras a nivel nacional

Razón Social	Parroquia	2018	2019	2020	2021	Participación
Finca Santa Mónica	El Quinche	40245110	36658628	33072146	29485664	28.16%
Hilsea Investments L.	El Quinche	56334933	39710576	23086219	6461862	30.50%
Growflowers S.A.	El Quinche	20070406	18300510	16530614	14760718	14.06%
Sande Ecuador	El Quinche	13308272	12830381	12352490	11874599	9.85%
Flor Eterna Sisahuíñai	El Quinche	5060834	4982456	4904078	4825700	3.83%
Utopía Farms	El Quinche	4901106	4350915	3800724	3250533	3.34%
Violeta Flowers S. A	El Quinche	4085139	3702689	3320239	2937789	2.84%
La Victoria Savisa S.A.	El Quinche	3430821	3395642	3360463	3325284	2.61%
Finca El Chivan	El Quinche	5031948	3580214	2128480	676746	2.75%
Finca la Mora	El Quinche	3120106	2530428	1940750	1351072	1.94%

Fuente: Grupo Ekos (2022)

3.10. PROYECCIONES DE ESTUDIO

3.10.1. Oferta en Origen

El cultivo de rosas miniatura spray en los últimos períodos presenta incremento, ProPlan Roses produce rosales en mayor cantidad porque el mercado demanda el producto de manera constante. Además, las condiciones geográficas permiten la producción de rosas miniatura spray de alta calidad y belleza. Los suelos fértiles, condiciones climatológicas favorecen el cultivo de plantas florales durante todo el año.

La oferta exportable desde el año 2021 hasta el 2026 refleja crecimiento, en el año 2022 la estimación corresponde a 1.500.000 tallos de rosas miniatura spray, cantidad de 150.000 bonches, equivalente a 15.000 cajas a exportar, 150 toneladas. Para los años siguientes se evidencia incremento del volumen exportable, la producción y exportación del producto es positiva.

Tabla 43. Proyección oferta exportable rosas miniatura spray

Año	Cantidad (Tallos)	Cantidad (Bonches)	Cantidad (Cajas)	Oferta anual exportable Tn
2021	1.200.000	120.000	12000	120
2022	1.500.000	150.000	15000	150
2023	1.573.300	157.330	15733	157
2024	1.720.500	172.050	17205	172
2025	1.867.600	186.760	18676	186
2026	2.014.800	201.480	20148	201

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.10.2. Demanda Mercado Internacional

En el estudio investigativo se emplea el método de pronósticos de Mínimos Cuadrados, mediante el cual se identifica la tendencia de crecimiento de la demanda del producto en el mercado internacional, además de establecer la ecuación de la recta. En donde la variable "y" corresponde a los valores que serán pronosticados y la variable "x" son los años. A continuación, se presenta la fórmula correspondiente.

$$y = a + bx$$

$$b = \frac{n * \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

En el siguiente apartado se efectúa los cálculos correspondientes, el método de Mínimos Cuadrados se emplea para pronosticar el Consumo Nacional Aparente (CNA), donde se toma en cuenta la producción, importaciones y exportaciones de rosas miniatura spray en Dallas, Texas- Estados Unidos.

3.10.2.1. Proyección de las importaciones rosas miniatura spray Dallas-EEUU

Para establecer las proyecciones de importaciones y exportaciones de los años 2016 a 2026 se utilizó el método de mínimos cuadrados, a fin de determinar la estimación de oferta y demanda. La variable x corresponde a los años y la variable y a los datos pronosticados.

Tabla 44. Datos históricos importaciones rosas miniatura spray- EEUU

Año	X	Importaciones Tn (Y)	X ²	Y ²	XY
2016	1	355.799	1	126.592.928.401	355.799
2017	2	360.855	4	130.216.331.025	721.710
2018	3	370.545	9	137.303.597.025	1.111.635
2019	4	396.453	16	157.174.981.209	1.585.812
2020	5	403.826	25	163.075.438.276	2.019.130
2021	6	421.625	36	177.767.640.625	2.529.750
TOTAL	21	2.309.103	91	892.130.916.561	8.323.836

Fuente: Trade Map (2022)

Coeficiente de Regresión

$$b = \frac{n * \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

$$b = \frac{6 * 8.323.836 - 21 * 2.309.103}{6(91) - (21)^2}$$

$$a = \frac{2.309.103 - (13827.17)(21)}{6}$$

$$b = 13827.17$$

$$a = 336.455$$

Recta de Tendencia: $Y = 336.455 + (13.827,17) X$

Datos pronosticados de las importaciones de rosas miniatura spray, mercado de destino. En la tabla se observa que las importaciones para los años siguientes presentan crecimiento, el producto posee demanda en el mercado meta, por lo tanto, la exportación es factible.

Tabla 45. Proyección de importaciones

Años	Importaciones Tn	Cantidad (Tallos)	Cantidad (Bonches)	Cantidad (Cajas)
2021	421	4.210.000	421.000	42.100
2022	430	4.300.000	430.000	43.000
2023	443	4.430.000	443.000	44.300
2024	456	4.560.000	456.000	45.600
2025	469	4.690.000	469.000	46.900
2026	482	4.820.000	482.000	48.200

Fuente: Trade Map (2022)

3.10.2.2. Proyección de las exportaciones rosas miniatura spray Dallas-EEUU

Tabla 46. Datos históricos exportaciones rosas miniatura spray- EEUU

Año	X	Exportaciones Tn (Y)	X ²	Y ²	XY
2016	1	5.284	1	27.920.656	5.284
2017	2	5.752	4	33.085.504	11.504
2018	3	6.219	9	38.675.961	18.657
2019	4	7.454	16	55.562.116	29.816
2020	5	5.620	25	31.584.400	28.100
2021	6	8.389	36	70.375.321	50.334
TOTAL	21	38.718	91	257.203.958	143.695

Fuente: Trade Map (2022)

Coefficiente de Regresión

$$b = \frac{n * \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{n}$$

$$b = \frac{6 * 143.695 - 21 * 38.718}{6(91) - (21)^2}$$

$$a = \frac{38.718 - (467.54)(21)}{6}$$

$$b = 467.54$$

$$a = 4816.60$$

Recta de Tendencia: $Y = 4816,60 + (467,54) X$

En la aplicación de la fórmula de mínimos cuadrados en los resultados se muestra la proyección de exportaciones del producto rosas miniatura spray, existe un leve crecimiento del volumen exportable, sin embargo, no es significativo porque la ciudad de Dallas- Estados Unidos no posee condiciones climatológicas y geográficas óptimas para la producción y exportación de rosales.

Tabla 47. Proyección de exportaciones

Años	Exportaciones Tn
2022	7015
2023	7253
2024	7490
2025	7727
2026	7965

Fuente: Trade Map (2022)

3.10.3. Consumo Nacional Aparente

El Consumo Nacional Aparente permite estimar la cantidad de consumo de un determinado bien o servicio en un período de tiempo específico. Es una de las herramientas que se emplea en el análisis de la demanda en el mercado de destino. Datos estadísticos de producción nacional, importaciones, exportaciones de la subpartida arancelaria 0603.11 permiten realizar los cálculos de la proyección de los años 2022-2026. A continuación, se presenta la fórmula de Consumo Nacional Aparente.

$$CNA = (PN + M) - X$$

Donde:

- CNA = Consumo Nacional Aparente
- PN = Producción Nacional
- M = Importaciones
- X = Exportaciones

Tabla 48. Consumo Nacional Aparente Rosas miniatura spray

Año	Producción	Importaciones Tn	Exportaciones	Consumo Nacional	
	Nacional (+)	(+)	Tn (-)	Toneladas	Kilogramos
2016	8.454	355.799	5.284	358.969	358.969.000
2017	9.203	360.855	5.752	364.306	364.306.000
2018	9.950	370.545	6.219	374.276	374.276.000
2019	11.926	396.453	7.454	400.925	400.925.000
2020	8.992	403.826	5.620	407.198	407.198.000
2021	13.422	421.625	8.389	426.658	426.658.000
2022	12.943	430.156	7.015	436.084	436.084.000
2023	13.691	443.322	7.253	449.760	449.759.800
2024	14.439	456.487	7.490	463.436	463.435.600
2025	15.187	469.652	7.728	477.111	477.111.400
2026	15.935	482.817	7.965	490.787	490.787.200

Fuente: Trade Map (2022)

El consumo nacional aparente analiza las importaciones, exportaciones y producción nacional, Estados Unidos de América cultiva cantidades mínimas de rosas miniatura spray, puesto que las condiciones climáticas y geográficas no favorecen la producción a gran escala del producto expuesto. Las importaciones realizadas por Estados Unidos de la partida arancelaria 0603.11.00.00 presentan altos niveles de demanda a diferencia de las exportaciones.

La proyección se realizó hasta el año 2026, en los resultados se evidencia que el consumo del producto en unidad de medida de toneladas y kilogramos se incrementará para los siguientes años, la demanda es constante, por ende la exportación otorga altas oportunidades para ProPlan Roses.

3.10.4. Demanda Insatisfecha

Tabla 49. Cálculo de la Demanda Insatisfecha Internacional

AÑO	PN (kg)	M (kg)	X (kg)	CNA (kg)	Población Estados Unidos	Consumo Per Cápita (kg)	Déficit del consumo (kg)	% Cobertura
2016	8.454.000	355.799.000	5.284.000	358.969.000	323.071.755	1.11	3.14	0.00031%
2017	9.203.000	360.855.000	5.752.000	364.306.000	325.122.128	1.12	3.13	0.00239%
2018	9.950.000	370.545.000	6.219.000	374.276.000	326.838.199	1.15	3.10	0.00292%
2019	11.926.000	396.453.000	7.454.000	400.925.000	328.329.953	1.22	3.03	0.00525%
2020	8.992.000	403.826.000	5.620.000	407.198.000	329.484.123	1.24	3.01	0.00737%
2021	13.422.000	421.625.000	8.389.000	426.658.000	331.379.000	1.29	2.96	0.00954%
2022	12.943.000	430.156.400	7.015.400	436.084.000	332.982.256	1.31	2.94	0.01152%
2023	13.691.000	443.321.600	7.252.800	449.759.800	334.585.512	1.34	2.91	0.01336%
2024	14.439.000	456.486.800	7.490.200	463.435.600	336.188.768	1.38	2.87	0.01508%
2025	15.187.000	469.652.000	7.727.600	477.111.400	337.792.024	1.41	2.84	0.01671%
2026	15.935.000	482.817.200	7.965.000	490.787.200	339.395.280	1.45	2.80	0.01828%

Fuente: Trade Map (2022) Santander Trade (2022) PROECUADOR (2022)

La demanda insatisfecha dentro del mercado se presenta cuando un producto o servicio específico no es cubierto en totalidad, es decir que el elemento existente es insuficiente para cubrir necesidades de la población. Para ello los cálculos permiten identificar el valor numérico de la demanda existente en el mercado, además de determinar la cantidad que debería producir la empresa, con la finalidad de otorgar cobertura total o parcial en el mercado.

El cálculo de la demanda insatisfecha, brinda a la empresa el conocimiento de efectuar operaciones a corto, mediano o largo plazo, porque permite establecer la existencia de demanda potencial en el mercado de destino. De esta manera el riesgo de realizar operaciones de exportación es menor.

En la tabla expuesta se identificó que existe déficit de consumo, las proyecciones desde el año 2016 hasta 2026 reflejan demanda insatisfecha, si por el contrario existiera superávit de consumo, la oferta sería superior a la demanda. Lo que generaría pérdidas para la empresa, porque el mercado se encuentra saturado de oferentes, vendiendo más de lo que necesita un país.

El déficit de consumo determina la cantidad que un poblador puede consumir en un período de tiempo específico. Como se muestra en la tabla cada año presenta disminución, por lo cual para 2026 la empresa debe identificar un nuevo mercado internacional, porque el abastecimiento de la demanda insatisfecha será mayor cada año en el país de destino.

Con respecto al porcentaje de cobertura, la empresa inicia con una cobertura pequeña, sin embargo, con el transcurso de los años incrementa su participación en el mercado, por lo que la exportación del producto hacia la ciudad de Dallas, estado de Texas- Estados Unidos es óptima.

3.11. ESTUDIO TÉCNICO

3.11.1. Localización de la empresa

3.11.1.1. Macro localización

Ecuador país suramericano, se encuentra estructurado por 24 provincias, una de ellas es Pichincha establecida en la región sierra, se ubica en el centro norte del país, posee una extensión territorial de 9.612 Km², y altitud de 2.816 m.s.n.m. La provincia está constituida por 8 cantones, cada uno con parroquias urbanas y rurales. En la provincia de Pichincha se encuentra la capital de Ecuador, la ciudad de Quito. Los límites geográficos comprenden:

Norte: Provincias de Imbabura y Esmeraldas

Sur: Provincia de Cotopaxi

Este: Provincias de Sucumbíos y Napo

Oeste: Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas



Figura 13. Macro localización PROPLAN ROSES

Fuente: Prefectura de Pichincha (2022)

3.11.1.2. Micro localización

ProPlan Roses se encuentra ubicada en la provincia de Pichincha, Cantón Quito, Parroquia El Quinche, específicamente en la Calle 10 de Agosto y Línea Férrea. La empresa se sitúa a 46 kilómetros de la ciudad de Quito, una distancia de 22 kilómetros hacia el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre de Quito.

Provincia: Pichincha

Cantón: Quito

Parroquia: El Quinche

Población: 16.056 habitantes

Extensión: 7469 Km²

Altitud: 2650 m.s.n.m



Figura 14. Micro Localización PROPLAN ROSES

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado de El Quinche (2022)

3.11.2. Distribución Física de la Planta

ProPlan Roses realiza sus operaciones en un espacio físico de 8 hectáreas, valorado en 150.000 dólares americanos, ubicado en el Cantón Quito, Parroquia El Quinche. La distribución de la planta se estructura en varias áreas que permiten obtener un producto de excelencia. Posee 7 naves de cultivo, reserva de agua, área de recepción e hidratación de la flor, área de post cosecha, lugar donde se realiza la clasificación de los tallos, deshoje, análisis de pétalos y botones, cortes, armado de bonches, etc. Área de empaque y almacenamiento, cuarto frío. Además, posee bodegas de almacenamiento de materiales, equipos, químicos y fungicidas. Área de oficinas y recepción, donde se efectúa procesos administrativos y comerciales por parte de las autoridades de ProPlan Roses. A continuación, se presenta la distribución de la empresa.

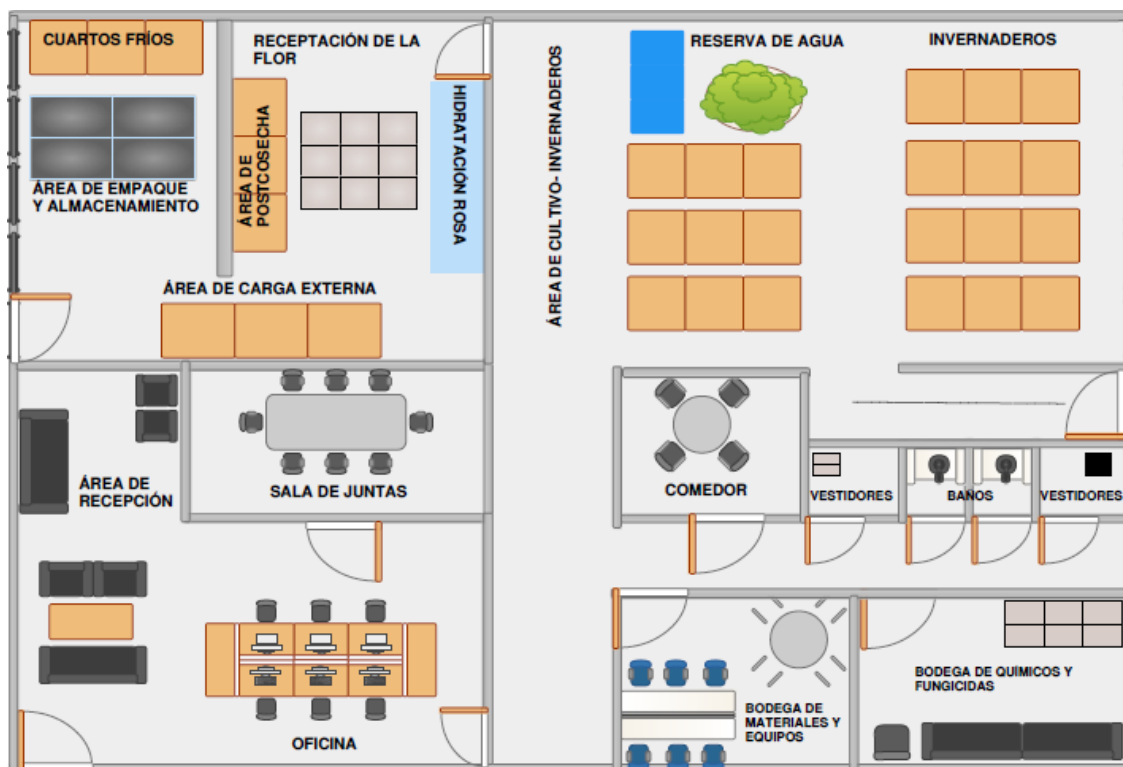


Figura 15. Distribución Interna de la Planta

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.11.3. Maquinaria

Tabla 50. Maquinaria

Maquinaria	Característica	Precio
<p>Mesa de Acero</p> 	<p>Mesa de acero utilizada para cortar y medir los tallos de la rosa miniatura spray, facilita el trabajo del área de post cosecha. Es fabricada en acero inoxidable, se puede estructurar las repisas a tres niveles diversos.</p>	\$250
<p>Clasificadora de Rosas</p> 	<p>La máquina clasificadora, permite ubicar cada rosa miniatura spray en las respectivas barras, en función del tamaño del tallo y diámetro de la flor. La finalidad es maximizar la clasificación para el posterior empaque.</p>	\$200

Bomba de Fumigación



Se utiliza en la fumigación de los cultivos de rosa miniatura spray, posee una capacidad de tanque de 100 litros, salida de 14 litros por minuto, peso de 65 kilogramos y 50 metros de longitud de manguera de fumigación. Genera mayor productividad por metro y hectárea fumigada.

\$800

Registrador de Humedad y Temperatura



Se emplea en los invernaderos para verificar la humedad y temperatura ambiental en el interior de las naves de cultivo y de esta manera evidenciar los períodos de apertura del botón de la rosa miniatura spray, a fin de realizar los cortes de la planta.

\$300

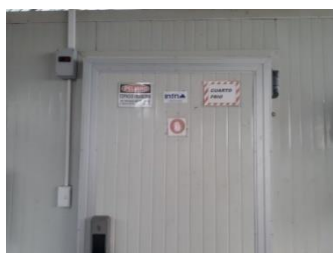
Medidor de pH de suelo y agua



El instrumento se emplea en identificar el valor del pH del suelo y de agua. Antes de efectuar la siembra de rosas miniatura spray se mide el pH de la tierra, con la finalidad de identificar el rango de acidez y alcalinidad del suelo.

\$250

Cuarto Frío



La cámara de frío se emplea en la conservación de las características de la rosa miniatura spray, a fin de otorgar mayor durabilidad del producto, además permite mantener la cadena de frío de manera óptima.

\$9000

Aspersor de Desinfección

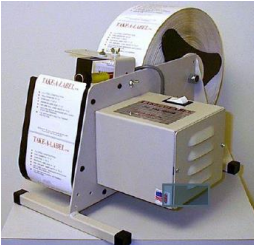
El aspersor es el instrumento empleado en la desinfección de tallos, botones y hojas de la rosa miniatura spray, permite eliminar insectos no visibles. Los ácaros

\$500



son los arácnidos con mayor presencia en las flores. Se emplea en el área de post cosecha.

Dispensador de Etiquetas



La máquina se utiliza en la impresión de etiquetas enviadas por clientes internacionales y cargueras de aerolíneas, posterior a ello se adhieren a las cajas de exportación de la rosa miniatura spray.

\$500

Tijeras de corte y poda de plantas



Las tijeras son empleadas en el proceso de podas en el área de campo, también en el corte de tallos de la rosa miniatura spray, en el área de post cosecha.

\$20

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.11.4. Organización Empresarial

3.11.4.1. Descripción de la Institución

PROPLAN ROSES, empresa constituida el 06 de mayo de 2008, bajo la normativa de la ley ecuatoriana y los organismos de control como, la Superintendencia de Compañías, Registro Mercantil, Ministerio de Trabajo, Municipio de Quito, entre otros.

La empresa se dedica a la producción, comercialización y exportación de rosas miniatura spray, el producto se basa en la calidad, innovación y sustentabilidad ambiental. El valor agregado es el eje angular de la producción y exportación efectuada por ProPlan Roses, por ello, la gama de colores es diversa, permitiendo ofertar rosas exclusivas en el mercado internacional. A continuación, se presenta datos informativos de la empresa.

Nombre de la Institución: ProPlan Roses

Representante Legal: Guaña Tiamarca Germán Mauricio

Número de RUC: 1713732350001

Teléfono: (022) 123-320: 095 892 3770

Correo electrónico: pro_plan@hotmail.com



Figura 16. Logotipo ProPlan Roses
Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.11.5. Misión, Visión, Valores Corporativos, Objetivos Estratégicos

3.11.5.1. Misión

“ProPlan Roses empresa ecuatoriana dedicada a la producción y exportación de rosas miniatura spray, satisface los requerimientos del cliente otorgando productos de alta calidad, belleza e innovación, a través de promover buenas prácticas agrícolas en el ambiente”

3.11.5.2. Visión

“Ser la empresa referente en la difusión de prácticas de Responsabilidad Social Corporativa sector Floricultor, juntamente con valores y principios que permitan la construcción de sociedades justas, éticas y sostenibles. Garantizando la exportación de rosas miniatura spray de excelencia, que cumplan los más altos estándares de calidad exigidos en el mercado internacional”

3.11.5.3. Valores Corporativos

- **Respeto:** Los colaboradores de ProPlan Roses deben aplicar el valor del respeto porque es el cimiento de la construcción de relaciones saludables y duraderas. En el ambiente interno de la empresa la aplicación del respeto garantiza armonía y éxito de las operaciones.

- **Responsabilidad:** Actuar con responsabilidad fortalece el crecimiento de ProPlan Roses, delegar obligaciones óptimas, cumplir las actividades genera mayor competitividad y distribución eficiente de recursos.
- **Trabajo en Equipo:** Los colaboradores son quienes hacen la empresa, cada trabajador es elemento sustancial de ProPlan Roses, trabajar en equipo integra conocimientos, experiencias y vivencias que fortifican la toma adecuada de decisiones en el cumplimiento de la visión y objetivos de la institución.
- **Ética Personal y Profesional:** La ética engloba múltiples valores, para ProPlan Roses trabajar con empleados, proveedores, y demás colaboradores, significa adoptar un código de ética personal y profesional en todo momento, dentro y fuera de la institución, de tal manera que se garantice el desarrollo de sociedades totalmente éticas.
- **Compromiso:** Adquirir el valor del compromiso significa dar todo por ProPlan Roses, ser sinceros y responsables en todas las actividades designadas, en tiempos adversos responder con valentía y empeño. Ser un trabajador comprometido brinda crecimiento y desarrollo sostenido en el éxito de las operaciones.

3.11.5.4. Objetivos Estratégicos

- Incrementar la producción de rosas miniatura spray por metro cuadrado, en un período no superior a 1 año.
- Maximizar el volumen exportable del producto, período semanal, mensual y anual.
- Obtener la Certificación Flor Ecuador, emitida por Expoflores, instrumento que brinda ventajas empresariales, ambientales, comerciales y sociales, en un período de 3 años.
- Fortalecer la promoción del producto a través de herramientas tecnológicas que permitan alcanzar nuevos mercados internacionales, en un lapso no superior a 2 años.

3.11.6. Matriz FODA

La matriz FODA es un instrumento de evaluación estratégica, que permite realizar análisis interno de fortalezas y debilidades, y externo de oportunidades y amenazas, de la microempresa ProPlan Roses, la finalidad es efectuar la toma de decisiones

efectivas para la organización, a corto, mediano y largo plazo. Además, permite medir el rendimiento de la organización en el mercado nacional e internacional, desarrollo de estrategias comerciales, logísticas, productivas, administrativas, exportación, etc.

Tabla 51. Análisis FODA Empresa ProPlan Roses

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación geográfica adecuada (finca ubicada cerca del aeropuerto internacional, carretera panamericana, acceso a proveedores de materiales) • Producción permanente durante todo el año. • Personal especializado área de cultivo y postcosecha. • Estructura física (instalaciones, herramientas y maquinaria) • Aplicación de Buenas Prácticas Agrícolas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Demanda constante de la rosa miniatura spray en mercados internacionales. • Utilización del producto en áreas diversas (cosmetología, decoración, comida exótica, perfumería) • Acuerdos Comerciales (Buena Relación Bilateral Estados Unidos-Ecuador) • Existencia de ferias locales e internacionales (Expo Flor Ecuador-World Floral Expo- EEUU) • Guía de PROECUADOR-EXPOFLORES.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Exportación de productos a través de intermediarios. • Débil publicidad y promoción del producto. • Flota vehicular terrestre privada. • Escasez de certificaciones, sector florícola. • Deficiencia de personal especializado en área de comercio exterior (negociaciones internacionales, aduanas, incoterms, contrato compraventa internacional) 	<ul style="list-style-type: none"> • Inestabilidad Política. • Incremento de precios en insumos agrícolas, utilizados en la producción de rosas miniatura spray. • Competencia nacional e internacional. • Productos sustitutos en el mercado. • Crisis económica (sistema financiero con altas tasas de interés, genera deficiencias en la obtención de créditos a ser destinados, en el cultivo, capacitación de personal, compra de nuevos equipos)

Fuente: Observación de campo (2022)

3.11.7. Organigrama Estructural ProPlan Roses

La empresa presenta una estructura funcional de tipo jerárquico, con la figura del Gerente General a la cabeza de la estructura organizacional, seguido por el representante de las operaciones de comercio exterior, quien se encarga de ofertar

el producto a los diversos clientes, así también, organiza, controla y monitorea la documentación del proceso exportable, facturación electrónica, cobranzas de cheques internacionales, transferencias bancarias desde el exterior, agencias de carga, etiquetaje, proceso de negociación del producto, etc.

Después se encuentra el representante de producción, quien coordina y efectúa las proyecciones en el área de producción, compras de materiales, equipos, instrumentos, químicos, abonos, organización y delegación de actividades de campo, etc. Con la finalidad de satisfacer el mercado y mantener un inventario eficaz. Además, el contador trabaja en conjunto con todas las autoridades de la empresa, es el profesional encargado de realizar el control y monitoreo de los ingresos y egresos efectuados por ProPlan Roses, de tal manera que se genera la correcta distribución de recursos. Continúan los trabajadores del área de post cosecha, empaque y campo, quienes desempeñan diversas actividades del sector floricultor.

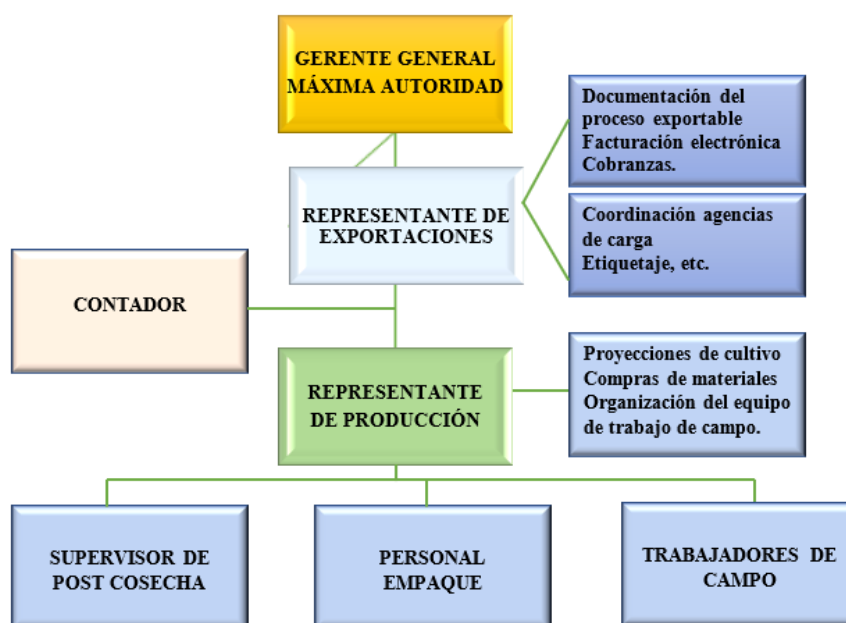


Figura 17. Estructura Organizacional

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.11.8. Organización Administrativa

En ProPlan Roses laboran 22 personas, quienes desempeñan actividades en el área de gerencia, área de ventas, área de producción, empaque y cultivo, la finalidad es obtener rosas miniatura spray de óptima calidad, para efectuar la exportación hacia el mercado internacional.

Tabla 52. Mano de Obra ProPlan Roses

Personal	Número de Trabajadores
Gerente General	1
Jefe de Comercio Exterior	1
Contador	1
Jefe de Producción	1
Supervisor de Post cosecha	1
Personal de empaque	3
Trabajadores de Campo	14
Total	22

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.11.9. Manual de Funciones

A continuación, se describen los perfiles que cada profesional debe desempeñar en función al área requerida, actividades a realizar, responsabilidades, habilidades, nivel de estudio, etc. El propósito es trabajar con Talento Humano eficiente y calificado en el desempeño de tareas que fortifiquen el desarrollo de ProPlan Roses.

3.11.9.1. Gerente General

Tabla 53. Manual de Funciones Gerente General

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO PROFESIONAL
Denominación del Cargo: Gerente General
Número de Personas: 1
Objetivo principal: Direccionar a la empresa a la consecución de objetivos a corto, mediano y largo plazo.
Funciones y Responsabilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Planificar objetivos medibles, específicos, realistas y alcanzables de la empresa. • Organizar el funcionamiento óptimo de la empresa. • Dirigir al personal de todas las áreas. • Contratación de personal requerido por la empresa. • Toma de decisiones adecuadas.
Requerimientos del Cargo
Estudios Superiores: Universitario
Título: Profesional en Administración y afines.
Idioma: español, inglés.
Estudios Complementarios: Finanzas, marketing, computación.
Habilidades y Competencias: Liderazgo, trabajo en equipo, ética profesional.

Fuente: Gerente General ProPlan Roses (2022)

3.11.9.2. Jefe de Comercio Exterior

Tabla 54. Manual de Funciones Representante de Comercio Exterior

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO PROFESIONAL
Denominación del Cargo: Representante de Comercio Exterior
Número de Personas: 1
Objetivo principal: Maximizar el volumen exportable hacia los mercados internacionales.
Funciones y Responsabilidades
<ul style="list-style-type: none">• Búsqueda e identificación de mercados internacionales.• Fortalecer las exportaciones de los diversos productos.• Desarrollo de negociaciones internacionales.• Planificación de la cartera de clientes internacionales.• Coordinación de vuelos, cargueros, medios de transporte internacional.• Digitación de Declaración Aduanera de Exportación e Importación• Control y manejo de Guías Aéreas, documentos de soporte y acompañamiento.• Manejo Sistema Ecuapass.• Facturación Electrónica.• Análisis y proyección de ventas internacionales.• Comparación y evaluación de las exportaciones de la empresa.
Requerimientos del Cargo
Estudios Superiores: Universitario
Título: Profesional en Comercio Exterior.
Idioma: español, inglés.
Estudios Complementarios: Marketing digital, finanzas, planificación estratégica.
Habilidades y Competencias: Trabajo en equipo, liderazgo, compromiso, comunicación, capacidad de negociación.

Fuente: Gerente General ProPlan Roses (2022)

3.11.9.3. Contador

Tabla 55. Manual de Funciones Contador

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO PROFESIONAL
Denominación del Cargo: Contador
Número de Personas: 1
Objetivo principal: Control de ingresos y egresos de la empresa.
Funciones y Responsabilidades
<ul style="list-style-type: none">• Monitoreo de los ingresos, costos y gastos de la empresa.• Desarrollo de libros contables, balances, estados financieros.• Cumplimiento de obligaciones tributarias.• Designación de recursos económicos.

- Realización de informes financieros.

Requerimientos del Cargo

Estudios Superiores: Universitario

Título: Ingeniero en Contabilidad y Auditoría CPA.

Idioma: español.

Estudios Complementarios: Computación, planificación, legislación tributaria.

Habilidades y Competencias: Integridad, responsabilidad, compromiso.

Fuente: Gerente General ProPlan Roses (2022)

3.11.9.4. Jefe de Producción

Tabla 56. Manual de funciones Jefe de Producción

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO PROFESIONAL

Denominación del Cargo: Jefe de Producción

Número de Personas: 1

Objetivo principal: Control de la producción e inventarios de la empresa.

Funciones y Responsabilidades

- Coordinación de la producción etapas de preparación de suelo, siembras, cortes, cosecha.
- Coordinación del equipo de trabajo en campo.
- Registro de datos de producción diario, semanal, mensual y anual.
- Proyección de producción a corto y mediano plazo.
- Adquisición y aplicación de fertilizantes agroecológicos.
- Evaluación de la producción y ventas del producto.
- Selección de nuevas variedades para cultivo.
- Compra de esquejes de rosas miniatura spray.
- Análisis de tipo de suelo, conexiones de agua de riego.
- Coordinación de desarrollo de naves de cultivo.
- Cotización y compra de materiales y equipos de producción.
- Análisis de rendimiento de producción por metro cuadrado.
- Análisis del rendimiento del personal de post cosecha y campo.

Requerimientos del Cargo

Estudios Superiores: Universitario

Título: Ingeniero en Agronomía

Idioma: español.

Estudios Complementarios: Computación, planificación estratégica, agricultura sostenible.

Habilidades y Competencias: Liderazgo, trabajo en equipo, comunicación efectiva, creatividad.

Fuente: Gerente General ProPlan Roses (2022)

3.11.9.5. Supervisor de Post Cosecha

Tabla 57. Manual de Funciones Supervisor de Post Cosecha

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO PROFESIONAL
Denominación del Cargo: Supervisor de Post Cosecha
Número de Personas: 1
Objetivo principal: Control de calidad y empaque del producto.
Funciones y Responsabilidades
<ul style="list-style-type: none">• Dirección del equipo de trabajo área de post cosecha.• Monitoreo de tallos de rosales.• Identificación y control de plagas.• Ejecución de empaque y embalaje óptimo.• Desarrollo de registros e informes de producción.
Requerimientos del Cargo
Estudios Superiores: Universitario, secundaria.
Título: Técnico Agrícola
Idioma: español.
Estudios Complementarios: Computación, agricultura sostenible, cálculo e interpretación.
Habilidades y Competencias: Liderazgo, trabajo en equipo, comunicación efectiva.

Fuente: Gerente General ProPlan Roses (2022)

3.11.9.6. Personal de Empaque

Tabla 58. Manual de Funciones Personal de Empaque

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO PROFESIONAL
Denominación del Cargo: Personal de Empaque
Número de Personas: 3
Objetivo principal: Cumplir los estándares de empaque del producto.
Funciones y Responsabilidades
<ul style="list-style-type: none">• Realizar hidratación y desinfección de la flor en área de post cosecha.• Efectuar cortes del tallo de la flor, en función del requerimiento de los clientes.• Desempeñar el empaque en las diversas cajas que utiliza la empresa.• Ubicar las etiquetas de carguera, clientes y empresa en la caja adecuada.
Requerimientos del Cargo
Estudios: Secundaria
Título: Bachiller
Idioma: español.
Estudios Complementarios: Computación, manejo de equipos de floricultura.
Habilidades y Competencias: Trabajo en equipo, responsabilidad, ética.

Fuente: Gerente General ProPlan Roses (2022)

3.11.9.7. Trabajadores de Campo

Tabla 59. Manual de Funciones Trabajadores de Campo

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO PROFESIONAL
Denominación del Cargo: Trabajador de Campo
Número de Personas: 14
Objetivo principal: Mantener siembras, cortes y cosecha en óptimas condiciones.
Funciones y Responsabilidades
<ul style="list-style-type: none">• Realizar limpieza y preparación del terreno.• Realizar siembras y podas de la flor.• Efectuar procesos de fumigación.• Realizar riegos diarios por nave de cultivo.• Realizar deshoje óptimo de tallos de la planta.• Desarrollar cortes de tallos en etapa de cosecha.• Realizar el proceso de injertos de plantas.
Requerimientos del Cargo
Estudios: Secundaria
Título: Bachiller
Idioma: español.
Estudios Complementarios: Manejo de suelos, fungicidas y equipos de floricultura.
Habilidades y Competencias: Trabajo en equipo, responsabilidad, ética.

Fuente: Gerente General ProPlan Roses (2022)

3.11.10. Procesos

3.11.10.1. Mapa de Procesos

El mapa de procesos de ProPlan Roses, refleja los elementos que integran los procesos existentes en la organización, mismos que permiten ejecutar las operaciones con mayor eficiencia. Los procesos estratégicos direccionan a ProPlan Roses a la consecución de objetivos SMART, a través de la planificación y toma de decisiones óptimas.

Los procesos operativos, se estructuran en 2 áreas, producción y exportación. El área de producción se subdivide en formación y planificación del cultivo, siembra, manejo y cosecha, post cosecha. El área de exportación se enfoca en técnicas de negociación, gestión comercial y ventas. Los procesos de apoyo son gestión administrativa y financiera, elementos importantes que permiten ejecutar los procesos estratégicos operativos.

Tabla 60. Mapa de Procesos

MAPA DE PROCESOS EMPRESA "PROPLAN ROSES"			
ENTRADA	PROCESOS ESTRATÉGICOS		SALIDA
Requerimientos del Cliente	Planificación	Toma de Decisiones	Satisfacción del Cliente
	PROCESOS OPERATIVOS		
	Producción	Exportación	
	PROCESOS DE APOYO		
	Gestión Administrativa	Gestión Financiera	

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.11.10.2. Descripción de Procesos

Tabla 61. Ficha de Procesos-Administración

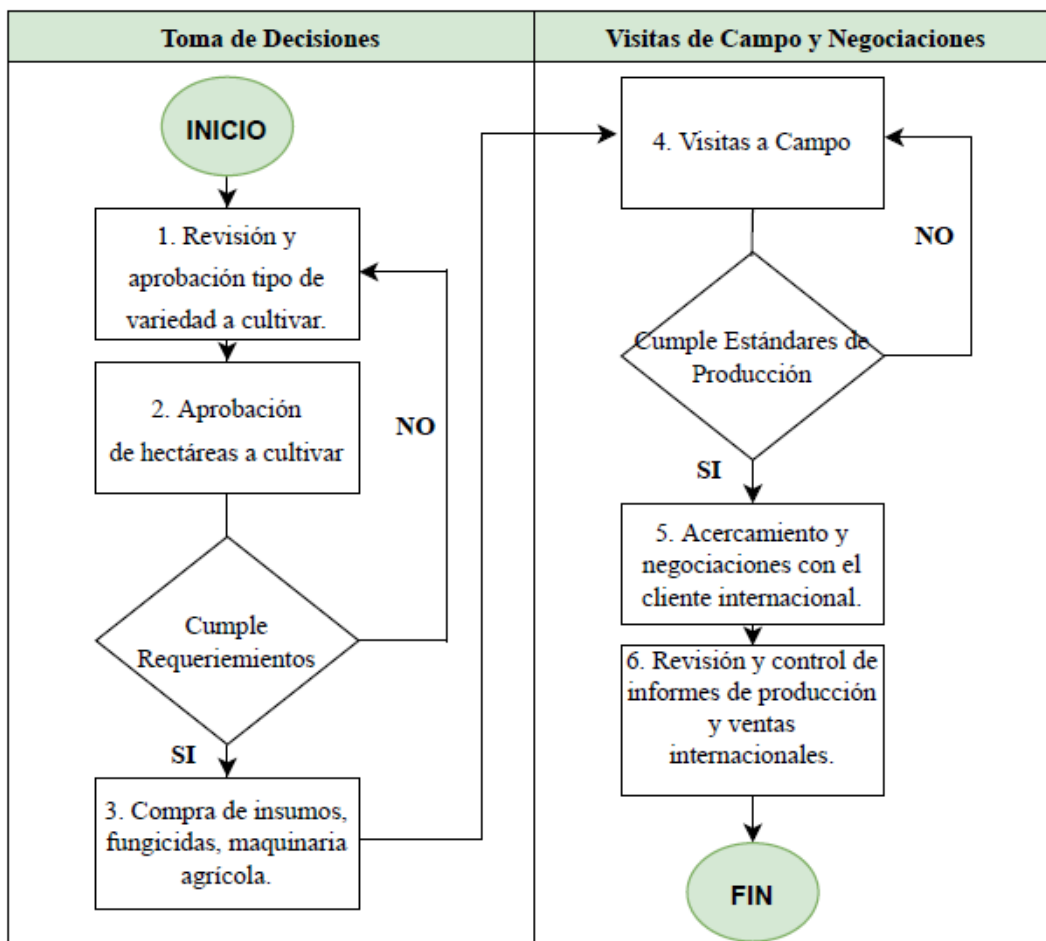


Nombre del Proceso	Proceso Administrativo	Código: P-A-001
Responsable	Gerente General	
Objetivo:	Planificar, organizar, direccionar y controlar las operaciones de la empresa.	
Alcance:	Desde la planificación de actividades productivas hasta revisión y control de informes.	

Responsable	Detalle	Documento
Gerente General	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisión y aprobación de tipo de variedades de rosa miniatura spray a cultivar. 2. Aprobación de hectáreas a cultivar. 3. Compra de insumos y fungicidas, maquinaria agrícola. 4. Visitas a campo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Correo electrónico. • Informes de producción y ventas.

5. Negociaciones con clientes.
6. Revisión y control de informes de producción y ventas.

1. FLUJOGRAMA PROCESO ADMINISTRATIVO



MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO

INDICADOR	ESTÁNDAR/META	PERÍODO DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Cierre de Negociación con el cliente internacional.	Al menos 5 contactos con clientes internacionales cada bimestre.	Semanal	Gerente General

Fuente: Gerente General ProPlan Roses (2022)

Tabla 62. Ficha de Procesos de Exportación

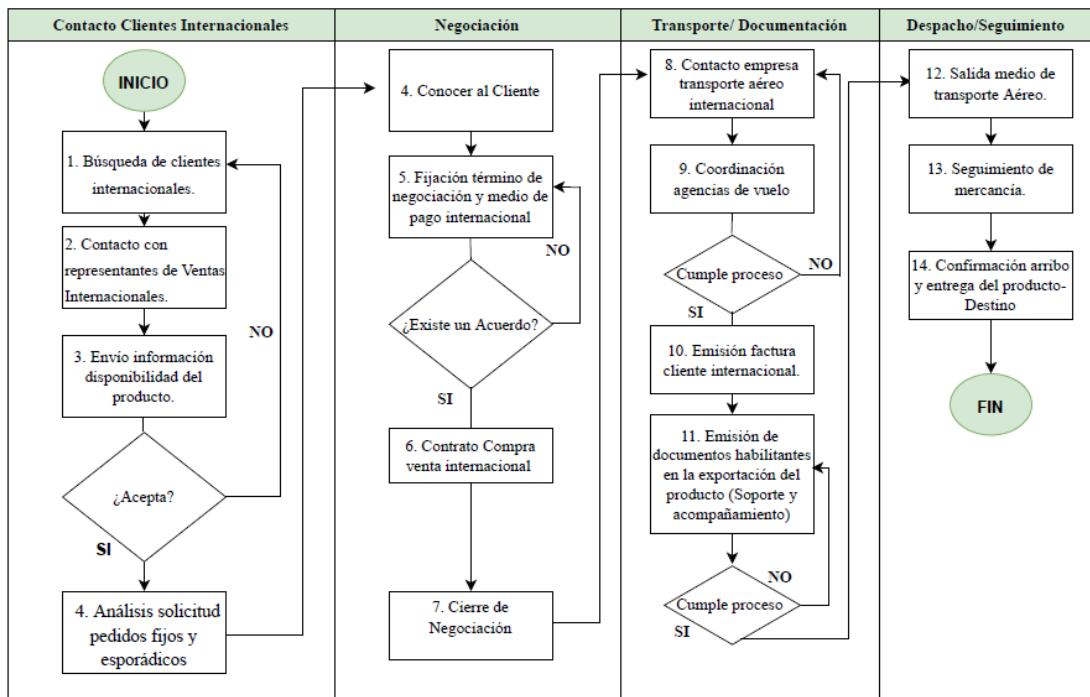


Nombre del Proceso	Proceso de Exportación	Código: P-A-002
Responsable	Representante de Comercio Exterior	
Objetivo:	Efectuar las exportaciones de rosa miniatura spray, cumpliendo parámetros de documentación y transporte.	
Alcance:	Inicia con la búsqueda de clientes internacionales, finaliza con la entrega del producto en el lugar coordinado.	

Responsable	Detalle	Documento
Representante de Comercio Exterior	<ol style="list-style-type: none"> 1. Búsqueda de clientes internacionales. 2. Contacto con los representantes de ventas internacionales. 3. Envío de información y disponibilidad del producto. 4. Análisis de solicitud de pedidos fijos y esporádicos. 5. Fijación del término de negociación y medio de pago internacional. 6. Contrato de compraventa internacional (Principio de Buena Fe) 7. Cierre de negociación 8. Contactar empresa de transporte aéreo internacional. 9. Coordinación de vuelo en agencias de carga aérea internacional. 10. Emisión de Facturas al cliente final. 	<ul style="list-style-type: none"> • Correo electrónico. • Documentos de Soporte: Factura Compraventa internacional, Conocimiento de Embarque Aéreo (Air Way Bill) • Documentos de Acompañamiento: Certificado Fitosanitario • Demás documentos proceso de exportación: • Lista de empaque • Declaración Aduanera de Exportación (DAE)

11. Obtención y emisión de documentos habilitantes en la exportación del producto. (Soporte y acompañamiento)
12. Salida del medio de transporte.
13. Seguimiento de la mercancía.
14. Confirmación de arribo y entrega del producto en país de destino.

2. FLUJOGRAMA PROCESO DE EXPORTACIÓN



MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO

INDICADOR	ESTÁNDAR/META	PERÍODO DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Número de Exportaciones realizadas.	de 100% unidades entregadas al cliente internacional.	Por envío	Representante de Comercio Exterior

Fuente: Representante de Exportaciones ProPlan Roses (2022)

Tabla 63. Ficha de Procesos de Producción

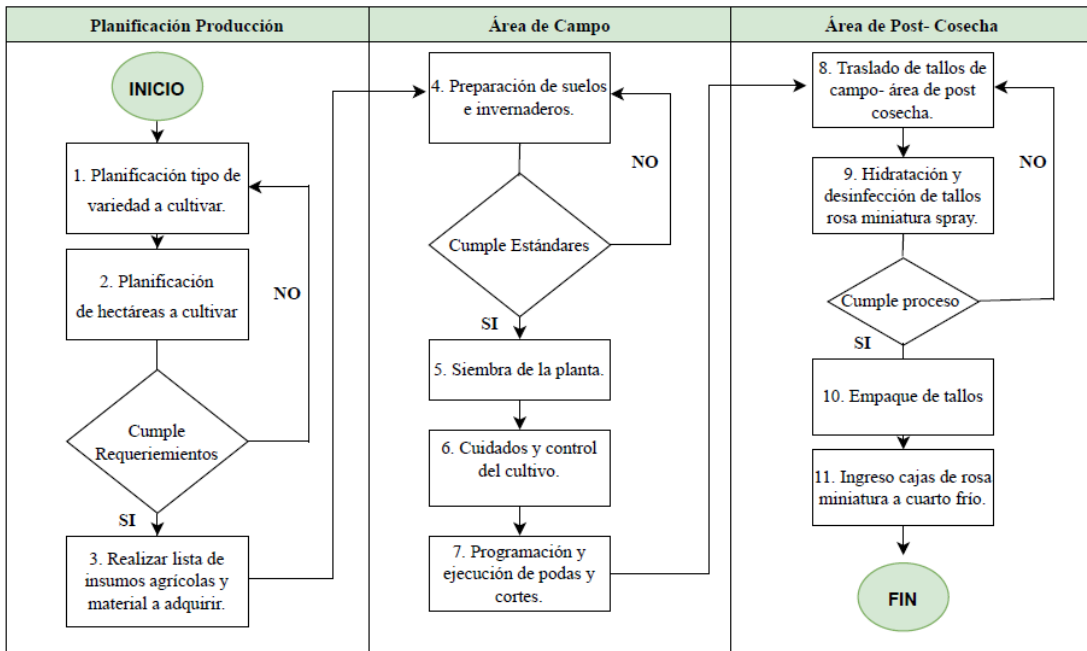


Nombre del Proceso	Proceso de Producción	Código: P-A-003
Responsable	Jefe de Producción	
Objetivo:	Producción de rosas miniatura spray de excelencia, calidad, belleza y durabilidad.	
Alcance:	Desde la planificación de producción hasta empaque del producto en área de postcosecha.	

Responsable	Detalle	Documento
Jefe de Producción	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planificación de tipo de variedades de rosa miniatura spray a cultivar. 2. Planificación de hectáreas a cultivar. 3. Realizar lista de esquejes de rosas miniatura, insumos, material de embalaje, fungicidas, maquinaria agrícola a adquirir. 4. Preparación de suelos e invernaderos. 5. Siembra de la planta. 6. Cuidados y control del cultivo. 7. Programación y ejecución de podas y cortes. 8. Traslado de tallos de campo a área de post cosecha. 9. Hidratación y desinfección tallos de rosa miniatura spray. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hojas de planificación y registros de producción. • Lista de insumos agrícolas. • Facturas de proveedores. • Control de calidad del producto. • Inventarios • Informes de producción.

10. Empaque de tallos, área de post cosecha.
11. Ingreso de cajas a cuarto frío, para la exportación.

12. FLUJOGRAMA PROCESO DE PRODUCCIÓN



MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO

INDICADOR	ESTÁNDAR/META	PERÍODO DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Producto final, número de cajas de rosa miniatura spray.	90% cajas (QB) mercado internacional.	Diario	Jefe de Producción
	10% cajas (QB) mercado nacional.		

Fuente: Jefe de Producción ProPlan Roses (2022)

3.11.11. Información del Producto

La información del producto permite identificar características, funcionalidad, país de origen, finca de producción, número de contacto, plataformas web utilizadas por la empresa. La información que recibe el cliente es esencial, porque otorga convencimiento de adquirir un determinado producto.

En el caso de rosas miniatura spray, es un producto perteneciente al reino vegetal, familia híbrida, la rosa miniatura presenta características diferenciadoras, el mercado internacional establece el precio en función al tipo de variedad, estacionalidad, color, tamaño del tallo, diámetro y abertura del botón, libre de enfermedades y plagas, hojas brillantes, tiempo de vida de la rosa en florero, embalaje.

Tabla 64. Ficha Técnica Rosa miniatura spray



Nombre Comercial:	Rosa miniatura spray.
Sección:	II Productos del Reino Vegetal.
Capítulo:	06 Plantas vivas y productos de la floricultura.
Partida Arancelaria:	0603 Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.
Subpartida Arancelaria	0603.11.00.00 Rosas
Unidad comercial de venta:	Cajas QB (Quarter Box)
Divisa de Negociación:	Dólar- USD
Características del producto:	<p>Tallo: Medidas 40-50-60 cm.</p> <p>Rosa: diámetro 3-5 cm.</p> <p>Botones: 6-8 por tallo.</p> <p>Hojas: Brillantes- Libre de enfermedades y plagas.</p>

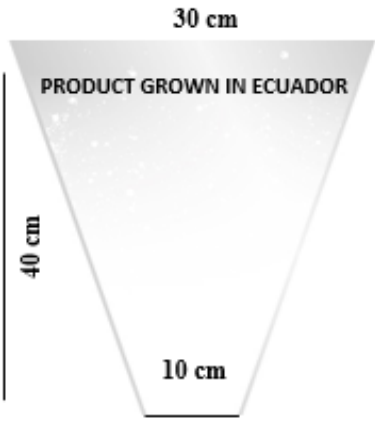
Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.11.12. Envase, Embalaje y Etiquetado

3.11.12.1. Envase

El envase es el elemento que contiene al producto, mantiene contacto directo, en ello radica la importancia de la protección y preservación del producto, se le conoce también como embalaje primario. Los materiales del envase son variados y se emplean en función del tipo de producto a contener.

Tabla 65. Envase ProPlan Roses

Envase Rosas Miniatura Spray		
Capuchón Plástico	Descripción	Características
	<p>El envase que se utiliza en el producto rosas miniatura spray presenta la función de envase y empaque, protege al producto de la humedad, daños y caídas. Además, permite mantener la cadena de frío de origen a destino. El capuchón utilizado en la exportación de rosas miniatura spray varía dimensiones en función del tamaño del tallo, ProPlan Roses utiliza el envase citado en la imagen.</p>	<p>Composición: Plástico transparente biodegradable.</p> <p>Dimensiones: Altura: 40 cm Boca Superior: 30 cm Boca Inferior: 10 cm</p> <p>Especificaciones: Capuchón plástico impreso leyenda "PRODUCT GROWN IN ECUADOR"</p> <p>Capacidad Envase: 10 tallos por capuchón.</p> <p>Medida tallo: 40-50-60 cm</p> <p>Presentación: paquete (1000 unidades)</p> <p>Precio: 32,13</p>

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.11.12.2. Embalaje

El embalaje contiene y protege el envase primario y secundario, es el elemento utilizado en procesos logísticos de transporte, manipulación, carga, descarga. Es de tipo terciario y se lo emplea en el traslado de la mercancía de origen a destino, manteniendo la preservación y composición óptima del producto durante el transporte.

Tabla 66. Embalaje ProPlan Roses

Embalaje Rosas Miniatura Spray		
Cajas de Cartón Corrugado	Descripción	Características
 	<p>El embalaje utilizado en el producto rosas miniatura spray es cajas de cartón corrugado, contiene y protege al envase primario. El embalaje que emplea ProPlan Roses presenta resistencia y durabilidad a caídas y golpes, además amortigua impactos fuertes, porque presenta un grosor apropiado para el transporte de flores, permite mantener la temperatura adecuada, evitando la humedad, es amigable con el ambiente ya que es un producto 100% reciclable.</p>	<p>Composición: cartón corrugado.</p> <p>Dimensiones: Largo: 105 cm Ancho: 30 cm Altura: 25 cm</p> <p>Tipo de caja: QB Quarter Box</p> <p>Especificaciones: Cajas elaboradas de láminas de cartón corrugado, resistente a golpes, rasgados, humedad.</p> <p>Capacidad Embalaje: 10 bonches por caja, 100 tallos.</p> <p>Medida tallo: 40-50-60 cm</p> <p>Presentación: paquete (500- 1000 unidades)</p> <p>Precio: 0,80 por unidad.</p>

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.11.12.3. Marcación del embalaje

En el embalaje la marcación es parte integral del proceso de exportación, porque permite identificar el tipo de producto, nombre de la empresa exportadora, país de origen o procedencia, país destino, pictogramas, contactos telefónicos, sitios web, peso, etc.

De esta manera las actividades que se desarrollan en la cadena logística optimizan tiempos, recursos y procesos, puesto que la marcación facilita información óptima en los procesos de transporte, manipulación, carga, descarga, almacenamiento del producto. A continuación, se describe la marcación que contiene el embalaje de ProPlan Roses.

Tabla 67. Marcación Embalaje ProPlan Roses

Marcación Embalaje Rosas Miniatura Spray		
Marcación	Descripción	Características
 	<p>La marcación que presenta el embalaje de ProPlan Roses, contiene información de la empresa, la caja proyecta los colores distintivos de la institución blanco y azul, el logotipo de la empresa en la parte frontal de la caja, mismo que indica el producto, pictogramas ubicados al costado de la caja, impresos en color blanco, etiquetas de la empresa, carguera, cliente internacional, números telefónicos, redes sociales, y medios de contacto de ProPlan Roses.</p>	<p>Logotipo: Dos rosas ubicadas paralelamente, parte interna nombre de la empresa, impresa en color azul rey.</p> <p>Pictogramas: Producto frágil, hacia arriba, protéjase de la humedad, impresos en el material de embalaje.</p> <p>Redes sociales y contactos: Números telefónicos, correo electrónico de la empresa, Skype medio de comunicación en la compraventa de rosas miniatura spray.</p>

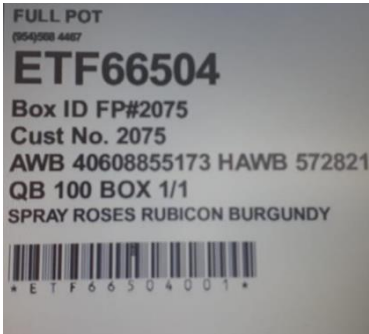
Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.11.12.4. Etiquetado

Las etiquetas son medios informativos, que transmiten datos del producto, composición, cantidad, peso, país de origen o procedencia, país de destino, nombres y dirección del productor, cliente, entre otros factores.

En la exportación de rosas miniatura spray el embalaje, cajas QB (Quarter Box) implementa tres tipos de etiquetas, elementos obligatorios que toda empresa exportadora de flores debe poseer a fin de facilitar procesos de identificación en el área de comercio exterior. A continuación, se presenta cada tipo de etiqueta que emplea ProPlan Roses.

Tabla 68. Etiqueta Cliente Internacional

Etiqueta Cliente- Rosas Miniatura Spray		
Etiqueta Cliente	Descripción	Características
	<p>El embalaje debe contener la etiqueta del cliente internacional, puesto que en zona primaria de país de origen y destino la información es verificada a través de lectores de código de barras, detallando datos informativos de los entes que intervienen en el proceso exportable. De esta manera el producto es identificado de forma universal, facilitando procesos logísticos que permitan la entrega al cliente final. Datos en idioma inglés.</p>	<p>Nombre del Cliente: Identifica el nombre comercial de cada cliente.</p> <p>Número de identificación de la caja: (Box ID) código alfanumérico.</p> <p>Número de Cliente: Detalle numérico- identificación.</p> <p>Guía aérea: Contiene la combinación numérica de la guía madre e hija (Conocimiento de embarque aéreo)</p> <p>Tipo de caja: QB 100 tallos</p> <p>Nombre del producto: Rosa spray- variedad rubicon burgundy.</p> <p>Código de barras: identifica el producto.</p>

Fuente: ProPlan Roses (2022)

Tabla 69. Etiqueta Agencia de Carga Internacional

Etiqueta Carguera Logística- Rosas Miniatura Spray	
Etiqueta Carguera Internacional	Características
	<p>Nombre de Agencia de Carga Internacional: De acuerdo con la coordinación de vuelo se establece la agencia de carga internacional.</p> <p>Nombre de Aeropuerto de Llegada: Identifica a través de abreviaturas el aeropuerto de destino.</p> <p>Nombre del Cliente: Identifica el nombre comercial de cada cliente.</p> <p>Nombre del Exportador: Identifica al exportador, finca productora.</p>

La finalidad es reconocer al exportador y facilitar procesos

Guía aérea: Contiene la combinación numérica de la guía madre e hija (Conocimiento de embarque aéreo)

Tipo de caja: QB 100 tallos

Código de barras: De agencia de carga internacional y Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE) en conjunto con el número de refrendo.

Fuente: ProPlan Roses (2022)

Tabla 70. Etiqueta Empresa Exportadora

Etiqueta ProPlan Roses- Rosas Miniatura Spray	
Etiqueta Empresa Exportadora	Características
	<p>Nombre del Exportador: Detalla el nombre del representante y nombre de la empresa.</p> <p>RUC: Identificación numérica del Registro Único de Contribuyentes.</p> <p>Nombre del Cliente: Identifica el nombre comercial de cada cliente.</p> <p>Nombre de Agencia de Carga Internacional: De acuerdo con la coordinación de vuelo se establece la agencia de carga internacional.</p> <p>Especificaciones de Bodega: Se detalla la bodega en la que ingresará el producto previo al embarque, lugar donde se inspecciona las rosas miniatura spray.</p> <p>Guía aérea: Contiene la combinación numérica de la guía madre e hija (Conocimiento de embarque aéreo)</p> <p>Datos del producto: Rosa spray- variedad yellow babe tamaño 40-50 cm.</p> <p>País Destino: Estados Unidos</p> <p>Tipo de caja: QB 100 tallos</p> <p>Fecha: Indica fecha de salida del producto de origen a destino.</p> <p>Leyenda: Producto Cultivado en Ecuador (Product Grown in Ecuador)</p>

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.11.12.5. Código de Barras

Las empresas florícolas que exportan flores deben incluir en el embalaje, la etiqueta emitida por el SENA E, elemento que presenta las siguientes características:

- Logo del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, ubicado en la parte superior del código de barras.
- Especificación del número de la Declaración Aduanera de Exportación, (refrendo aduanero) ubicado en la parte inferior del código de barras.
- El Refrendo aduanero, debe constar de 17 números, estructurados por el código de identificación del distrito aduanero, sea aéreo, marítimo o terrestre; año de operación; régimen aduanero; número secuencial de la DAE.
- El código de barras facilita la identificación e ingreso del producto en zona primaria, generando seguridad, agilidad, simplificación y transparencia de procesos.
- La etiqueta debe medir 7cm de alto y 10 cm de ancho.
- Incluye el país de destino.
- La ubicación de la etiqueta debe presentarse en la parte frontal de las cajas de exportación.

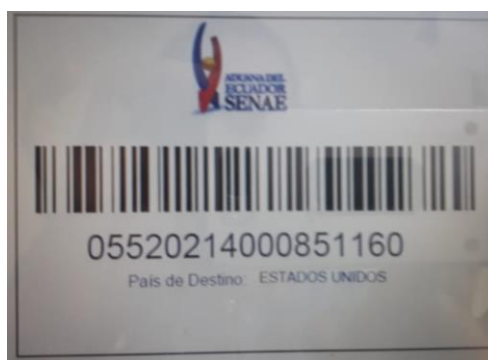


Figura 18. Código de Barras- SENA E

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.11.12.6. Etiqueta Agrocalidad

La Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario es la institución encargada de garantizar la calidad en procesos productivos, en la exportación de rosas la etiqueta va pegada en la caja, a través del sitio oficial de Agrocalidad denominado Sistema Guía, el exportador puede obtener las etiquetas. La etiqueta de Agrocalidad consta de los siguientes datos:

- Nombre del exportador.
- Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Registro de Operador.
- Logos de Agrocalidad y Ministerio de Agricultura y Ganadería.



Figura 19. Etiqueta Agrocalidad
Fuente: ProPlan Roses (2022)

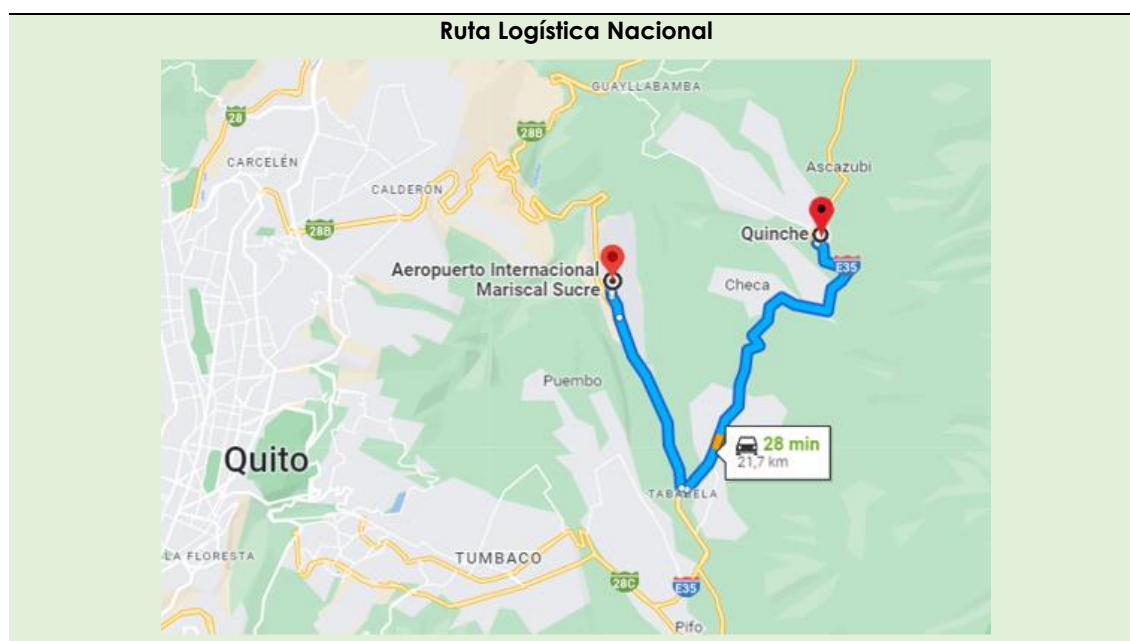
3.11.13. Modo y Medio de Transporte

El transporte es esencial en los procesos logísticos, porque permite el traslado físico de los productos desde origen a destino, garantizando la satisfacción de la demanda interna y externa. En el comercio internacional el transporte es factor de competitividad, porque asegura el arribo óptimo del producto, en el lugar y tiempo establecido, de tal manera que mantenga sus características y cumpla su función. Existen diversos modos de transporte entre ellos: aéreo, marítimo, terrestre y ferroviario. El medio de transporte especifica el tipo de vehículo que se utiliza en las operaciones de desplazamiento de la mercancía. En la exportación de rosas miniatura spray el modo de transporte utilizado es por vía aérea, puesto que las flores son productos perecibles, este tipo de transporte otorga mayor rapidez, seguridad, cobertura de largas distancias, reducción de daños y pérdidas.

3.11.13.1. Transporte Interno

El producto es transportado desde las instalaciones de ProPlan Roses, hacia las bodegas del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre. La empresa contrata los servicios de un vehículo privado, mismo que cumple con parámetros de calidad, tales como: equipo de refrigeración, pisos y paredes laterales limpias, libres de insectos, larvas y elementos cortopunzantes, todo ello garantiza la preservación de la rosa miniatura spray y adecuado cumplimiento de la cadena de frío. En función de la investigación el costo del flete interno corresponde a \$23 de lunes a viernes, mientras que los fines de semana el valor es de \$25.

Tabla 71. Ficha Técnica Ruta Logística Nacional



Punto de Partida:	El Quinche, instalaciones de ProPlan Roses
Tipo de Transporte:	Camión de carga refrigerada
Tiempo:	28 minutos
Distancia:	21.7 km
Costo:	\$23 y \$25 por flete
Punto de Llegada:	Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre- Bodegas.
Tipo de carga:	Carga Perecedera
Tipo de embalaje:	Cajas de cartón QB- Quarter Box
Características del vehículo:	Equipo de refrigeración, limpieza y desinfección del camión, piso, techo, paredes y puerta. No introducir elementos cortopunzantes. Cumplir con el cierre hermético del furgón y evitar la fuga de frío.
Temperatura:	En el transporte de rosas, la temperatura debe mantenerse entre 2 y 4° C, de esta manera se conserva la Cadena de Frío. Además, otorga mayor longevidad a la flor, evita la deshidratación, apertura temprana del botón, daños en pétalos, tallos y hojas.

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.11.13.2. Transporte Internacional

La rosa miniatura spray es un producto perecedero que posee 15 días de durabilidad en florero, el transporte aéreo es el modo ideal en el desplazamiento de flores, se utiliza pallets metálicos, redes de cargamento con amarres de cuerda y ganchos de

anclaje, diseñados para asegurar la carga, de esta manera se evita caídas y daños de las cajas. El avión posee equipos de refrigeración, elemento base durante el transporte de la rosa, porque mantiene la cadena de frío desde origen hasta destino.

El Aeropuerto de destino se ubica en Estados Unidos, estado de Texas, entre las ciudades de Dallas y Fort Worth. El Aeropuerto Internacional de Dallas-Fort Worth, es el más grande del estado de Texas y tercero a nivel mundial, se ubica entre los mejores aeropuertos de carga del mundo.

Tabla 72. Ficha Técnica Ruta Logística Internacional



País de origen:	Ecuador
Ciudad:	El Quinche
Punto de embarque y partida:	Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre
Tipo de Transporte:	Transporte aéreo, Boeing 747 KLM Cargo
Tiempo:	8 horas
Distancia:	4158 km
Costo:	En función del peso y volumen métrico
País de destino:	Estados Unidos
Ciudad:	Estado de Texas, Dallas Fort Worth
Punto de desembarque y llegada:	Aeropuerto Internacional de Dallas Fort Worth
Tipo de Carga:	Carga Perecedera
Tipo de embalaje:	Cajas de cartón QB- Quarter Box

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.11.14. Cadena de Suministros (Supply Chain Management)

La cadena de suministros es la etapa que permite cumplir los objetivos de la empresa, se estructura en tres etapas: Abastecimiento, Producción y Distribución. ProPlan Roses a través de la gestión logística, cumple con la obtención del producto, fabricación y entrega final en el lugar de destino. A continuación, se presenta el modelo operativo.

Tabla 73. Cadena de Suministros

Cadena de Suministros ProPlan Roses		
		
<p>Proveedores de rosa miniatura spray, distribuidos en la Parroquia El Quinche.</p> 	<p>Transporte interno (Refrigerado) de la flor desde campo hacia instalaciones de la empresa.</p> 	<p>Recepción de la rosa miniatura spray en área de post cosecha y transformación del producto en ramos de exportación.</p> 
<p>Obtención de Documentos de exportación. (Factura Comercial, Doc. Transporte, Certificado Fitosanitario)</p> 	<p>Transporte interno (Refrigerado) instalaciones ProPlan Roses- Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre de Quito.</p> 	<p>Control Aduana de Ecuador, Agrocalidad, Unidad de Antinarcóticos.</p> 
<p>Llegada a Destino- Aeropuerto Internacional de Dallas Fort Worth-EEUU.</p> 	<p>Almacenamiento y Nacionalización en País Destino.</p> 	<p>Transporte interno (Refrigerado) país destino- Llegada del producto a instalaciones del importador. Consumidor Final.</p> 

Fuente: ProPlan Roses (2022)

La Cadena de Suministros de ProPlan Roses inicia desde la etapa de aprovisionamiento de la rosa miniatura spray, los cultivos ubicados en la Parroquia El Quinche proveen la flor a la empresa, el vehículo con sistema de refrigeración transporta las rosas hacia las instalaciones de post cosecha, lugar donde se efectúa la transformación de ramos de exportación.

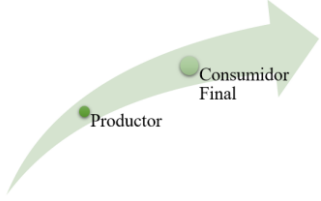
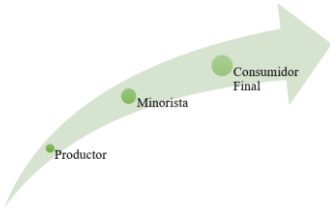
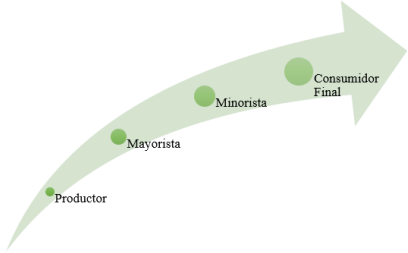
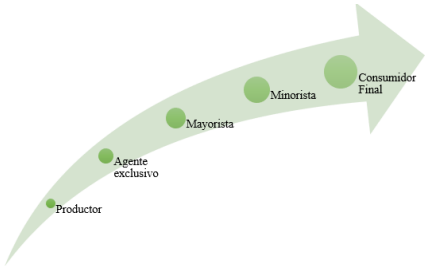
La mercancía debe acondicionarse de manera óptima, las cajas de exportación deben cumplir con el empaque, embalaje, etiquetado y marcación correcta, seguido se realiza la documentación necesaria de despacho de exportación, además la carga de la mercancía en el vehículo del transportista es parte de las obligaciones del vendedor, el transporte interno es contratado por la empresa, para el traslado del producto hacia el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre, lugar convenido en donde terminan las obligaciones de ProPlan Roses.

Los riesgos y obligaciones se transfieren a las empresas importadoras desde el lugar convenido por las partes en origen, el proceso de carga al medio de transporte internacional en país de origen es responsabilidad del comprador, también el transporte principal es asumido por el importador, el producto llega al Aeropuerto Internacional de Dallas Fort Worth ubicado en el estado de Texas, Estados Unidos. La mercancía se traslada hacia las almaceneras para la nacionalización, los gastos de manipulación, formalidades aduaneras de importación, transporte interno en destino, descarga y entrega de mercancía es responsabilidad del comprador.

3.11.14.1. Canales de Distribución

Los canales de distribución son sistemas o medios que permiten llevar el producto final hacia el mercado objetivo, para ello se debe elegir el canal adecuado, que le signifique a las empresas mayor eficiencia en temas logísticos, trámites administrativos, costos, seguridad, etc. La importancia de la selección y empleo del canal de distribución idóneo radica en la entrega de productos de alta calidad, que otorguen satisfacción al cliente en el momento y lugar preciso, además de garantizar la continuación de operaciones a largo plazo, incremento de ventas e ingresos para empresas que realizan exportaciones, mayor competitividad en los mercados internacionales, acceso a mayor número de consumidores. En la tabla siguiente se presenta los tipos de canales de distribución.

Tabla 74. Canal de Distribución

Canales de Distribución	
<p>Canal Directo</p> 	<p>El exportador se relaciona de forma directa con el cliente final en país de destino, no se requiere a intermediarios en el proceso exportable, por lo tanto asume control en procesos de transporte, almacenaje, distribución, documentación, atención al cliente, etc.</p>
<p>Canal Corto</p> 	<p>En este canal de distribución el minorista, también conocido como detallista actúa como intermediario entre el productor y el cliente final. Por lo tanto, el exportador no genera control de distribución y comercialización del producto con el cliente final en país de destino.</p>
<p>Canal Largo</p> 	<p>El canal largo integra al productor, mayorista, minorista y consumidor final, es uno de los canales que los exportadores utilizan en mayor frecuencia, sobre todo medianas y pequeñas empresas que inician operaciones de comercio exterior. El exportador no mantiene mayor contacto con el consumidor final.</p>
<p>Canal Doble</p> 	<p>El canal doble se constituye de varios intermediarios, integrando a agentes exclusivos quienes realizan la negociación con mayoristas y minoristas, el productor limita sus operaciones hasta la entrega del producto a agencias de venta quienes comercializan la mercancía, la red de intermediarios es más extensa.</p>

Fuente: Logística Comercial Internacional (2017)

En la siguiente tabla se identifica que el canal mayorista es el medio más adecuado para la exportación de rosas miniatura spray producidas por ProPlan Roses, en este caso las entidades mayoristas realizan pedidos fijos al productor, quien se encarga de entregar el producto en óptimas condiciones, de esta manera la empresa empieza a incursionar en el mercado internacional, efectuando exportaciones directas.

Tabla 75. Canal de Distribución ProPlan Roses

Canales de Distribución ProPlan Roses	
<p>Productor</p> 	<p>El canal de distribución inicia desde el productor o fabricante en este caso ProPlan Roses empresa dedicada a la producción de rosas miniatura spray, ubicada en el sector El Quinche.</p>
<p>Mayorista</p> 	<p>Continúa el canal mayorista, empresas importadoras del estado de Texas como HOLEX USA, LIHMIL INC, ALCOFLOWER, QUALITY FLOWERS, PROTEAN FARMS, se analizaron a través de la aplicación de encuestas, obteniendo respuestas positivas.</p>
<p>Minorista</p> 	<p>Los minoristas a través de redes de distribución propias comercializarán las rosas miniatura spray en el territorio del estado de Texas- Estados Unidos. El canal de minoristas fortalece el crecimiento y dinamismo productivo de la empresa.</p>
<p>Consumidor Final</p> 	<p>El eslabón final de la cadena de distribución es la entrega y venta del producto al consumidor final, quien obtiene rosas miniatura spray de excelente calidad, belleza, durabilidad en florero, apertura óptima del botón de la flor. Todo ello genera ventajas competitivas y comparativas a la empresa.</p>

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.11.15. Estrategias de Promoción

Sitio web

ProPlan Roses en la actualidad no maneja sitio web, por ello la implementación de esta herramienta tecnológica otorgaría altas oportunidades en la promoción del producto, crecimiento de la marca e imagen de la empresa, dando a conocer el catálogo de rosas miniatura spray producidas por la empresa en cualquier lugar del mundo. El sitio web tendrá por nombre ProPlan Roses Farm, en el cual se detallará las diversas variedades de rosas miniatura spray producidas por la empresa, colores, tamaño del tallo, diámetro del botón floral, calidad del empaque, contactos, precios, rutas de transporte.

Ferias Internacionales

Las ferias internacionales son espacios estratégicos de comercio, donde los empresarios presentan y promocionan sus productos, además de establecer relaciones con clientes potenciales, conocer el mercado internacional y sus tendencias, la cultura de negocios, empresas competidoras. Las ferias internacionales también permiten difundir la marca e imagen de las empresas expositoras.

Al ser las ferias internacionales estrategias de marketing fortalecen la internacionalizan de las empresas, para ProPlan Roses significaría un medio que otorga grandes ventajas tales como: identificación de clientes potenciales, ampliación de cartera de clientes en mercados exteriores, generación de nuevos contactos en áreas de comercio exterior, distribución, proveedores. Conocimiento de tendencias actuales en el mercado internacional, cierre de negociaciones, difusión de la marca empresarial, retroalimentación directa por parte de clientes extranjeros. A medio y largo plazo se solidificaría el crecimiento de ventas, posicionamiento del producto y empresa en el mercado internacional, en conjunto la administración de la empresa debe ser óptima.

Misiones Comerciales

Las misiones comerciales son eventos generalmente organizados por instituciones gubernamentales, quienes generan el contacto directo entre exportadores e importadores en un sitio previamente definido, se basan en visitas directas donde las partes evidencian el producto, instalaciones, formas de producción, distribución, entre otros factores. Las misiones comerciales tienen un enfoque sectorial, por lo tanto, el número de participantes es menor y la comunicación es directa.

Este tipo de estrategia comercial brinda muchas oportunidades, a ProPlan Roses le otorgaría beneficios en la captación de clientes directos y de esta manera eliminar o minimizar a intermediarios, además de iniciar negociaciones, fortalecer vínculos con clientes potenciales, mantener contacto directo con el cliente extranjero, en general fortalecer la imagen del producto en el mercado internacional.

3.11.16. Estrategias de competitividad

Diferenciación

La estrategia de diferenciación establecida por Michael Porter se enfoca en otorgar al producto, servicio al cliente y demás procesos, características únicas que le permitan a la empresa diferenciarse de la competencia. ProPlan Roses produce rosas miniatura spray de excelente calidad y belleza, tallos resistentes, botones de flor brillantes, variedad de colores y tonalidades, rosas bicolors, larga durabilidad en florero. Todos los elementos citados otorgan al producto cualidades únicas, permitiendo establecer la estrategia de diferenciación.

Liderazgo en Costos

Se basa en la optimización de recursos, que le signifiquen a las empresas costos inferiores, de tal manera que el precio de venta sea competitivo y genere utilidades a aquellas fincas productoras y exportadoras de rosas miniatura spray. Liderar en costos requiere del análisis de toda la cadena de suministros y aplicación de medidas que permitan conseguir la estrategia presentada. Las fincas ecuatorianas tienen la capacidad de liderar en costos porque las condiciones climáticas, maquinaria, mano de obra eficiente favorecen su aplicación, por ende, ProPlan Roses puede enfocarse en la estrategia de liderazgo en costos.

Certificaciones

Son elementos esenciales en la aceptación de un producto determinado, puesto que garantizan la calidad de bienes, procesos productivos eficientes y amigables con el ambiente, seguridad y bienestar de los colaboradores, trabajo digno y justo, etc.

Las certificaciones otorgan mayor competitividad en el mercado internacional, porque fortalecen la estrategia de diferenciación del producto, aportan valor agregado frente a los competidores, además garantizan el cumplimiento de altos estándares de calidad en las fases de abastecimiento, producción y distribución. El consumidor y cliente identifica que las empresas florícolas certificadas trabajan bajo normativa ambiental, social y económica eficiente.

Tabla 76. Certificaciones Sector Florícola

Nombre Certificación	Descripción
<p data-bbox="300 293 480 315">FLOR ECUADOR</p> 	<p data-bbox="592 293 1307 712">La certificación Flor Ecuador, creada por EXPOFLORES en 2005, garantiza la calidad de las rosas producidas y exportadas por el país, además se enfoca en temas sociales, económicos y ambientales. Manejo eficiente de recursos naturales y desechos, cuidado del ambiente, garantizar la seguridad y salud del trabajador, equipos e implementos de trabajo adecuados, cumplimiento de la legislación nacional, afiliación al IESS, pago de derechos de ley, etc. Erradicación del trabajo infantil y regularización del trabajo adolescente en el sector floricultor.</p>
<p data-bbox="300 745 480 768">GLOBAL G.A.P.</p> 	<p data-bbox="592 745 1307 1081">La certificación Global GAP para flores y ornamentos es el ordenamiento de reconocimiento internacional, se basa en buenas prácticas agrícolas en fincas de floricultura, cuidado y respeto al ambiente y sus recursos (agua, suelo) manejo eficiente de plantas, fertilizantes y desechos durante la etapa productiva, cosecha, post cosecha, seguridad y bienestar de los trabajadores. Además de manejo eficiente de sistemas de gestión de calidad, control óptimo de plagas vegetales.</p>
<p data-bbox="236 1070 544 1115">GLOBALG.A.P.</p> <p data-bbox="256 1126 523 1149">RAIN FOREST ALLIANCE</p> 	<p data-bbox="592 1126 1307 1507">Rain Forest Alliance es una organización de carácter internacional, la certificación se enfoca en tres áreas: social, ambiental y económica, principalmente en el progreso de la sociedad y naturaleza en conjunto, a través de buenas prácticas agrícolas, derechos de los trabajadores, protección del ambiente, cumplimiento de condiciones laborales adecuadas, reducción de trabajo infantil, trabajo forzoso, bajo salarios. Así también la certificación analiza los procesos de toda la cadena de suministros.</p>
<p data-bbox="328 1525 451 1547">FAIRTRADE</p>  <p data-bbox="228 1850 549 1895">FAIRTRADE</p>	<p data-bbox="592 1525 1307 1944">El sello Fairtrade se basa en el comercio justo para los agricultores, y trabajadores de floricultura, a través de sistemas de producción sostenibles, enmarcados en el respeto y responsabilidad del equipo de trabajo, Fairtrade da a conocer al cliente y consumidor que detrás de una rosa existen parámetros de calidad, cumplimiento y protección de derechos de los trabajadores, condiciones laborales equitativas y justas, salarios eficientes, mejora continua, capacitación de personal, manejo de desechos, integración de herramientas y equipos laborales.</p>

Fuente: Expoflores, Rain Forest Alliance, Global GAP, Fairtrade (2022)

3.11.17 Exportación Directa

La exportación directa establece la comunicación y control directo entre el productor y cliente del país meta, los procesos logísticos, documentos de exportación, distribución, formas de pago entre otros factores, son elementos donde el exportador ejerce mayor supervisión, la exportación directa se aplica cuando el productor desea incursionar y conocer el mercado internacional de forma directa sin intermediarios. Requiere el análisis de recursos financieros de la empresa y el tipo de canales de distribución adecuados.

Se presenta en tres formas, venta a través de distribuidores mayoristas, venta por medio de distribuidores minoristas, venta directa al consumidor final. ProPlan Roses debe efectuar exportaciones directas, de tal manera que disminuya y elimine a empresas intermediarias, obteniendo mayores ganancias, conocimiento de tendencias del mercado, contacto bidireccional entre exportador y cliente extranjero, control sobre la imagen del producto y empresa en el mercado de destino, retroalimentación eficiente.

3.11.18. Precio Competencia Internacional Mercado de EEUU

En la Figura 19 se evidencia los precios de venta por kilogramo de rosas miniatura spray de los principales competidores y exportadores del producto en el mercado estadounidense, ciudad de Dallas, estado de Texas. Los precios referenciales permiten evaluar la competitividad de la empresa frente a la competencia internacional. Ecuador presenta un precio de venta de \$5.8 por kilogramo, mientras que Colombia registra un valor de \$5.5 Guatemala \$5.6 México \$5.7 y Etiopía \$4.8. Los valores entre países latinoamericanos no registran diferencias significativas.

La rosa miniatura spray producida y exportada por Ecuador posee el precio establecido porque el producto tiene estándares de calidad eficientes, la rosa ecuatoriana es muy apreciada en el mercado norteamericano por la intensidad de colores, belleza, resistencia, durabilidad en florero, etc. Además la cultura estadounidense posee un alto sentido de pertenencia a su nación, al ser la rosa la flor nacional y símbolo emblema, el cliente y consumidor del país norteamericano adquiere rosas en gran cantidad porque son un regalo tradicional de la cultura de Estados Unidos.

Colombia es un competidor fuerte para el país, sin embargo, el precio de venta es inferior, puesto que se ha especializado en la exportación de bouquets. Guatemala y México presentan valores similares a Ecuador y Colombia. Etiopía registra un valor inferior porque los costos de mano de obra son baratos, datos del Banco Mundial evidencian que al día un trabajador gana \$1.25 por ende las empresas del país de África Oriental lideran en costos. En referencia a la investigación el precio de venta corresponde a \$5.8 por kilogramo de rosa miniatura spray, la exportación del producto es factible, el valor monetario es accesible al consumidor estadounidense, producto a exportarse por medio del canal de distribución, productor, mayorista, minorista, consumidor final.

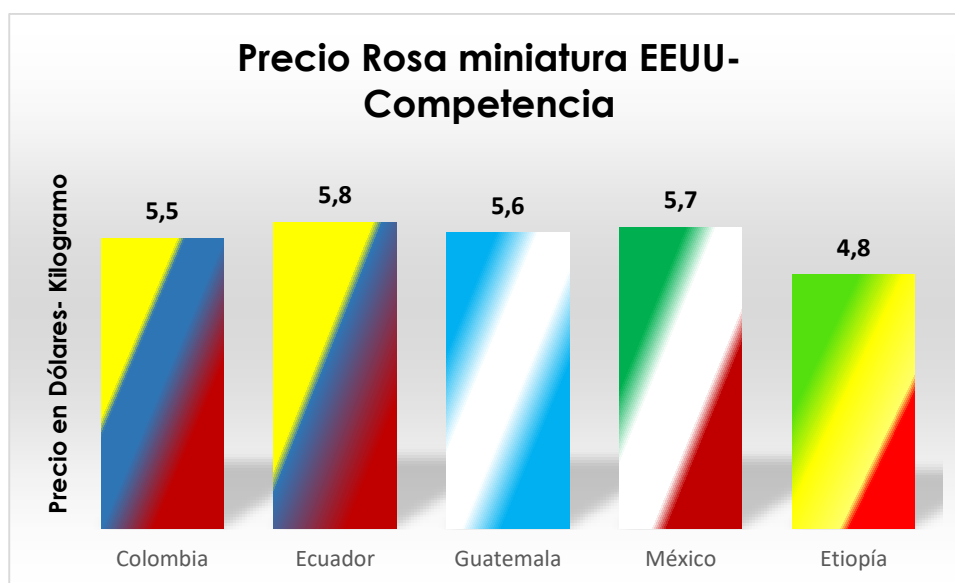


Figura 20. Precio de la Competencia
Fuente: Expoflores, Pro Ecuador (2022)

3.11.19. Requisitos necesarios en la exportación de rosas miniatura spray

Los exportadores radicados en Ecuador sean personas naturales o jurídicas pueden realizar operaciones de exportación, siempre y cuando se encuentre registrados en el sistema Ecuapass y aprobados por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE, 2022).

- Contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) emitido por el Servicio de Rentas Internas (SRI)
- Obtención del Certificado Digital, firma electrónica TOKEN, a través de Security Data, Registro Civil.

- Registrarse como exportador en el sistema ECUAPASS, <http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>

El proceso de exportación debe estar avalado por documentos de soporte y acompañamiento. (SENAE, 2022).

3.11.19.1. Documentos en la exportación de rosas miniatura spray, Dallas- EEUU

Los documentos requeridos en la exportación de rosas miniatura spray hacia el mercado de Estados Unidos, son de carácter obligatorio porque avalan la operación de comercio exterior, además garantizan que el producto se encuentra en condiciones óptimas, libre de plagas o insectos. Los documentos requeridos se detallan a continuación:

Tabla 77. Documentos de exportación

Documentos exportación Rosas miniatura spray	
Documento	Entidad
Factura Comercial	ProPlan Roses
Lista de Empaque	ProPlan Roses
Conocimiento de Embarque Aéreo	Empresa Transportista-Carga aérea.
Declaración Aduanera de Exportación (DAE)	Servicio Nacional de Aduana del Ecuador
Certificado Fitosanitario	AGROCALIDAD

Fuente: SENAE, PROECUADOR (2022)

3.11.20. Medio de Pago Internacional

Son instrumentos de carácter legal que garantizan las operaciones de compraventa de productos y servicios. La aplicación de los métodos de pago internacional radica en la seguridad de la operación de pago y cobro internacional, de tal manera que el exportador conozca las ventajas y riesgos al igual que el importador. En tal sentido, si el exportador entrega la mercancía tiene la garantía que recibirá el dinero, mientras que el importador recibe el producto o servicio y posee la responsabilidad de cancelar el circulante.

Las operaciones de transacción comercial internacional poseen mayores riesgos de insolvencia, por lo tanto, se debe tomar en cuenta el tipo de divisa, analizar el tipo de cliente, la relación existente entre las partes, nivel de confianza, plazos de cobranza o pagos, costos, seguridad y agilidad de la transacción, las costumbres de

pago y financiamiento del país en el que se encuentra el comprador y vendedor. La finalidad es obtener beneficios y generar relaciones comerciales saludables y a largo plazo. El medio de pago internacional utilizado en mayor frecuencia en las operaciones de compraventa de rosas, sector florícola, es la transferencia bancaria internacional conocida también como orden de pago simple. La transferencia bancaria internacional la efectúa el importador, detallando al banco emisor el valor monetario a entregar al banco corresponsal, y sea abonado a disposición del exportador. Las partes que intervienen en este proceso son las siguientes:

- **Ordenante:** Es el importador que deposita el dinero.
- **Banco Emisor:** Recibe el dinero e instrucciones de emitir el dinero a un tercero, la entidad financiera se ubica en el país del importador.
- **Banco Corresponsal:** Otorga el pago del dinero de la transferencia al exportador, se ubica en país del vendedor, es un agente intermediario.
- **Beneficiario:** Corresponde al exportador quien cobrará el dinero producto de la transferencia internacional.

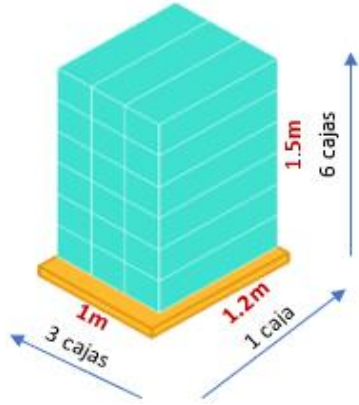
El proceso inicia con la solicitud de transferencia por parte del ordenante-importador hacia su banco, entidad que emitirá la cuantía monetaria al banco del exportador, para ello los datos a entregar son: información del importador, exportador, valor monetario a transferir, unidad monetaria, datos de las instituciones financieras, código Swift.

3.11.21. Cubicaje

El correcto cubicaje permite aprovechar el espacio físico total de las unidades de carga, otorgando ventajas en disminución de costos de transporte, ubicación óptima del producto, embalaje, pallets. De tal manera que el producto se transporte de forma eficiente y llegue a país destino en las condiciones adecuadas, la cantidad solicitada y en el tiempo correcto. En función de las medidas métricas del pallet y la caja se determina que en cada pallet americano se ubican 18 cajas de exportación de rosas miniatura spray, distribuidas de la siguiente manera. Largo 1 caja, ancho 3 cajas y alto 6 cajas. Cada caja contiene 10 bonches de 10 tallos, es decir que en cada pallet se transportan 18 cajas de 180 bonches con una totalidad de 1800 tallos de exportación. Peso correspondiente a 189 kg y volumen métrico de 1.42 m³

Tabla 78. Cálculo de cubicaje cajas

CAJAS EN EL PALLET			
Elemento	Medidas Pallet	Medidas Caja	Total
Nº Unidades	1	1	18
Largo metros	1.2	1.05	1
Ancho metros	1	0.3	3
Alto metros	1.5	0.25	6
Volumen métrico de carga	1.8	0.08	1.42
Peso tara unidad kg	25	0.5	9
Peso total kg	1200	10.5	189

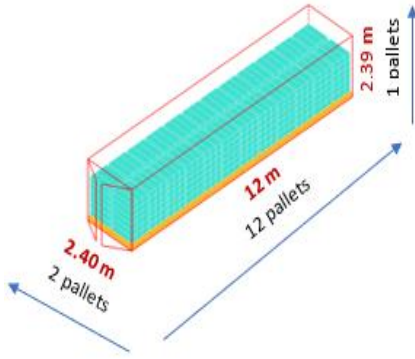


Fuente: ProPlan Roses (2022)

El número de pallets a ubicar en el contenedor reefer de 40 pies corresponde a 24 pallets americanos, distribuidos en 12 pallets lateral derecho y 12 pallets lateral izquierdo. Capacidad de transportar 432 cajas, 4320 bonches y 43200 tallos de rosas miniatura spray. Peso total del embarque de 5136 kg equivalente a 5.13 toneladas y volumen métrico de carga correspondiente a 43.2 m³

Tabla 79. Cálculo de cubicaje pallets

PALLETS EN EL CONTENEDOR			
Elemento	Contenedor	Medidas	Total
	Reefer 40	Pallet	
Nº Unidades	1	1	24
Largo metros	12	1	12
Ancho metros	2.40	1.2	2
Alto metros	2.39	1.5	-
Volumen métrico de carga	68.83	1.8	43.2
Peso tara unidad kg	3750	25	600
Peso total del embarque kg	29000	214	5136



Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.11.22. Incoterms

Son términos de negociación universal empleados en las operaciones de comercio exterior, permiten determinar las obligaciones y riesgos de las partes desde origen hasta destino. El incoterm que se emplea en el proceso de exportación de rosas miniatura spray de ProPlan Roses es el término FCA- Free Carrier, Franco Transportista al lugar convenido.

El Incoterm FCA distribuye los costos, riesgos y responsabilidades al vendedor y comprador, inicia con las obligaciones del exportador, ProPlan Roses asume los costos del material de embalaje, entrega del producto con su respectivo envase, embalaje, etiquetado, costos de la manipulación, unitarización y transporte interno, el personal efectúa el proceso de carga en las instalaciones de la empresa, desde el cuarto frío del área de post cosecha hacia el medio de transporte refrigerado y tiene la responsabilidad de realizar el pago del transporte en origen, desde la florícola hasta el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre.

Además, ProPlan Roses asume los costos de los trámites y documentación de exportación, factura comercial, documento de transporte de mercancías -Carta de Porte Aéreo, Certificado Fitosanitario, Lista de empaque, Declaración Aduanera de Exportación. El lugar convenido es en la zona aeroportuaria del país de origen, específicamente en las agencias de carga aérea internacional, por lo tanto, los riesgos que asume la empresa finalizan en la terminal aérea.

El importador asume la responsabilidad desde el momento que el producto se entrega en el lugar convenido, los costos de carga al medio de transporte internacional, valor del flete, descarga de la mercancía en destino- zona aeroportuaria, trámites de importación, desaduanización, transporte interno en país de destino, descarga en instalaciones del comprador.

El presente proyecto basa la negociación internacional en el término FCA- Free Carrier, Franco Transportista al lugar convenido porque el traslado de riesgos, costos y responsabilidades finalizan para el exportador en lugar convenido del país de origen, agencias de carga aérea del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre.

La empresa florícola ProPlan Roses utiliza el incoterm FCA- Free Carrier, Franco Transportista al lugar convenido porque le representa menores costos en el proceso de comercio exterior, además al encontrarse incursionando en el mercado internacional, no posee la experiencia óptima para efectuar el control total de la operación de origen a destino.

También, los costos del transporte internacional aéreo son muy elevados y varían en función de las rutas geodésicas y FSC (Fuel Surcharge) recargo al combustible, es un cargo que se adiciona al valor base del flete aéreo empleado en el transporte del producto, por lo cual los costos del transporte principal generarían pérdidas para ProPlan Roses.

El precio de venta correspondiente al término de negociación FCA- Free Carrier, Franco Transportista al lugar convenido es de 53.35 dólares estadounidenses por cada caja de exportación, elemento que contiene 10 bonches de rosas miniatura spray, totalidad de 100 tallos de rosales por unidad.

Mientras que el precio de venta en función del término DDP- Entregado con derechos pagados en país de destino es de 59.44 dólares americanos, por cada caja de exportación, correspondiente a 10 bonches, 100 tallos de rosas miniatura spray, valor DDP.

El precio de la caja en término DDP es superior a FCA, sin embargo, no se efectúa la compra venta internacional en dicho término, porque le representaría a ProPlan Roses mayores gastos, riesgos en las operaciones de comercio exterior y responsabilidades, que evidencien daños en el proceso, porque se encuentra incursionando en el ámbito de comercio entre naciones.

A continuación, se presentan los cálculos realizados y las proyecciones de los siguientes años, donde se evidencia crecimiento del valor unitario de la unidad comercial (Cajas QB). Por lo tanto, se refleja que la exportación de la rosa miniatura spray hacia el mercado de Estados Unidos es factible, porque le garantiza al exportador recuperar la inversión realizada y obtener ganancias a mediano y largo plazo.

Tabla 80. Incoterms

INCOTERMS	2022	2023	2024	2025	2026
Valor del embarque	750.000	833.849	946.275	1.064.532	1.208.880
Manipulación en planta	600	629	688	747	806
Inspección	15	16	17	19	20
Almacenaje previo a embarque	135	142	155	168	181
EXW	750.750	834.636	947.135	1.065.466	1.209.887
EXW Unitario	50.05	53.05	55.05	57.05	60.05
Manipulación local X	625	644	663	684	705
Unitarización	556	573	590	609	627
Transporte interno (hasta el punto convenido)	3.312	3.413	3.517	3.625	3.736
Trámites de exportación	139	143	148	152	157
FCA/FAS	755.381	839.408	952.054	1.070.537	1.215.113
FCA/FAS Unitario	50.36	53.35	55.34	57.32	60.31
Manipuleo Embarque	1.215	1.275	1.394	1.513	1.632
Documentos de transporte	139	146	159	173	187
Agentes	1.736	1.821	1.991	2.162	2.332
FOB	760.572	845.503	958.453	1.077.242	1.222.824
FOB Unitario	50.70	53.74	55.71	57.68	60.69
Flete Internacional	10.069	10.562	11.550	12.537	13.525
CFR	770.641	856.118	970.059	1.089.837	1.236.410
CFR Unitario	51.38	54.42	56.38	58.35	61.37
Seguro Internacional	7.606	8.455	9.585	10.772	12.228
CIF	778.298	864.628	979.700	1.100.667	1.248.700
CIF Unitario	51.89	54.96	56.94	58.93	61.98
Manipuleo desembarque	2.257	2.367	2.589	2.810	3.032
DAP	780.607	867.050	982.345	1.103.536	1.251.793
DAP Unitario	52.04	55.11	57.10	59.09	62.13
Transporte interno	4.514	4.734	5.177	5.620	6.063
Descarga en destino	1.389	1.457	1.593	1.729	1.866
DPU	786.562	873.296	989.173	1.110.945	1.259.784
DPU Unitario	52.44	55.51	57.49	59.49	62.53
Almacenamiento temporal	2.361	2.476	2.708	2.940	3.171
Aduaneros	52.924	58.795	66.620	74.845	84.912
Capital e inventario país de destino	688	721	789	856	923
DDP	842.483	935.233	1.059.232	1.189.527	1.348.728
DDP Unitario	56.17	59.44	61.57	63.69	66.94

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.11.23. Estimación de Ventas

3.11.23.1. Ventas Mercado Nacional

Las ventas nacionales realizadas por ProPlan Roses corresponden al 10% de la producción total. A continuación, se presenta la tabla de proyecciones de ventas nacionales.

Tabla 81. Estimación de Ventas Nacionales

Año	Cantidad (Cajas)	Precio de Venta	Total Ingresos
2021	100	6.8	680
2022	120	7	840
2023	145	7.3	1058.5
2024	160	7.5	1200
2025	180	7.8	1404
2026	200	8	1600

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.11.23.2. Ventas Mercado Internacional

La capacidad de producción de ProPlan Roses es de 1.500.000 tallos al año, correspondiente a 15.000 cajas de exportación, en porcentaje equivale al 90% de la producción total. A continuación, se presenta la tabla de proyecciones de las ventas internacionales.

Tabla 82. Estimación de Ventas Internacionales

Año	Cantidad (Cajas)	Precio de Venta (Valor FCA)	Total Ingresos	Cantidad de Contenedores al año
2021	12000	47	564000	3
2022	15000	50	750000	3
2023	15733	53	833849	4
2024	17205	55	946275	4
2025	18676	57	1064532	4
2026	20148	60	1208880	5

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.12. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

Analiza la capacidad económica de la empresa, recursos monetarios. El estudio económico se enfoca en identificar la inversión que deben realizar las autoridades de ProPlan Roses para aumentar la exportación de rosas miniatura spray.

3.12.1. Inversión Inicial

La inversión inicial para la producción y exportación de rosas miniatura spray, de ProPlan Roses corresponde a 678025 dólares americanos, dividido en inversión fija, capital de operación y gastos de constitución.

Tabla 83. Inversión Inicial Total

INVERSIÓN FIJA	
Concepto	Valor
Inversión Fija	244250
Capital de Operación	431275
Gastos de Constitución	2500
Total, Inversión Inicial	678025

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.12.1.1. Activos Fijos

Son elementos necesarios en el desarrollo de operaciones de la empresa, gestionan actividades a largo plazo y permiten proporcionar ingresos continuos. La inversión en activos fijos es de 244250 dólares americanos, comprende la adquisición de terrenos e infraestructura, maquinaria, muebles y enseres, equipos de computación.

Tabla 84. Inversión Activos Fijos

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Edificios- Infraestructura			220000
Terrenos	1	150000	150000
Invernaderos	7	10000	70000
Maquinaria y Equipo			18300
Mesa de Procesos	4	250	1000
Clasificadora de Rosas	4	200	800
Bomba de Fumigación	4	800	3200
Registrador de Humedad y Temperatura	8	300	2400
Medidor de pH de suelo y agua	4	250	1000
Cuarto Frío	1	9000	9000
Aspersor de Desinfección	1	500	500
Tijeras de corte y poda de plantas	20	20	400

Muebles y Enseres			1750
Escritorio	4	200	800
Sillón ejecutivo	4	80	320
Archivador	2	150	300
Mesa de Recepción	1	150	150
Sillas de recepción	4	45	180
Equipo de Computación			4200
Computador Portátil	4	800	3200
Impresora	2	500	1000
Total Activos Fijos			244250

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.12.1.2. Gastos de Constitución

Son elementos que permiten el funcionamiento de una institución, permisos, registros, documentación, etc. A continuación, se detallan los gastos de constitución necesarios en el desarrollo de operaciones, con un valor de 2500 dólares americanos.

Tabla 85. Activos Diferidos- Gastos de Constitución

Concepto	Valor Unitario	Valor Total
Registro de la propiedad	250	250
Permisos	1500	1500
Trámites SRI, SUPER CIA, IESS	450	450
Honorarios Abogado	300	300
Total Activos Diferidos- Gastos de Constitución		2500

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.12.2. Capital de Operación

Estructura información de materia prima, mano de obra directa, costos indirectos de fabricación, sueldos y gastos administrativos, gastos de exportación, componentes que permiten el desarrollo óptimo de procesos productivos, operativos, comerciales.

Tabla 86. Capital de Operación

Concepto	Total
Materia Prima	115500.00
Mano de Obra Directa	174374.00
Costos Indirectos Fabricación	25980.00
Gasto Sueldos Administrativos	101054.00
Gasto Administrativos	9735.00
Gasto de Exportación (FCA)	4632.00
Total Capital de Operación	431275.00

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.12.3. Proyección de Costos

3.12.3.1. Materia Prima

La proyección de costos de materia prima se realizó en función del porcentaje de inflación año 2022, correspondiente a 3.06% dato estadístico obtenido del Banco Central del Ecuador e incremento anual de la producción.

Tabla 87. Materia Prima

Concepto	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	V. Unitario	Cantidad	V. Total	V. Unitario	Cantidad	V. Total	V. Unitario	Cantidad	V. Total	V. Unitario	Cantidad	V. Total	V. Unitario	Cantidad	V. Total
Semillas	0.06	1500000	90000	0.06	1509300	93329.07	0.06	1520000	93990.72	0.06	1538000	95103.77	0.06	1565000	96773.34
Fungicidas	0.009		13500	0.009		13583.70	0.009		14098.61	0.009		14265.57	0.009		14516.00
Abono orgánico	0.008		12000	0.008		12074.40	0.008		12532.10	0.008		12680.50	0.008		12903.11
Total			115500			118987.17			120621.42			122049.84			124192.45

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.12.3.2. Mano de Obra Directa

Las proyecciones de costo de mano de obra directa se realizaron en base al porcentaje de incremento salarial establecido por el Ministerio de Trabajo, Acuerdo Ministerial No. MDT-2021-276, valor correspondiente a 6.25%, además el cálculo analiza el número de trabajadores de ProPlan Roses, salario percibido, beneficios sociales.

Tabla 88. Mano de Obra Directa

Descripción	Sueldos y Beneficios								Total Año 1	Proyección Costo Mano de Obra Directa			
	Cantidad	Sueldo	D. Tercer Sueldo	D. Cuarto Sueldo	Aporte Patronal	Fondos de Reserva	Vacaciones	Sueldo y Beneficios		Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Jefe de Producción	1	1800	150.00	35.42	200.7	150.00	75.00	2411.12	28933.40	30741.74	32663.10	34704.54	36873.57
Supervisor de Post Cosecha	1	800	66.67	35.42	89.2	66.67	33.33	1091.28	13095.40	13913.86	14783.48	15707.45	16689.16
Personal de Empaque	3	650	54.17	35.42	72.475	54.17	27.08	893.31	32159.10	34169.04	36304.61	38573.65	40984.50
Trabajadores de Campo	14	425	35.42	35.42	47.39	35.42	17.71	596.35	100186.10	106447.73	113100.71	120169.51	127680.10
Total Mano de Obra Directa	19	3675	306.25	141.67	409.76	306.25	153.13	4992.05	174374.00	185272.37	196851.89	209155.14	222227.33

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.12.3.3. Costos Indirectos de Fabricación

La proyección de costos indirectos de fabricación se realizó en base al porcentaje de inflación del año 2022, correspondiente a 3.06% dato estadístico obtenido del Banco Central del Ecuador, e incremento anual de la producción.

Tabla 89. Costos Indirectos de Fabricación

Concepto	Proyección Costos Indirectos de Fabricación														
	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5		
	Cantidad	V. Unitario	V. Total	Cantidad	V. Unitario	V. Total	Cantidad	V. Unitario	V. Total	Cantidad	V. Unitario	V. Total	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Envase Primario- Bonches	15000	0.14	2100	15733	0.14	2270	17205	0.14	2482	18676	0.14	2695	20148	0.14	2907
Embalaje- Cajas de cartón		0.18	2700		0.18	2919		0.18	3192		0.18	3465		0.18	3738
Zunchos		0.17	2550		0.17	2756.45		0.17	3014.35		0.17	3272,07		0.17	3529.97
Ligas		0.06	900		0.06	972.87		0.06	1063.89		0.06	1154.85		0.06	1245.87
Etiquetas		0.01	150		0.01	162		0.01	177		0.01	192.5		0.01	208
Depreciación Maquinaria		1830	1830		1830	1830		1830	1830		1830	1830		1830	1830
Total			10230			10910.08			11759.62			12608.59			13458.14

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.12.4. Proyección de Gastos

3.12.4.1. Sueldos Administrativos

Las proyecciones de sueldos administrativos se realizaron en base al porcentaje de incremento salarial establecido por el Ministerio de Trabajo, Acuerdo Ministerial No. MDT-2021-276, valor correspondiente a 6.25%, además el cálculo analiza el número de trabajadores del área administrativa de ProPlan Roses, sueldo percibido, beneficios sociales.

Tabla 90. Sueldos Administrativos

Descripción	Sueldos y Beneficios								Total Año 1	Proyección Sueldos Administrativos			
	Cantidad	Sueldo	D. Tercer Sueldo	D. Cuarto Sueldo	Aporte Patronal	Fondos de Reserva	Vacaciones	Sueldo y Beneficios		Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gerente General	1	2800	233	35.42	312.2	233	116.67	3730.95	44771.40	47569.61	50542.71	53701.63	57057.98
Contador	1	1500	125.00	35.42	167.25	125.00	62.50	2015.17	24182.00	25693.37	27299.21	29005.41	30818.25
Jefe de Comercio Exterior	1	2000	166.67	35.42	223	166.67	83.33	2675.08	32101.00	34107.31	36239.02	38503.96	40910.45
Total Sueldos Administrativos	3	6300	525.00	106.25	702.45	525.00	262.50	8421.20	101054.40	107370.30	114080.94	121211.00	128786.69

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.12.4.2. Gastos Administrativos

La proyección de gastos administrativos se desarrolla en base al porcentaje de inflación del año 2022, correspondiente a 3.06% dato estadístico obtenido del Banco Central del Ecuador.

Tabla 91. Gastos Administrativos

Concepto	Proyección Gastos Administrativos						
	Cantidad	V. Unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Luz	12	180	2160	2226.10	2294.21	2364.42	2436.77
Agua	12	120	1440	1484.06	1529.48	1576.28	1624.51
Teléfono	12	80	960	989.38	1019.65	1050.85	1083.01
Internet	12	50	600	618.36	637.28	656.78	676.88
Suministros de Oficina	12	100	1200	1236.72	1274.56	1313.57	1353.76
Suministros Limpieza	12	150	1800	1855.08	1911.85	1970.35	2030.64
Depreciación			1575	1575	1575	175	175
Total Gastos Administrativos			9735	9984.70	10242.03	9107.24	9380.57

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.12.4.3. Gastos de Exportación

La proyección de gastos de exportación analiza los procesos de unitarización, manipulación en origen, documentación en país de origen y transporte interno. Las proyecciones para los años siguientes se realizaron en base al porcentaje de inflación del año 2022, correspondiente a 3.06% según datos obtenidos del Banco Central del Ecuador.

Tabla 92. Gastos Exportación

Concepto	Proyección Gastos de Exportación						
	Cantidad	V. Unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unitarización	3	185.3	556	572.91	590.44	608.51	627.13
Manipulación Origen	3	208.33	625	644.11	663.82	684.14	705.07
Documentos en Origen	3	46.3	139	143.15	147.53	152.05	156.70
Transporte Interno	3	1104	3312	3413.35	3517.80	3625.44	3736.38
Total Gastos Exportación (FCA)			4632	4773.52	4919.59	5070.13	5225.28

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.12.5. Depreciación de Activos

Tabla 93. Depreciación Activos

Concepto	Valor	%Depreciación	Vida útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria	18300	10	10	1830	1830	1830	1830	1830
Equipo de Cómputo	4200	33.33	3	1400	1400	1400	0	0
Muebles y Enseres	1750	10	10	175	175	175	175	175
Total Depreciación Activos Fijos				3405	3405	3405	2005	2005

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.12.6. Estructura del Financiamiento

La empresa ProPlan Roses financiará el 60% con capital propio y el 40% capital ajeno, valor adquirido de BanEcuador, con una tasa de interés del 10.21% correspondiente a créditos productivos pymes, plazo de 60 meses, equivalente a 5 años.

Tabla 94. Estructura de Financiamiento

Estructura de Financiamiento- Con financiamiento		
Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	60%	406815
Capital Ajeno	40%	271210
Total	100%	678025

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.12.7. Costo Promedio Ponderado de Capital

Es el instrumento financiero que permite determinar la factibilidad de un proyecto a largo plazo, para el cálculo se toma en cuenta la participación propia correspondiente al 60% y participación ajena o de terceros del 40%. Se analiza el costo de la deuda financiera de 10.21% y costo de patrimonio del 15% la tasa de impuesto es del 25% de esta manera el valor del costo promedio ponderado de capital (WACC) corresponde al 10.83% siendo la tasa de rentabilidad mínima que debe tener el proyecto para generar construcción de valor.

Tabla 95. Costo de Capital Promedio

Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento			
Recursos	Participación	Costo Financiero	Impuesto
Propios	60%	15%	25%
Ajenos	40%	10.21%	
Total	100%	WACC	10.83%

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.12.8. Amortización

Los datos de la tabla de amortización permiten identificar los pagos a realizar cada año, el importe de la deuda corresponde a \$271210 a una tasa de interés del 10.21% plazo de 60 meses equivalente a 5 años.

Tabla 96. Tabla de Amortización Anual

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital	44239.37	48755.63	53732.91	59218.33	65263.72
Interés	24525.85	20009.60	15032.29	9546.90	3501.51
Saldo	226970.61	178214.98	124482.06	65263.73	0.00
Cuota Fija	68765.28	68765.28	68765.28	68765.28	68765.28

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.12.9. Estados Financieros

3.12.9.1. Estado de Resultados

Es el instrumento financiero que identifica la situación real de una empresa, determina la pérdida o ganancia dentro de un período determinando, permite la correcta toma de decisiones, evaluación de la rentabilidad en corto, mediano y largo plazo. En la siguiente tabla se presenta el estado de resultados proyectado a 5 años, los datos evidencian rentabilidad del proyecto.

Tabla 97. Estado de Resultados

Estado de Resultados					
Ingresos Operacionales	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	750.000	833.849	946.275	1.064.532	1.208.880
Cantidad	15.000	15.733	17.205	18.676	20.148
Precio	50,00	53,00	55,00	57,00	60,00

(-) Costos de Producción	300.104	315.170	329.233	343.814	359.878
Materia Prima	115.500	118.987	120.621	122.050	124.192
Costos Indirectos de Fabricación	10.230	10.910	11.760	12.609	13.458
Mano de Obra Directa	174.374	185.272	196.852	209.155	222.227
(=) Utilidad Bruta en Ventas	449.896	518.679	617.042	720.718	849.002
(-) Gastos Operacionales	110.789	117.355	124.323	130.318	138.167
Sueldos Administrativos	101.054	107.370	114.081	121.211	128.787
Gastos Administrativos	9.735	9.985	10.242	9.107	9.381
(=) Utilidad Operacional	339.107	401.324	492.719	590.400	710.835
(-) Gastos de Exportación	4.632	4.774	4.920	5.070	5.225
(-) Gastos Financieros	24.526	20.010	15.032	9.547	3.502
Interés Bancario	24526	20010	15032	9547	3502
(=) Utilidad Neta Antes de Impuestos	309.949	376.541	472.767	575.783	702.108
(-) 15% Participación Trabajadores	46.492	56.481	70.915	86.367	105.316
Utilidad Antes de Impuestos	263.457	320.060	401.852	489.416	596.792
(-) 25% Impuesto a la Renta	65.864	80.015	100.463	122.354	149.198
Utilidad Neta	197.592	240.045	301.389	367.062	447.594

Fuente: ProPlan Roses (2022)

3.12.10. Indicadores Financieros

El cálculo de los indicadores financieros VAN, TIR permite establecer la viabilidad del proyecto, período de recuperación de la inversión, costo beneficio.

Los datos evidencian que el proyecto es viable porque el Valor Actual Neto (VAN) es positivo correspondiente a \$380725 las ganancias futuras son superiores a los desembolsos (VAN >1) la disponibilidad líquida cierta cedida hoy es factible porque los flujos futuros son eficientes y recuperables. El Valor Actual Neto (VAN) evidencia que la inversión que realice el representante de ProPlan Roses al día de hoy es óptima, porque los recursos monetarios designados al proyecto son recuperables en el futuro, por lo tanto, efectuar la operación económica si garantiza viabilidad del negocio.

La Tasa Interna de Retorno es del 28% mayor a la tasa de interés, el costo beneficio corresponde a \$1.56 lo que establece que por cada dólar invertido se gana \$0.56 centavos de dólar y el periodo de recuperación de la inversión inicial es de 3 años 4 meses.

Tabla 98. Indicadores Financieros

INDICADORES FINANCIEROS						
	0	1	2	3	4	5
Flujo de Efectivo	-678025	194138	232962	288029	347298	421877
Saldo Actualizado	-678025	175161	189644	211552	230150	252244
WACC 10.83%						
Saldo Actualizado Acumulado	-678025	-502864	-313220	-101688	128481	380725
Tasa WACC	10.83%	10.83%	10.83%	10.83%	10.83%	10.83%
Suma de flujo de Efectivo VNA	\$1058750.32					
Inversión Inicial	-678025					
VAN	380725					
TIR	28%					
Periodo de Recuperación	3.49					
Costo Beneficio	1.56					

Fuente: Elaboración Propia

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1. Resultados Matriz POAM

En la realización del estudio investigativo denominado “Oportunidad de Mercados Internacionales para la exportación de rosas miniatura spray de la microempresa PROPLAN ROSES, parroquia El Quinche- Pichincha” se aplica la Matriz de Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM), con la finalidad de efectuar evaluaciones comparativas de factores sociales, políticos, económicos, legales e identificar el país que presenta las mejores condiciones en la exportación de rosas miniatura spray.

Los resultados de la Matriz POAM evidencian que Estados Unidos de América es el país que refleja la mejor oportunidad en la exportación de rosas miniatura spray producidas por ProPlan Roses, la puntuación corresponde a 1.30 valor superior al resto de países. Por lo tanto, la nación norteamericana es el mercado idóneo para iniciar operaciones de comercio exterior.

Tabla 99. Resultados Matriz POAM

RESUMEN ANÁLISIS	Estados Unidos		Países Bajos		Alemania	
	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza
Factores Sociales	2.75	0	1.50	0	2.25	0
Factores Políticos	2.25	0	2.25	0	1.75	0.5
Factores Legales	0	1	1.50	1.50	1.50	1.50
Factores Económicos	1.90	0.7	1.50	0.5	1.30	0.4
Suma	6.90	1.70	6.75	2.00	6.80	2.40
Promedio	1.73	0.43	1.69	0.50	1.70	0.60
Calificación	1.30		1.19		1.10	

Fuente: Elaboración Propia

4.1.2. Resultado de Entrevistas a expertos

4.1.2.1. Entrevista dirigida al Gerente General de ProPlan Roses- Sr. Mauricio Guña

PROPLAN ROSES se constituye el 06 de mayo de 2008, bajo la normativa de la ley ecuatoriana y los organismos de control, se encuentra ubicada en la Parroquia El Quinche, provincia de Pichincha, cantón Quito, país Ecuador, en la Calle 10 de Agosto y Línea Férrea. Se dedica a la producción, comercialización y exportación de rosas miniatura spray, brinda flores de alta calidad y belleza.

En el año 2010 inicia la producción de rosas miniatura spray, comercializando el producto en el mercado local, en el año 2017 se inicia el proceso de exportación. ProPlan Roses está representada por el propietario y Gerente General, Sr Mauricio Guña, laboran 22 personas, distribuidas de la siguiente manera: Área administrativa 3 personas; área de producción 5 personas, área de campo 14 personas.

ProPlan Roses posee 8 hectáreas de producción, todas en operatividad la capacidad de producción en número de tallos es la siguiente:

Tabla 100. Capacidad de Producción

AÑOS	2017	2018	2019	2020	2021
Producción Tallos rosa miniatura spray	700.000 tallos	850.000 tallos	1.000.000 tallos	1.100.000 tallos	1.200.000 tallos

Fuente: ProPlan Roses

Por hectárea se siembra 25000 plantas de rosales y al año se cultivan 20 tallos por planta, la capacidad de producción anual es de 500.000 tallos, al cultivar 20 variedades la producción estimada corresponde a 25.000 tallos por cada variedad en 1 hectárea.

La empresa produce 20 variedades de rosa miniatura spray, detalladas a continuación: Pink Majolika, Lovely, Vivian, Luviana, Red Mikado, Mikaela, Yellow Babe, Porcelina, Orange Babe, Red City, Bluemoon, Rubicon, Electra, Sahara, Ilse, Scarlet, Irishk, Snow Flake, White, Xentina. Variedad Vivian, rosa miniatura spray de color blanco, se exporta en mayor cantidad porque es un color neutro que se utiliza todo el año en eventos, decoración, preparación de bouquet de flores.

Las exportaciones de rosa miniatura spray que realiza la empresa están dirigidas a España, Estado de Kuwait, Chile, Arabia Saudita, Canadá. Las temporadas del año en las que se genera mayor demanda del producto es en San Valentín, Día de la Madre, Día de la Mujer, Navidad, Año Nuevo, estas fechas son muy importantes porque permiten el crecimiento y desarrollo de la empresa.

En el mercado internacional el precio por tallo corresponde a 0.35- 0.40- 0.50- 0.60- 0.70 centavos; el bonche tiene un precio final de \$3.50- \$4.00- 5.00- \$6.00- \$7.00. Los precios varían en función de la variedad y temporada de compra. En el mercado nacional el precio es de 0.07 centavos por tallo; el bonche de rosas miniatura spray tiene un precio final de 0.70 centavos de dólar.

El principal competidor en el mercado internacional es Colombia porque las rosas que produce el sector floricultor del país vecino presentan características similares a las de Ecuador. En el mercado nacional Utopía Farms, Flores La Hacienda, Falcon Farms Finca Santa Mónica, Hilsea Investments Limited, Asociados Cajas son florícolas competidoras fuertes. ProPlan Roses está en capacidad de invertir para ingresar a un nuevo mercado internacional, porque la cobertura a otro destino le otorgaría beneficios a la imagen de la empresa y el producto a largo plazo. Además, desean identificar una nueva oportunidad de mercado porque el cliente establece que el producto es adecuado por la apertura del botón y duración de la rosa miniatura spray en florero, por ello la compra es constante.

En la actualidad la empresa se encuentra estable en el área financiera, en el área de exportaciones desean mejorar técnicas de negociación y ventas y en el área de producción y empaque fortalecer la eficiencia en procesos de empaque, post cosecha, la mejora continua siempre va a estar presente en ProPlan Roses. Además, en un futuro cercano tienen el objetivo de implementar la certificación Flor Ecuador emitida por Expoflores, certificación que brinda múltiples ventajas al sector floricultor.

El propietario de la empresa indica que el apoyo del gobierno ha sido deficiente porque no existe asesoramiento al floricultor ecuatoriano en temas de producción y comercio exterior, lo cual dificulta la introducción del producto en el mercado internacional. También establece que las empresas productoras de rosas miniatura

spray de la provincia de Pichincha, parroquia El Quinche están en auge, el sector está creciendo, sin embargo, a futuro se mantendrán los que tengan visión, establezcan estrategias de precios bajos, mayor competitividad, correcta administración a largo plazo.

4.1.2.2. Entrevista dirigida al Representante de exportaciones de ProPlan Roses- Sr. Joel Guaña

La entrevista realizada al representante del área de exportaciones de ProPlan Roses brinda los siguientes aportes: La empresa efectúa exportaciones de rosas miniatura spray desde el año 2017, España, Estado de Kuwait, Chile, Arabia Saudita, Canadá son los mercados internacionales a los que se exporta el producto. El mercado internacional al cual ProPlan Roses desea exportar la flor es a Estados Unidos y Catar porque se conoce que son mercados que importan rosas miniatura spray todo el año.

La empresa se basa en la producción de rosas miniatura spray de diversos colores y variedades. Las rosas spray se caracterizan por tener múltiples flores que crecen de un solo tallo, además las rosas florecen a un tamaño pequeño, la longitud del tallo se desarrolla de 40 a 60 centímetros.

La rosa miniatura spray es un producto altamente competitivo en el mercado internacional, ya que es una flor novedosa, llamativa, presenta características diferenciadoras se la utiliza en arreglos, decoraciones florales, adornos de coronas, también en platillos exóticos. El valor agregado es el eje angular de la producción y exportación efectuada por ProPlan Roses, por ello, la gama de colores es diversa, permitiendo ofertar rosas exclusivas en el mercado internacional.

Todas las flores son productos sustitutos en el mercado internacional, en especial girasoles, claveles, lirios, rosa estándar, porque se utiliza para armar bouquets. Las barreras no arancelarias que la rosa miniatura spray debe cumplir en la exportación es el certificado fitosanitario, documento que evidencia el cumplimiento de protocolos de Agrocalidad, flores libres de ácaros, botritis y trips. Las plataformas utilizadas en la promoción del producto son el correo electrónico de la empresa y Skype, el producto se oferta a cada uno de los clientes por los medios citados.

El proceso de compraventa hacia el mercado internacional se lo realiza de forma virtual, por Skype se envía a los clientes la disponibilidad existente en inventario, se efectúa la confirmación de los pedidos y el producto se despacha desde cuarto frío el mismo día o el siguiente, hacia las agencias de carga aérea internacional, todo depende de los cupos disponibles en las cargueras. En el momento de efectuar las ventas todo se basa en la Confianza- Principio de Buena Fe, la empresa no maneja contratos de Compraventa Internacional.

Las ventas realizadas por la empresa se encuentran en el rango de exportación diaria de 30 a 50 cajas, semanal 150 a 250 cajas, mensual 800-1000 cajas, el número de tallos destinados a exportación corresponde a 3000 y 5000 por día, 15.000 – 25.000 cada semana y 80.000- 100.000 tallos al mes.

El número de pedidos confirmados y enviados al mercado es de 15 al día, cada mes 250 y al año 3000 pedidos realizados. Las exportaciones se basan en función a la demanda del cliente, por ejemplo, se realiza la operación de exportación a España, la carga de varios clientes se envía en un solo proceso de embarque- exportación. La cantidad en número de tallos exportados por ProPlan Roses se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 101. Tallos de exportación

AÑOS	2017	2018	2019	2020	2021
Producción Tallos rosa miniatura spray	700.000 tallos	850.000 tallos	1.000.000 tallos	1.100.000 tallos	1.200.000 tallos

Fuente: ProPlan Roses

El canal de distribución que emplea ProPlan Roses es a través de brókeres, intermediarios, el canal indirecto permite la exportación de rosas miniatura spray, se considera que es un medio efectivo, sin embargo, el propósito es utilizar canales de distribución directos. País Origen- País Destino. La transportación del producto se lo efectúa mediante un vehículo refrigerado contrato de transporte privado que mantiene la empresa, el costo del transporte nacional corresponde a \$23 por flete, lunes a viernes, \$25 fines de semana, el precio de la distribución en el mercado nacional varía en función de la demanda, no es muy costoso. El costo del medio de transporte internacional se lo realiza en función del peso y volumen métrico de la carga, posee costos muy elevados.

El término de negociación (Incoterms) que emplea ProPlan Roses en la exportación del producto, es FCA (Free Carrier) Franco Transportista al lugar convenido. El lugar convenido es en la zona aeroportuaria del país de origen, específicamente en las cargueras de vuelo internacional. ProPlan Roses asume los costos del material de embalaje, entrega el producto con su respectivo envase y embalaje, costos de la carga y transporte interno, el personal efectúa el proceso de carga en las instalaciones de la empresa (Cuarto Frío) hacia el medio de transporte y tienen la responsabilidad de realizar el pago del transporte en origen, desde la florícola hasta el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre.

Además, ProPlan Roses asume los costos de los trámites y efectúa la documentación de exportación, factura comercial, documento de transporte de mercancías -Carta de Porte Aéreo, Certificado Fitosanitario, Lista de empaque, Declaración Aduanera de Exportación. Por lo tanto, los riesgos que asume la empresa finalizan en la terminal aeroportuaria.

El proceso logístico efectuado por ProPlan Roses desde las instalaciones de la empresa hacia los cuartos fríos del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre inicia en el área de post cosecha lugar en el que se empaca la rosa miniatura spray en excelente calidad, utilización de embalaje óptimo, al transportista de origen se le entrega la lista de empaque y las facturas de carguera para garantizar la operación de comercio exterior y el ingreso a las instalaciones aeroportuarias del medio de transporte, mercancía y transportista.

La rosa se carga en el transporte terrestre, cumpliendo parámetros de cadena de frío y se traslada a zona primaria, se efectúa la descarga del producto en las cargueras correspondientes de vuelo internacional. Agrocaldidad en conjunto con personal de cargueras, aduana y antinarcóticos realizan muestreos de calidad e inspecciones que garanticen que la rosa miniatura spray está libre de plagas, insectos y a su vez evitar envíos contaminados con sustancias sujetas a fiscalización.

El material de embalaje utilizado en la exportación de rosas miniatura spray es capuchón plástico, impreso la frase "PRODUCT GROWN IN ECUADOR" requerimiento establecido para poder efectuar la exportación de la flor, protege al producto de la

humedad y daños. Cajas de cartón corrugado como material de embalaje, las medidas corresponden a 105 cm largo, 30 cm ancho, 25 cm alto. Además, la caja contiene el logotipo de la empresa, pictogramas, números de contacto, direcciones web.

ProPlan Roses utiliza 2 métodos en la realización de cobranzas por concepto de ventas, el cheque bancario internacional y transferencia internacional. Las dificultades presentes al momento de efectuar exportaciones son los elevados precios del transporte, existencia de múltiples empresas competidoras, las agencias de carga internacional manejan cupos limitados de vuelo, por lo cual las exportaciones se afectan.

4.1.2.3. Entrevista dirigida al jefe de Producción de ProPlan Roses- Sr. Paúl Simbaña

Los aportes obtenidos de la entrevista realizada al jefe de producción de ProPlan Roses reflejan los siguientes resultados: El proceso productivo de la rosa miniatura spray inicia con la planificación y compra de plantas (esquejes de rosa miniatura spray), seguido de la preparación del suelo e invernaderos aptos para el desarrollo óptimo de la planta, luego se realiza la siembra de la rosa miniatura spray a una distancia de 80 cm a 100 cm, el proceso continúa con los cuidados, cortes, podas y fumigación constante de las plantas de rosales, la finalidad es obtener flores de calidad y belleza, además de controlar y evitar la aparición de plagas. El cultivo se lo efectúa en función a fechas programadas y por apertura del botón de la flor, de tal manera que el abastecimiento sea constante y no se generen huecos de producción.

La producción de rosas miniatura spray tiene un ciclo de vida de 10 años. Una vez sembrada la rosa miniatura spray el primer corte se lo realiza a los 8 meses. La cosecha se realiza de forma diaria, los ciclos de cosecha que se obtiene cada año son de 3 a 4, programados para efectuar cortes todos los días, todo depende del cuidado de la planta en las naves de cultivo.

Los factores determinantes en el desarrollo de la rosa miniatura spray para obtener una excelente calidad, son los cuidados nutritivos que se le otorgue al suelo, utilización de fertilizantes óptimos, de preferencia que contengan materia orgánica,

eliminación de hongos, ácaros, botritis enfermedades presentes en el cultivo de rosas miniatura spray, el clima también es un factor determinante en la obtención de rosas de calidad, puesto que a temperaturas más frías el desarrollo y corte de los tallos es tardío, a diferencia de climas cálidos donde los cortes son rápidos porque el crecimiento de la planta es más eficiente.

El costo de producción por cada tallo de rosa miniatura spray es de 0.12 centavos, en el caso del producto de exportación. En el mercado nacional el costo de producción por tallo corresponde a \$0.4 centavos, por lo cual la rentabilidad que genera el producto es adecuada. El 90% de la producción se destina al mercado internacional, mientras que el 10 % al mercado nacional.

El valor agregado o innovación del producto se basa en la producción de rosas miniatura spray de excelente calidad y belleza. ProPlan Roses cultiva diversas variedades, de colores llamativos, con una gama de colores variados, tallos largos y fuertes, pétalos y botones de alta durabilidad, la diferenciación es la estrategia sustancial de la florícola.

El jefe de producción indicó que ProPlan Roses posee infraestructura adecuada para otorgar productos de calidad. El área de empaque tiene los equipos y herramientas, pero la mejora continua siempre está presente en ProPlan Roses. En la actualidad no poseen la capacidad productiva total, porque son una empresa joven que está creciendo, en un período no superior a 5 años alcanzarán los niveles productivos más altos.

La empresa se encuentra en etapa de desarrollo, por lo tanto, a mayores niveles de producción se necesita más equipo, por ejemplo: terrenos, naves de cultivo, mesas de proceso, embalaje, mayor espacio en el área de post cosecha, cuartos fríos. Las principales dificultades en el área de producción son, los altos costos en insumos agrícolas, fumigación, abonos, material de embalaje. El clima en los últimos tiempos es variante, la presencia de vientos y lluvias ocasiona daños a los invernaderos, rotura de plásticos, presencia de enfermedades en los cultivos, lo que genera gastos a corto y medio plazo.

4.1.2.4. Entrevista dirigida al Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PROECUADOR- Economista. Carolina Vargas

La entrevista aplicada a la especialista sectorial, Economista. Carolina Vargas, presenta los siguientes resultados: Pichincha es la provincia con mayores niveles de producción y exportación de rosas miniatura spray. Las florícolas se concentran en el cantón Pedro Moncayo, Cayambe y parroquias rurales del Distrito Metropolitano de Quito. La rosa miniatura spray es un producto competitivo y vendible en el mercado internacional, el cultivo ha empezado a crecer en el país por la demanda que presenta. Además, la demanda se mantendrá constante porque el sector floricultor se encuentra en etapa de madurez, consolidado en el mercado internacional.

Los principales competidores internacionales de Ecuador son Holanda, Colombia, Kenia, Etiopía los mercados con mayor potencialidad en exportación de rosas miniatura spray producidas en Ecuador son Estados Unidos, Holanda, Alemania, Rusia, Países Bajos. Ecuador cultiva alrededor de 200 variedades de rosas; el mercado con mayor potencial es Estados Unidos, porque la flor nacional de este país es la "Rosa" Los ciudadanos de EEUU tienen gran sentido de pertenencia y el regalo ideal siempre va a ser una rosa.

La ventaja competitiva que presenta la rosa miniatura spray con respecto a la competencia internacional es el brillo, color intenso, perpendicularidad del tallo, larga duración en florero (15 días promedio) es una flor fuerte, resistente. Se debe por la situación geográfica, rayos del sol, se cultiva en alturas de 1500-2500 msnm. Con la Competencia Nacional no existe diferencias significativas, las provincias productoras de rosas son: Pichincha, Cotopaxi, Imbabura, Carchi y Azuay.

Los estándares de calidad y documentos técnicos que deben cumplir las rosas miniatura spray en el proceso de exportación es la obtención del Certificado Fitosanitario porque el documento evidencia que la rosa cumple estándares de calidad, libre de plagas e insectos, el documento lo solicita el país de destino. Agrocalidad es la institución encargada de realizar inspecciones previas para otorgar el certificado fitosanitario. Además, las certificaciones, Flor Ecuador, Fairtrade, Rainforest Alliance, BASC, respaldan buenas prácticas agrícolas, no existencia de trabajo infantil en las florícolas, seguridad en la no contaminación de la carga.

El conflicto bélico entre Rusia y Ucrania evidencia afectaciones al sector floricultor de Ecuador porque con Ucrania existe cero intercambios comerciales, todo lo que se vendía ya no se lo hace. Con Rusia el intercambio comercial ha disminuido 30%. El sector comercial floricultor si se ha afectado, porque es una situación compleja. Además, el mercado ruso prefiere importar rosas grandes, tallos gruesos, sin embargo, en los últimos tiempos la cultura de consumo de los rusos ha cambiado. Los rangos de precio promedio van de 0.35 centavos a 1.00 dólar.

El sector floricultor de Ecuador está consolidado, lleva 40 años en el mercado, posee un gremio muy fuerte, con personal de excelencia realiza estudios de mercado profundos (Expoflores) Los productores de rosas miniatura spray a fin de fortalecer las exportaciones del producto deben implementar las siguientes estrategias:

- Inteligencia de Mercados
- Participación en Ferias Comerciales Internacionales.
- Misiones Comerciales, Agendas de Negocio.
- Ferias Locales, se realiza cada 2 años, Expo Flor Ecuador.
- Ser formales, los productores de rosas deben ser muy formales, ya que las rosas tienen regalías, el productor informal daña el mercado de flores porque oferta precios bajos y no cancela concepto de regalías.
- Llegar al cliente directo, es uno de los puntos clave porque el producto generalmente se comercializa a través de intermediarios.
- Creación de bodegas en el país de destino, la inversión es fuerte, sin embargo, el envío se efectúa de forma directa al cliente, floristerías. En Ecuador las empresas que han implementado este modelo de estrategia en el exterior son muy pocas.

El Viceministerio de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROEcuador) se enfoca en proyectos que fortalezcan las exportaciones, por medio de herramientas no financieras como ferias internacionales, misiones comerciales, agendas de negocios.

4.1.2.5. Entrevista dirigida a la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario

AGROCALIDAD- Ingeniero. Gabriel García

La entrevista aplicada al analista de certificación fitosanitaria, Ingeniero. Gabriel García, establece los siguientes resultados: El sector floricultor de la provincia de Pichincha presenta tendencias de incremento de las exportaciones, pese a la guerra de Ucrania- Rusia y pandemia, factores que frenaron el incremento de exportaciones de rosas miniatura spray.

La rosa miniatura spray es un producto vendible y competitivo en el mercado internacional, dirigido en mayor frecuencia a Europa y Estados Unidos; en la actualidad la difusión es importante porque la rosa miniatura spray presenta alta competitividad en el exterior. Además, el producto incrementará la demanda porque tiene acogida por su calidad y belleza, Ecuador cultiva rosas de excelencia.

Los principales competidores internacionales del país en producción y exportación de rosas miniatura spray son Colombia y países de África tales como, Kenia, Etiopía. Los mercados con mayor potencialidad en demanda del producto son Estados Unidos, Rusia, Ucrania, países de Medio Oriente (Arabia Saudita, Catar) El mejor mercado internacional para la exportación de rosas miniatura spray es: por volumen, Estados Unidos y por precios, Rusia y países aledaños.

La ventaja competitiva que presenta la rosa miniatura spray cultivada en la provincia de Pichincha se debe a la posición geográfica, existen mayores horas luz, por lo que los colores del rosal son más vivos y brillantes, las plantas de Cotopaxi no presentan las mismas características, sin embargo, el producto también es de excelente calidad. Los estándares de calidad que debe cumplir la rosa miniatura spray a fin de ser exportada son, producto libre de plagas, empaques nuevos y de primer uso, mantener el control total de la cadena de frío y cumplir procesos de certificación. En la exportación de ornamentales el certificado fitosanitario es el documento que sustenta que el producto esté libre de plagas, en especial de trips y ácaros.

El conflicto bélico entre Ucrania y Rusia, evidencia grandes afectaciones porque los dos países son muy buenos mercados, Ucrania y Rusia efectuaban importaciones de rosas miniatura spray en grandes volúmenes.

El productor y exportador de rosas miniatura spray a fin de fortalecer las exportaciones del producto debe implementar estrategias tales como, realizar procesos de promoción, presentaciones en ferias internacionales, coordinación con Pro Ecuador, Expoflores. La Institución no posee proyectos que incentiven la producción del producto, entidades del sector florícola exportador son quienes poseen esta competencia.

4.1.2.6. Entrevista dirigida a la Competencia, Empresa “Asociados y Cajas” Sr. Edison Cajas Gerente General

Los aportes obtenidos de la entrevista realizada al Gerente General de la empresa “Asociados y Cajas” demuestran que el sector floricultor de la provincia de Pichincha está creciendo, la rosa miniatura spray es un producto nuevo en el mercado, en la parroquia El Quinche el cultivo está desarrollándose. La rosa miniatura spray posee una elevada demanda y competitividad, por las características que posee la flor, por ello es un producto vendible y apreciado en el mercado exterior. La demanda ha crecido y seguirá haciéndolo, en la actualidad existen más empresas productoras de rosas miniatura spray.

La competencia internacional radica en los siguientes países: Colombia es el mayor y principal competidor de Ecuador en la exportación de rosas miniatura spray, Perú también exporta el producto en menor cantidad, porque compra la rosa miniatura spray a Ecuador y Colombia para la posterior exportación, seguido de Etiopía, Kenia, Canadá, Israel y Kazajistán.

Los destinos internacionales que demandan el producto son: Estados Unidos importa rosas miniatura spray todo el año, Chile, Rusia, España. Uruguay, Holanda, Países Bajos y Alemania son las naciones que poseen la mayor potencialidad en la exportación de rosas miniatura spray cultivadas en Ecuador. El mercado internacional de élite es Estados Unidos, porque es un país muy fuerte, la demanda de la rosa miniatura spray es tan grande que las empresas productoras en Pichincha no abastecen el mercado de estados y ciudades como Miami y Texas.

La rosa miniatura spray de Ecuador tiene características muy especiales, la ventaja competitiva radica en la diferenciación del producto, porque las tonalidades, brillo,

textura, tamaño, durabilidad de la rosa son únicas, todo es posible por la ubicación geográfica del país, Ecuador se ubica en el centro del mundo y es lo que marca la diferencia. En el ámbito nacional no existe mayor diferenciación del producto, las demás provincias productoras, también envían flores miniatura de alta calidad.

Los estándares de calidad son el elemento principal en la exportación de rosas miniatura spray, por lo tanto, la flor debe estar totalmente sana, libre de plagas, tono de coloración óptimo y brillante, la rosa miniatura spray debe estar fuerte y robusta. El cliente internacional exige calidad total, existen tres clases:

- **Clase A:** la rosa miniatura spray es considerada de élite, cumple parámetros de calidad óptimos.
- **Clase B:** la rosa miniatura spray presenta características como tallos y botones de tamaño medio.
- **Clase C:** la rosa miniatura spray presenta tallos y botones pequeños.

En la exportación de rosas miniatura spray el Certificado Fitosanitario, es el documento emitido por Agrocalidad, garantiza la producción y exportación de flores libre de ácaros y botritis. También los documentos base en la exportación del producto son la factura comercial internacional, documento de transporte aéreo, cumplir las normas de etiquetaje exigido por el cliente, en función de colocar en cada caja de exportación las etiquetas correspondientes. Los períodos del año en los que se efectúa la mayor demanda internacional de rosas miniatura spray son:

- **San Valentín:** colores rojo y blanco se exportan en 70% los demás colores 30%
- **Día de las Madres:** colores blanco y rojo exportación del 30% los demás colores 70% (amarillo, rosado, anaranjado, morado, bicolors)
- **Navidad:** todos los colores 100%
- **Junio-Octubre:** en el mercado internacional se celebran bodas, graduaciones, bautizos, se exportan todos los colores 100%

Los colores de rosa miniatura spray que la empresa exporta en mayor frecuencia son colores, rojos, rosados, amarillos, anaranjados, colores durazno, bicolors; se exportan todo el año, es un producto muy apreciado. El color blanco posee mayor demanda; sin embargo, todos los colores son valorados.

La longitud del tallo que la rosa miniatura spray debe tener a fin de ser exportada es un mínimo de 40cm y máximo de 60 cm. El mercado internacional no demanda tallos de rosa miniatura spray muy largos, prefiere importar medidas entre 40cm y 60 cm. A diferencia de la rosa estándar que debe cumplir medidas del tallo de 60cm y 1.20cm sobre todo en la exportación al mercado ruso. El tamaño del botón de la rosa miniatura spray que la empresa "Asociados Cajas" exporta en mayor frecuencia es de 3.5 cm. Todo depende de la exigencia del cliente internacional y del tipo de variedad, los botones de la flor presentan medidas entre 3 y 5 cm.

Las estrategias que los productores y exportadores de rosas miniatura spray deben implementar son: Efectuar investigación profunda, porque el negocio de floricultura no es fácil, antes de iniciar la exportación del producto tener el conocimiento adecuado, porque en el camino existen brechas, si las empresas floricultoras están preparadas avanzan, caso contrario desaparecen.

4.1.3 Resultado Encuestas

4.1.3.1 Encuestas aplicadas a empresas importadoras de Estados Unidos-Texas

Las encuestas se aplicaron a las empresas, Horex USA, Lihmil Inc, Alcoflower, Quality Flowers, Protean Farms ubicadas en la ciudad de Dallas, estado de Texas, Estados Unidos, evidencian los siguientes resultados.

Pregunta 1. ¿Usted adquiere rosas variedad miniatura spray?

Las 5 empresas encuestadas respondieron que, si adquieren rosas miniatura spray, con un total del 100%, ProPlan Roses tiene excelentes oportunidades para iniciar procesos de negociación y exportación en el mercado de Estados Unidos, Dallas.

Tabla 102. Adquisición de rosas miniatura spray

Opción	Respuesta	Porcentaje
Si	5	100%
No	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Elaboración propia



Figura 21. Compra de rosas miniatura spray

Fuente: Elaboración propia

Pregunta 2. ¿De qué países importa rosas miniatura spray?

Holex USA, Lihmil Inc, Alcoflower, Quality Flowers, Protean Farms, empresas del sector floricultor indican que importan rosas miniatura spray desde Ecuador, el resultado demuestra que existen grandes oportunidades en el mercado estadounidense, estado de Texas, Ecuador se ubica en la posición número uno con el 38%. Las rosas miniatura spray producidas por ProPlan Roses poseen la calidad y belleza, por lo tanto, la exportación del producto es viable. Las empresas encuestadas también indican que el producto se importa desde Colombia, ubicándose en segundo lugar con el 31%. Seguido de Holanda con el 15% Kenia y Etiopía con un valor porcentual del 8% Principales naciones productoras y exportadoras de rosas miniatura spray a nivel mundial.

Tabla 103. Importadores de rosas miniatura spray

Opción	Respuesta	Porcentaje
Ecuador	5	38%
Colombia	4	31%
Kenya	1	8%
Ethiopia	1	8%
Netherlands	2	15%
Others	0	0%
TOTAL	13	100%

Fuente: Elaboración propia

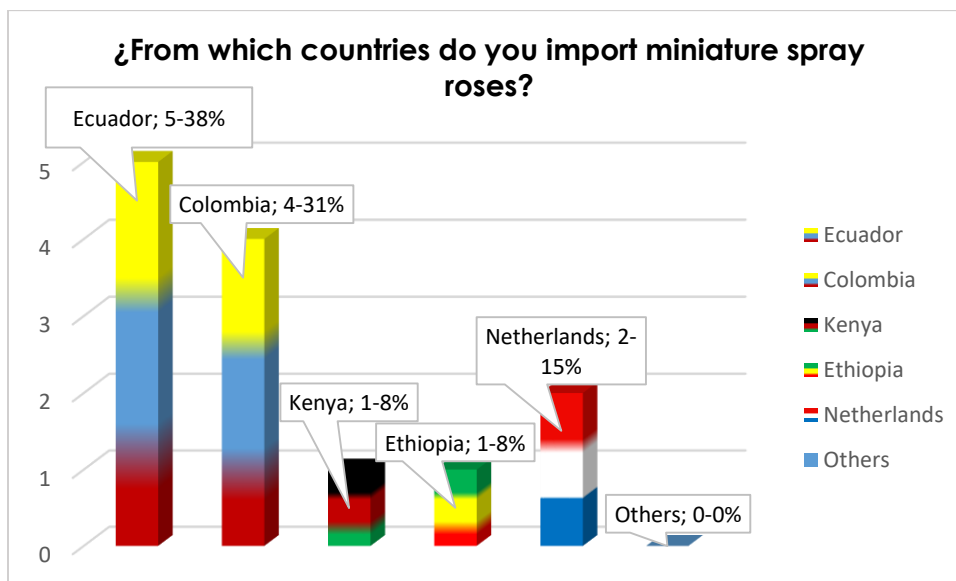


Figura 22. Países de los que importa rosas miniatura spray
Fuente: Elaboración propia

Pregunta 3. ¿Qué períodos del año se efectúa la mayor demanda de rosas miniatura spray?

Los períodos del año en los que se efectúa la mayor demanda de rosas miniatura spray es en el mes de diciembre por Navidad 20%, mes de febrero celebración del Día de San Valentín 20%, mes de marzo celebración del Día de la Madre valor porcentual del 20% Seguido del Día de la mujer con el 16% el 12% menciona el Día de acción de gracias fecha que se celebra en Estados Unidos. Mientras que 12% indica en otras fechas. Los resultados de la encuesta aplicada evidencian que la demanda de la rosa miniatura spray es constante durante todo el año.

Tabla 104. Períodos de mayor demanda

Opción	Respuesta	Porcentaje
Christmas	5	20%
Valentine's Day	5	20%
Mother's Day	5	20%
Women's Day	4	16%
Thanksgiving Day	3	12%
Others	3	12%
TOTAL	25	100%

Fuente: Elaboración propia

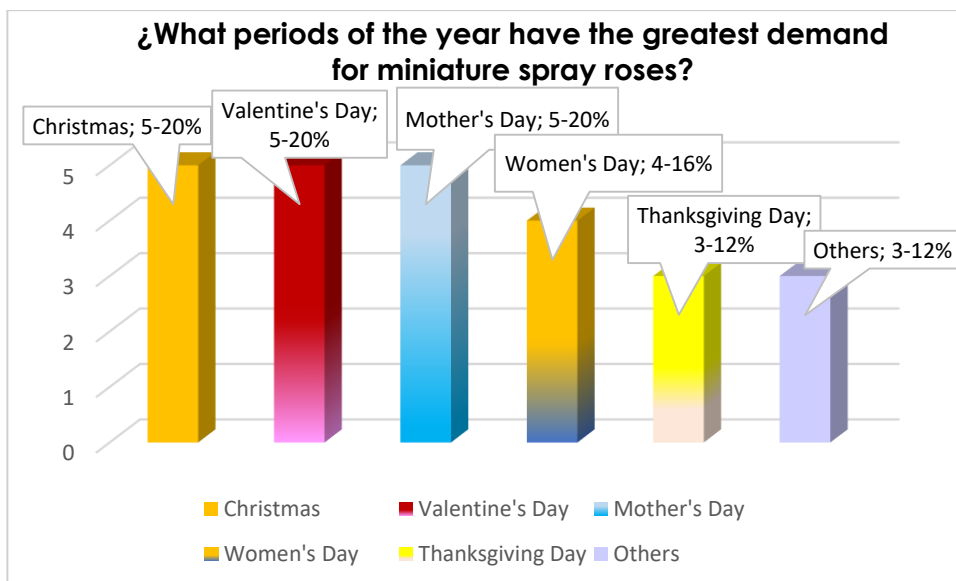


Figura 23. Períodos de mayor demanda de rosas miniatura spray

Fuente: Elaboración propia

Pregunta 4. ¿Qué cantidad de tallos de rosas miniatura spray importa la empresa cada mes?

Las 5 empresas encuestadas, correspondiente al 100% establecen que importan cada mes una cantidad superior a 4001 tallos de rosas miniatura spray, por ende, el producto tiene acogida y demanda en el mercado estadounidense, estado de Texas. ProPlan Roses posee la oportunidad de ofertar el producto a Horex USA, Lihmil Inc, Alcoflower, Quality Flowers, Protean Farms, de esta manera trabajar con clientes del mercado meta y fortalecer exportaciones directas de la empresa.

Tabla 105. Tallos de importación

Opción	Respuesta	Porcentaje
1000 to 2000 stems	0	0%
2001 to 3000 stems	0	0%
3001 to 4000 stems	0	0%
4001 to more stems	5	100%
TOTAL	5	100%

Fuente: Elaboración propia

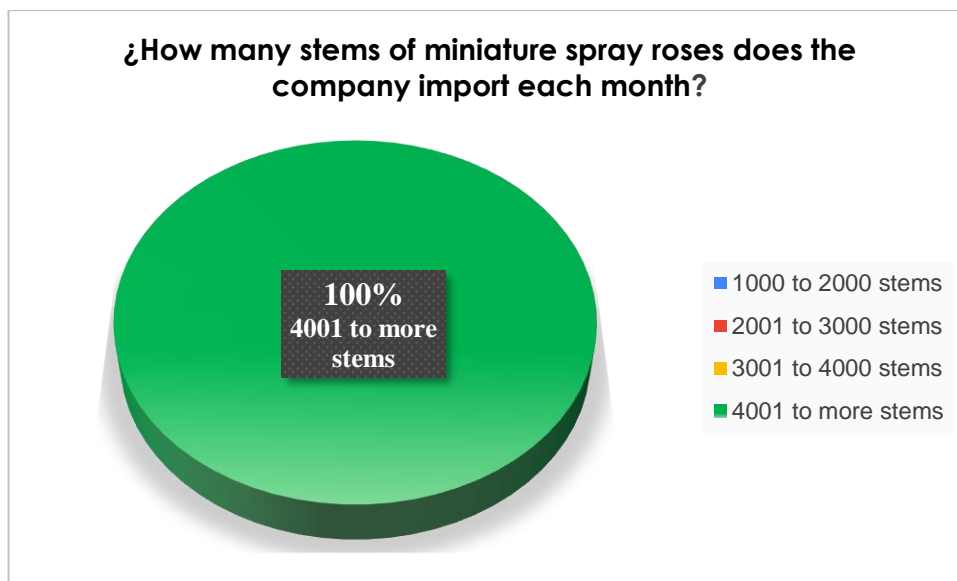


Figura 24. Importación de tallos rosa miniatura spray
Fuente: Elaboración propia

Pregunta 5. ¿Qué estándares de calidad debe cumplir la rosa miniatura spray para ser importada?

El 26% de las empresas encuestadas indica que la durabilidad es el principal estándar de calidad que debe cumplir la rosa miniatura spray a fin de ser importada, porque el consumidor estadounidense exige que el producto debe durar en florero 15 días, además la durabilidad es un indicador de resistencia y fortaleza de la flor porque permite el traslado óptimo del producto desde origen hacia destino. El 21% establece que el color es primordial porque el mercado de Estados Unidos demanda rosas miniatura spray de colores diversos, brillantes e intensos. Tamaño del tallo con el 21% diámetro del botón 21% y empaque 11% En general todos los estándares de calidad expuestos en la gráfica son factores base para la importación de rosas miniatura spray desde Estados Unidos.

Tabla 106. Estándares de calidad

Opción	Respuesta	Porcentaje
Color	4	21%
Stem size	4	21%
Durability	5	26%
Button diameter	4	21%
Packing	2	11%
Others	0	0%
TOTAL	19	100%

Fuente: Elaboración propia

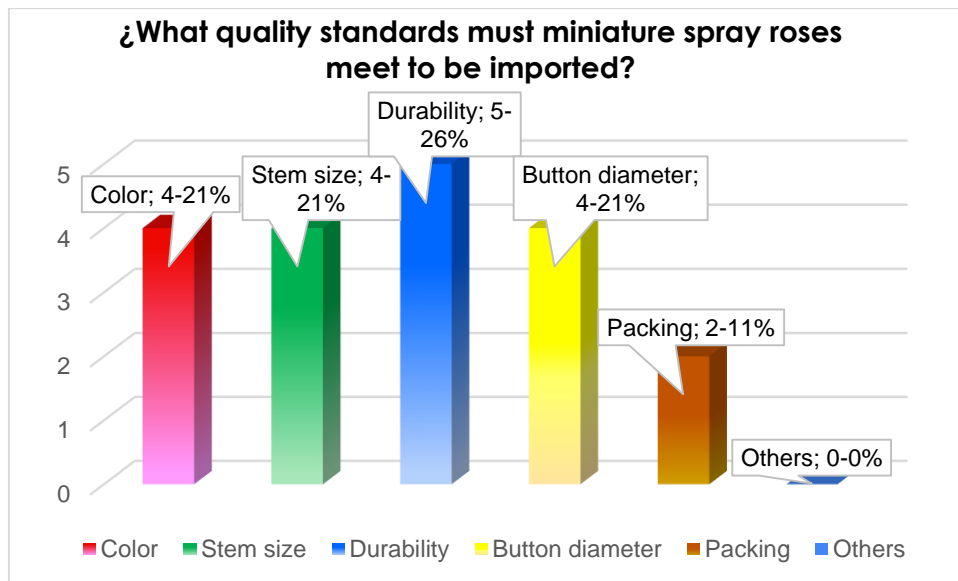


Figura 25. Estándares de calidad rosa miniatura spray
Fuente: Elaboración propia

Pregunta 6. ¿Qué colores de rosa miniatura spray importa la empresa en mayor frecuencia?

El 31% establece que la rosa miniatura spray de color blanco es la flor que las empresas estadounidenses importan en mayor frecuencia porque es un color neutro que se utiliza todo el año en eventos, decoraciones, arreglos florales, desarrollo de bouquets. El 19% indica que el color rojo también presenta frecuencia de compra porque se adquiere en mayor cantidad en los meses de febrero, marzo, diciembre, junio, octubre. Seguido de rosas miniatura spray de color amarillo 19% Rosado 13% Anaranjado 6% y otros colores 13%, todos los colores presentan demanda en el mercado meta, por lo tanto, la gama y tonalidad de colores presentes en las rosas variedad miniatura spray debe ser diversa.

Tabla 107. Colores rosas miniatura spray

Opción	Respuesta	Porcentaje
White	5	31%
Red	3	19%
Pink	2	13%
Yellow	3	19%
Orange	1	6%
Others	2	13%
TOTAL	16	100%

Fuente: Elaboración propia

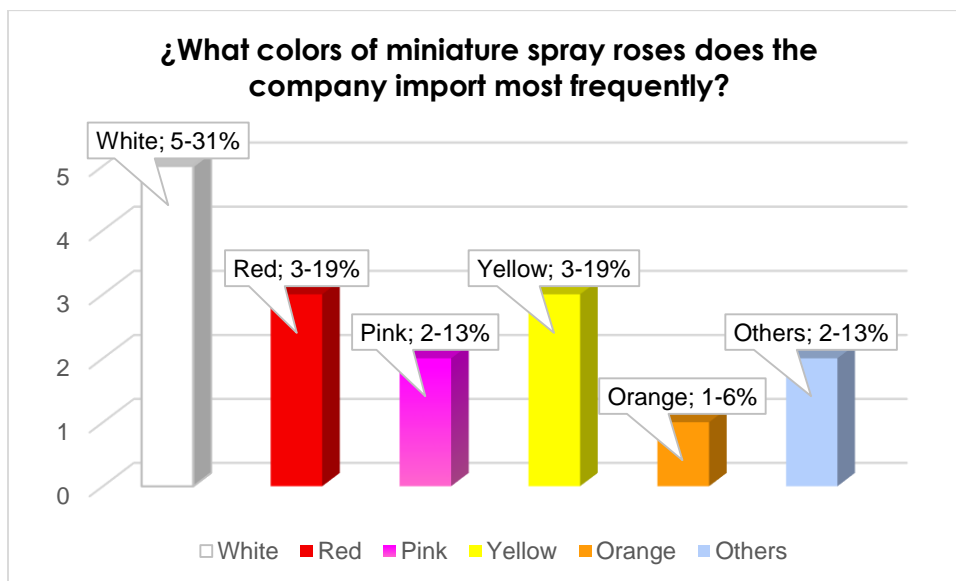


Figura 26. Color de rosa miniatura spray importado en mayor frecuencia
Fuente: Elaboración propia

Pregunta 7. ¿Cuál es la preferencia respecto al tamaño del tallo que la rosa miniatura spray debe tener para ser importada?

El 100% de las empresas encuestadas, Horex USA, Lihmil Inc, Alcoflower, Quality Flowers, Protean Farms, establecen que el tamaño del tallo debe tener una longitud de 40 a 60 centímetros, porque la rosa miniatura spray se utiliza en la preparación de arreglos florales pequeños y medianos, por lo tanto, el tallo de la flor debe cumplir la longitud especificada.

Tabla 108. Preferencia tamaño del tallo

Opción	Respuesta	Porcentaje
40 - 60 cm	5	100%
61 - 80 cm	0	0%
81 - 1.00 m	0	0%
1.01 m - more	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Elaboración propia

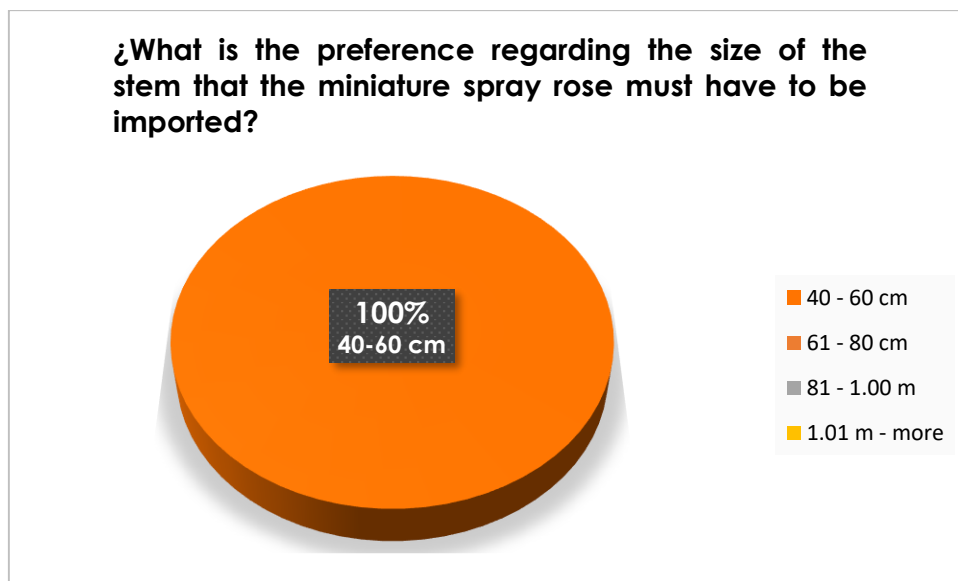


Figura 27. Preferencia de importación tamaño del tallo
Fuente: Elaboración propia

Pregunta 8. ¿Cuál es el tamaño del botón de la rosa miniatura spray que la empresa prefiere importar?

Las empresas Lihmil Inc, Alcoflower, Quality Flowers, Protean Farms señalan que prefieren importar botones de rosa miniatura spray de tamaño medio, porque la cabeza o botón floral debe mantener correlación con la longitud y grosor del tallo, el valor comercial del producto depende de la afinidad que tiene el tallo con el botón, correspondiente al 80% de los encuestados. La empresa Horex USA tiene preferencia en la importación de botones florales tamaño grande, valor porcentual del 20%.

Tabla 109. Preferencia tamaño del botón

Opción	Respuesta	Porcentaje
Small button	0	0%
Medium button	4	80%
Big button	1	20%
TOTAL	5	100%

Fuente: Elaboración propia

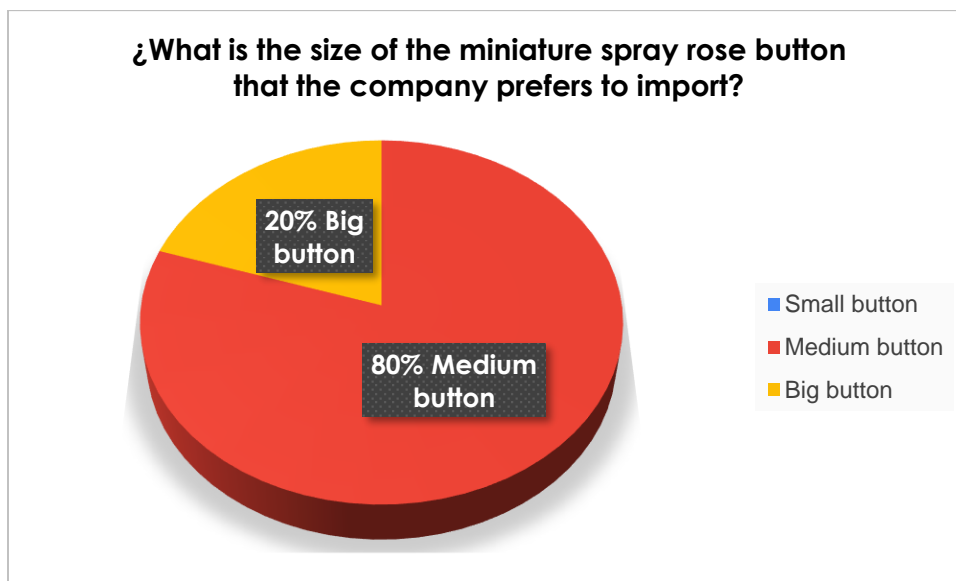


Figura 28. Preferencia de importación tamaño del botón floral
Fuente: Elaboración propia

Pregunta 9. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por cada tallo de rosa miniatura spray?

El 60 % de las empresas encuestadas afirma que estarían dispuestas a pagar por cada tallo de rosa miniatura spray un valor de 0.41 a 0.50 centavos, mientras que el 40% cancelaría de 0.31 a 0.40 centavos. Por lo tanto, ProPlan Roses debe establecer el precio más adecuado, en función del costo de producción por cada tallo y generar rentabilidad a corto, mediano y largo plazo.

Tabla 110. Precio a pagar por tallo

Opción	Respuesta	Porcentaje
0.20 – 0.30 cents	0	0%
0.31 – 0.40 cents	2	40%
0.41 – 0.50 cents	3	60%
0.51 cents – more	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Elaboración propia

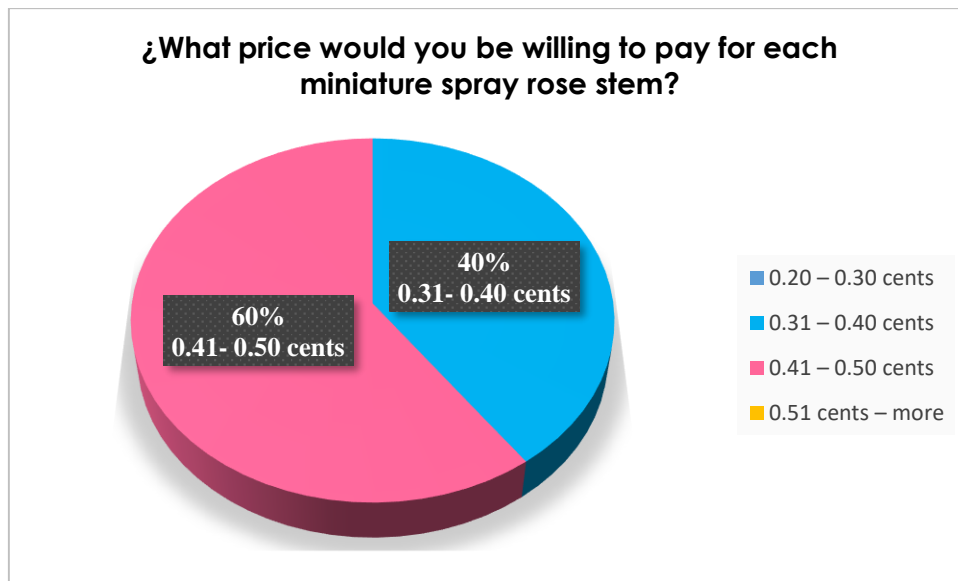


Figura 29. Precio por cada tallo de rosa miniatura spray
Fuente: Elaboración propia

Pregunta 10. ¿Qué canal de distribución prefiere utilizar en el proceso de compraventa internacional?

Holex USA, Lihmil Inc, Alcoflower, Quality Flowers, Protean Farms, 100% de las empresas encuestadas prefieren utilizar el canal de distribución mayorista en el proceso de compraventa internacional, porque la exportación directa permite la comunicación bidireccional entre el exportador e importador, además el productor ejerce mayor control en temas logísticos, administrativos, marketing, tendencias del mercado, posicionamiento del producto e imagen empresarial en país de destino, etc.

De esta manera ProPlan Roses puede conocer el mercado internacional sin la presencia de intermediarios, porque tiene contacto directo con el cliente extranjero, en este caso empresas del sector floricultor del estado de Texas- EEUU.

Tabla 111. Preferencia de Canal de Distribución

Opción	Respuesta	Porcentaje
Wholesale distribution channel	5	100%
Retail distribution channel	0	0%
Total	5	100%

Fuente: Elaboración propia

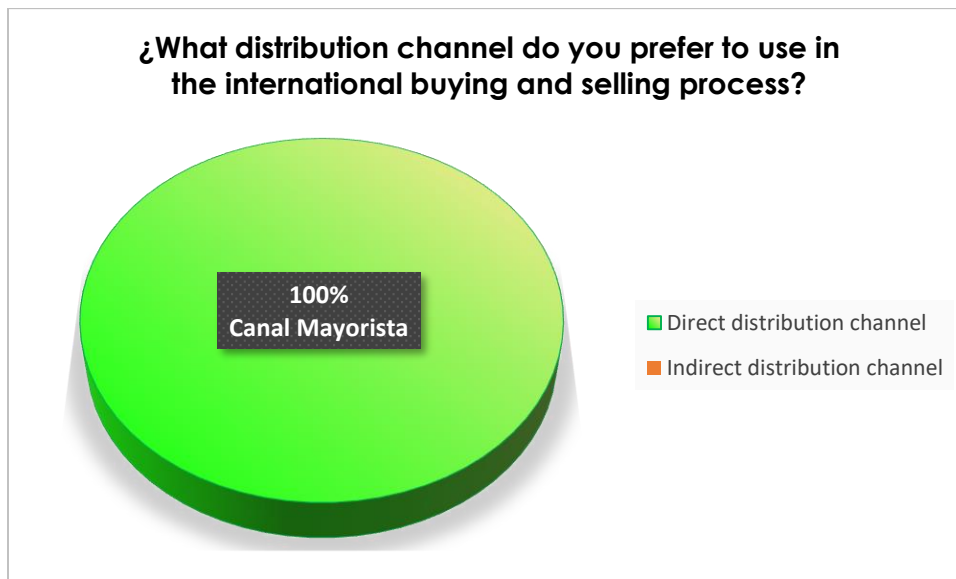


Figura 30. Canal de Distribución proceso de compra venta internacional
Fuente: Elaboración propia

Pregunta 11. ¿Qué término de negociación (Incoterms) prefiere utilizar en el proceso de importación de rosas miniatura spray?

Holex USA, Lihmil Inc, Alcoflower, Protean Farms señalan que prefieren emplear el término de negociación (Incoterms) FCA correspondiente al 80% puesto que en el sector florícola se lo utiliza de forma habitual, el vendedor, empresa ProPlan Roses asume la responsabilidad de entregar la carga embalada de forma óptima, carga del producto en el vehículo refrigerado, costos del transporte interno en país de origen, trámites y documentación de despacho de exportación.

El comprador, empresas importadoras del estado de Texas-EEUU asumen la responsabilidad desde el lugar convenido entre las partes, en este caso, zona primaria, Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre, el importador efectúa el proceso de carga al medio de transporte internacional en país de origen, contrato del transporte principal, gastos de manipulación, formalidades aduaneras de importación, transporte interno en destino, descarga y entrega de mercancía es responsabilidad del comprador. El 20% desea emplear el término de negociación FOB.

Tabla 112. Incoterms proceso de importación

Opción	Respuesta	Porcentaje
FOB	1	20%
CIF	0	0%
FAS	0	0%
CFR	0	0%
FCA	4	80%
CPT	0	0%
CIP	0	0%
EXW	0	0%
Others	0	0%
TOTAL	5	100%

Fuente: Elaboración propia

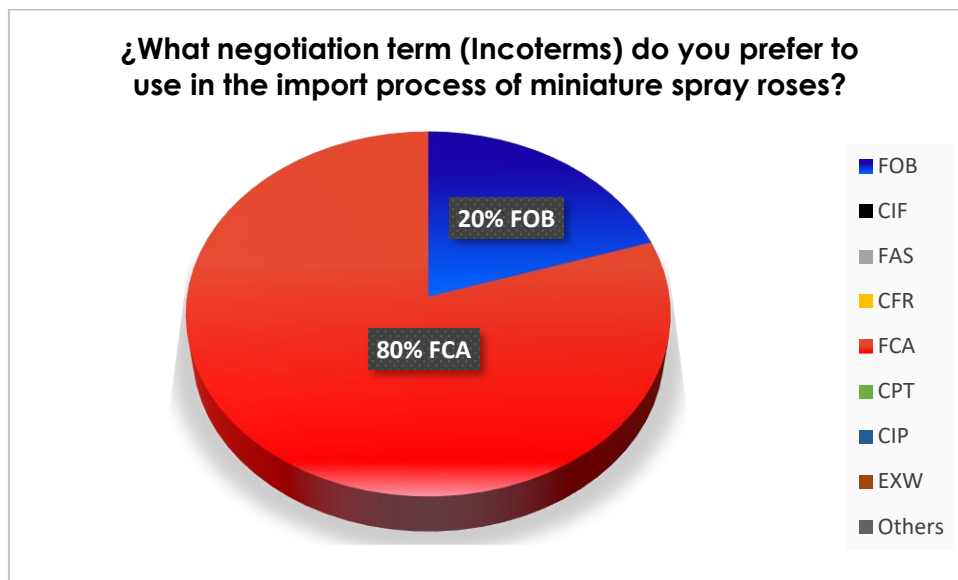


Figura 31. Incoterms, importación de rosas miniatura spray

Fuente: Elaboración propia

Pregunta 12. ¿Estaría dispuesto a importar rosas miniatura spray desde Ecuador?

El 100% de las empresas señala que, si están dispuestas a importar rosas miniatura spray desde Ecuador, por ende, las rosas cultivadas y producidas por ProPlan Roses poseen elevadas oportunidades de compra y acogida en el mercado del estado de Texas-Estados Unidos. Iniciar procesos de comunicación y negociación otorgaría múltiples ventajas a la imagen comercial de la empresa y producto.

Tabla 113. Disposición de importación

Opción	Respuesta	Porcentaje
Yes	5	100%
No	0	0%
Total	5	100%

Fuente: Elaboración propia

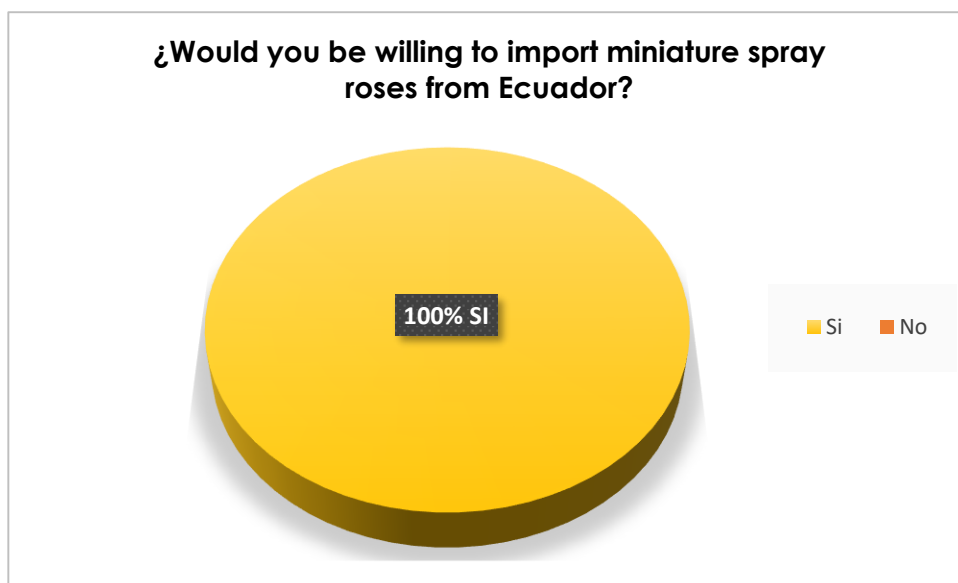


Figura 32. Disposición importación de rosas miniatura spray

Fuente: Elaboración propia

4.2. DISCUSIÓN

El desarrollo del proyecto investigativo permitió identificar la oportunidad de mercados internacionales para la exportación de rosas miniatura spray de la microempresa PROPLAN ROSES, ubicada en la Parroquia El Quinche, Provincia de Pichincha. La investigación se sustentó en el análisis del objetivo general y objetivos específicos, que contribuyeron en otorgar respuestas a la problemática planteada, además de dar alcance a las diferentes etapas del proyecto.

El primer objetivo específico se basó en "Fundamentar bibliográficamente la oportunidad de mercados internacionales para la exportación de rosas miniatura spray" mismo que se cumplió a través del análisis de información de fuentes primarias como entrevistas realizadas a las principales autoridades de la microempresa ProPlan Roses y expertos del tema de estudio. Además, se aplicó encuestas a cinco empresas importadoras de rosas miniatura spray, ubicadas en la ciudad de Dallas- Estados Unidos. Se consideró fuentes secundarias de libros, artículos científicos, páginas web de sitios oficiales.

El segundo objetivo fue "Determinar el mercado internacional óptimo para la exportación de rosas miniatura spray de la microempresa PROPLAN ROSES, parroquia El Quinche – Pichincha" para su cumplimiento se identificó a los países con mayores volúmenes de importación de la partida arancelaria 0603.11.00.00 flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma, corresponde a Estados Unidos, Países Bajos y Alemania, a través del análisis del perfil de oportunidades y amenazas del medio, matriz POAM se establece que Estados Unidos es el mercado óptimo para la exportación de rosas miniatura spray, producidas por ProPlan Roses. La valoración obtenida fue de 1.30 puntos.

La segmentación del mercado identificó a la ciudad de Dallas, estado de Texas como el área potencial de adquisición de rosas provenientes de Ecuador, al ser el segundo estado con mayor número poblacional y superficie territorial, existen múltiples empresas mayoristas y minoristas del sector floricultor. Además, la posición estratégica y geográfica permite tener mayor proximidad con productores de América del Sur, Ecuador.

El tercer objetivo postulado "Elaborar el estudio de mercado, técnico y financiero para la exportación de rosas miniatura spray de la microempresa PROPLAN ROSES, parroquia El Quinche – Pichincha" para su cumplimiento se analizó información del producto, oferta, demanda, proceso de exportación, producción, canales de distribución, envase, embalaje, etiqueta, precios, competencia en el mercado de destino.

Las rosas miniatura spray cultivadas en Ecuador se destinan en mayor cantidad al mercado estadounidense, porque es el principal socio comercial del país con una participación del 25% en las exportaciones totales y 45.3% exportación de flores, de acuerdo con el Banco Central de Ecuador. Además, (EXPOFLORES, 2022) agrega que el 75% de las exportaciones de flores las concentra las rosas, este comportamiento ubica al Ecuador en el tercer exportador a nivel mundial, y segundo exportador hacia el mercado de Estados Unidos, las rosas representan el 5.6% de participación de exportaciones no petroleras y quinto producto de exportación no tradicional. Pichincha concentra a múltiples empresas floricultoras de altos niveles de producción de rosas, ubicadas en los cantones de Cayambe, Pedro Moncayo y parroquias rurales de Quito, entre ellas El Quinche, seguido de las provincias de Cotopaxi, Imbabura, Carchi y Azuay.

La rosa miniatura spray presenta ventajas competitivas y comparativas, puesto que la diferenciación es el factor esencial que otorga competitividad a la flor en los diversos mercados internacionales. Las características radican en la calidad, belleza, intensidad de colores, botón floral, tallos, hojas vigoras y resistentes, además la durabilidad de la planta en florero corresponde a 15 días.

La creatividad del productor ecuatoriano e innovación permanente del producto es otro factor que brinda competitividad porque las rosas miniatura spray se tinturan, escarchan, eternizan, e incluso se efectúa impresiones de frases en los pétalos de la flor para su posterior exportación. La ventaja comparativa brinda beneficios al productor y exportador de rosas ecuatorianas porque la ubicación geográfica, condiciones climatológicas, suelos fértiles y productivos permiten cultivar rosas miniatura spray durante todo el año, a una altitud de 2800 a 3000 metros sobre el nivel del mar.

Los autores (Prado & Vanel, 2020) en su artículo científico "Una Inserción Particular en el Comercio Agrícola Mundial: El Caso de la Rosa Ecuatoriana" coinciden que la diferenciación es la mayor fortaleza de la rosa miniatura spray cultivada en Ecuador, porque la calidad es única e innata, también adicionan que la diversificación de variedades cultivadas en las fincas ecuatorianas genera ventajas competitivas en el mercado internacional, porque se produce mayor oferta exportable y la demanda es creciente. Cada finca en Ecuador cultiva en promedio 57 variedades de rosas por lo cual la tasa de rotación de cultivo es diversa correspondiente al 10%. A diferencia de sus competidores quienes se han especializado en la producción a escala.

(EXPOFLORES, 2022) concuerda que las rosas presentan crecimiento en la demanda, porque datos estadísticos reflejan que, entre marzo de 2021 y marzo de 2022, 8 de 12 meses presentaron incremento superior al 5% los meses de febrero y marzo año 2022 evidencian crecimiento moderado hasta el 5%. Los resultados demuestran que la rosa miniatura spray posee acogida y demanda constante durante todo el año, el producto es vendible y competitivo.

La autora (Lima Escobar, 2019) en su trabajo de tesis "Oportunidad de Mercados Internacionales para la comercialización de flores de la Empresa Altas Cumbres Flowers de La Provincia del Carchi" sostiene que los países africanos Kenia y Etiopía y el país suramericano Colombia establecen la ventaja competitiva enfocados en liderar en costos, puesto que la mano de obra es más barata en comparación a Ecuador, además las naciones competidoras se han especializado en la producción de economías de escala. Por consiguiente, el modelo de negocio que emplea el sector floricultor de Ecuador se basa en la producción medida y bajo pedido.

Además el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PROECUADOR agrega, que el canal de distribución mayorista se utiliza con frecuencia, los resultados demuestran que la exportación directa es el medio idóneo para efectuar la venta de rosas miniatura spray hacia el mercado de Estados Unidos, las encuestas reflejan que el cliente internacional prefiere comunicarse de forma directa con el productor en país de origen, de tal manera que el intermediario no sea partícipe del proceso de compra venta internacional, porque la exportación directa genera mejor rentabilidad tanto para el exportador e importador.

Por lo tanto, la exportación directa brinda conocimiento de los procesos logísticos, fortalecimiento de la exportación y marketing, permite mantener comunicación bidireccional con el cliente extranjero sea mayorista, minorista o consumidor final. Además, el exportador de Ecuador adquiere mayor control en el posicionamiento del producto, imagen empresarial, tendencias del mercado en país de destino. El autor (Paredes, 2019) en su proyecto de grado "Posicionamiento de los floricultores ecuatorianos, frente a los cambios y tendencias del mercado Ruso, Americano, Europeo y Chino en la exportación de rosas de corte, como fuente para la toma de decisiones" coincide que la estrategia comercial de Ecuador se basa en la producción diversificada, en el país existe alto número de productores y fincas pequeñas que cultivan 500 variedades en todo el territorio, el doble de los competidores que se enfocan en la producción a gran escala.

La entrevista realizada a la Econ. Carolina Vargas del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PROECUADOR, agrega que los canales de distribución en Estados Unidos son amplios y en los últimos años se han transformado, el canal mayorista es el medio principal que utiliza la empresa floricultora del país, el canal detallista también ha empezado a emplearse, puesto que agrupa a floristerías, supermercados, farmacias, hipermercados, viveros. El comercio electrónico es elemento sustancial en la distribución de las rosas, en Estados Unidos el e-commerce sigue consolidándose, factor que fortalece la demanda y distribución eficiente en país de destino. Por lo tanto, el canal de distribución, productor, mayorista, minorista y consumidor final otorga beneficios en la exportación de rosas miniatura spray.

Po su parte Ing. Gabriel García, Analista de Certificación Fitosanitaria- Agrocalidad, establece que el éxito de la operación exportable hacia Estados Unidos radica en el cumplimiento de estándares de calidad, eficiencia de cadena de frío, embalaje, medio de transporte aéreo, término de negociación, estrategias de competitividad, certificaciones, contrato de compraventa internacional, documentos. En función a lo expuesto se evidencia que la rosa miniatura spray cultivada por ProPlan Roses presenta altas oportunidades de mercado en Estados Unidos, porque la calidad es óptima, cumplir con las exigencias y requerimientos del país de destino brinda a la empresa el fortalecimiento de las exportaciones del producto a corto, mediano y largo plazo.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Mediante el portal web Trade Map, Pro Ecuador, Expoflores se identificó que, si existen oportunidades de mercados internacionales para la exportación de rosas miniatura spray producidas por la microempresa ProPlan Roses ubicada en la parroquia El Quinche, provincia de Pichincha. En el desarrollo de la investigación se determinó a Estados Unidos, Países Bajos y Alemania como mercados objetivos potenciales, porque son las principales naciones a nivel mundial con mayores volúmenes de importación de la partida arancelaria 0603.11.00.00.
- La Matriz de Perfil de Amenazas y Oportunidades del Medio (POAM) establece que el país objetivo en la exportación de rosas miniatura spray es Estados Unidos, dado que los factores de evaluación presentan mayores oportunidades, correspondiente a 1.30 puntos.
- El desarrollo de la investigación determina que el Estado de Texas, ciudad de Dallas es el mercado idóneo en la exportación de rosas miniaturas spray, puesto que es uno de los centros comerciales de flores más grandes del territorio, cada año se realiza el festival floral Dallas Blooms, el más grande del suroeste de EEUU, además es la tercera ciudad más grande y poblada, con el 39% de población hispana.
- Los estándares de calidad que debe cumplir la rosa miniatura spray a fin de ser exportada al mercado estadounidense son calidad total, intensidad de colores, brillo, belleza, el tallo debe tener una longitud mínima de 40 cm y máxima de 60 cm, tamaño medio del botón floral, debe existir proporcionalidad entre el tallo y botón de la planta, la durabilidad de la rosa en florero es el factor base porque el cliente exige 15 días de duración, además el producto debe estar libre de plagas y enfermedades, tales como: ácaros, trips, mildiu vellosa, botritis.

- En la exportación de rosas miniatura spray se emplea el transporte aéreo, término de negociación FCA- Franco Transportista. ProPlan Roses es responsable del embalaje adecuado, carga y contrato del transporte interno, trámites de exportación. El importador asume costos y responsabilidades desde el momento que el exportador entrega la mercancía en lugar convenido, agencias de carga aérea internacional- Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre de Quito. La negociación se basa en el término FCA porque ProPlan Roses equilibra costos y riesgos en el proceso de comercio exterior.
- La rosa miniatura spray cultivada en la Parroquia El Quinche, Provincia de Pichincha presenta grandes oportunidades de demanda en el mercado internacional, por los estándares de calidad que posee, ventaja competitiva de diferenciación y ventaja comparativa, el precio de venta al cliente por cada caja de exportación es de \$53.35 valor (FCA) y \$59.44 valor (DDP) correspondiente a 100 tallos.
- La oferta exportable de ProPlan Roses es de 1.500.000 tallos, 15.000 cajas al año, el 90% se destina al mercado internacional y el 10% al mercado nacional, correspondiente a 1200 tallos, 120 cajas que se comercializan en el mercado local.
- Los indicadores financieros evidencian que el proyecto es viable porque el Valor Actual Neto (VAN>1) es positivo, correspondiente a \$380725 las disponibilidades líquidas invertidas son recuperables. La Tasa Interna de Retorno es del 28% el costo beneficio es de \$1.56 lo que establece que por cada dólar invertido se gana \$0.56 centavos de dólar y el periodo de recuperación de la inversión es de 3 años 4 meses.

5.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda aprovechar la oportunidad de mercado internacional que se identifica en el presente proyecto de investigación, a través de la aplicación de la exportación directa al cliente extranjero, el canal de distribución mayorista es el medio óptimo en la exportación de rosas miniatura spray, de tal manera que existan mejores beneficios económicos, mayor control en el proceso de exportación, logística, tendencias del mercado, imagen de la empresa y posicionamiento del producto.

- ProPlan Roses debe emplear el contrato de compraventa internacional, instrumento que garantiza la legalidad de la operación, puesto que la negociación se la realiza en base al principio de Buena Fe, además la carta de crédito es el medio de pago internacional que la institución debe utilizar porque otorga seguridad en las actividades de comercio exterior.
- Es necesario realizar capacitaciones permanentes al personal del área de comercio exterior, en temas aduaneros, incoterms, negociación comercial internacional, arancel, acuerdos comerciales, logística, marketing. También, se recomienda invertir en el área de publicidad del producto, mediante la creación del sitio web de ProPlan Roses, páginas en las principales redes sociales, de manera que la rosa miniatura spray tenga mayor alcance en el mercado meta.
- La tecnología es factor base en el desempeño productivo, por lo tanto, adquirir máquinas de empaque de bonches, colocación de ligas, separadora de hojas y espinas, banda transportadora de tallos, flota vehicular propia-camión refrigerado de transporte de rosas, otorgaría eficiencia en el área producción, minimización de errores en el proceso, reducción de gastos de transporte en origen, mejores ingresos económicos.
- Se recomienda que ProPlan Roses participe en ferias comerciales nacionales e internacionales, porque se establece vínculos de comercio con importadores potenciales, de forma que desarrolle su propia cartera de clientes directos e inicie procesos de negociación a largo plazo. Además, trabajar en la obtención de la certificación Flor Ecuador, brindará mayor competitividad del producto en el mercado de Estados Unidos.
- Cumplir con todos los requerimientos, documentación y estándares de calidad exigidos por el cliente extranjero, a fin de evidenciar buena acogida de la rosa miniatura spray en el mercado de destino, de modo que la operación de comercio exterior sea correcta y exitosa.
- Es recomendable que el Gobierno ecuatoriano brinde apoyo al pequeño y mediano productor de rosas miniatura spray, con la finalidad de fortalecer la producción, oferta exportable y competitividad del producto en el mercado internacional.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, C. (24 de Febrero de 2014). *Conexionesan*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2014/02/24/contribucion-paul-krugman-disciplina-economica/#:~:text=Paul%20Krugman%20sostiene%20que%20parte,de%20econom%C3%ADas%20de%20escala%20crecientes>.
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica* (Sexta ed.). Caracas: Episteme.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (20 de octubre de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Asamblea Nacional del Ecuador. (29 de diciembre de 2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito: Registro Oficial Suplemento 351 de 29-dic.-2010. Obtenido de <https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- DATA USA. (2022). *DATA USA*. Obtenido de <https://datausa.io/profile/geo/dallas-tx/>
- EXPOFLORES. (mayo de 2021). Obtenido de <https://expoflores.com/wp-content/uploads/2021/05/expoflores-mayo.pdf>
- EXPOFLORES. (Agosto de 2022). *Asociación Nacional de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador*. Obtenido de <https://expoflores.com/wp-content/uploads/2022/08/Expoflores-agosto-2022.pdf>
- EXPOFLORES. (mayo de 2022). *EXPOFLORES*. Obtenido de <https://expoflores.com/wp-content/uploads/2022/05/Expoflores-mayo-2022.pdf>
- EXPOFLORES. (abril de 2022). *Reporte Estadístico Mensual*. Obtenido de <https://expoflores.com/wp-content/uploads/2022/04/Expoflores-abril-2022.pdf>
- EXPOFLORES. (abril de 2022). *Reporte Estadístico Mensual*. Obtenido de <https://expoflores.com/wp-content/uploads/2022/04/Expoflores-abril-2022.pdf>
- Fanjul, E. (septiembre de 2021). *Qué es la internacionalización de la empresa*. Obtenido de

de

- https://www.iberglobal.com/files/2021/Que_es_la_internacionalizacin_de_la_empresa-C.pdf
- FEDEXPORT. (05 de abril de 2021). *Federación Ecuatoriana de Exportadores*. Obtenido de <https://www.fedexpor.com/doing-business-ecuador-2020/>
- García, I. (05 de Febrero de 2018). *¿Qué es la exportación de productos?* Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-exportacion-de-productos.html>
- Granados, L. (2017). *Negociación Internacional*. Bogotá, Colombia: Fundación Universitaria del Área Andina.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México D.F.: Mc Graw Hill Education. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Hill, C. (2011). *Negocios Internacionales: Competencia en el mercado Global* (Octava ed.). México D.F.: McGraw Hill.
- Lima Escobar, J. P. (2019). Oportunidad de Mercados Internacionales para la comercialización de flores de la empresa Altas Cumbres Flowers de la Provincia del Carchi. (*Tesis de Ingeniería*). Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Tulcán, Carchi, Ecuador. Recuperado el 26 de Julio de 2022
- Mejía, M. (Febrero de 2020). Obtenido de <http://repositorio.upec.edu.ec:8080/bitstream/123456789/929/1/472%20Oportunidades%20de%20mercados%20internacionales%20para%20la%20comercializacion%20de%20caf%C3%A9.pdf>
- Mones, M. (23 de abril de 2022). *Comercio y Aduanas*. Obtenido de <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioryaduanas/que-es-comercio-exterior/#:~:text=El%20comercio%20exterior%20incluye%20todas,su%20relaci%C3%B3n%20comercial%20desde%20cerca.>
- Morris, M. (1990). *Determinación de la Ventaja Comparativa mediante el análisis del CRI: Pautas establecidas a partir de la experiencia del CIMMYT*. México, D.F: CIMMYT.
- Nieves, R., & Garcíandía, G. (31 de Agosto de 2018). *Oportunidades de mercado en el diseño estratégico de organizaciones*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/oportunidades-de-mercado-en-el-diseno-estrategico-de-organizaciones/>

- Organización Mundial del Comercio. (2022). *La OMC y la Organización Mundial de Aduanas (OMA)*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/thewto_s/coher_s/wto_wco_s.htm
- Paredes, M. (2019). Posicionamiento de los floricultores ecuatorianos, frente a los cambios y tendencias del mercado ruso, americano, europeo y chino en la exportación de rosas de corte, como fuente para la toma de decisiones. (*Proyecto de Grado de Cuarto Nivel*). Universidad Internacional del Ecuador, Quito, Pichincha, Ecuador. Recuperado el 27 de Julio de 2022
- PLUSVALORES. (17 de Agosto de 2020). *PLUSVALORES*. Obtenido de <https://plusvalores.com.ec/exportaciones-no-tradicionales-del-ecuador/>
- Prado, M., & Vanel, G. (2020). Una Inserción Particular en el Comercio Agrícola Mundial: El Caso de la Rosa Ecuatoriana. *Latin American Journal of Trade Policy*, 18.
- PROECUADOR. (2022). *Rosas en Estados Unidos. Parte Uno: Información de Mercado*. Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones , Quito.
- Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *SciELO*, 22.
- Ruiz, M. (29 de septiembre de 2020). *ruizbarroeta*. Obtenido de https://milagrosruizbarroeta.com/ventaja-competitiva-que-es-claves-y-ejemplos/#%C2%BFQue_es_una_ventaja_competitiva
- Sampieri Hernández, R., Collado Fernández, C., & Lucio Baptista , P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México. D.F: MacGraw- Hill Interamericana.
- Santander Trade. (2019). *Santander Trade*. Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia>
- Segundo, J. (29 de Julio de 2022). *Método deductivo*. Obtenido de <https://concepto.de/metodo-deductivo/>
- SENAE. (2022). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- Valchyshen, O. (15 de agosto de 2022). *Rove me Dallas Blooms*. Obtenido de <https://rove.me/es/to/dallas/dallas-blooms>
- Valdés, F. (Septiembre de 2019). <http://ri.uaemex.mx/>. Obtenido de <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/105291/Metodolog%C3%ADa+de+la+Investigaci%C3%B3n+Unidad+II.pdf?sequence=1>

VII. ANEXOS

Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

ESTUDIANTE:	Arciniega Reascos Daniela Carolina	CÉDULA DE IDENTIDAD:	0401924253
PERIODO ACADÉMICO:	2022B		
PRESIDENTE TRIBUNAL	MSC. JULIO IVÁN LÓPEZ CADENA	DOCENTE TUTOR:	MSC. LORENA ELIZABETH RUANO ENRÍQUEZ
DOCENTE:	PHD. MORENO VALLEJO JAIME RODRIGO		
TEMA DEL TIC:	"Oportunidad de mercados Internacionales para la exportación de rosas miniatura spray de la microempresa PROPLAN ROSES, parroquia El Quínche-Pichincha"		

No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	7,67	
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	7,67	
3	METODOLOGÍA	7,67	
4	RESULTADOS	7,67	Realizar un análisis a profundidad macroeconómica del Ecuador en beneficio del país, revisar los cálculos del estudio financiero.
5	DISCUSIÓN	7,67	Ajustas a la observaciones
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	7,67	Ajustas a la observaciones
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	7,67	
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	7,67	

Obteniendo una nota de: 7,67 Por lo tanto, **APRUEBA** ; debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

Art. 36.- De los estudiantes que aprueban el informe final del TIC con observaciones.- Los estudiantes tendrán el plazo de 10 días para proceder a corregir su informe final del TIC de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros del Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el lunes, 16 de enero de 2023

MSC. JULIO IVÁN LÓPEZ CADENA
PRESIDENTE TRIBUNAL

MSC. LORENA ELIZABETH RUANO ENRÍQUEZ
DOCENTE TUTOR

PHD. MORENO VALLEJO JAIME RODRIGO
DOCENTE

Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Daniela Carolina Arciniega Reascos

Fecha de recepción del abstract: 19 de enero de 2023

Fecha de entrega del informe: 19 de enero de 2023

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



Escaneo digitalizado por:
EDISON BOANERGES
PEÑAFIEL ARCOS

Ing. Edison Peñafiel Arcos MSc
Coordinador del CIDEN



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

ABSTRACT- EVALUATION SHEET

NAME: Daniela Carolina Arciniega Reascos

DATE: 19 de enero de 2023

TOPIC: "Oportunidad de Mercados Internacionales para la exportación de rosas miniatura spray de la microempresa PROPLAN ROSES, parroquia El Quinche-Pichincha"

MARKS AWARDED

QUANTITATIVE AND QUALITATIVE

VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1 Vera Játiva Edwin Andrés,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED	TOTAL 9		

Anexo 3. Oficio dirigido a Microempresa "ProPlan Roses"



Oficio N° UPEC-FCIIAEE-2022-213-Of
Tulcán, 13 de abril de 2022

Asunto: Solicitud de información para desarrollar Trabajo de Integración Curricular – ARCINIEGA (CE)

Señor
Germán Guaña Tiamarca
GERENTE GENERAL
EMPRESA PROPLAN ROSES
Presente



De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo de quienes conformamos la comunidad universitaria de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi UPEC, a la vez que le deseamos éxitos en las funciones que usted acertadamente desempeña.

Por medio del presente me permito solicitar de la manera más cordial se autorice a la señorita ARCINIEGA REASCOS DANIELA CAROLINA portadora de la cédula de ciudadanía N° 0401924253, estudiante egresada de la Carrera de Comercio Exterior; a realizar entrevistas y obtener información que le permita desarrollar el Trabajo de Integración Curricular denominado "Oportunidad de mercados internacionales para la exportación de rosas miniatura spray de la microempresa Proplan Roses, parroquia El Quinche - Pichincha". En virtud de lo antes mencionado me permito indicar que la información obtenida se utilizará con fines estrictamente académicos.

Por la atención que se digna dar al presente, reciba mis agradecimientos.

Atentamente,



Firmado electrónicamente por:
JAIRO RICARDO
CHAVEZ ROSERO -
0400916482

MSc. Jairo Chávez Rosero

**DECANO DE LA FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**
"Educamos para transformar el mundo!"



Sandra P.
13/04/2022

Anexo 4. Carta de Aceptación "ProPlan Roses"

CARTA DE AUTORIZACIÓN

El Quinche, 22 de junio de 2021



Por medio de la presente PROPLAN ROSES con RUC. 1713732350001, autoriza a la Srta. Daniela Carolina Arciniega Reascos con cédula de identidad N° 0401924253, estudiante de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi carrera de Comercio Exterior, a realizar la investigación de su proyecto de titulación.

“OPORTUNIDAD DE MERCADOS INTERNACIONALES PARA LA EXPORTACIÓN DE ROSAS MINIATURA SPRAY DE LA MICROEMPRESA PROPLAN ROSES, PARROQUIA EL QUINCHE-PICHINCHA”

La colaboración de la microempresa será de manera informativa, con fines educativos, en dirección de los objetivos planteados a favor de la misma y la obtención previa de su titulación en la Carrera de Comercio Exterior.

Atentamente

Sr. Mauricio Guaña

C.I. 1713732350

GERENTE PROPLAN ROSES



Anexo 5. Guía de Entrevista 001- Gerente General "ProPlan Roses"



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA
ESTATAL DEL CARCHI**
Facultad de Comercio Internacional,
Integración, Administración y
Economía Empresarial
Escuela de Comercio Exterior



INTRODUCCIÓN: La entrevista es parte del desarrollo del trabajo investigativo de tesis, está dirigida al Gerente General de la microempresa PROPLAN ROSES, se solicita de manera especial responder las siguientes preguntas.

PROPÓSITO: La presente entrevista tiene por finalidad obtener información primaria, sobre el tema "Oportunidad de Mercados Internacionales para la exportación de rosas miniatura spray de la microempresa PROPLAN ROSES, parroquia El Quinche-Pichincha" la información recabada será utilizada con fines académicos.

INSTRUCCIONES: Responder las preguntas de forma clara y sincera.



Datos Personales

Nombre del entrevistado *Mauricio Guña*
 Institución *ProPlan Roses*
 Cargo *Gerente General*
 Correo *pro-plan@hotmail.com*

Guía de Preguntas

1. ¿En qué año ProPlan Roses inició la producción de rosas miniatura spray?
ProPlan Roses inicia actividades el 06 de mayo de 2008, desde 2010 inicia la producción de rosas miniatura spray.
2. ¿Cuántas personas trabajan en ProPlan Roses?
 Administrativos: *4*
 Producción: *4*
 Campo: *14*
Total 22 personas
3. ¿Cuántas hectáreas de producción de rosa miniatura spray posee ProPlan Roses?
ProPlan Roses posee 8 hectáreas de producción

4. ¿Cuántas hectáreas están sin cultivar en el año 2022?

Todas las hectáreas están en producción

5. ¿Cuánto ha sido su capacidad de producción en número de tallos durante los últimos 5 años?

AÑOS	2018	2019	2020	2021	2022
Producción Tallos por hectárea	850.000 tallos	1100.000 tallos	1100.000 tallos	1200.000 tallos	1500.000 tallos

6. ¿Qué variedades de rosas miniatura spray producen? ¿Por qué?

Pink Majolika	Orange Babe	IrishK
Lovely	Red City	Snow Flake
Vivian	Bluemoon	White
Luviana	Rubicon	Xentina
Red Mikado	Electra	
Mikaela	Sahara	
Yellow Babe	Ilse	
Porcelina	Scarlet	

7. Por cada variedad de rosas miniatura spray ¿Qué cantidades producen por hectárea?

Por hectárea se siembra 25.000 plantas de rosales y al año se cultivan 20 tallos por planta, la capacidad de producción anual es de 500.000 tallos, al cultivar 20 variedades la producción estimada corresponde a 25.000 tallos por variedad en 1 hectárea.

8. ¿Cuál es la variedad de rosa miniatura spray que usted comercializa en mayor cantidad?

Variedad Vivian; rosa miniatura spray de color blanco, se comercializa en mayor cantidad porque es un color neutro que se utiliza todo el año en eventos, decoración, bouquet de flores.

9. ¿Cuáles son los mercados internacionales a los que exporta la rosa miniatura spray?

España, Kuwait, Chile, Arabia Saudita, Canadá.

10. ¿En qué temporadas del año se genera mayor demanda de rosa miniatura spray?

- Navidad
- Día de las Madres
- Día de la Mujer
- San Valentín
- Año Nuevo

11. ¿Cuáles son los mayores competidores en el mercado internacional?

El principal Competidor es Colombia

12. ¿Cuáles son los mayores competidores en el mercado nacional?

En el mercado nacional las florícolas competidoras son:
Flores la Hacienda; Utopía Farms, Falcon Farms Finca Santa
Mónica, Hilsea Investments Limited, Asociados Cajas.

13. ¿Cuál es el precio de venta por cada tallo de rosa miniatura spray en el mercado nacional?

En el mercado nacional manejamos un precio de 0,07 ctv por tallo; el bonche tiene un precio final de 0,70.

14. ¿Cuál es el precio de venta que usted maneja en el mercado internacional por cada tallo de rosa miniatura spray?

En el mercado internacional el precio por tallo corresponde a 0,35 - 0,40 - 0,50 - 0,70 centavos; el bonche tiene un precio final de \$ 3,50 - \$ 4,00 - \$ 5,00 - \$ 7,00 depende de la variedad y temporada.

15. Una vez adquirido el producto por parte de los clientes ¿Qué opiniones ha recibido?

Les gusta el producto; por la apertura del botón y duración de la rosa miniatura en florero; por ello la compra es constante.

16. ¿La empresa posee certificaciones para la exportación de rosas miniatura spray?

Por el momento no poseemos certificaciones; a futuro tenemos la visión de implementar la certificación Flor Ecuador

17. ¿Cómo se encuentra en la actualidad ProPlan Roses?

Área Financiera: Nos encontramos estables.

Mejorar; siempre va a estar presente en ProPlan Roses

Área de Exportaciones: Debemos mejorar técnicas de negociación y ventas.

Área de Producción y empaque: Mejorar Infraestructura; mayor eficiencia en procesos de empaque - post cosecha.

18. ¿Está en capacidad de invertir para ingresar a otro mercado internacional? Si - No

¿Por qué?

Si estamos en capacidad de invertir; porque la cobertura a otro mercado otorga beneficios a la imagen de la empresa y el producto.

19. ¿La empresa ha recibido ayuda del gobierno ecuatoriano? Si - No

No hemos recibido apoyo del gobierno; tampoco asesoramiento en temas de producción y comercio exterior.

20. ¿Considera usted que la colaboración brindada por el gobierno es la adecuada para la exportación de rosas miniatura spray? Si - No ¿Por qué?

No es adecuada; porque el apoyo es totalmente deficiente.

21. ¿Cómo percibe la situación actual del sector florícola de la provincia de Pichincha, sector El Quinche?

Las empresas productoras de rosas miniatura spray están en auge; el sector está creciendo; sin embargo a futuro se mantendrán los que tengan visión, establezcan estrategias de precios bajos, mayor competitividad, correcta administración a largo plazo.

Gracias por su colaboración

Anexo 6. Guía de Entrevista 002- Representante de Ventas "ProPlan Roses"



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA
ESTATAL DEL CARCHI**
Facultad de Comercio Internacional,
Integración, Administración y
Economía Empresarial




Escuela de Comercio Exterior

INTRODUCCIÓN: La entrevista es parte del desarrollo del trabajo investigativo de tesis, está dirigida al especialista de Comercio Exterior de la microempresa PROPLAN ROSES, se solicita de manera especial responder las siguientes preguntas.

PROPÓSITO: La presente entrevista tiene por finalidad obtener información primaria, sobre el tema "Oportunidad de Mercados Internacionales para la exportación de rosas miniatura spray de la microempresa PROPLAN ROSES, parroquia El Quince-Pichincha" la información recabada será utilizada con fines académicos.

INSTRUCCIONES: las preguntas son abiertas, por lo cual puede responder libremente.

Datos Personales

Nombre del entrevistado Mauricio Joel Guaña Pinenla 
Institución Proplan Roses
Cargo Especialista de Comercio Exterior
Correo joel151999@hotmail.com pro-plan@hotmail.com

Guía de Preguntas

1. ¿Proplan Roses exporta rosas miniatura spray?
Si, Pro Plan Roses exporta rosas miniatura spray.
2. ¿Cuáles son los destinos de exportación que maneja Proplan Roses en la actualidad?
España, Kuwait, Chile, Arabia Saudita, Canadá.
3. ¿A qué mercados internacionales desearía exportar la rosa miniatura spray?
A Catar porque se conoce que es un mercado que importa rosas miniatura spray todo el año.

4. ¿Cuáles son las barreras no arancelarias que deben cumplir para la exportación de rosas miniatura spray?

Certificado Fitosanitario / Cumplir Protocolos de Agrocalidad / Rosas miniatura spray libre de ácaros y trips, botritis

5. ¿Cuáles son los productos sustitutos en el mercado internacional?

Existe una cantidad inmensa de flores en el mercado internacional todas son productos sustitutos, en especial girasoles, claveles, lirios, rosa estándar porque se utiliza para armar bouquets.

6. ¿Considera que la rosa miniatura spray ecuatoriana es competitiva en el mercado exterior? ¿Porqué?

Si, la rosa miniatura spray es un producto altamente competitivo en el mercado internacional, ya que es una flor novedosa, llamativa, presenta características diferenciadoras, se utiliza en arreglos, decoraciones florales, adornos como coronas, también en platillos exóticos.

7. ¿Cuáles son las plataformas tecnológicas utilizadas por la empresa para la promoción del producto?

Las plataformas utilizadas son: correo electrónico de la empresa y Skype, el producto se oferta por los medios citados. Estamos pensando en crear página web de ProPlan Roses, página de Facebook e Instagram.

8. ¿Cómo se efectúa el proceso de ventas hacia el mercado internacional?

La Disponibilidad de inventario se envía a través de Skype a cada cliente, confirman pedidos y se despacha desde cuarto frío; hacia las cargueras correspondientes.

9. ¿El proceso de compra- venta lo realiza de forma física o virtual?

De manera virtual, por Skype se envía a los clientes la disponibilidad existente en inventario, se efectúa la confirmación y el producto es despachado el mismo día o el siguiente.

10. ¿Cuál es el número de ventas diarias, semanales y mensuales que realiza ProPlan Roses?

	V. Diarias	V. Semanales	V. Mensuales
cajas	30 - 50 cajas	150 - 250	800 - 1000
tallos	3000 - 5000t	15.000 - 25.000t	80.000 - 100.000 tallos

Existen variaciones en función de la demanda del cliente; y la temporada de compra.

11. ¿Cuál es el medio de pago internacional utilizado por Proplan Roses para realizar las cobranzas por concepto de ventas?

2 Métodos
 ↗ Cheque Internacional
 ↘ Transferencia Internacional

12. ¿Proplan Roses maneja Contratos de Compraventa Internacional al momento de efectuar las ventas?

No, todo se basa en la Confianza.- Principio de Buena Fe.

13. ¿Posee flota vehicular propia para el transporte de rosa miniatura spray?

No, mantenemos Contrato de Transporte Privado

14. ¿Cuál es el costo del medio de transporte nacional e internacional utilizado en el envío de rosas miniatura spray?

Transporte Nacional / Lunes - Viernes / \$23 por flete / Sábado - Domingo / \$25 por flete

Transporte Internacional / En función del peso y volumen métrico.

15. ¿Cuál es el canal de distribución que emplea Proplan Roses en el proceso de exportación de rosas miniatura spray?

Brókers / Intermediarios

16. ¿Considera que los canales de distribución son efectivos en la exportación del producto? ¿Por qué?

Si son efectivos, sin embargo, el propósito es utilizar canales de distribución directos. País Origen → País Destino

17. ¿Qué término de negociación (Incoterms) emplea ProPlan Roses en la exportación del producto?

El Incoterm que emplea Proplan Roses es FCA - Franco Transportista al lugar convenido. La empresa asume responsabilidad de embalaje óptimo, costo de transporte interno en origen, carga al vehículo y trámites de exportación.

18. ¿Cómo es el proceso logístico efectuado por ProPlan Roses desde las instalaciones de la empresa hacia los cuartos fríos del Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre?

Desde Post-Cosecha se empaca la rosa miniatura spray en excelente calidad, embalaje óptimo, coordinación en cargueras; la rosa se carga al camión, se trasladada al aeropuerto y se descarga en las cargueras respectivas; Agrocaldidad realiza inspecciones, pasa el filtro y se envía a cuartos fríos.

19. ¿Cuál es el costo del proceso logístico de Distribución en el mercado nacional?

El precio de la distribución en el mercado nacional varía en función de la demanda, no es muy costoso.

20. ¿Cuál es el costo del proceso logístico de Distribución Física Internacional?

Se lo realiza en función del peso y volumen métrico de la carga, es costoso.

21. ¿Qué tipo de envase, empaque y embalaje utiliza para exportar el producto?

Se utiliza capuchón plástico, impreso la frase "made in Ecuador" y cajas material de cartón; zunchos (material de aseguramiento) La frase "Product Grown in Ecuador" utiliza ProPlan Roses en la exportación del producto.

22. ¿Cuál es el número de exportaciones diarias, mensuales y anuales que realiza ProPlan Roses?

ProPlan Roses?

El número de pedidos confirmados y enviados al mercado internacional es de 15 al día, 250 al mes, 3000 al año. La carga de varios clientes se envía en un solo proceso de exportación.

23. ¿Cuál es la cantidad en número de tallos exportados por ProPlan Roses?

Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021
700.000	850.000	1'000.000	1'100.000	1'200.000

24. ¿Qué dificultades presenta Proplan Roses al momento de efectuar exportaciones directas de rosas miniatura spray?

Los precios del transporte son muy elevados; existe mucha competencia; las agencias de carga internacional manejan cupos limitados de vuelo, por lo cual las exportaciones se afectan.

Gracias por su colaboración

Anexo 7. Guía de Entrevista 003- Representante de Producción "ProPlan Roses"



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA
ESTATAL DEL CARCHI**
Facultad de Comercio Internacional,
Integración, Administración y
Economía Empresarial
Escuela de Comercio Exterior



INTRODUCCIÓN: La entrevista es parte del desarrollo del trabajo investigativo de tesis, está dirigida al Jefe de Producción de la microempresa PROPLAN ROSES, se solicita de manera especial responder las siguientes preguntas.

PROPÓSITO: La presente entrevista tiene por finalidad obtener información primaria, sobre el tema "Oportunidad de Mercados Internacionales para la exportación de rosas miniatura spray de la microempresa PROPLAN ROSES, parroquia El Quinche-Pichincha" la información recabada será utilizada con fines académicos.

INSTRUCCIONES: Responder las preguntas de forma clara y sincera.



Datos Personales

Nombre del entrevistado Paul Simbaña
Institución Pro Plan Roses
Cargo Jefe de Producción
Correo pro-plan@hotmail.com ; j-paul06@hotmail.com

Guía de Preguntas

1. ¿Cuál es el proceso de producción de la rosa miniatura spray?
 1. Compra de Plantas (esquejes de rosa miniatura spray)
 2. Preparación del suelo e invernaderos.
 3. Siembra de la rosa miniatura spray; distancia 80cm/100cm.
 4. Cuidados, cortes y fumigación constante, control de plagas.
 5. Cultivo, fechas programadas y por apertura del botón de la flor.
2. ¿Cuál es el costo de producción por cada tallo de rosa miniatura spray?

El costo de producción por cada tallo es de 0,12 ctvs; producto de exportación. En el mercado nacional el costo de producción por tallo corresponde a 0,4 centavos.

3. Según su experiencia ¿Cuáles son los factores determinantes en el desarrollo de la rosa miniatura spray, para obtener una buena calidad?

- Cuidados nutritivos del suelo
- Utilización de fertilizantes óptimos
- Eliminación de hongos y ácaros presentes en el cultivo
- Clima

4. ¿Cuánto tiempo dura la producción de rosas miniatura spray? Desde la etapa de siembra hasta la cosecha.

La producción de rosas miniatura spray tiene un ciclo de vida de 10 años. Una vez sembrada la rosa miniatura spray, el primer corte se lo realiza a los 8 meses.

5. ¿Cuántos ciclos de cosecha obtiene cada año?

La cosecha se realiza de forma diaria, los ciclos de cosecha que se obtiene cada año son de 3 a 4; programadas para efectuar cortes todos los días, todo depende del cuidado de la planta en las naves de cultivo.

6. ¿Qué porcentaje de la producción es destinada al mercado nacional e internacional?

10% → Mercado Nacional

90% → Mercado Internacional

7. ¿Considera Ud. que la empresa tiene la adecuada capacidad productiva para satisfacer al mercado meta?

Aún no tenemos la capacidad productiva, porque somos una empresa joven que está creciendo y desarrollándose, pero estamos seguros que en un período no superior a 5 años lo lograremos.

8. ¿Posee infraestructura adecuada para la producción y empaque de rosa miniatura spray?

Si, tenemos infraestructura adecuada para otorgar productos de calidad. El área de empaque también está equipada con elementos eficientes, la mejora continua siempre está presente en Proplan Roses.

9. ¿Cuál es el valor agregado o innovación de la rosa miniatura spray que producen respecto a la competencia nacional e internacional?

La rosa miniatura spray producida por ProPlan Roses posee excelente calidad; belleza, producimos diversas variedades, de colores diversos, tallos largos y fuertes, pétalos y botones de alta durabilidad.

10. ¿Qué dificultades ha tenido con la producción de rosas miniatura spray?


Las principales dificultades en producción son: altos costos en insumos, químicos, material de embalaje. El clima en los últimos tiempos es variante (lluvias, vientos) ocasiona daños a los invernaderos, plásticos rotos, presencia de enfermedades en los cultivos.

11. ¿Qué necesidades presenta ProPlan Roses para mejorar la producción de rosas miniatura spray?

La empresa está desarrollándose, por lo tanto a mayores niveles de producción se necesita más equipo, por ejemplo: terrenos, naves de cultivo, mesas de proceso, embalaje, mayor espacio área de post-cosecha, cuartos fríos.

Gracias por su colaboración

Anexo 8. Guía de Entrevista 004- PROECUADOR- Econ. Carolina Vargas- Especialista Sectorial



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL
CARCHI**


Facultad de Comercio Internacional, Integración,
Administración y Economía Empresarial

Escuela de Comercio Exterior

INTRODUCCIÓN: La entrevista es parte del desarrollo del trabajo investigativo de tesis, está dirigida a especialistas del sector exportador, se solicita de manera especial responder las siguientes preguntas.

PROPÓSITO: La presente entrevista tiene por finalidad obtener información primaria, sobre el tema “Oportunidad de Mercados Internacionales para la exportación de rosas miniatura spray de la microempresa PROPLAN ROSES, parroquia El Quinche- Pichincha” la información recabada será utilizada con fines académicos.

INSTRUCCIONES: Responder las preguntas de forma clara y sincera.



Datos Personales

Nombre del entrevistado..... E. Carolina Vargas

Institución..... PROECUADOR Viceministerio de Promoción de Exportaciones e Inversiones

Cargo..... Especialista Sectorial

Correo..... cvargas@inducción.gob.ec

Guía de Preguntas

1. ¿Cómo se encuentra en la actualidad el sector floricultor de la provincia de Pichincha- Parroquia El Quinche?
Pichincha es el mayor productor y exportador de rosas, el primer trimestre no presenta disminuciones, se prevía una caída en el volumen exportable por el conflicto bélico de Rusia y Ucrania, Sin embargo la situación es adecuada.
2. ¿Qué estándares de calidad deben cumplir las rosas miniatura spray de Ecuador en el proceso de exportación?
Lo principal es la obtención del Certificado Fitosanitario, porque evidencia que la rosa cumple estándares de calidad, libre de plagas e insectos. Además certificaciones como; Flor Ecuador, Fairtrade, Rainforest Alliance, BASC, respaldan buenas prácticas agrícolas, no existencia de trabajo infantil en las florícolas, seguridad en la no contaminación de la carga. Son certificaciones voluntarias reflejadas como estrategias de mercado para los productores - exportadores.

3. ¿Qué documentos técnicos y requisitos fitosanitarios se necesita en la realización de exportaciones de rosas miniatura spray?

Certificado Fitosanitario.- principal documento en el proceso de exportación de rosas miniatura spray; solicita el país de destino/Agrocalidad realiza inspecciones previas para otorgar el Certificado Fitosanitario.

4. De acuerdo con su criterio ¿Cuáles son los mercados internacionales con mayor potencialidad en la exportación de rosas miniatura spray?

Estados Unidos	Francia	Suiza
Holanda	Arabia Saudita	
Alemania	Bélgica	
Reino Unido	Italia	
Rusia	Polonia	

5. De acuerdo con su criterio ¿Cuál considera usted es el mejor mercado internacional en la exportación de rosas miniatura spray?

Ecuador cultiva alrededor de 200 variedades de rosas; el mercado con mayor potencial es Estados Unidos, porque la flor nacional de EEUU es la "Rosa", los ciudadanos de este país tienen gran sentido de pertenencia y el regalo ideal si empre va a ser una rosa.

6. ¿Quiénes son los principales competidores internacionales de Ecuador en la exportación de rosas miniatura spray?

1. Holanda	6. Italia
2. Colombia	7. China
3. Kenia	8. Malasia
4. Etiopía	9. Canadá
5. Bélgica	10. Israel

7. ¿Considera usted que la rosa miniatura spray es un producto vendible y competitivo en el mercado internacional?

Claro que sí, porque las floricultoras han empezado a cultivar este tipo de variedad y el mercado internacional evidencia alta demanda. Además los productores de rosas miniatura spray no cultivarían esta variedad, si no fuese vendible.

8. ¿Cuál es la ventaja competitiva de la rosa miniatura spray especialmente de la provincia de Pichincha, con respecto a la competencia Nacional e Internacional?

Con respecto a la Competencia Internacional, es el brillo, color intenso, perpendicularidad del tallo, larga duración en florero (15 días promedio) Es una flor fuerte, resistente. Se debe por la situación geográfica, rayos del sol, se cultiva en alturas 1500-2500 m.s.n.m. Competencia Nacional no existe diferencias significativas; entre Pichincha - Cotacachi - Imbabura - Cacha - Azuay.

9. ¿Considera usted que la rosa miniatura spray incrementará su demanda en los próximos años en el mercado internacional? Si- No ¿Por qué?

La demanda se mantendrá; porque es un sector que se encuentra en etapa de madurez, consolidado en el mercado internacional.

10. ¿Cómo ha afectado al sector floricultor de Ecuador el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania?

Con Ucrania existe cero intercambio comercial, todo lo que se vendía a Ucrania ya no se lo hace. Con Rusia el intercambio comercial ha disminuido 30%. El sector sí se afectado, es una situación compleja. El mercado ruso prefiere importar rosas grandes, tallos gruesos, pero en los últimos tiempos la cultura de consumo ha cambiado. Los rangos de precio promedio van de 0,35 ctv - 1,00.

11. ¿Qué estrategias recomienda implementar a los productores de rosas miniatura spray a fin de fortalecer las exportaciones del producto?

El sector floricultor, está consolidado, 40 años en el mercado, posee un gremio muy fuerte, con personal de excelencia, realiza estudios de mercados profundos (EXPOFLOR ES)

- Inteligencia de Mercados/Comercial Productor Informal
- Las rosas tienen regalías / ser muy formales / danos al mercado
- Participación en Ferias Comerciales Internacionales / Misiones Comerciales
- Ferias Locales se realiza cada 2 años / Expo Flor Ecuador
- Llegar al Cliente Directo / Agendas Personalizadas
- Inversión Fuerte (Bodegas en Destino) envío al cliente; floristerías.

12. ¿La institución posee proyectos que fortalezcan e incentiven la producción y exportación de rosas miniatura spray?

El Viceministerio de Promoción de Exportaciones e Inversiones no se enfoca tanto en la producción, más bien en las exportaciones por medio de herramientas no financieras como: ferias internacionales, misiones comerciales, agendas de negocios

Gracias por su colaboración

Anexo 9. Guía de Entrevista 005- AGROCALIDAD- Ing. Gabriel García- Analista de Certificación Fitosanitaria



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL
CARCHI**

Facultad de Comercio Internacional, Integración,
Administración y Economía Empresarial

Escuela de Comercio Exterior

INTRODUCCIÓN: La entrevista es parte del desarrollo del trabajo investigativo de tesis, está dirigida a especialistas del sector exportador, se solicita de manera especial responder las siguientes preguntas.

PROPÓSITO: La presente entrevista tiene por finalidad obtener información primaria, sobre el tema "Oportunidad de Mercados Internacionales para la exportación de rosas miniatura spray de la microempresa PROPLAN ROSES, parroquia El Quinche-Pichincha" la información recabada será utilizada con fines académicos.

INSTRUCCIONES: Responder las preguntas de forma clara y sincera.

Datos Personales

Nombre del entrevistado Ing. Gabriel García
Institución AGROCALIDAD
Cargo Analista de Certificación Fitosanitaria
Correo gabriel.garcia@agrocalidad.gob.ec

Gabriel García
1713260527



Guía de Preguntas

1. ¿Cómo se encuentra en la actualidad el sector floricultor de la provincia de Pichincha- Parroquia El Quinche?

tendencia de incremento de las exportaciones.
guerra Ucrania- Rusia, y pandemia frenaron
incremento de exportaciones de rosas miniatura
spray.

2. ¿Qué estándares de calidad deben cumplir las rosas miniatura spray de Ecuador en el proceso de exportación?

libre de plagas, empaques nuevos y de primer
uso, cadena de frío, cumplir procesos de certifica-
ción.

3. ¿Qué documentos técnicos y requisitos fitosanitarios se necesita en la realización de exportaciones de rosas miniatura spray?

Certificado Fitosanitario de Exportación

- Registro
- Inspección Fitosanitaria
- Emisión Certificado
- Requisitos básicos
- Libre de plagas (trips, ácaros)

4. De acuerdo con su criterio ¿Cuáles son los mercados internacionales con mayor potencialidad en la exportación de rosas miniatura spray?

- Rusia
- EEUU
- Ucrania
- Medio Oriente (Arabia Saudita, Catar)

5. De acuerdo con su criterio ¿Cuál considera usted es el mejor mercado internacional en la exportación de rosas miniatura spray?

Por volumen: Estados Unidos

Precios: Rusia y países aledaños

6. ¿Quiénes son los principales competidores internacionales de Ecuador en la exportación de rosas miniatura spray?

- Colombia
- África Central
- Kenia
- Etiopía

7. ¿Considera usted que la rosa miniatura spray es un producto vendible y competitivo en el mercado internacional?

Sí, porque es un buen producto, dirigido a Europa y EEUU; la difusión es importante porque la rosa miniatura spray presenta alta competitividad en los mercados internacionales.

8. ¿Cuál es la ventaja competitiva de la rosa miniatura spray especialmente de la provincia de Pichincha, con respecto a la competencia Nacional e Internacional?

Posición geográfica; horas luz, colores más vivos.
cerca del Aeropuerto, reducción en costos de transporte.
Cotopaxi, no tienen mismas características.

9. ¿Considera usted que la rosa miniatura spray incrementará su demanda en los próximos años en el mercado internacional? Si- No ¿Por qué?

Si, es un producto que tiene buena acogida por la calidad y belleza de la rosa miniatura spray cultivada en Ecuador.

10. ¿Cómo ha afectado al sector floricultor de Ecuador el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania?

Afectaciones grandes porque son muy buenas mercados, Ucrania y Rusia efectuaban compras del producto en grandes volúmenes.

11. ¿Qué estrategias recomienda implementar a los productores de rosas miniatura spray a fin de fortalecer las exportaciones del producto?

- Realizar procesos de promoción
- Ferias Internacionales
- Coordinación Pro Ecuador.

12. ¿La institución posee proyectos que fortalezcan e incentiven la producción y exportación de rosas miniatura spray?

No, instituciones del sector florícola exportador son quienes poseen esta competencia.

Gracias por su colaboración



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA
ESTATAL DEL CARCHI
Facultad de Comercio Internacional,
Integración, Administración y Economía
Empresarial



Escuela de Comercio Exterior

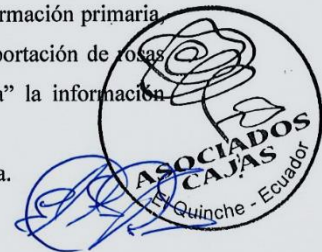
INTRODUCCIÓN: La entrevista es parte del desarrollo del trabajo investigativo de tesis, está dirigida a especialistas del sector exportador, se solicita de manera especial responder las siguientes preguntas.

PROPÓSITO: La presente entrevista tiene por finalidad obtener información primaria sobre el tema "Oportunidad de Mercados Internacionales para la exportación de rosas miniatura spray de la microempresa PROPLAN ROSES, Pichincha" la información recabada será utilizada con fines académicos.

INSTRUCCIONES: Responder las preguntas de forma clara y sincera.

Datos Personales

Nombre del entrevistado ... Edison Cajas
Institución ... Asociados Cajas
Cargo ... Gerente General
Correo..... edisoncajas1995@outlook.es



Guía de Preguntas

1. ¿Cómo se encuentra en la actualidad el sector floricultor de la provincia de Pichincha?

El sector floricultor de la provincia de Pichincha, está creciendo; la rosa miniatura spray es un producto nuevo en el mercado, en la parroquia El Quinche el cultivo está desarrollándose.

2. ¿Qué estándares de calidad deben cumplir las rosas miniatura spray de Ecuador en el proceso de exportación?

Existen tres clases:
→ Clase A : rosa miniatura de élite
→ Clase B: rosa miniatura, tallo y botón medias.
→ Clase C : rosa miniatura, tallo y botón pequeñas.

La rosa miniatura spray debe estar totalmente sana; libre de plagas, tono de coloración óptimo y brillante, rosa fuerte, robusta.

3. ¿Qué documentos técnicos y requisitos fitosanitarios se necesita en la realización de exportaciones de rosas miniatura spray?

Certificado Fitosanitario, emitido por Agrocalidad, Factura Comercial Internacional, Documento de Transporte Aéreo, Cumplir con el etiquetado de los clientes, en función de colocar en las cajas de exportación las etiquetas correspondientes.

4. De acuerdo con su criterio ¿Cuáles son los mercados internacionales con mayor potencialidad en la exportación de rosas miniatura spray?

Estados Unidos importa rosas miniatura spray todo el año, Chile, Rusia, España, Uruguay, Holanda, Países Bajos, y Alemania poseen la mayor potencialidad para la exportación de rosas miniatura spray cultivadas en Ecuador.

5. De acuerdo con su criterio ¿Cuál considera usted es el mejor mercado internacional en la exportación de rosas miniatura spray?

El mercado internacional de élite es Estados Unidos, porque es un país muy fuerte, la demanda de la rosa miniatura spray es tan grande, que las empresas productoras en Pichincha, no abastecen el mercado de estados como Miami; Texas.

6. ¿Quiénes son los principales competidores internacionales de Ecuador en la exportación de rosas miniatura spray?

Colombia es el mayor y principal competidor de Ecuador en la exportación de rosas miniatura spray; Perú también exporta el producto, sin embargo compra la rosa miniatura a Ecuador y Colombia para la posterior exportación, seguido de Canadá, Israel, Nueva Zelanda y Kazajistán.

7. ¿Considera usted que la rosa miniatura spray es un producto vendible y competitivo en el mercado internacional?

Totalmente de acuerdo, la rosa miniatura spray posee una elevada demanda y competitividad, por las características que posee; por ello es un producto vendible y apreciado en el mercado exterior.

8. ¿Cuál es la ventaja competitiva de la rosa miniatura spray especialmente de la provincia de Pichincha, con respecto a la competencia Nacional e Internacional?

La rosa miniatura spray de Ecuador, tiene características muy especiales, la ventaja competitiva radica en la diferenciación del producto, porque las tonalidades, brillo, textura, tamaño, durabilidad de la rosa son únicas, todo es posible por la ubicación geográfica del país, estamos en el centro del mundo y es lo que marca la diferencia. En el ámbito nacional no existe mayor diferenciación del producto; las provincias productoras también envían flores de alta calidad.

9. ¿Qué períodos del año se efectúa la mayor demanda de rosas miniatura spray?

San Valentín → colores rojo y blanco 70% — los demás 30%.

Día de la Madre → colores blanco y rojo 30% — los demás 70%.

Navidad → Todos los colores 100%.

Junio - Octubre → se celebran bodas, graduaciones, bautizos — Todos los colores 100%.

10. ¿Considera usted que la rosa miniatura spray incrementará su demanda en los próximos años en el mercado internacional? Si- No ¿Por qué?

Si, la demanda ha crecido y seguirá haciéndolo, ahora existen más empresas productoras de rosa miniatura spray.

11. ¿Qué colores de rosa miniatura spray la empresa exporta en mayor frecuencia?

En general todos los colores, rojos, rosados, amarillos, anaranjados, colores durazno, bicolors; se exportan todo el año; es un producto muy apreciado. El color blanco posee mayor demanda, sin embargo todos los colores son valorados.

12. ¿Cuál es la longitud del tallo que la rosa miniatura spray debe tener a fin de ser exportada?

Mínimo 40cm — 50cm — Max 60cm

El mercado internacional no demanda tallos muy largos, prefiere importar medidas entre 40cm y 60cm. A diferencia de la rosa estándar que debe cumplir medidas del tallo de 60cm hasta 1,20 cm.

13. ¿Cuál es el tamaño del botón de la rosa miniatura spray que la empresa exporta en mayor frecuencia?

La medida del botón de rosa miniatura spray que Asociados Cajas exporta en mayor frecuencia es de 3,5 cm. Todo depende de la exigencia del cliente y del tipo de variedad.

14. ¿Cuál es el medio de transporte internacional adecuado en la exportación de rosas miniatura spray?

- Transporte Aéreo: es el medio más eficiente, por la rapidez de entrega, el producto no es duradero, por lo tanto vía aérea es lo más óptimo, pero es más costoso.

- Transporte Marítimo: se lo utiliza en menor frecuencia, por las distancias cortas, es más barato, pero no tan eficiente en el producto de flores.

15. ¿Qué estrategias recomienda implementar a los productores de rosas miniatura spray a fin de fortalecer las exportaciones del producto?

Lo primero que recomiendo es efectuar investigación profunda, antes de iniciar la exportación tener el conocimiento, porque en el camino existen brechas, si estamos preparados las empresas floricultoras avanzan, caso contrario desaparecen.

Gracias por su colaboración

Anexo 11. Evidencia aplicación de entrevistas



Figura 33. Aplicación de entrevistas a Autoridades ProPlan Roses y expertos.

Anexo 12. Formato de encuesta aplicada a empresas de EEUU



STATE POLYTECHNIC UNIVERSITY OF CARCHI
FACULTY OF INTERNATIONAL TRADE, INTEGRATION,
ADMINISTRATION AND BUSINESS ECONOMY
FOREIGN TRADE SCHOOL

INTERNATIONAL MARKET SURVEY

PURPOSE: The purpose of this survey is to obtain primary information on the subject "International Market Opportunity for the export of miniature spray roses from the PROPLAN ROSES microenterprise, El Quinche-Pichincha parish." The answers will be treated confidentially, the information obtained It will be used for academic purposes.

INSTRUCTIONS:

- Read the proposed questions carefully.
- Answer questions clearly and honestly.

Question Guide

1. ¿Do you buy miniature spray roses?

Yes

No

2. ¿From which countries do you import miniature spray roses?

Ecuador

Colombia

Kenya

Ethiopia

Netherlands

Others

3. ¿What periods of the year have the greatest demand for miniature spray roses?

Christmas

Valentine's Day

Mother's Day

Women's Day

Thanksgiving Day

Others

4. ¿How many stems of miniature spray roses does the company import each month?

- 1000 to 2000 stems
- 2001 to 3000 stems
- 3001 to 4000 stems
- 4001 to more stems

5. ¿What quality standards must miniature spray roses meet to be imported?

- Color
- Stem size
- Durability
- Button diameter
- Packing
- Others

6. ¿What colors of miniature spray roses does the company import most frequently?

- White
- Red
- Pink
- Yellow
- Orange
- Others

7. ¿What is the preference regarding the size of the stem that the miniature spray rose must have to be imported?

- 40 - 60 cm
- 61 - 80 cm
- 81 - 1.00 m
- 1.01 m – more

8. ¿What is the size of the miniature spray rose button that the company prefers to import?

- Small button
- Medium button
- Big button

9. ¿What price would you be willing to pay for each miniature spray rose stem?

- 0.20 – 0.30 cents
- 0.31 – 0.40 cents
- 0.41 – 0.50 cents
- 0.51 cents – more

10. What distribution channel do you prefer to use in the international buying and selling process?

- Direct distribution channel
- Indirect distribution channel

11. ¿What negotiation term (Incoterms) do you prefer to use in the import process of miniature spray roses?

- FOB
- CIF
- FAS
- CFR
- FCA
- CPT
- CIP
- EXW
- Others

12. ¿Would you be willing to import miniature spray roses from Ecuador?

- Yes
- No

Thank you for your cooperation

Anexo 13. Correos enviados a empresas importadoras de Estados Unidos

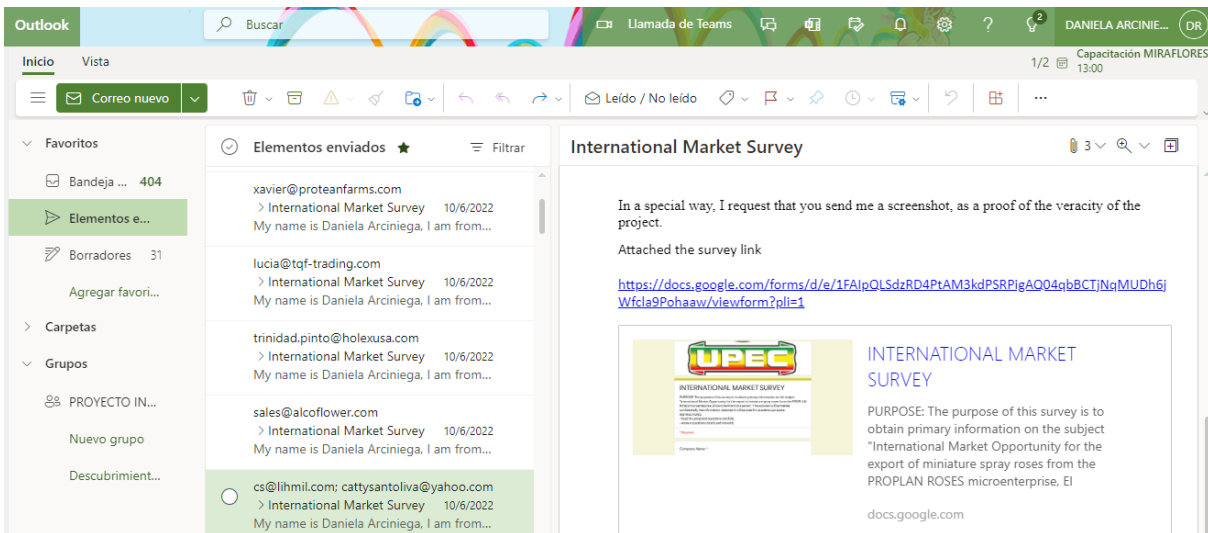
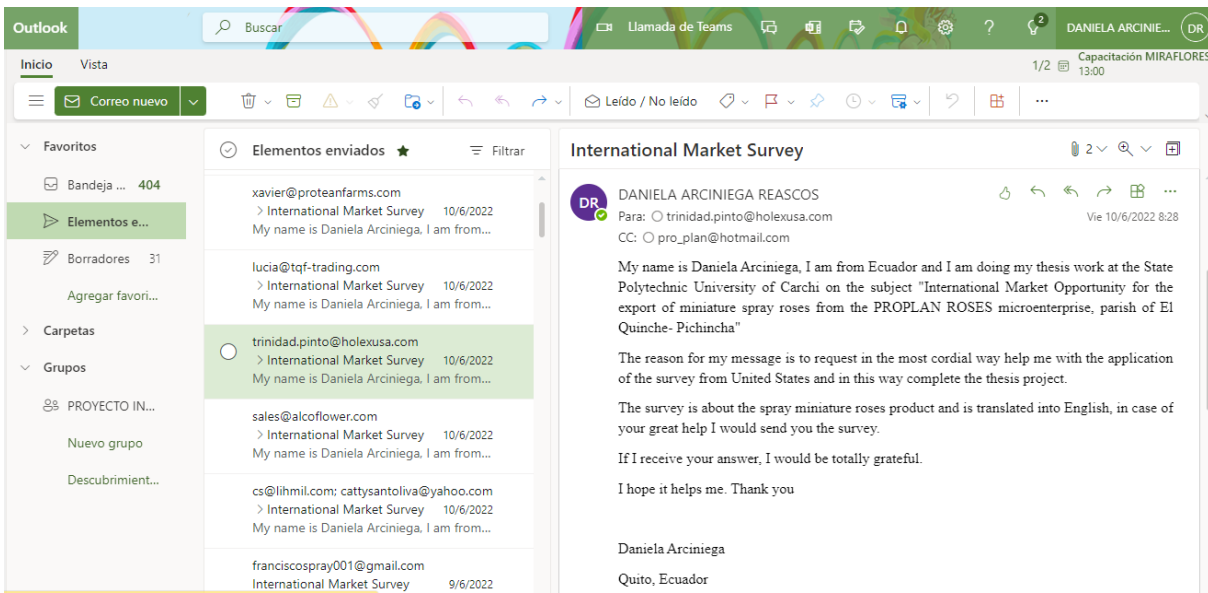


Figura 34. Correos a empresas importadoras

Anexo 14. Evidencia aplicación de encuesta

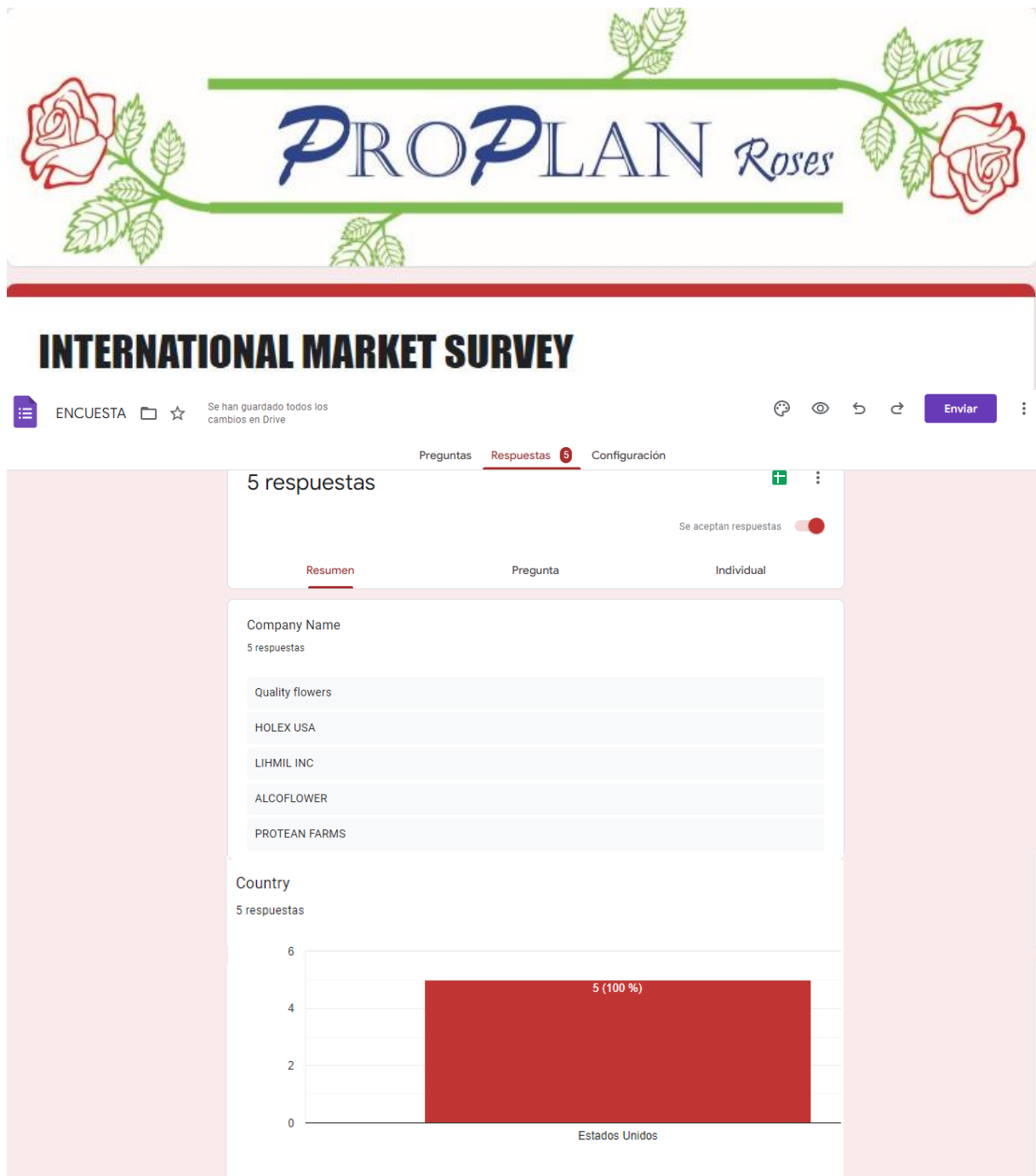


Figura 35. Recolección de información

Anexo 15. Ficha Bibliográfica 001 PESTEL- Estados Unidos

Ficha Bibliográfica 001							
Nombre:	Factores PESTLE- EEUU						
Responsable:	Daniela Arciniega						
Fecha de Elaboración:	oct-22						
INDICADOR	DATOS						FUENTE
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
FACTOR ECONÓMICO							
Importaciones	4116538	3959825	5008223	4637379	3977717	5681096	Trade Map
Exportaciones	5436083	5968418	6631276	6732893	4786401	6402850	Trade Map
Balanza Comercial	1319545	2008593	1623053	2095514	808684	721754	Trade Map
PIB (Billones USD)	18,750,200	19,540,400	20,610,100	21,430,600	20,940,700	22,996,100	Banco Mundial
PIB Per cápita (USD)	58021.4	60109.66	63064.42	65279.53	63413.51	69287.5	Banco Mundial
Tasa de Inflación	1.29%	2.14%	2.10%	2.09%	2.10%	2.00%	The Global Economy
Tasa de paro	4.87%	4.36%	3.90%	3.67%	8.31%	5.46%	Banco Mundial
Moneda	USD	USD	USD	USD	USD	USD	Banco Mundial
FACTOR POLÍTICO							
Acuerdos Comerciales	Acuerdos Multilaterales- Miembros de la OMC (NFM, Nación más Favorecida, Arancel)						OMC
FACTOR LEGAL							
Barreras Arancelarias	Arancel: 6,8% subpartida 060311						PROEQUADOR
Barreras no Arancelarias	Factura Comercial Certificado Fitosanitario Packing List Requisitos de etiquetado						PROEQUADOR, SIIEX, Global Trade Helpdesk
FACTOR SOCIAL							
Distribución por edad	0-14 Años	19,40%					INDEXMUNDI, Santander Trade, Banco Mundial, Country Meters
	15 - 24 Años	13,70%					
	25 - 54 Años	39,90%					
	55 - 64 Años	12,60%					
	65 años y más	14,50%					
PEA (2022)	165.163.504						
Tasa de desempleo	4,2 % (2022)						
Crecimiento Poblacional	323071755	325122128	326838199	328329953	329484123	332524270	
Empleo por Sector	Agricultura	1,40%					Banco Mundial, Santander Trade
	Industria	19,90%					
	Servicios	78,70%					
Perfil del Consumidor							
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria por USD)	1	1	1	1	1	1	INDEXMUNDI, Santander Trade, Banco Mundial, Datos Macro
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD)	13.489.783	13.245.220	13.535.240	13.023.386	13.046.115	13.055.315	
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual)	7,13%	2,90%	2,20%	-3,80%	-6,27%	-5,4	
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	41424	40525	41225	39527	39428	38929	
SMI - Salario Mínimo Interprofesional	1348.13	1184.85	1296,07	1264.91	1256,7	1256,7	

Anexo 16. Ficha Bibliográfica 002 PESTEL- Países Bajos

Ficha Bibliográfica 002							
Nombre:	Factores PESTLE- Países Bajos						
Responsable:	Daniela Arciniega						
Fecha de Elaboración:	oct-22						
INDICADOR	DATOS						FUENTE
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
FACTOR ECONÓMICO							
Importaciones	259372	444816	441101	346414	124359	153764	Trade Map
Exportaciones	422631	460845	449588	571502	565615	684869	Trade Map
Balanza Comercial	163259	16029	8487	225088	441256	531105	Trade Map
PIB (Miles de millones USD)	783,500	831,800	913,600	907,100	912,200	1,020,007	Banco Mundial
PIB Per cápita (USD)	46007,85	48554,99	53018,63	52476,27	52397,11	58061,00	Banco Mundial
Tasa de Inflación	0.98%	1.25%	1.96%	2.72%	1.01%	2.80%	The Global Economy
Tasa de paro	6.01%	4.84%	3.83%	3.38%	4.09%	2.70%	Banco Mundial
Moneda	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	Banco Mundial
FACTOR POLÍTICO							
Acuerdos Comerciales	Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea (UE)						OMC
FACTOR LEGAL							
Barreras Arancelarias	Arancel: 0% subpartida 060311						PROECUADOR
Barreras no Arancelarias	Factura Comercial Certificado Fitosanitario Certificado de Origen Packing List Requisitos de etiquetado Licencia de Importación						PROECUADOR, SIICEX, Global Trade Helpdesk
FACTOR SOCIAL							
Distribución por edad	0-14 Años	16,11%					INDEXMUNDI, Santander Trade, Banco Mundial, Country Meters
	15 - 24 Años	11,91%					
	25 - 54 Años	38,47%					
	55 - 64 Años	13,69%					
	65 años y más	19,82%					
PEA (2022)	9.897.689						
Tasa de desempleo	2,7% (2022)						
Crecimiento Poblacional	17.030.314	17.131.296	17.231.624	17.344.874	17.441.139	17.475.415	
Empleo por Sector	Agricultura	2,08%					Banco Mundial, Santander Trade
	Industria	16,11%					
	Servicios	81,81%					
Perfil del Consumidor							
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria por USD)	0,63	0,63	0,62	0,62	0,61	0,61	INDEXMUNDI, Santander Trade, Banco Mundial, Datos Macro
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD)	810.297	752.015	759.422	668.296	642.859	600.999	
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual)	10,60%	1,70%	1,00%	-12,00%	-16,80%	-17,30%	
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	17.387	16.069	16.112	14.113	13.475	12.497	
SMI - Salario Mínimo Interprofesional	1754.54	1784.39	1827.14	1869.88	1905.16	1936.36	

Anexo 17. Ficha Bibliográfica 003 PESTEL- Alemania

Ficha Bibliográfica 003							
Nombre:	Factores PESTLE- Alemania						
Responsable:	Daniela Arciniega						
Fecha de Elaboración:	oct-22						
INDICADOR	DATOS						FUENTE
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
FACTOR ECONÓMICO							
Importaciones	398246	530474	597824	534101	485163	578549	Trade Map
Exportaciones	530652	501954	506124	331664	398928	363544	Trade Map
Balanza Comercial	132406	-28520	-91700	-202437	-86235	-215005	Trade Map
PIB (Billones USD)	3,467,740	3,674,160	3,962,450	3,861,050	3,806,430	4,220,170	Banco Mundial
PIB Per cápita (USD)	42107.52	44542.29	47950.18	46794.89	46208.42	50801.80	Banco Mundial
Tasa de Inflación	1.50%	1.38%	1.56%	1.54%	1.59%	3.14%	The Global Economy
Tasa de paro	4.12%	3.75%	3.38%	3.14%	4.31%	3.20%	Banco Mundial
Moneda	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	Banco Mundial
FACTOR POLÍTICO							
Acuerdos Comerciales	Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea (UE)						OMC
FACTOR LEGAL							
Barreras Arancelarias	Arancel: 0% subpartida 060311						PROECUADOR
Barreras no Arancelarias	Factura Comercial Certificado Fitosanitario Certificado de Origen Packing List Requisitos de etiquetado Licencia de Importación Embalajes (VerpackG)						PROECUADOR, SIIEX, Global Trade Helpdesk
FACTOR SOCIAL							
Distribución por edad	0-14 Años	12,83%					INDEXMUNDI, Santander Trade, Banco Mundial, Country Meters
	15 - 24 Años	9,98%					
	25 - 54 Años	39,87%					
	55 - 64 Años	14,96%					
	65 años y más	22,36%					
PEA (2022)	43.848.015						
Tasa de desempleo	3,3% (2022)						
Crecimiento Poblacional	82.348.669	82.657.002	82.905.782	83.092.962	83.240.525	83.703.925	
Empleo por Sector	Agricultura	1,20%					Banco Mundial, Santander Trade
	Industria	27,20%					
	Servicios	71,60%					
Perfil del Consumidor							
Paridad del poder adquisitivo (Unidad monetaria por USD)	0,74	0,74	0,74	0,74	0,73	0,73	INDEXMUNDI, Santander Trade, Banco Mundial, Datos Macro
Gastos de consumo de los hogares (Millones de USD)	1937979	1873445	1902779	1791311	1773711	1732644	
Gastos de consumo de los hogares (crecimiento anual)	6,30%	1,40%	1,60%	-5,90%	-8,30%	-11,9	
Gastos de consumo de los hogares per cápita (USD)	23416	22597	22899	21520	21262	20723	
SMI - Salario Mínimo Interprofesional	1702.98	1702.98	1765.17	1745.95	1774.00	1744.00	