

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

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

TEMA: “OPORTUNIDAD DE MERCADOS INTERNACIONALES PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE FLORES DE LA EMPRESA ALTAS CUMBRES FLOWERS
DE LA PROVINCIA DEL CARCHI”

Trabajo de titulación previa la obtención del
Título de Ingeniera. Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

AUTORA: Jessica Paola Lima Escobar

TUTOR: MSc. Julio Iván López Cadena

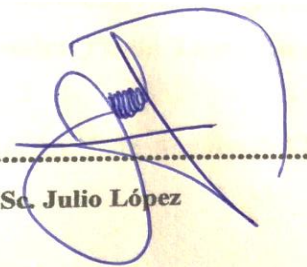
TULCÁN - ECUADOR

2019

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que la estudiante Jessica Paola Lima Escobar con el número de cédula 040172149-3 ha elaborado el trabajo de titulación: “OPORTUNIDAD DE MERCADOS INTERNACIONALES PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE FLORES DE LA EMPRESA ALTAS CUMBRES FLOWERS DE LA PROVINCIA DEL CARCHI”

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



f.....
MSc. Julio López



f.....
MSc. Lorena Ruano

Tulcán, 5 de Agosto del 2019

AUTORÍA DE TRABAJO

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

Yo, Jessica Paola Lima Escobar con cédula de identidad número 040172149-3 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal. Los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



f.....

Jessica Paola Lima Escobar

Tulcán, 5 de Agosto del 2019

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Jessica Paola Lima Escobar declaro ser autora de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “OPORTUNIDAD DE MERCADOS INTERNACIONALES PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE FLORES DE LA EMPRESA ALTAS CUMBRES FLOWERS DE LA PROVINCIA DEL CARCHI” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



f.....

Jessica Paola Lima Escobar

Tulcán, 5 de Agosto del 2019

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por ayudarme y guiarme en todo momento logrando así culminar con éxito esta etapa de mi vida, a mis padres por el apoyo incondicional que me han brindado siempre y sobre todo a mi pequeño hijo que fue fuente de inspiración para lograr mi objetivo y a toda mi familia por estar siempre brindándome su apoyo.

Además quiero agradecer a mis queridos docentes de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi en especial a: MSc. Julio López y MSc. Lorena Ruano por su entrega en la orientación de valiosos conocimientos.

En definitiva quiero agradecer a los representantes de las diferentes instituciones por el tiempo e información manifestada sobre el tema logrando de esta manera culminar con éxitos mi investigación y a todos quienes contribuyeron con este logro.

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación lo dedico con todo mi amor y cariño a mi padre Efraín Lima y a mi madre Sonia Escobar por todo el sacrificio y esfuerzo por brindarme su apoyo y ayudarme a crecer espiritual como profesionalmente siempre brindándome su comprensión, cariño y sobre todo su amor incondicional.

A mi hijo Mateo por ser fuente de inspiración para superarme día a día y así luchar por su bienestar siempre y brindarle un mejor futuro, a mi esposo por sus palabras y confianza por brindarme siempre su apoyo y amor a toda mi familia que me ha brindado todo su apoyo en este trayecto de mi vida logrando así culminar esta nueva etapa con éxito.

ÍNDICE

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR.....	2
AUTORÍA DE TRABAJO.....	3
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	4
AGRADECIMIENTO	5
DEDICATORIA.....	6
ABSTRACT	17
INTRODUCCIÓN.....	18
I. PROBLEMA	19
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	19
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	20
1.3. JUSTIFICACIÓN	21
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	22
1.4.1. Objetivo General.....	22
1.4.2. Objetivos Específicos	22
1.4.3. Preguntas de Investigación	23
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	24
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	24
2.2. MARCO TEÓRICO	34
2.2.1. Oportunidad de mercados.....	34
2.2.2. El estudio de mercado.....	34
2.2.3. Pestel.....	35
2.2.4. Políticos	35
2.2.5. Económicos	35
2.2.6. Socioculturales	35
2.2.7. Tecnológicos.....	35
2.2.8. Ecológicos	35
2.2.9. Legales.....	35
2.2.10. Estrategia	36
2.2.11. Comercialización	36
2.2.12. Comercialización.....	36

2.2.13. Negociación Internacional	36
2.2.14. Producto	37
2.2.15. Precio	37
2.2.16. Plaza.....	37
2.2.17. Promoción	37
2.2.18. Segmentación de mercado	37
2.2.19. Clima.....	37
2.2.20. Tipos de mercado	37
2.2.21. Medidas arancelarias.....	37
III. METODOLOGÍA	38
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO.....	38
3.1.1. Enfoque	38
3.1.1.1. Enfoque cualitativo.....	38
3.1.1.2. Enfoque cuantitativo.....	38
3.1.2. Tipo de Investigación.....	39
3.1.3. Investigación exploratoria.....	39
3.2. HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER	40
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	40
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS.....	41
3.4.1. Población y Muestra de la investigación.....	41
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO	43
3.6. Análisis Situacional Externo.....	46
3.6.1. Factores Económicos	46
3.6.2. Factores Políticos.....	48
3.6.3. Factores Legales	49
3.6.4. Factores Sociales	51
3.6.5. Factores tecnológicos.....	52
3.6.6. Factores geográficos	53
3.7. PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO POAM	56

3.7.1. RESUMEN POAM	58
3.8. PROYECCIONES DEL ESTUDIO	59
3.8.1. Proyecciones de importaciones de Rusia	59
3.8.2. Proyecciones de exportaciones de Rusia de la partida 060311	60
3.8.3. Proyecciones de la producción rosas en Rusia.....	61
3.8.4. Consumo nacional aparente	63
3.8.5. Demanda Insatisfecha Internacional	63
3.8.6. Demanda potencial de empresas importadoras de Rusia	64
3.8.7. Oferta exportable.....	64
3.9. Análisis del Mercado Ruso.....	65
3.9.1. Perfil del Consumidor	65
3.9.2. Gustos y preferencias	65
3.9.3. Empresas Rusas importadoras de flores.....	66
3.9.4. Análisis de la competencia.....	66
3.10. Análisis Situacional del Ecuador.....	67
3.10.1 Factores Socioeconómicos	67
3.10.2. Factores Políticos-Legales.....	68
3.10.3. Factores Geográficos.....	69
3.11. ESTUDIO TÉCNICO.....	71
3.11.1. Macro localización de la Empresa Altas Cumbres Flowers.....	71
3.11.2. Micro localización de la Empresa Altas Cumbres Flowers.	72
3.11.3. Distribución física de la empresa	73
3.11.4. Propuesta para Misión, Visión, Valores, Políticas de calidad de la empresa Altas Cumbres Flowers.....	74
3.11.4.1. Misión.....	74
3.11.4.2. Visión	74

3.11.4.3. Valores.....	74
3.11.4.4. Políticas de calidad	74
3.11.4.5. Objetivos Estratégicos	75
3.11.4.6. Organigrama Estructural de la empresa Altas Cumbre Flowers	75
3.11.5. Manual de funciones	76
3.11.5.1. Gerente General.....	76
3.11.5.2. Área Administrativa.....	77
3.11.5.3. Área Comercial	77
3.11.5.4. Área de Producción.....	78
3.11.6. Mapa de procesos.....	78
3.11.6.1. Fichas de procesos	79
3.12. Información del producto.....	83
3.12.1. Ficha técnica del producto	83
3.12.2. Envase, embalaje y etiquetado.....	86
3.12.3. Precio para el ingreso al mercado de Rusia	90
3.13.1. Incoterms	91
3.13.2. Cubicaje de la mercancía	92
3.14. Canales de distribución	93
3.15. Transporte	94
3.15.1. Transporte Interno	94
3.15.2. Transporte Internacional	94
3.15.3. Formas de pago.....	95
3.16. Estándares o Normas Internacionales	95
3.16.1. Certificado de FlorEcuador.....	96
3.16.2. Certificado GLOBAL G.A.P.	98
3.16.3. e- Ecuador.....	98

3.17. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO.....	99
3.17.1. Inversión inicial.....	99
3.17.2. Capital de Operación.....	101
3.17.3. Estructura del Financiamiento.....	103
3.18. ESTADOS FINANCIEROS.....	104
3.18.1. Estado de Resultados.....	104
3.18.2. Indicadores Financieros.....	105
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	106
4.1. RESULTADOS	106
4.1.1. Resultado de la encuesta aplicada a las empresas importadoras en Rusia	106
4.2. DISCUSIÓN	123
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	130
5.1. CONCLUSIONES	130
5.2. RECOMENDACIONES.....	131
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	133
VII. ANEXOS	139
7.1. Marco teórico.....	139
7.2. Fundamentación Política - legal.	141
7.3 Proyección del Costo de Mano de Obra Directa	144
7.4 Amortización.	145
7.5. Proyección Gastos sueldos administrativos.....	147
7.6 Carta de aceptación.....	148
7.7. Resultados de entrevistas a realizadas a instituciones inmersas en el sector florícola.	184
7.7.1. Entrevista realizada al representa de la Empresa Altas Cumbres Flowers de la provincia del Carchi: Ing. Juan Carlos Pozo.....	184
7.7.2. Entrevista realizada al especialista zonal PRO ECUADOR: Ing. Oscar Ruano.	185
7.7.3. Entrevista realizada al funcionario de AGROCALIDAD: Ing. Víctor Pozo	190
7.7.4. Entrevista realizada al funcionario de la Cámara de la Pequeña Industria: Capitán Jorge Clavijo	193

7.7.5. Entrevista realizada al funcionario de la Cámara de Comercio de Tulcán: Ing. Diego Tarupi.....	196
7.7.6. Entrevista realizada al supervisor de la empresa Altas Cumbres Flowers Sr. Diego Cisneros.	199
7.7.7. Entrevista realizada al gerente de la empresa Tierra Verde Flowers de la provincia del Carchi: MSc. David Herrera.....	201

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Antecedentes.	24
Tabla 2 Antecedentes.	25
Tabla 3 Operacionalización de variable Independiente	40
Tabla 4 Operacionalización de variable Dependiente.....	40
Tabla 5. Factores Económicos de Georgia, Rusia y Colombia año 2018	46
Tabla 6 Barreras no arancelarias de: Georgia, Rusia y Colombia año 2018	50
Tabla 7 Factores Tecnológicos de: Georgia, Rusia y Colombia año 2018	52
Tabla 8 Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio	57
Tabla 9 Resumen del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio.....	58
Tabla 10 Datos históricos importaciones de Rusia	59
Tabla 11 Datos de importaciones de Rusia pronosticados.....	60
Tabla 12 Datos históricos exportaciones de Rusia.....	60
Tabla 13 Datos de exportaciones de Rusia pronosticados	61
Tabla 14. Datos históricos producción de rosas en Rusia.....	61
Tabla 15 Datos de producción de rosas en Rusia pronosticadas.....	61
Tabla 16. Exportación de rosas de Ecuador a Rusia	62
Tabla 17. Datos pronosticados de exportación de rosas de Ecuador a Rusia	62
Tabla 18 Consumo Nacional Aparente TM de flores tipo rosa en Rusia	63
Tabla 19 Demanda Insatisfecha Internacional	63
Tabla 20 Demanda Potencial	64
Tabla 21 Principales empresas Rusas importadoras de flores cortadas.	66
Tabla 22 Factores Socioeconómicos del Ecuador.....	67
Tabla 23 Factor legales	68

Tabla 24 Factor Políticos.....	69
Tabla 25 Organización administrativa.....	76
Tabla 26 Perfil del Gerente General.....	76
Tabla 27 Perfil del área administrativa financiera.....	77
Tabla 28 Perfil del área comercial.....	77
Tabla 29 Perfil del área de Producción.....	78
Tabla 30 Mapa de procesos.....	78
Tabla 31 Proceso Administrativo.....	79
Tabla 32 Producción.....	80
Tabla 33 Comercialización.....	81
Tabla 34 Almacenamiento.....	82
Tabla 35 Ficha técnica del producto.....	83
Tabla 36 Producción.....	85
Tabla 37 Envase.....	86
Tabla 38 Embalaje.....	86
Tabla 39 Incoterms.....	91
Tabla 40 Cubicaje de la mercancía.....	92
Tabla 41 Cubicaje del Pallet aéreo.....	92
Tabla 42 Cantidad de Rosas.....	92
Tabla 43 Contacto comercial Rusia.....	95
Tabla 44 Pasos para la certificación.....	96
Tabla 45 Inversión Inicial.....	99
Tabla 46 Activos fijos.....	100
Tabla 47 Activos Diferidos.....	100
Tabla 48 Capital de Operación.....	101
Tabla 49 Proyección de Costos y Gastos.....	101
Tabla 50 Proyección Costos Indirectos de Fabricación.....	102
Tabla 51 Gastos Administrativos.....	102
Tabla 53 Gastos de exportación.....	102
Tabla 54 Depreciación de activos.....	103
Tabla 55 Estructura de financiamiento.....	103

Tabla 56 Estado de Resultados	104
Tabla 57 Flujo Neto de Efectivo e Indicadores Financieros	105
Tabla 59 Teorías utilizadas para la investigación	139
Tabla 60 Fundamentación política, legal para la investigación	141
Tabla 61 Lista de representantes de las empresas florícolas del Carchi.	143
Tabla 62 Proyección del Costo de Mano de Obra Directa.....	144
Tabla 63 Tasa de amortización	145
Tabla 64 Sueldos Administrativos	147

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i> Marco Teórico.....	34
<i>Figura 2</i> Marco Teórico.....	36
<i>Figura 3:</i> Exportaciones por tipo de flor	45
<i>Figura 4</i> Factor geográfico de Georgia.....	53
<i>Figura 5</i> Factor geográfico de Rusia.	54
<i>Figura 6</i> Factor geográfico de Colombia.....	55
<i>Figura 7</i> Macro localización de la empresa Altas Cumbres Flowers.	71
<i>Figura 8</i> Micro localización de la empresa Altas Cumbres Flowers.....	72
<i>Figura 9</i> Distribución física de la empresa.....	73
<i>Figura 10</i> Estructura orgánica.	75
<i>Figura 11</i> Etiqueta con códigos de barras emitido por la SENAE	87
<i>Figura 12</i> Precio de la competencia	90
<i>Figura 13</i> . Canal de distribución	93
<i>Figura 14</i> Disposición de compra.....	106
<i>Figura 15</i> Con qué frecuencia compra rosas	107
<i>Figura 16</i> Qué fecha demanda más las rosas.....	107
<i>Figura 17</i> Al adquirir rosas toma en cuenta el lugar de procedencia	108
<i>Figura 18</i> Cuales son las características que usted busca en las rosas	109
<i>Figura 19</i> Donde adquiere usted las rosas ecuatorianas	109
<i>Figura 20</i> Las rosas son para autoconsumo o venta.....	110
<i>Figura 21</i> En qué presentación compran las rosas	111

<i>Figura 22</i> Qué cantidad de rosas consume (tallos) mensualmente	111
<i>Figura 23</i> Qué colores de rosas son los que más compra	112
<i>Figura 24</i> Qué tamaño de tallo prefiere	113
<i>Figura 25</i> Cuál es el precio al que compra las rosas en dólares.....	113
<i>Figura 26</i> ¿Usted compra rosas por?.....	114
<i>Figura 28</i> Producción de rosas	203
<i>Figura 29</i> Selección de las rosas	203
<i>Figura 30</i> Organizar de acuerdo al tamaño de los tallos	204
<i>Figura 31</i> Realizar el bonche	204
<i>Figura 32</i> Cuarto frío de almacenamiento temporal	205
<i>Figura 33</i> Caja para exportación	205

RESUMEN

Las empresas florícolas han crecido rápidamente es así que el Ecuador ha logrado posesionarse en un segundo lugar a nivel mundial, es uno de los principales exportadores según EXPOFLORES (2018). Con respecto a la exportación de flores son de calidad y cumple con las expectativas de sus clientes en los mercados internacionales, esto se debe a la situación geográfica de nuestro país el cual permite contar con características únicas en su producción obteniéndose tallos gruesos, botones grandes, colores intensos y tienen mayor vida útil.

El presente proyecto de investigación tiene como objetivo buscar nuevas oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de rosas de la empresa Altas Cumbres Flowers de la ciudad del Ángel de la provincia del Carchi con el fin de incrementar sus ventas; se tomó en cuenta la estabilidad económica, social, cultural, geográfico, legal y poder adquisitivo de diferentes países como Rusia, Colombia y Georgia para realizar la negociación internacional favorable.

Mediante el Perfil de Oportunidades y Amenazas (POAM), se identificó al mercado Ruso como una gran oportunidad para comercializar las rosas porque este mercado exige calidad, su cultura determina que son personas detallistas, siendo así un país atractivo para la empresa Altas Cumbres Flowers.

De acuerdo al estudio realizado a la empresa, se determinó que tiene una capacidad productiva de 50.000 tallos mensuales y de acuerdo al estudio financiero se determinó que tiene un Valor Actual Neto de 60.816,4 USD y un TIR del 27.6 % superior a la tasa de interés bancario con un periodo de recuperación de 3 años 9 meses, determinando que la investigación realizada se establece como positiva por la gran aceptación de las rosas en todos los mercados internacionales debido a que se maneja una excelente calidad y cumple con todas las normas para realizar una exportación.

ABSTRACT

The flower companies have grown rapidly so Ecuador has managed to take possession in a second place worldwide, it is one of the main exporters according to EXPOFLORES (2018), In regard to the export of flowers are of quality and meets the expectations of its customers in international markets this is due to the geographical situation of our country which allows having unique characteristics in its production obtaining thick stems, large buttons, intense colors and their lives last longer.

This research project aims to seek new opportunities in international markets for the marketing of roses from the company Altas Cumbres Flowers in the city of Angel in the province of Carchi in order to increase sales; the economic, social, cultural, geographical, legal and purchasing power stability of different countries such as Russia, Colombia and Georgia were taken into account in order to carry out the favorable international negotiation.

Through the Profile of Opportunities and Threats (POT), the Russian market was pointed as a great opportunity to trade roses because this market demands quality, their culture determines that they are people retailers, thus being an attractive country for the company Altas Cumbres Flowers.

According to the study made to the company, it was determined that it has a productive capacity of 50,000 monthly stems and according to the financial study it was determined that it has a Net Present Value of 60.816,4 USD and an IRR of 27.6 % higher than the bank interest rate with a recovery period of 3 years 9 months, determining that the investigation made is established as positive by the great acceptance of roses in all international markets due to the fact that it handles an excellent quality and complies with all the norms to carry out an export.

INTRODUCCIÓN

El proyecto de investigación tiene como objetivo principal dar a conocer el importante rol del Ecuador en las exportaciones de flores de más alta calidad permitiendo competir en nuevos mercados especialmente europeos esto se debe a la gran variedad de flores y follajes tropicales que se producen en estas zonas.

Gracias a las condiciones climatológicas que existe en el país la producción de flores se da durante todo el año logrando un óptimo desarrollo del sector florícola y un crecimiento comercial en la zona donde se produce.

La investigación cuenta con 5 capítulos el capítulo I explica la problemática que tiene la empresa Altas Cumbre Flowers al no poder ampliar su mercado debido al desconocimiento de estrategias y alternativas para buscar mercados internacionales en el capítulo II se menciona la fundamentación teórica que se sustenta bibliográficamente a las 2 variables a estudiar oportunidad de mercados y comercialización, capítulo III se tiene la metodología de investigación que se basa tanto en el enfoque cualitativo y cuantitativo además se desarrolla el tipo de investigación, métodos de recolección de datos, capítulo IV se tienen resultados y discusión donde se evalúa a 3 posibles países para comercializar las flores mediante la matriz POAM, también se presentan los resultados de la investigación de campo realizada a expertos en el tema que permitan confrontar con los objetivos propuestos, V está conformado por las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La competitividad en el comercio internacional ha obligado a las empresas a enfrentarse a enormes retos de transformación y ajuste para poder cumplir con las exigencias, requerimientos y tendencias de los consumidores, pues en un mundo cada vez más competitivo solo será capaz de mantenerse en el mercado aquellas empresas con la mejor capacidad de adaptabilidad a los cambios.

Ecuador es un país en desarrollo que depende principalmente de la exportación de bienes primarios como el petróleo, banano, camarón, café, flores y cacao, para el caso de la flor ecuatoriana a pesar de ser uno de los cinco principales productos de exportación no petrolera, según la Federación Ecuatoriana de Exportadores FEDEXPORT, la comercialización en los mercados internacionales ha caído un 14% desde 2014, la Asociación Nacional de Productores y Exportadores de flores del Ecuador (EXPOFLORES) manifiesta que esta caída se debe a factores que afectan directamente a la pérdida de competitividad, como el incremento en costos de producción, la demanda cíclica a la que se enfrenta este producto y las condiciones climáticas del país han representado en varias ocasiones pérdida y a la vez presionan para la baja de los precios.

Según ProEcuador dentro de los aspectos negativos a los que se enfrenta el sector florícola están los elevados costos del flete aéreo para la comercialización a mercados internacionales, la dificultad para adquirir los insumos agrícolas pues estos no se producen en el país y el elevado precio de mano de obra en comparación al de Colombia y Holanda, estos implican un incremento en el costo de producción y referente a la concentración de demanda en Fechas como San Valentín y el día de la madre ha provocado inestabilidad para las empresas productoras de flores pues en determinados meses la producción no satisface la demanda o viceversa la producción se pierde. (2017, p. 5)

Siendo Estados Unidos el principal socio comercial del Ecuador, según el Ministerio de Comercio Exterior durante el 2018 las ventas de flores cayeron un 5,2%, esta pérdida de

competitividad se le atribuye a que la flor ecuatoriana debe pagar un arancel del 6,8% mientras que, para el caso de Colombia con el Tratado de Libre Comercio en vigencia, tiene un arancel de 0%; el sector florícola no está exento de obstáculos como los requisitos sanitarios, según la Agencia de regulación y control Fito y Zoosanitario actualmente las situaciones climáticas del Ecuador han provocado la aparición de insectos microscópicos denominados trips y ácaros, se habla también de hongos vellosos y botritis, estos problemas a los que se enfrenta este sector afectan a la calidad de la flor, lo que se está convirtiendo en un impedimento para el ingreso a mercados internacionales, para el caso de Estados Unidos las estrictas exigencias sanitarias han provocado una reducción de ventas de flor ecuatoriana en este país y referente a Rusia el tercer socio comercial de Ecuador dentro de las características que debe la flor la más importante es de 0 trips vivos.

Altas Cumbres Flowers es una pequeña empresa dedicada a la producción de flores en la ciudad del Ángel provincia del Carchi, se identifica que dentro de las principales razones por las que esta empresa no ha tenido crecimiento es por su limitada capacidad de producción correspondiente a 50000 tallos mensuales, la falta de certificaciones de calidad de su finca y por la escasa información respecto a oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de su producto, de igual manera el proceso de negociación internacional que maneja la empresa actualmente en ocasiones ha provocado pérdidas para la empresa pues varios envíos de flores no fueron pagados en su totalidad, se identifica también que la empresa no tiene conocimiento de brokers en los mercados internacionales el contacto con el cliente únicamente es por internet o por recomendaciones de otras fincas.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué oportunidad de mercados internacionales tiene la empresa Altas Cumbres Flowers para la comercialización de las flores tipo rosa desde la provincia del Carchi?

1.3. JUSTIFICACIÓN

Según el Banco Central del Ecuador la actividad florícola tiene una participación del 0,71% en el Producto Interno Bruto, las exportaciones de flores son una de las más importantes después del banano, camarón y atún. Ecuador es un país que por su ubicación geográfica y condiciones climáticas tiene ventajas en la producción de ciertos bienes, mismos que le han caracterizado internacionalmente tal es el caso de las flores ecuatorianas que son considerada como las mejores del mundo por sus gruesos tallos, botones grandes, colores vivos y también porque tiene una larga durabilidad estas son las características que hace atractivas ante los ojos de los consumidores internacionales.

Esta investigación busca la diversificación de mercados internacionales para la comercialización de la flor ecuatoriana principalmente la producida por la florícola Altas Cumbres Flowers, la empresa se encuentra ubicada en la provincia del Carchi, cantón el Ángel, su ubicación geográfica es una ventaja porque permite tener una flor de calidad debido a las condiciones climáticas y las bondades de los suelos que están en zonas altas, estas características permiten cumplir con los parámetros exigidos en mercados internacionales.

Los beneficiarios directos serán primeramente la empresa porque a través de la exportación se logrará incrementar su utilidad y los beneficios para todos quienes la conformen y de igual manera el beneficio será para sus proveedores pues al incrementar las ventas la empresa demandará mayor cantidad de materia prima y contratará los servicios de profesionales y de transporte con mayor frecuencia.

Por otra parte, la ejecución del presente proyecto aporta al crecimiento de la economía de la provincia y del país a través de la exportación y generación de empleo, según datos del Ministerio Comercio Exterior las exportaciones de flores son claves para la economía del país, actualmente Ecuador tiene una cuota de mercado del 9% en las exportaciones de flores mundiales, la oferta exportable ecuatoriana va dirigida principalmente a Estados Unidos con el 48% del total de exportaciones, le sigue la Unión Europea con el 20%, Rusia con el 14% mientras que el 18% restante se distribuye en otros mercados; según el ministerio de Trabajo las florícolas constituyen

una gran fuente de trabajo pues ha generado aproximadamente 110 mil plazas en los últimos años.

De igual manera esta investigación contribuye al cumplimiento del objetivo 5.2 del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021 denominado “Toda una vida” que manifiesta que se deberá promover la productividad, competitividad y calidad de los productos nacionales, con enfoque a satisfacer la demanda nacional y de exportación.

Los aportes de esta investigación estarán fundamentados con documentación e información recolectada de recursos bibliográficos, artículos científicos, sitios web, entrevistas y encuestas y serán el camino referente para que la empresa logre expandir sus mercados, que es el objetivo principal de esta investigación, de igual manera servirá como aporte para futuras investigaciones relacionadas con la búsqueda de mercados internacionales para la comercialización de flores.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Identificar el mercado internacional para la comercialización de flores de la empresa Altas Cumbres Flowers de la provincia del Carchi.

1.4.2. Objetivos Específicos

1. Fundamentar teóricamente las oportunidades de mercados internacionales y la comercialización de flores de la empresa Altas Cumbres Flowers.
2. Realizar un análisis de la oferta y la demanda para identificar la oportunidad de mercados internacionales que permita la comercialización.
3. Establecer una estrategia para el ingreso de flores tipo rosa de la empresa Altas Cumbres Flowers de la provincia del Carchi hacia mercados internacionales.

1.4.3. Preguntas de Investigación

¿Cuál es el mercado más idóneo para la comercialización de flores, ¿Cuál es la oferta exportable de la empresa Altas Cumbres Flowers?, ¿Qué porcentaje de la demanda Insatisfecha Internacional puedo satisfacer?, ¿Cuáles son los precios y características de la competencia?, ¿Cuál es el canal de distribución más idóneo?, ¿Cuál es normativa para la exportación de flores? ¿Cuál es el VAN y el TIR?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Tabla 1 Antecedentes.

Tema	Proyecto de factibilidad para la exportación de rosas al mercado Ruso
Autor	Freddy Fernando Acosta Puga (2014)
Descripción de la Tesis	<p>El objetivo de las florícolas ecuatorianas es incrementar sus utilidades y esto se lo puede conseguir a través de la búsqueda de nuevos mercados económicamente independiente; por la razón el objetivo de este proyecto es ingresar a mercados con oportunidades para la exportación de rosas al mercado Ruso.</p> <p>El mercado Ruso es una oportunidad interesante para la ubicación de rosas dada la existencia de fechas de alta demanda del producto, lo cual beneficiaría a la organización obteniendo ventas seguras anualmente.</p>
Conclusiones	<p>El mercado ruso es una oportunidad interesante para la ubicación de rosas dada la existencia de fechas de alta demanda del producto disímil de las existentes en Estados Unidos, lo cual beneficiaría a la organización por que le provee de una temporada anual de alta demanda.</p> <p>Se han eliminado barreras de acceso al mercado ruso desde el punto de vista del transporte, la posibilidad de contar con vuelos directos facilita la llegada del producto en buenas condiciones para la venta.</p>
Aporte a la investigación	<p>Se determina que Rusia es un mercado potencial para la exportación de rosas desde el Ecuador porque ayuda a incrementar las utilidades de la empresa Altas Cumbres Flowers y por ende mejorar la economía del país, otro aporte importante es que se conoce las fechas de mayor consumo, pues permitirá analizar las temporadas con mayor demanda en dicho país logrando así beneficiar a la empresa con ventas seguras anualmente.</p>
Referencia Bibliográfica	<p>Acosta, F. (2014), <i>Proyecto de factibilidad para la exportación de rosas Al mercado Ruso</i> Quito- Ecuador. Recuperado desde: https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6877/1/UPS-QT05497.pdf</p>

Tabla 2 Antecedentes.

Tema	Competitividad de las exportaciones florícolas del Ecuador: un análisis comparativo actual.
Autor	Pillajo Murillo, Aaron Orlado (2017)
Descripción de Tesis	<p>El presente trabajo de investigación busca constatar qué tan competitivas son las exportaciones del sector floricultor ecuatoriano con respecto de aquellos países que también tienen una alta participación en los mercados esta industria a nivel internacional como lo son: Colombia, Holanda y Kenia.</p> <p>Es notable indicar que solo en el año del 2015, el primer trimestre experimentó una favorable evolución en términos de dólares, las exportaciones florícolas mostraron una marcada mejoría con un crecimiento del 22%, al pasar de USD 143 millones en el tercer trimestre de 2014 a USD 164 millones en el mismo periodo de 2015.</p>
Conclusiones	<p>Las exportaciones son un factor clave para el crecimiento económico de países en vías de desarrollo como el nuestro. Más aun considerando que Ecuador tiene una economía dolarizada y que como tal uno de los pilares fundamentales para sostener el sistema de pagos de la economía es a través de la captación de divisas (dólares). En donde las exportaciones son su mayor fuente de captación. Este estudio hace una evaluación de la condición presente del único de los productos exportables del país que hace una contribución significativa a la balanza comercial no tradicional del Ecuador.</p> <p>.</p>
Aporte a la investigación	<p>Ayudará a comprender de mejor manera como se realiza la exportación de flores ecuatorianas a mercados internacionales y el beneficio que tiene para el país y de forma concreta para la provincia del Carchi. Además, con esta investigación podemos observar si se ha aplicado de alguna forma el intercambio comercial para ayudar a los floricultores y generar mayor cantidad de empleo y mayor producción.</p>
Referencia Bibliográfica	<p>Pillajo, A. (2017), Investigación científica. <i>Competitividad de las exportaciones florícolas del Ecuador: un análisis comparativo actual</i>. Ecuador. Recuperado desde: http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/8934/1/T-UCSG-PRE-ECO-CECO-234.pdf</p>

Tabla 3 Antecedentes.

Tema	Proyecto factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de rosas ecuatorianas hacia el mercado norteamericano y Europeo ubicado en el distrito metropolitano de Quito.
Autor	Luis Fernando del Castillo Erazo (2015)
Descripción de Tesis	El presente estudio tiene como objetivo determinar y evaluar la factibilidad económica financiera y legal de la creación de una empresa comercializadora de rosas para el mercado Norteamericano y Europeo, cambiando procesos los cuales se enfocan en la distribución directa a los mercados, buscando poder definir un nuevo segmento de consumidores finales, siendo la industria florícola una de las principales industrias de comercialización al exterior.
Conclusiones	<p>El actual desarrollo de la industria florícola en el Ecuador se ha visto en un gran crecimiento en los últimos años sin embargo en la actualidad existe un gran porcentaje de problemas en cuanto a la cadena de exportación se refiere, a pesar de haber aumentado la cantidad de tallos vendidos se observa que el precio promedio por kilo exportado ha disminuido.</p> <p>Después de haber realizado el presente estudio se concluye que es factible crear una comercializadora de rosas para exportar al mercado norteamericano y europeo, debido a las comprobaciones realizadas las cuales sugieren que el actual proceso tiene gran cantidad de intermediarios lo que encarece el producto hacia los consumidores finales.</p>
Aporte a la investigación	Busca determinar al mercado norteamericano y europeo como una oportunidad potencial para la exportación de rosas ecuatorianas logrando definir nuevos mercados internacionales ya que la industria florícola es una de las principales comercializadoras al exterior, también hace referencia al tema de calidad con las exigencias fitosanitarias para el ingreso de rosas a estos mercados. Por otras parte existe un consenso generalizado en que las rosas de tallo largo del Ecuador son las de mayor calidad del mundo.
Referencia Bibliográfica	Castillo, L. (2015), Trabajo de titulación. <i>Proyecto factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de rosas ecuatorianas hacia el mercado norteamericano y Europeo ubicado en el distrito metropolitano de Quito</i> . Recuperado desde: ERAZO http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/9068/Tesis%20Fernando%20del%20Castillo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tabla 4 Antecedentes.

Tema	Cadena logística de exportación de flores tropicales aplicación a la provincia del Carchi
-------------	---

Autor	Mendiburo, Rodas, & Jara, (2015)
Descripción de Tesis	En el país el sector florícola se inició con fines de exportación hace más de 20 años, existen 4729 haciendas, es decir aproximadamente 47 km ² dedicadas al cultivo de flores de las cuales el 73,6% corresponden a flores permanentes y el resto 26,4% a flores transitorias. La región Sierra es un lugar óptimo para el cultivo de flores donde sobresale la provincia de Pichincha con el 66%, y provincias como Carchi, Chimborazo, Cañar y Loja mantienen un 6,6% de participación.
Conclusiones	En la actualidad las flores tropicales se encuentran dentro de las flores más sembradas del país, con más de 100 variedades que poseen características y ventajas competitivas, como lo son: tamaño, forma variada, colores sumamente vivos, intensos y brillantes, larga vida después del corte que va de 10 a 15 días en florero.
Aporte a la investigación	Aporta a el proyecto investigativo debido a que se encuentra características y ventajas únicas de la flor tipo rosa ecuatoriana como son el tamaño del tallo y botón, colores intensos, y una vida útil más prolongada en los floreros, al igual que se descubre datos de producción de las provincias que mayormente cultivan este tipo de rosas, dentro de estas se toma en cuenta a la provincia del Carchi, además podemos identificar las fincas productoras y exportadoras de flores.
Referencia Bibliográfica	Mendiburo, Rodas, & Jara, (2015). Trabajo de titulación. <i>Cadena logística de exportación de flores tropicales aplicación a la provincia del Carchi</i> Recuperado desde: https://es.scribd.com/document/288109538/cadena-logística-de-exportación-de-flores-tropicales-aplicados-a-la-provincia-del-Carchi .

Tabla 5 Antecedentes.

Tema	Análisis histórico del sector florícola en el Ecuador y estudio del mercado para determinar su situación actual.
-------------	--

Autor	Gómez, Egas, (2014)
--------------	---------------------

Descripción de tesis	Ecuador es un país situado en la 24 línea equinoccial con un gran potencial para el desarrollo del sector agrícola y de la agroindustria. Posee características naturales que le atribuyen ventajas en la producción de ciertos bienes por los que el Ecuador se ha caracterizado internacionalmente como él: banano, camarón, cacao y las flores, entre otros. Dentro de estos productos se puede considerar que se tiene una ventaja comparativa frente a otros competidores debido a características geográficas y climáticas principalmente que hacen que estos productos tengan una calidad superior comparados con los principales competidores.
-----------------------------	--

Conclusiones	El sector ha ido evolucionando desde sus inicios en la década de los años 80 hasta nuestros días, consolidándose como uno de los mayores rubros de las exportaciones no tradicionales. La flor ecuatoriana posee características únicas que le llevan a posicionarse como un producto de primera calidad en mercados internacionales siendo un producto reconocido y demandado por mercados Premium.
---------------------	--

Aporte a la investigación	Da a conocer que las flores ecuatorianas presentan una gran ventaja comparativa por la ubicación geográfica privilegiada que posee el Ecuador es una característica que potencia la calidad de las rosas esto es posible gracias a los diferentes microclimas y luminosidad con los que goza el país siendo muy beneficioso para desarrollar ciertos valores agregados naturales lo que permite que el producto sea apreciado mundialmente.
----------------------------------	---

Referencia Bibliográfica	Gómez, Egas, (2014). Revista Mexicana. “ <i>Análisis histórico del sector florícola en el Ecuador y estudio del mercado para determinar su situación actual.</i> ”. Recuperado desde: http://www.análisishistórico-del-sector-floricola-en-el-ecuador-09342015000500016
---------------------------------	---

Tabla 6 Antecedentes.

Tema	Importancia de la exportación de flores sobre total exportaciones FOB no tradicionales en Ecuador 2012-2016
-------------	---

Autor	Yagual A, Lovato A, Mite M. (2018)
Descripción de Artículo C.	El presente trabajo pretende analizar la importancia de las exportaciones de flores sobre el total de exportaciones FOB no tradicionales, cuál es su importancia frente a otros productos no tradicionales. Se utilizó una metodología concluyente para la parte bibliográfica y se utilizó una investigación correlacional integral, aplicando el método de los mínimos cuadrados donde se tomó en cuenta el sector floricultor
Conclusiones	La investigación realizada ha permitido determinar que las exportaciones de flores sobre el total de exportaciones FOB no tradicionales en Ecuador tienen una importancia baja, debido a que es una parte del rubro de productos no tradicionales, y representa entre un 12 al 13% del total de las exportaciones FOB totales. Por tanto, la exportación de Flores constituye un segmento de los primarios no tradicionales.
Aporte a la investigación	Es de conocimiento general que Ecuador oferta productos agrícolas dentro de este se encuentra el sector florícola que hoy en día es un sector de gran importancia para nuestra economía, lo positivo de las exportaciones de flores ecuatorianas es que se consolida como uno de los mayores rubros de las exportaciones no tradicionales.
Referencia Bibliográfica	Yagual, A. Lovato, A. y Mite, M. (2018). Revista Espacios. <i>Importancia de la exportación de flores sobre total exportaciones FOB no tradicionales en Ecuador 2012-2016</i> . Recuperado desde: http://www.revistaespacios.com/a18v39n18/a18v39n18p07.pdf

Tabla 7 Antecedentes.

Tema	Análisis comparativo de la exportación de rosas Ecuador – Colombia (2011-2016)
-------------	--

Autor	Changoluisa. C, Becerra. A, (2018)
Descripción de Tesis	El tema a desarrollarse a lo largo del proyecto de investigación es el análisis comparativo de las exportaciones de rosas de Ecuador y Colombia durante el período 2011-2016, incluyendo los aspectos que influyen en su crecimiento o su contracción. Una de las características de la industria florícola es su notable fortalecimiento, producto de la alta demanda a nivel mundial, teniendo como principales socios comerciales o países de destino Estados Unidos, Rusia, Canadá, Países Bajos.
Conclusión	Colombia compite directamente con Ecuador en lo que respecta al ingreso de rosas al mercado Estadounidense, que prefiere la producción colombiana gracias a la firma del tratado de Libre Comercio, el cual elimina aranceles de ingreso para Colombia pero aumenta el precio en destino para la rosa ecuatoriana.
Aporte a la investigación	Hace referencia a la competencia con Colombia se pudo determinar que Ecuador se encuentra entre los principales exportadores de rosas mientras que Colombia tiene el segundo lugar a nivel mundial da a conocer que la flor Colombiana tiene un liderazgo en costos mientras que Ecuador de diferenciación lo que la hace más demandada en mercados internacionales.
Referencia Bibliográfica	Changoluisa. C, Becerra. A, (2018). <i>Análisis comparativo de la exportación de rosas Ecuador – Colombia (2011- 2016)</i> . Recuperado desde: https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/13980/1/T-ESPE-057579.pdf

Tabla 8 Antecedentes.

Tema	Doña rosa ecuatoriana.
-------------	------------------------

Autor	Ragozina (2014)
Descripción de la revista Rusa.	El reportaje escrito por una la periodista rusa está dedicado a las rosas ecuatorianas, su producción, debido a que la rosa es uno de los productos principales de la oferta exportable hacia el mundo se explica que poco a poco se desarrolló el segmento florícola ecuatoriano y el aumento de la cantidad de plantaciones que ocuparon más territorio hasta que empezaron a crecer en la altura, siendo un factor que resultó favorable para cultivar muchas variedades de rosas de altísima calidad.
Conclusiones	Al finalizar la investigación se menciona sobre la historia y características del desarrollo del segmento florícola, regiones de cultivación, altos requisitos del mercado ruso a las rosas, el trabajo en plantaciones y mantenimiento de las rosas cortadas.
Aporte a la investigación	La información que da a conocer la revista es sobre la calidad y la variedad de las rosas ecuatoriana y el gran aporte que realiza a la investigación es que Rusia sin duda alguna es el principal importador de rosas frescas por que tienen un alto potencial competitivo que expresa altos niveles de venta esto ha generado impacto social y económico es por ello que las exportaciones de flores desde el Ecuador a Rusia ha incrementado, demostrando que la floricultura ecuatoriana puede posicionarse en los mejores mercados del mundo, también habla sobre los diferentes requisitos para ingresar a este mercado estratégico.
Referencia Bibliográfica	Ragozina, (2014). Revista Rusa. <i>Doña rosa ecuatoriana</i> .

Tabla 9 Antecedentes.

Tema	Propuesta logística para el desarrollo de la exportación de rosas y claveles a Estados Unidos para la comercializadora export flexy ltda.
-------------	---

Autor	Escandón, J. (2015)
Descripción de tesis.	El desarrollo de una propuesta logística para la exportación de rosas y claveles tiene como fin enfocar a la Comercializadora Internacional de que cada proceso y actividad involucrada en la exportación. Aunque en todas las exportaciones los pasos a desarrollar son muy parecidos, cada exportación tiene procesos diferentes.
Conclusiones	Se establecieron posibles proveedores que cumplen con las exigencias del producto y el transporte para la exportación de rosas y claveles a Estados Unidos, donde se encontró que en el mercado actual se encuentran proveedores que ofrecen servicios integrales, facilitando la operación a la comercializadora.
Aporte a la investigación	El sector florícola ha realizado innovaciones tecnológicas y en el proceso de comercialización, utilizando mejores modalidades para llegar al consumidor final es por ello que se determina una propuesta logística para el desarrollo de la exportación de rosas para la comercialización, de esta manera mejorar la calidad logrando facilitar las operaciones.
Referencia Bibliográfica	Escandón, J. (2015). <i>Propuesta logística para el desarrollo de la exportación de rosas y claveles a Estados Unidos para la comercializadora export flexy ltda.</i> Recuperado desde: https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/Tesis238.pdf

Tabla 10 Antecedentes.

Tema	Análisis de inversión del gobierno ecuatoriano para fomentar la innovación y su relación con el incremento de la productividad en las MIPYMES ecuatorianas.
-------------	---

Autor	Rendón, Peñaherrera, Pizarro y Meneses (2018)
--------------	---

Descripción de artículo.	El presente artículo tiene como objetivo analizar la incidencia de las políticas ejecutadas por instituciones que se dedican al incentivo de la innovación, en el crecimiento de la productividad de las MIPYMES ecuatorianas.
---------------------------------	--

Conclusiones	<p>Las políticas desarrolladas para el fortalecimiento de las MIPYMES, dan poca importancia a la capacitación de los recursos humanos, la innovación en productos y procesos, el mejoramiento de la calidad de productos y servicios, el acceso a la tecnología y la reducción de costos, que son fases importantes para desarrollar y elevar los niveles de productividad y competitividad.</p> <p>Si bien es cierto que las reformas y mejoras de clima de negocio benefician a todas las empresas, los problemas de asimetría de la información y de coordinación no permiten que las MIPYMES reciban todos los beneficios propuestos en las políticas desarrolladas por el gobierno nacional, incidiendo directamente en su gestión comercial.</p>
---------------------	--

Aporte a la investigación	El aporte es que las MIPYMES ecuatorianas para elevar los niveles de productividad y competitividad deben poner énfasis en capacitar al recurso humano, reducción de costos y mejoramiento de la calidad del producto e identificar como problema a la falta de información por parte de los empresarios es por eso que será importante mantenerse informado de los programas y beneficios que otorga el gobierno a las MIPYMES.
----------------------------------	--

Referencia Bibliográfica	Rendón, D., Peñaherrera, H., Pizarro, L., Meneses, L. (2018). <i>Análisis de inversión del gobierno ecuatoriano para fomentar la innovación y su relación con el incremento de la productividad en las MIPYMES ecuatorianas</i> Recuperado desde: https://www.eumed.net/rev/ccss/2018/03/productividadmipymesecuador.html/hdl.handle.net/20.500.11763/ccss1803productividad-mipymes-ecuador
---------------------------------	---

2.2. MARCO TEÓRICO

Se toma en cuenta para esta investigación la fundamentación teórica que contribuya a cada una de las variables del estudio, para (Hartline, M. & Ferrell, O. 2012. p.13) el mercado es considerado como un “Grupo de compradores y vendedores o como un grupo de individuos o instituciones que tienen necesidades similares que pueden ser cubiertas mediante una categoría de producto o un producto en particular”, es así como el mercado tiene esa capacidad de vincular a la oferta y demanda en un lugar determinado.

2.2.1. Oportunidad de mercados

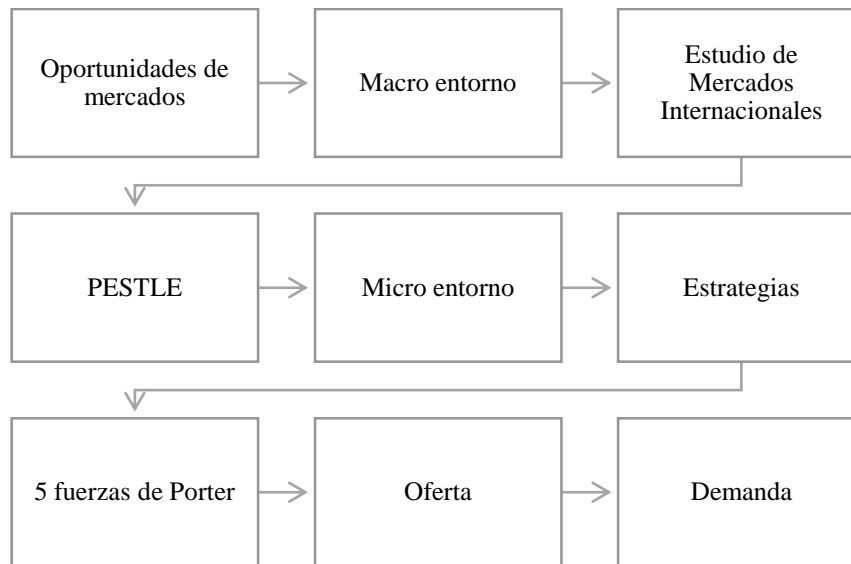


Figura 1 Marco Teórico

2.2.2. El estudio de mercado.- Es una investigación que consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, análisis del precio y estudio de la comercialización”, como se puede apreciar el estudio de mercado ayuda a determinar la oferta y demanda para un producto que se quiera comercializar en el mercado en un determinado sector y considerar si tiene la posibilidad de ser factible o no es necesario identificar la segmentación de mercado es decir determinar a qué población está enfocado el producto, bien o servicio. (Baca, U, 2013, p. 5)

2.2.3. PESTEL. – “Es una técnica de análisis estratégico para definir el contexto de una compañía a través del análisis de una serie de factores externos” (Pascual, 2016, p. 8).

2.2.4. Políticos. – “Aquellos factores asociados a la clase política que puedan determinar e influir en la actividad de la empresa en el futuro” (Pascual, 2016, p. 9).

- Las diferentes políticas de los gobiernos locales, nacionales, continentales e incluso mundiales. Es importante entender la globalidad de lo que ocurre y sus relaciones.
- Las subvenciones públicas dependientes de los gobiernos.

2.2.5. Económicos. – “Consiste en analizar pensar y estudiar sobre las cuestiones económicas actuales y futuras nos pueden afectar en la ejecución de nuestra estrategia. Hay que pensar en cuestiones como las siguientes” (Pascual, 2016, p. 9).

2.2.6. Socioculturales. – “En este caso lo que nos interesa reflexionar es sobre qué elementos de la sociedad pueden afectar en nuestro proyecto y cómo están cambiando (porque seguro que están cambiando). Buscamos identificar tendencias en la sociedad actual hay que pensar en cuestiones como las siguientes” (Pascual, 2016, p. 10).

2.2.7. Tecnológicos. – Este punto es más complejo puesto que, aunque los cambios tecnológicos siempre han existido la velocidad con la que se producen hoy día es realmente vertiginosa. Nos interesa la reflexión sobre como las tecnologías que están apareciendo hoy pueden cambiar la sociedad en un futuro próximo sobre todo es interesante el estudio de aquellos factores que más nos pueden afectar hay que pensar en cuestiones como las siguientes (Pascual, 2016, p. 7).

2.2.8. Ecológicos. – Estos factores puede parecer que a priori sólo afectan a las empresas de sectores muy específicos, pero en realidad es todo lo contrario nos interesa estar al tanto no sólo sobre los posibles cambios normativos referidos a la ecología sino también en cuanto a la conciencia social de este movimiento. Hay que reflexionar sobre cuestiones como las siguientes. (Pascual, 2016, p. 10).

2.2.9. Legales. – Estos factores se refieren a todos aquellos cambios en la normativa legal relacionada con nuestro proyecto que le puede afectar de forma positiva o negativa. Por

supuesto si estamos inmersos en un negocio internacional nos interesará estudiar los aspectos legales tanto del país de origen como de destino deberemos estudiar sobre cuestiones como las siguientes. (Pascual, 2016, p. 11).

2.2.10. Estrategia. - Se refiere a las acciones muy meditadas encaminadas hacia un fin determinado.

2.2. 11. Comercialización

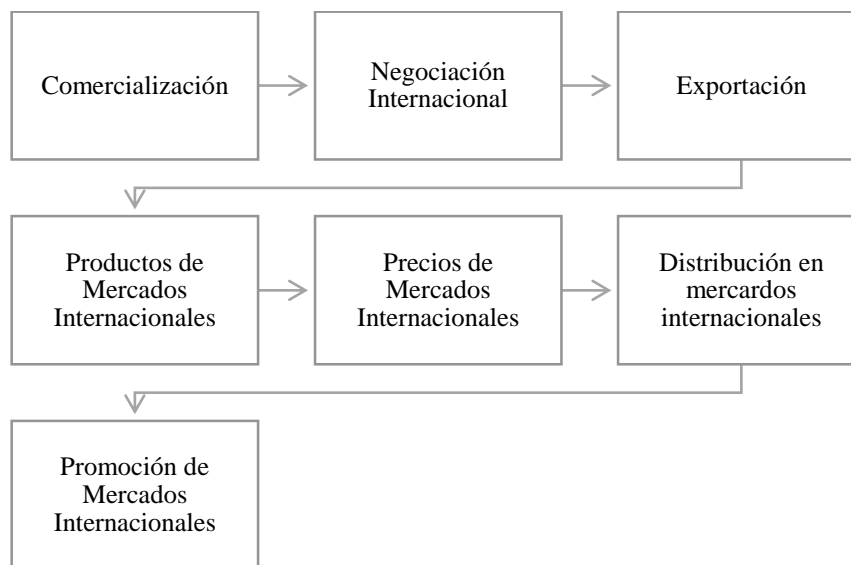


Figura 2 Marco Teórico

2.2.12. Comercialización.- la mayoría parte de los productos de consumo se venden por medio de canales de distribución similares a las otras dos alternativas: el canal detallista y el canal mayorista”, es necesario mencionar que la comercialización incluye las siguientes funciones entre ellas se encuentran: “Investigación de mercados y del medio ambiente, análisis del consumidor, diseño del producto, determinación de los canales de distribución, definición de la forma de comunicar al consumidor el mensaje sobre el producto, estudio y definición del precio que se cobrará por el producto. (CEDECO, 1999, p. 31).

2.2.13. Negociación Internacional. - “Con la globalización y la eliminación progresiva de barreras al comercio la negociación internacional se convierte en un tema diario que permite a productores, comercializadores y compradores obtener los beneficios derivados del comercio exterior” (Exterior, 2013, p. 3).

2.2.14. Producto. - El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. Según un fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización. (Bonta, P. Farber, M. 2003. p. 37).

2.2.15. Precio. – “la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio” (Philip, K. y Armstrong. 2006. p. 136).

2.2.16. Plaza. – Se les denominan a los canales de distribución de los productos es la manera por la cual la compañía hace llegar un producto hasta el cliente la distribución tiene diferentes canales por los cuales el consumidor obtiene los productos los cuales pueden ser: el directo, comprador mayorista y tiendas de Retail entre otras maneras de distribución. (Acuña, 2013, p. 6).

2.2.17. Promoción. – “la promoción consiste en transmitir información entre el vendedor y los compradores potenciales u otros miembros del canal para influir en sus actitudes y comportamientos” (McCarthy, J, 1997, p. 446).

2.2.18. Segmentación de mercado. – “Mencionan que la segmentación de mercado consiste en “dividir un mercado en grupos de compradores que tienen diferentes necesidades características y comportamientos y quienes podrían requerir productos o programas de marketing separados” (Kotler, P. y Amstrong, G. 2013, p. 164).

2.2.19. Clima. - Conjunto de factores y fenómenos atmosféricos y meteorológicos que caracterizan una región.

2.2.20. Tipos de mercado. - Son los cuales se pueden encontrar oportunidades de negocio estos ya sean mercados del consumidor, industrial, gubernamental, revendedores y mercado de organizaciones no lucrativas.

2.2.21. Medidas arancelarias. – “Las barreras arancelarias son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país por la entrada o salida de las mercancías” (ProEcuador 2015, p. 7).

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

3.1.1.1. Enfoque cualitativo

Los autores Blasco y Pérez (2007, p. 25) “señalan que la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas. Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes.”

Se consideró este enfoque en la recolección de datos no numéricos, como el análisis de los entornos en fuentes de información primaria y secundaria entre los principales datos cualitativos es el interno Ecuador- empresa donde se conoció el proceso de producción de las rosas y externo mercado internacional los datos más relevantes son el perfil del consumidor, canales de distribución y requisitos para la exportación.

3.1.1.2. Enfoque cuantitativo

Según Tamayo, “consiste en el contraste de teorías ya existentes a partir de una serie de hipótesis surgidas de la misma siendo necesario obtener una muestra ya sea en forma aleatoria o discriminada pero representativa de una población o fenómeno objeto de estudio. Por lo tanto, para realizar estudios cuantitativos es indispensable contar con una teoría ya construida”. (2007, p. 7)

El enfoque cuantitativo se lo aplicó en el análisis e interpretación de los datos estadísticos considerados en la investigación relacionados a la oferta exportable de la empresa Cumbres Flowers y la demanda internacional Insatisfecha del mercado meta, de igual manera en el estudio económico- financiero para evaluar la viabilidad de la idea a defender.

3.1.2. Tipo de Investigación

Para la investigación se tomará en cuenta:

3.1.2.1. Investigación descriptiva

“Consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere.” (Fidias, G. Arias, 2012, p.24)

Este tipo de investigación se aplicó en la descripción de entornos, en el interno para la describir los procesos de producción y comercialización y en el externo para detallar el perfil del consumidor, así como también las características de la competencia.

3.1.2.2. Investigación de campo

Según Fidias G. “La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de todos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variables alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes.” (2012, p. 31)

La investigación de campo se aplicó al estudio de la empresa Altas Cumbres Flowers en la observación del proceso productivo y en análisis general de la empresa que fue posible realizar mediante las entrevistas aplicadas.

3.1.3. Investigación exploratoria

Según el autor Fidias G. “La investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimientos.” (2012, p.23)

Este tipo de investigación se usó para determinar el mercado más idóneo para la exportación de flores de la empresa Altas Cumbres Flowers mediante el estudio de los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, legales y ecológicos de cada país.

3.2 . HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER

El conocimiento de la oportunidad de mercado internacional permite la comercialización de flores de la empresa Altas Cumbres Flowers de la provincia del Carchi.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 3 Operacionalización de variable Independiente

Variable	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento
V.I. Comercialización	Entorno	Factor Socioeconómico	Fichaje	Ficha bibliográfica 04
		Factores Políticos	Fichaje	Ficha bibliográfica 04
		Factores Legales	Fichaje	Ficha bibliográfica 04
		Análisis de la Demanda	Fichaje	Ficha bibliográfica 04

Fuente: Investigación

Tabla 4 Operacionalización de variable Dependiente

Variable	Dimensión	Indicador	Técnica	Instrumento
V.D Oportunidad de mercados internacionales	Entorno de mercados internacionales	Factor Socioeconómico	Fichaje	Ficha bibliográfica 01-02-03
		Factores Políticos	Fichaje	Ficha bibliográfica01-02-03
		Factores Legales	Fichaje	Ficha bibliográfica01-02-03
		Oferta exportable	Entrevista	Guía de entrevista 01
	Estrategia	Demanda insatisfecha	Fichaje	Ficha bibliográfica Cuestionario 01
		Estudio técnico	Observación y registros	Ficha de Observación Registros 01
	Marketing	Fichaje	Ficha bibliográfica 01	

Fuente: Investigación

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. Población y Muestra de la investigación

La población objeto de estudio se determinó primeramente por la relación que tienen con el sector florícola de la provincia del Carchi y también por la proximidad geográfica para lograr el fácil acceso a la información, las instituciones entrevistadas fueron la empresa Altas Cumbres Flowers, ProEcuador, Agrocalidad, Cámara de la Pequeña Industria, Cámara de Comercio Exterior y la empresa Tierra Verde Flowers. Por otra parte, el cuestionario fue aplicado a 11 de las principales empresas importadoras de flores en el mercado ruso.

Los métodos para la recolección de datos cualitativos y cuantitativos permiten apreciar la relación existente entre los objetivos y los antecedentes establecidos, a continuación, se detallan los diferentes instrumentos aplicados en el proceso de recolección entre ellos: fichas bibliográficas, entrevistas, registros y cuestionarios.

Tabla5. Métodos e instrumentos utilizados.

Técnicas e instrumentos	Características
Fichas Bibliográficas	Se utilizó en la recolección de los factores PESTEL de los países en estudio para la elaboración de la matriz POAM.
Observación simple	Se aplicó en la observación de los procesos productivos de las flores para la elaboración del estudio técnico.
Entrevista	Se realizaron entrevistas a los siguientes representantes de instituciones inmiscuidas en el sector florícola: 1.-Ing Juan Carlos Pozo Gerente Empresa Altas Cumbres Flowers 2.- Sr. Diego Cisneros Supervisor de la Empresa Altas Cumbres Flowers 3.-Ing. Oscar Ruano Responsable Zona 1 Pro Ecuador 4.-Ing. Víctor Pozo AGROCALIDAD 5.-Capitan. Jorge Clavijo Cámara de la pequeña industria 6.- Ing. Diego Tarupi Cámara de Comercio Exterior 7.-MSc. David Herrera Técnico – cultivo / post cosecha de la empresa Tierra Verde Flowers Los principales aportes fueron datos sobre la producción de flores de la empresa Altas Cumbres Flowers, los mercados potenciales para las exportaciones de flores, el medio de transporte más idóneo para la comercialización y los requisitos para la exportación.

Registros	Los estados financieros que proporcionó la Empresa Altas Cumbres Flowers permitieron la elaboración del estudio económico de la investigación, con estos registros se pudo determinar los costos de producción, requerimiento de mano de obra y maquinaria.																						
Cuestionario	El cuestionario se aplicó vía online en idioma ruso a 11 de las principales empresas importadoras en Rusia los datos de las empresas fueron obtenidos en Trademap y en la web, el cuestionario se envió a los correos electrónicos de cada empresa. Las empresas encuestadas fueron las siguientes:																						
	<table border="0"> <tr> <td>1.- DLF- TRIFOLIUM.OOO</td> <td>Moscow</td> </tr> <tr> <td>2.- FM LOZHISTIK SEVERYANKA.OOO</td> <td>Moscow</td> </tr> <tr> <td>3.- GALAKTIKA.OOO</td> <td>Moscow</td> </tr> <tr> <td>4.- GLORIYA-A.OOO</td> <td>Kaliningrand</td> </tr> <tr> <td>5.- KVINS GRASS TARF.OOO – LIMITED LIABILITY. COMPANY QUEENS GRASS TURF</td> <td>Moscow</td> </tr> <tr> <td>6. MIRATORG- SYRE.OOO</td> <td>Moscow</td> </tr> <tr> <td>7.-ROZOVY SAD. ZAO</td> <td>Moscow</td> </tr> <tr> <td>8.- SAMARSKIE PROSTORY Ooo SKHP-OOSAMARCKIE PROSTORY</td> <td>St. Petersburg</td> </tr> <tr> <td>9.-SOLO E. OOO</td> <td>Moscow</td> </tr> <tr> <td>10.- TALIFLOR.OOO</td> <td>Moscow</td> </tr> <tr> <td>11.- TERRAKULTUR RASHA. OOO</td> <td>Moscow</td> </tr> </table>	1.- DLF- TRIFOLIUM.OOO	Moscow	2.- FM LOZHISTIK SEVERYANKA.OOO	Moscow	3.- GALAKTIKA.OOO	Moscow	4.- GLORIYA-A.OOO	Kaliningrand	5.- KVINS GRASS TARF.OOO – LIMITED LIABILITY. COMPANY QUEENS GRASS TURF	Moscow	6. MIRATORG- SYRE.OOO	Moscow	7.-ROZOVY SAD. ZAO	Moscow	8.- SAMARSKIE PROSTORY Ooo SKHP-OOSAMARCKIE PROSTORY	St. Petersburg	9.-SOLO E. OOO	Moscow	10.- TALIFLOR.OOO	Moscow	11.- TERRAKULTUR RASHA. OOO	Moscow
1.- DLF- TRIFOLIUM.OOO	Moscow																						
2.- FM LOZHISTIK SEVERYANKA.OOO	Moscow																						
3.- GALAKTIKA.OOO	Moscow																						
4.- GLORIYA-A.OOO	Kaliningrand																						
5.- KVINS GRASS TARF.OOO – LIMITED LIABILITY. COMPANY QUEENS GRASS TURF	Moscow																						
6. MIRATORG- SYRE.OOO	Moscow																						
7.-ROZOVY SAD. ZAO	Moscow																						
8.- SAMARSKIE PROSTORY Ooo SKHP-OOSAMARCKIE PROSTORY	St. Petersburg																						
9.-SOLO E. OOO	Moscow																						
10.- TALIFLOR.OOO	Moscow																						
11.- TERRAKULTUR RASHA. OOO	Moscow																						

Fuente: Investigación

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

El análisis del volumen de importaciones de la subpartida 060311 durante los años 2014-2018, permitió identificar los principales importadores mundiales, la demanda mundial de flores se concentra en Estados Unidos, Australia y Canadá.

Tabla 6. Principales países importadores subpartida 060311

País importador	Cantidad en Toneladas				
	2014	2015	2016	2017	2018
1 EEUU	66224	61212	1757381587	1793570733	1897699515
2 Australia	106192883	116084263	115302733	120418618	131526097
3 Canadá	8259	6868	11089391	12443202	11378109
4 Países Bajos	172735	294133	303870	259427	198737
5 Reino Unido	32013	31348	29664	29013	51609
6 Alemania	54349	51831	53300	53308	49953
7 Rusia, Federación de	37484	33776	24684	28929	41851
8 Francia	22782	23733	23495	23024	23194
9 Belarús	1123	957	5954	16550	22316
10 Bélgica	36079	5181	6454	40135	21820
11 Polonia	7718	7047	6574	10168	13220
12 Italia	12049	12232	11814	11617	12539
13 España	5813	5961	6873	7157	7561
14 Noruega	6017	6631	6373	6536	6025
15 Colombia	6471	6665	6454	6214	5792
16 Suecia	3985	4214	4212	4775	4535
17 República Checa	2268	2519	3558	3648	4416
18 Colombia	4695	4841	4224	3446	4021
19 Dinamarca	2789	2350	2006	2175	3892
20 Georgia	1999	1962	2319	3433	3655

Fuente: Trademap 2019

Ecuador es el segundo exportador más importante de flores al mundo según Trademap, la calidad y atributos específicos que tiene la flor nacional tales como excelente aroma, color, durabilidad, tamaño del botón y del tallo entre otras, permiten una alta demanda mundial de flor ecuatoriana.

Tabla 7. Exportaciones Mundiales subpartida 060311

País exportador	Cantidad en Toneladas				
	2014	2015	2016	2017	2018
1 Países Bajos	146031	161182	183070	189866	182603
2 Ecuador	120268	111425	109855	124408	123357
3 Colombia	53816	48866	48150	48482	50430
4 Belarús	206	245	5368	15910	21410
5 Bélgica	71010	3559	3659	2374	17068
6 Australia	0	1000	0	7820	7840
7 Alemania	5033	5361	4856	4624	3739
8 India	1965	2236	2045	2071	2543
9 China	2312	2309	2790	2831	2427
10 México	2577	2573	2811	2931	2384

Fuente: Trademap 2019

Según Trademap y ProEcuador los principales destinos de las exportaciones de flores ecuatorianas son: Estados Unidos con un 40%, Rusia con un 25% y demás países de Europa, a continuación, se detallan los principales socios comerciales de Ecuador.

Tabla 8. Exportaciones ecuatorianas subpartida 060311

Socio Comercial	Cantidad en Toneladas				
	2014	2015	2016	2017	2018
1 Estados Unidos de América	43728	43624	45248	46933	46182
2 Rusia, Federación de	33178	23254	21246	25125	25510
3 Países Bajos	8724	8434	8538	8736	10768
4 Italia	4084	3450	4066	4124	4839
5 España	2687	2933	2826	3703	4279
6 Kazajstán	1446	1858	2211	4188	4154
7 Ucrania	2933	2735	2247	2854	2992
8 Canadá	3501	3452	2375	2559	2699
9 Chile	6108	2360	2328	2905	2252
10 Francia	1162	1152	1216	1646	1396

Fuente: Trademap 2019

Es importante analizar qué tipo de flor es la que más se exporta hacia mercados internacionales, es por ello que en la figura 3 se puede observar los tipos de flores que Ecuador exporta, entre ellas se encuentran las rosas con un 74% siendo la más demandada, seguida de las demás flores de verano con un 12% la Gypsophia con un 7% se puede evidenciar que las rosas de la empresa Altas Cumbres Flowers tendrán una amplia acogida en el mercado a exportar porque es una empresa que tiene una producción especializada en rosas.

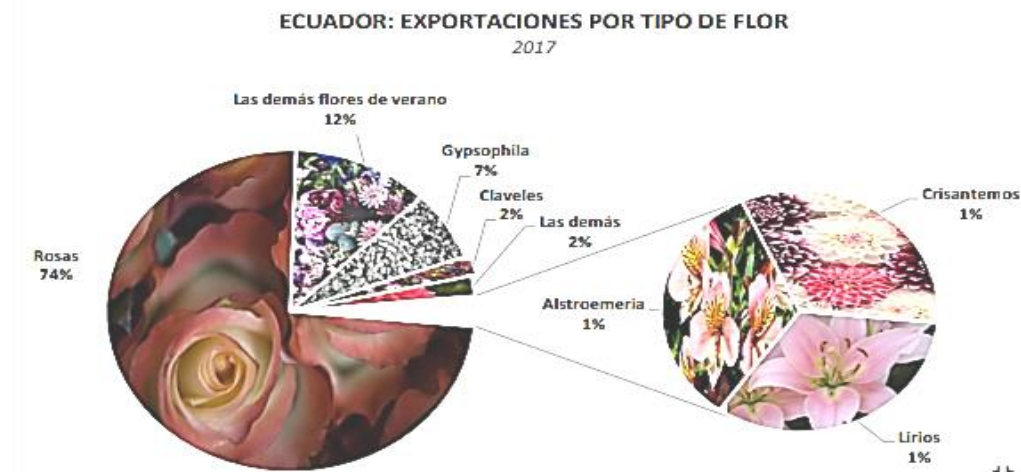


Figura 3: Exportaciones por tipo de flor
Fuente: Expoflores
Elaborado Por: Expoflores- Análisis económico.

3.5.1. Criterios para la elección de los países de estudio

Considerando los principales importadores mundiales de la subpartida 060311, el primer criterio de elección estuvo basado en la entrevista aplicada al gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers de la provincia del Carchi, Ing. Juan Carlos Pozo, en donde manifiesta el interés por incursionar en el mercado ruso, considerando que Rusia es el séptimo importador más importante de flores a nivel mundial y que según Trademap Rusia es el segundo socio comercial más importante del Ecuador, se determina como un mercado potencial para realizar el estudio de los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, legales y ecológicos.

El Segundo criterio fue el de ubicación geográfica considerando que Colombia es un país vecino y que junto a Ecuador forman parte de la Comunidad Andina, la reducción en costos logísticos puede ser un determinante para lograr competitividad en este mercado. Colombia siendo uno de los principales exportadores de flores, ocupando el tercer lugar según Trademap, este país cuando tiene un déficit en su demanda recurre a las flores ecuatorianas para completar su cargamento.




El tercer país de elección fue Georgia, este es un mercado en el que el Ecuador está empezando a incursionar, la primera exportación ecuatoriana a este país según datos de Trademap fue en el 2016, puede este país convertirse en un mercado potencial para la exportación de rosas de la empresa Altas Cumbres Flowers.

3.6. Análisis Situacional Externo

Este análisis se enfoca a detectar el entorno en donde se desenvolverá la investigación, se tomará en cuenta los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, geográficos de los países a estudiar y determinar la mejor alternativa de mercado para la comercialización de flores de la empresa Altas Cumbres Flowers.

3.6.1. Factores Económicos

Tabla 5. Factores Económicos de Georgia, Rusia y Colombia año 2018

Datos económicos	Georgia 	Rusia 	Colombia 
Producto Interno Bruto (PIB)	15,16 miles de millones USD	1,578 billones USD	309,2 miles de millones USD
	Composición del PIB por sector		
Industria	23.4%	39.5 %	35%
Servicios	66.2%	55.9 %	19.5%
Agricultura	9.6%	4.5 %	4.6%
PIB Per Cápita	4344,631 mil USD	11288,872 mil USD	6651,291 mil USD
Tasa de Inflación Anual	3.1%	3.70%	3.7%
Salario Mínimo	320.68 USD	564.06USD	250.82 USD

Fuente: The World Bank Group, Servicio Federal de Estadísticas de Rusia (Rosstat), Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas de Colombia

- El Producto Interno Bruto que es el total de bienes y servicios producidos en un país durante un periodo determinado es un indicador que permite analizar el crecimiento o decrecimiento de una economía, un incremento del PIB refleja un crecimiento en la productividad y a la vez la generación de empleo. El PIB Per Cápita que es el PIB dividido para el número de habitantes por medio de este indicador se puede analizar la capacidad de compra de bienes.

Respecto a la composición del PIB por sectores:

- La economía de Georgia tiene fuerte dependencia del sector turístico del Mar Negro, gran parte de los ingresos también proviene del sector de servicios con el 66.2% una buena cantidad de la población se dedica a este sector que es el más dinámico en las ramas de

hotelería, restaurantes, transporte y telecomunicaciones generalmente la producción agrícola del país es de autoconsumo y se enfoca al cultivo del maíz, soya, tabaco y algodón. (Bosques, 2018). Por su parte el sector industrial se ha dedicado al procesamiento de alimentos, fabricación de equipos de transporte, motores eléctricos, aviones, productos químicos y textiles lo que representa un porcentaje del 23.4% de los ingresos para este país.

- La economía de Rusia es una de las más grandes del mundo según estimaciones del Fondo Monetario Internacional para el 2019 la economía de este país es la duodécima más grande del mundo con un PIB de US\$1.267.750 millones. Según investigación realizada en Rosstat la economía de Rusia el sector de servicios lidera con un 55.9% ya que emplea un gran porcentaje de la población siendo los campos de comunicación, transporte y comercio de los más fuertes de este sector seguido del sector industrial con un 39.5% por la herencia de un gran parque industrial de la antigua URSS siendo las más desarrolladas la química, metalurgia, construcción, mecánica y la militar finalmente de sector agricultor con un 4.5% porque es el mayor productor de granos, cereales y ganadería entre los más destacados de esta área.
- La remuneración mínima que percibe el trabajador es un indicador que refleja la capacidad adquisitiva de los consumidores en cada país, sin embargo, un salario mínimo alto no siempre determina un alto poder adquisitivo es importante analizar conjuntamente indicadores como la inflación, para el caso de Rusia con un salario de \$564 USD un porcentaje de inflación del 3,7 % es la economía que presenta las mejores condiciones para ingresar a este mercado.
- La economía de Colombia cuya estructura se encuentra liderada por el sector de la industria con un 35% de esta rama los más sobresalientes son el textil y la producción metalúrgica seguido del sector de servicios con 19.5% en el cual sobresale el turismo finalmente con el sector agrícola con un 4.6% siendo el principal el cultivo de café, para el caso de Colombia cuenta con un salario de \$250,82 USD siendo el más bajo de los países a estudiar un porcentaje de inflación del 3,7%.
- La inflación es un indicador que determina el incremento de precios dentro de una economía y el poder adquisitivo de la moneda en circulación, de las economías en análisis Georgia es el que presenta la menor tasa de inflación, mientras que Rusia y Colombia mantienen similar

tasa sin embargo la relación de Rusia con su PIB Per Cápita determina que esta economía es la que tiene una mejor calidad de vida para sus habitantes.




- De las economías en análisis la de mayor productividad es Rusia, de igual manera su PIB Per Cápita refleja un alto poder adquisitivo de los habitantes rusos y un adecuado nivel de vida , esto se traduce en un alta oportunidad para el ingreso a este mercado.

Después de analizar el sector económico de estos tres posibles compradores de flores ecuatorianas se llega a la conclusión que la mejor opción es Rusia por que sin duda alguna su PIB es mayor a los demás teniendo en cuenta las ventajas y desventajas de todos los países ya que algunos se encuentran cerca, pero las utilidades al venderles serían menores en comparación a lo que podría generar la venta de rosas de la empresa Altas Cumbres Flowers hacia Rusia.

3.6.2. Factores Políticos

Para un mejor análisis de los productos en el mercado respecto al desarrollo comercial se establecen factores políticos a los cuales se conoce como política comercial cuyo propósito es el manejo de diferentes instrumentos a favor del proteccionismo destacando las barreras arancelarias y no arancelarias y por el lado del libre comercio la apertura económica con la firma de acuerdos comerciales como instrumento que regule las importaciones.

Tabla 10. Comercio Bilateral con: Georgia, Rusia y Colombia año 2018

Comercio Bilateral		
<p>Georgia</p>  <p>Bandera</p>	<p>Georgia por su parte también es un país que realiza importaciones de flores ecuatorianas.</p>	<p>No hay convenio alguno con Georgia, pero si se puede exportar flores a este país.</p>
<p>Rusia</p> 	<p>Rusia es el segundo país importador de las flores ecuatorianas.</p>	<p>No hay convenio alguno con Rusia, pero si se puede exportar flores a este país.</p>
<p>Colombia</p> 	<p>Colombia es el quinto mercado de destino de las exportaciones y cuarto proveedor de las importaciones (2015)</p>	<p>País miembro de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), este programa de liberación de los gravámenes y las diferentes restricciones de toda resolución.</p>

Fuente: The World Bank Group, Servicio Federal de Estadísticas de Rusia (Rosstat), Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas de Colombia

En la actualidad Ecuador no mantiene acuerdos bilaterales con Rusia sin embargo es uno de los beneficiarios del SGP de la Unión Económica Euroasiática (país en desarrollo), los productos que ingresan desde Ecuador se les otorga un descuento del 25% del Arancel NMF, la relación comercial con Georgia al no tener firmado acuerdos o tratado bilaterales, los productos ecuatorianos pagan arancel, en el caso de Colombia al ser miembros de la Comunidad Andina el producto de origen ecuatoriano tiene un arancel del 0%.




3.6.3. Factores Legales

3.6.3.1. Barreras Arancelarias

Las barreras arancelarias son un mecanismo de protección a la industria nacional y de recaudación fiscal que permiten aplicar un derecho de aduana o arancel a las mercancías importadas, el porcentaje de arancel que corresponda influye directamente en qué tan competitivo pueda ser un producto importado frente al nacional, pues este determina el precio para el consumidor final, es importante considerar los acuerdos comerciales entre países pues estos permiten reducir el porcentaje o eliminar el arancel a pagar.

La siguiente tabla presenta información acerca de los derechos de aduana en los países de Georgia, Rusia y Colombia.

Tabla 11 Barreras arancelarias de: Georgia, Rusia y Colombia año 2018




Barreras Arancelarias		
<p>Georgia</p>  <p>Bandera</p>	<p>No hay convenio alguno con Georgia.</p>	<p>Si otorga una partida arancelaria de 10% para el caso de importación de flores.</p>
<p>Rusia</p> 	<p>El Ecuador, como uno de los beneficiarios del SGP de la Unión Económica Euroasiática (país en desarrollo), tiene un descuento del 25% del Arancel NMF.</p>	<p>El régimen arancelario que utiliza para la importación de flores es: Derechos NMF (aplicados) la tarifa es equivalente al 11,25% de ad valoren.</p>
<p>Colombia</p> 	<p>Ecuador y Colombia forman parte de la Comunidad Andina</p>	<p>La CAN otorga un pago del 0% de arancel para productos originarios de los países miembros.</p>

Fuente: ITC, MACMap (2018)

Al analizar las barreras arancelarias se puede observar que Georgia tiene 10% de aranceles para productos ecuatorianos por lo que sería una gran ventaja para exportar nuestras flores a diferencia de Rusia que aplica aranceles muy bajos del 11,25% para las flores, el caso de Colombia por ser parte de la Comunidad Andina el arancel corresponde al 0%

3.6.3.2. Barreras no Arancelarias

Tabla 6 Barreras no arancelarias de: Georgia, Rusia y Colombia año 2018




Barreras no arancelarias	
<p>Georgia</p>  <p>Bandera</p>	<p>Documentos para la importación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Factura comercial. - Certificado de origen cuando sea exigido por el importador. - Packing list. - Tarjeta de transporte. - Licencias para los bienes sujetos a licencia previa. - Certificados fitosanitarios para las flores.
<p>Rusia</p> 	<p>Documentos para la importación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Documento de transporte - Factura Comercial - Lista de empaque - Declaración de Importación de Aduanas - Certificado de Origen (opcional) - Documentos de acompañamiento según el producto - Certificación de calidad (opcional flor ecuador)
<p>Colombia</p> 	<p>Documentos para la importación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Licencias de Importación - Normas de Origen - Normas Técnicas - Normas Fitosanitarias - Restricciones cuantitativas a las importaciones son algunos de los típicos ejemplos de este tipo de restricciones a las importaciones.

Fuente: The World Bank Group, Servicio Federal de Estadísticas de Rusia (Rosstat) Saie/Infpaís/Geo Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas de Colombia

Las barreras no arancelarias que aplican los distintos países son medidas de protección para evitar el ingreso de productos que afecten la producción nacional, así como también para evitar el ingreso de productos contaminados o en mal estado que perjudiquen la salud de sus habitantes, por lo cual se llegó a la conclusión que Rusia tienen menos restricciones al momento de importar rosas tales como Certificado de conformidad, Certificado fitosanitario, licencia de importación.

3.6.4. Factores Sociales

Tabla 11. Factores Sociales de Georgia, Rusia y Colombia año 2018

Datos Sociales	Georgia	Rusia	Colombia
			
Población	3.717 millones	144.5 millones	49.07 millones
PEA	2.031857 (54,66%)	75.638703 (52,34%)	26.421385 (53,84%)
Índice de Gini	36.50	37.70	53.53
Tasa de desempleo	4,1%	5,3%	8,4%
Idioma	Georgiano	Ruso	Español

Fuente: The World Bank Group, Servicio Federal de Estadísticas de Rusia (Rosstat), Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas de Colombia

- Dentro de los factores sociales el indicador de Población económicamente activa permite identificar el porcentaje de población que aporta a la producción de bienes y servicios, de las económicas analizadas el que tiene el porcentaje más alto de PEA es el país de Georgia.
- El coeficiente de Gini que es un indicador que mide la desigualdad en la distribución de los ingresos en la población, en un rango de 0 a 100 en donde 0 representa una equidad perfecta y 100 una inequidad” (Banco Mundial, 2019) Colombia es el país con mayor desigualdad en la distribución de los ingresos, este indicador refleja que la riqueza en ese país está concentrada en determinados grupos de la población, por ende existe una mayor nivel de pobreza, para el caso de Georgia y Rusia refleja un menor índice que se traduce a una menor desigualdad social.
- Rusia tiene una tasa de desempleo del 5.3% que es un promedio bajo para una economía como la rusa en donde su salario mínimo es de 564.06 dólares , el nivel de inflación es del 3,7% y su población económicamente activa es del 52% mientras que Colombia tiene una tasa de desempleo nacional que es de 8.4% bastante alta lo que perjudica su economía en todos los ámbitos su salario mínimo es de 250.82 dólares bajo en comparación con los otros países analizados una población económicamente activa del 60% alto en comparación con los demás con una tasa de inflación anual de 3.7%.




Después de analizar los diferentes parámetros de las economías de los países a los cuales tenemos como posibles compradores de rosas se llega a la conclusión que la mejor opción es Rusia porque su tasa de desempleo está dentro de los parámetros normales su salario mínimo es mucho más alto en comparación a Georgia y Colombia por lo que podemos decir que su poder

adquisitivo es más alto, su población económicamente activa que supera el 50%. y tiene una menor desigualdad social así lo manifiesta el coeficiente de Gini del 37.7.

Por otra parte, el idioma tanto de Georgia como de Rusia son inconvenientes a la hora de negociar, cosa que para el caso de Colombia es una ventaja porque su idioma oficial al igual que el idioma ecuatoriano es español.

3.6.5. Factores tecnológicos

Tabla 7 Factores Tecnológicos de: Georgia, Rusia y Colombia año 2018

TECNOLOGÍA	
<p>Georgia</p>  <p>Bandera</p>	<p>En los últimos años, el empleo de tecnología ha aumentado un 15%, aproximadamente, Georgia se encuentra entre los estados más importantes en términos de acceso a fibra y banda ancha. (ICEX, 2018, pag.45)</p> <p>Según la Fundación TechAmérica (2015), Georgia es uno de los 10 mejores estados para el crecimiento laboral de alta tecnología y ocupó el puesto 11 a nivel mundial para el empleo general de alta tecnología.(pág.46)</p>
<p>Rusia</p> 	<p>Se puede mencionar que en el 2016 fue un año de grandes descubrimientos científicos en Rusia en áreas tan diversas como la física termodinámica la arqueología, la biomedicina y las tecnologías cuánticas.</p> <p>La tecnología rusa está bien desarrollada y su número de patentes es de 26.795 lo que la ubica entre las 10 potencias con mayor cantidad de patentes lo que significa que es un país con una tecnología bastante avanzada.(Banco Mundial, 2016, pág. 1)</p>
<p>Colombia</p> 	<p>El gobierno de Colombia atiende la necesidad de fortalecer la productividad e innovación en las áreas rurales para consolidar un sector agrícola a través de la investigación, la tecnología y la innovación que lo convierta en rentable y un impulsor de la economía colombiana.</p> <p>Colombia se ha propuesto ser un país de innovaciones y uno de los indicadores que demuestra si se está haciendo bien la tarea es el número de solicitudes y registros de patentes que otorga la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC). El país lleva dos años consecutivos incrementando el número de patentes concedidas. En 2016 fueron otorgadas 989 en 2017 fueron 2.198 y hasta el 12 de septiembre van 737 en el 2018. (González J, 2018, párr. 1)</p>

Fuente: The World Bank Group, Servicio Federal de Estadísticas de Rusia (Rosstat), Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas de Colombia, Banco Mundial, España Exportaciones e Inversiones (ICEX), Fundación TechAmérica

Mediante los análisis realizados respecto a los factores tecnológicos se determinó que la opción más viable es Rusia ya que tiene mayor tecnología que Georgia y Colombia por lo cual su

población se encuentra en un ámbito más desarrollado que produce una gran cantidad de nuevas patentes en todos los campos.

3.6.6. Factores geográficos

3.6.6.1. Ubicación geográfica Georgia

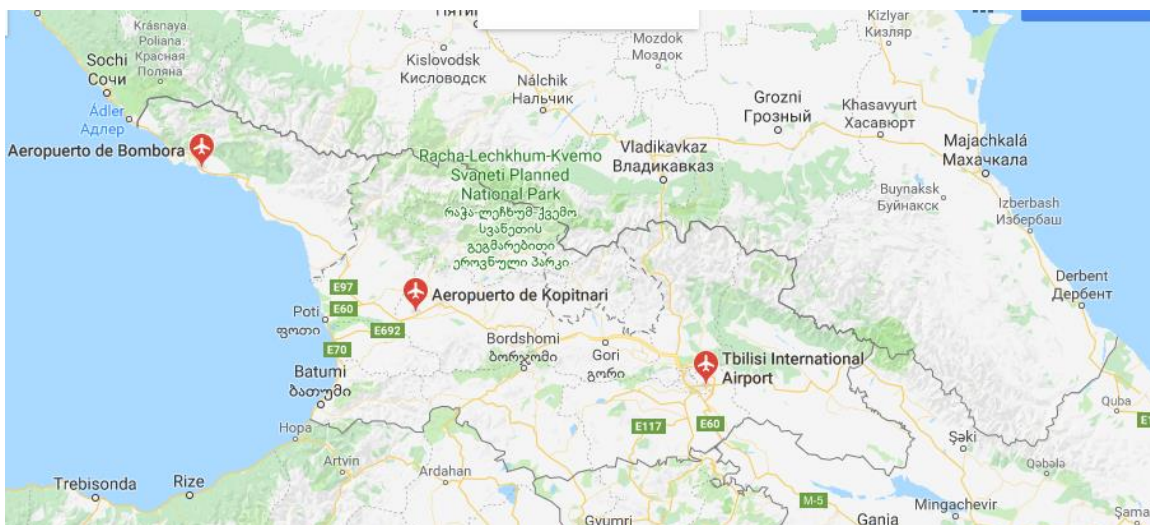


Figura 4 Factor geográfico de Georgia
Fuente: Google maps

Es un país soberano de Europa Oriental localizado en la costa del mar Negro comparte fronteras con Rusia al norte y nordeste con Turquía y Armenia al sur y con Azerbaiyán al sudeste ubicada en Asia Occidental tiene una superficie de 69.700 Km² con lo que se encuentra entre los países más pequeños.

Los georgianos del Norte gozan de un clima subalpino o alpino según la altitud los del Sur de un clima continental más bien seco con inviernos fríos y lluvias escasas (600 mm anuales) y los de las planicies occidentales se benefician de un clima subtropical húmedo casi mediterráneo con unos 2 000 mm de lluvias cada año. (EcuRed, 2017, p. 5)

Para el transporte a este país de rosas ecuatorianas se utilizaría los aeropuertos de Georgia teniendo 3 principales a los cuales llegarían las rosas entre ellos el más importante la capital Tiflis siendo esta la ciudad más grande del país.

3.6.6.2. Ubicación geográfica Rusia

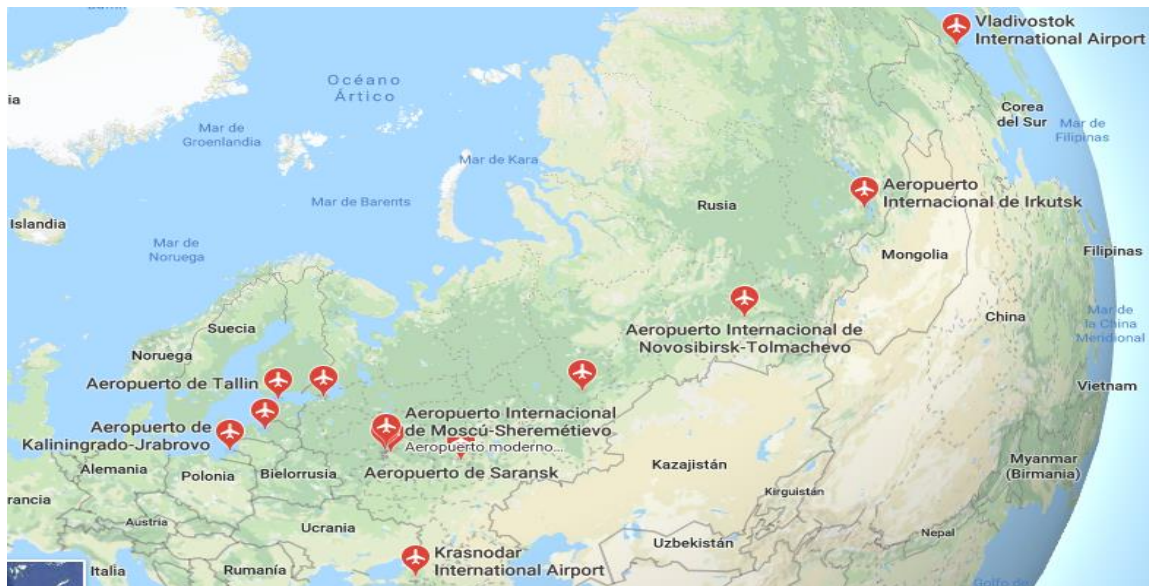


Figura 5 Factor geográfico de Rusia.

Fuente: Google maps

Rusia es el país más frío del mundo con una temperatura media anual de 5,5 °C, extensas regiones están cubiertas bajo la nieve seis meses al año con un suelo estacionalmente congelado y un subsuelo de permafrost permanentemente congelado hasta unas profundidades de varios cientos de metros. La temperatura media anual de casi toda Rusia europea está por debajo del punto de congelación y la media de la mayor parte de Siberia es 0 °C o menor. La mayor parte de Rusia tiene sólo dos temporadas un verano y un invierno con una temporada muy corta entre ellos. (Justicia M, 2014, párr. 3)

Cada aeropuerto de Moscú tiene su propio código identificador, IATA tienen la categoría internacional además cuentan con su código compartido que los identifica como los aeropuertos de Moscú. (Moscú, 2017, párr. 2)

El Aeropuerto Internacional Domodédovo (DME) es el principal aeropuerto de Moscú y de toda Rusia en cuanto a cifras de pasajeros y carga de mercancías se ubica en dirección al sur del centro de la ciudad a 35 kilómetros. (Moscú, 2017, párr. 2)

3.6.6.3. Ubicación geográfica Colombia



Figura 6 Factor geográfico de Colombia.

Fuente: Google maps

Colombia es un país con una amplia diversidad de climas. Su posición geográfica las características físicas del terreno y el hecho que la totalidad de su territorio se ubique en una franja donde convergen los aires cálidos y húmedos provenientes de las latitudes del Norte y del Sur (denominada Zona de Convergencia Intertropical) son algunos de los factores que explican este hecho. (García. A, 2018, p. 4)

Colombia está ubicada directamente sobre la línea ecuatorial su territorio se extiende hasta los 12°30'40" de latitud norte y los 4°13'30,5" de latitud sur respectivamente su posición la sitúa directamente sobre la zona tórrida por lo que los rayos solares caen sobre ella en forma relativamente vertical durante todo el año por este hecho Colombia debería tener un clima extremadamente caluroso pero gracias a la interacción de otros factores como la humedad y el relieve se logra contrarrestar los efectos de la radiación permitiéndonos contar con un mosaico de climas. (García A, 2018, p. 7)

El aeropuerto el Dorado de Bogotá es el de mayor capacidad de la región pues en 2017 transportó mercancías estimadas en 706.803 toneladas métricas (TM). (Diario R., 2018, párr. 2)

Al analizar el factor geográfico de los tres países podemos llegar a la conclusión que la opción más viable en este aspecto es Colombia por la cercanía lo que significa menores precios a la hora de transportar las rosas además que los productos llegan frescos y en perfectas condiciones.

3.7. PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO POAM

El perfil de oportunidades y amenazas de la matriz POAM es de suma importancia para analizar el país donde se va a realizar la exportación de flores de la empresa Altas Cumbres Flowers.

Tabla 8 Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio

PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZA												
PAÍS	BAJO= 1; MEDIO= 2; ALTO= 3											
	GEORGIA				RUSIA				COLOMBIA			
FACTORES	OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA		OPORTUNIDAD		AMENAZA	
FACTORES SOCIOECONÓMICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
PIB	Medio	2			Alto	3			Medio	2		
Idioma	Medio	2			Medio	2			Alto	3		
Índice de desarrollo humano	Bajo	1			Medio	2			Bajo	1		
Población económicamente Activa	Alta	3			Alta	3			Alta	3		
Población	Bajo	1			Alto	3			Medio	2		
Inflación			Medio	2			Medio	2			Medio	2
Tasa de desempleo nacional			Medio	2			Medio	2			Alto	3
Salario mínimo	Medio	2			Alto	3			Bajo	1		
SUMA		11		4		16		4		12		5
PROMEDIO		1,83		2,00		2,67		2,00		2,00		2,50
FACTORES GEOGRÁFICO	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Índices logísticos	Medio	2			Alto	3			Alto	3		
Clima	Alta	3			Alto	3			Medio	2		
SUMA		5				6				5		
PROMEDIO		2,5				3				2,5		
FACTORES POLÍTICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Barreras Arancelarias			Baja	1			Baja	1			Medio	2
Barreras no Arancelarias			Medio	2			Baja	1			Medio	2
Acuerdos Comerciales	Media	2			Alto	3			Alto	3		
SUMA		2		3		3		2		3		4
PROMEDIO		2,00		1,5		3		1,00		3,00		2,00
FACTORES CULTURALES	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Lengua	Medio	2			Medio	2			Alta	3		
Religión	Alta	3			Alta	3			Alta	3		
SUMA		5				5				6		
PROMEDIO		2,5				2,5				3		

3.7.1. RESUMEN POAM

Al analizar el perfil de oportunidades y amenazas se obtuvo la información para analizar los países a estudiar, en la presente investigación se menciona que la información recolectada fue de fuente secundaria de los cuales analizamos los factores económicos, políticos, sociales, culturales, geográficos.

Con el análisis de cada indicador de la Matriz POAM de los mercados internacionales se procede a ponderar cada indicador logrando así identificar si era una oportunidad o amenaza según sea el caso.

Tabla 9 Resumen del Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio

	GEORGIA		RUSIA		COLOMBIA	
	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza
Factores Socioeconómicos	1,83	2	2,67	2	2	2,5
Factores Geográficos	2,5	-	3	-	2,5	-
Factores Política	2	1,5	3	1	3	2
Factores Culturales	2,5	-	2,5	-	3	-
Suma	8,83	3,5	11,17	3	10,5	4,5
Promedio	2,21	1,17	2,79	1,00	2,63	1,50

Se puede observar en la tabla 9 el análisis de la matriz POAM respecto a los factores se llega a la conclusión que el país adecuado para realizar la respectiva exportación de flores es Rusia por todas las características favorables que presenta y las pocas desventajas que tiene.

Se puede observar que Georgia no es factible realizar la exportación de flores por que el total de su promedio de oportunidades es de 2.21 que es un valor bajo para realizar la negociación y sus amenazas tienen un valor de 1.17 este valor por su parte es alto respecto a los otros países a estudiar.

Por otro lado las oportunidades de Rusia son más elevadas que los otros países obteniendo 2.79 en su suma total de oportunidades y las amenazas tienen un valor de 1,00 siendo la menor amenaza es por ello que este país es el más apto para realizar la exportación de flores de la empresa Altas Cumbres Flowers.

Por su parte Colombia obtuvo un promedio total de sus oportunidades de 2.63 lo cual es bajo y sus amenazas con un valor de 1.50 siendo un valor muy alto en base a estos resultados este país tampoco es apto para la exportación de rosas

3.8. PROYECCIONES DEL ESTUDIO

Para la proyección del estudio de la empresa Altas Cumbres Flowers se utilizará el método de mínimos cuadrados cuya fórmula es: $Y = a + bx$ de esta manera se podrá proyectar a 5 años desde el 2018 al 2022 obteniendo como resultados:

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

(Miller, 2000, pág.599)

La variable x representa los años y la variable y valores pronosticados en exportaciones, importaciones y producción de Rusia para el cálculo del Consumo Nacional Aparente.

3.8.1. Proyecciones de importaciones de Rusia

Tabla 10 Datos históricos importaciones de Rusia

	AÑO (X)	Importaciones TM	XY	X ²	Y ²	
	1	2014	37484	37484	1	1405050256
	2	2015	33776	67552	4	1140818176
	3	2016	24684	74052	9	609299856
	4	2017	28929	115716	16	836887041
	5	2018	41851	209255	25	1751506201
Σ	15	166724	504059	55	5743561530	

Fuente: TRADEMAP (2018)

Coefficiente de regresión:

$$b = \frac{5(504059) - 15(166724)}{5(55) - (15)^2}$$

$$a = \frac{166724 - 388,7(15)}{5}$$

$$b = 388,7 \quad a = 32178,7$$

Recta de mínimos cuadrados $Y=32178,7 + 388,7 x$

Datos pronosticados sobre las importaciones de rosas a Rusia

Tabla 11 Datos de importaciones de Rusia pronosticados

AÑO	TM
2019	48302
2020	53287
2021	58273
2022	63259
2023	68244

3.8.2. Proyecciones de exportaciones de Rusia de la partida 060311

Tabla 12 Datos históricos exportaciones de Rusia

	AÑO (X)	Exportaciones TM	XY	X ²	Y ²	
	1	2014	19	19	1	361
	2	2015	152	304	4	23104
	3	2016	291	873	9	84681
	4	2017	68	272	16	4624
	5	2018	67	335	25	4489
Σ	15	597	1803	55	117259	

Fuente: TRADEMAP (2018)

Coefficiente de regresión:

$$b = \frac{5(1803) - 15(597)}{5(55) - (15)^2}$$

$$a = \frac{597 - 1,2(15)}{5}$$

$$a = 115,8 \quad b = 1,2$$

Recta de Mínimos cuadrados $Y=115,8 + 1,2 x$

Datos pronosticados sobre las exportaciones de rosas en Rusia

Tabla 13 Datos de exportaciones de Rusia pronosticados

AÑO	TM
2019	173
2020	190
2021	208
2022	226
2023	244

3.8.3. Proyecciones de la producción rosas en Rusia

Tabla 14. Datos históricos producción de rosas en Rusia

	AÑO (X)	Producción TM	XY	X^2	Y^2
	1	2014	0		
	2	2015	0	1	0
	3	2016	0	4	0
	4	2017	0	9	0
	5	2018	0	16	0
	5	2018	0	25	0
Σ	15	0	0	55	0

Fuente: TRADEMAP (2018)

Coefficiente de Regresión:

$$b = \frac{5(0) - 15(0)}{5(55) - (15)^2}$$

$$a = \frac{0 - 0(15)}{5}$$

$$a = 0 \qquad b = 0$$

Recta de Mínimos Cuadrados: $Y=0 + 0x$

Datos pronosticados sobre la producción de rosas en Rusia.

Tabla 15 Datos de producción de rosas en Rusia pronosticadas

AÑO	TM
2019	0
2020	0
2021	0
2022	0
2023	0

Tabla 16. Exportación de rosas de Ecuador a Rusia

	AÑO (X)	Producción TM	XY	X ²	Y ²
	1	2014	23375	1	546390625
	2	2015	22742	4	517198564
	3	2016	13704	9	187799616
	4	2017	17807	16	317089249
	5	2018	9888	25	97772544
Σ	15	87516	230639	55	1666250598

Fuente: TRADEMAP (2018)

Coeficiente de Regresión:

$$b = \frac{5(230639) - 15(87516)}{5(55) - (15)^2}$$

$$a = \frac{87516 + 3190,9(15)}{5}$$

$$a = 27075,9 \quad b = -3190,9$$

Recta de Mínimos Cuadrados: $Y = 0 + 0x$

Datos pronosticados sobre la exportación de rosas de Ecuador a Rusia

Tabla 17. Datos pronosticados de exportación de rosas de Ecuador a Rusia

AÑO	TM
2019	19534,46
2020	20211,54
2021	20888,63
2022	21565,71
2023	22242,80

3.8.4. Consumo nacional aparente

La fórmula para el cálculo del Consumo Nacional Aparente:

$$\text{CNA} = \text{I} + \text{P} - \text{X}$$

Donde

CNA: consumo nacional aparente (Es lo que va a consumir)

I: importaciones

X: exportaciones

Es importante conocer que el consumo nacional aparente se lo puede calcular en toneladas, kilogramos.

Tabla 18 Consumo Nacional Aparente TM de flores tipo rosa en Rusia

Año	CNA			CNA
	Importaciones(+) TM	Exportaciones (-)	PRODUCCIÓN(+)	
2014	37484	19	0	37465
2015	33776	152	0	33624
2016	24684	291	0	24393
2017	28929	68	0	28861
2018	41851	67	0	41784
2019	48302	173	0	48129
2020	53287	190	0	53097
2021	58273	208	0	58065
2022	63259	226	0	63033
2023	68244	244	0	68001

Fuente: Empresa Altas Cumbres Flowers

3.8.5. Demanda Insatisfecha Internacional

Tabla 19 Demanda Insatisfecha Internacional

Año	Capacidad de producción empresa	COBERTURA		
		Ecuador vs. Rusia (%)	Empresa vs. Rusia (%)	Empresa vs. Ecuador (%)
2019	26,3	40,59	0,05	0,13
2020	26,8	38,07	0,05	0,13
2021	27,4	35,97	0,05	0,13
2022	27,9	34,21	0,04	0,13
2023	28,5	32,71	0,04	0,13

Fuente: Empresa Altas Cumbres Flower

3.8.6. Demanda potencial de empresas importadoras de Rusia

Tabla 20 Demanda Potencial

Distribuidor	Ciudad	Cantidad	Frecuencia	Demanda Potencial en tallos
DLF- TRIFOLIUM.OOO.	Moscow	2000	Mensual	24000
FM LOZHISTIK-SEVERYANKA.OOO.	Moscow	3000	Mensual	36000
GALAKTIKA.OOO.	Moscow	3000	Mensual	36000
GLORIYA-A.OOO.	Kaliningrand	4000	Mensual	48000
KVINS GRASS	St. Petersburg	3000	Mensual	
TARF.OOO – LIMITED LIABILITY. COMPANY				36000
QUEENS GRASS TURF.				28800
MIRATORG- SYRE.OOO.	Moscow	2400	Mensual	28800
ROZOVY SAD. ZAO.	Moscow	3500	Mensual	42000
			total	250800

Fuente: Trade Map (2018)

La demanda efectiva se la realizó en base a los datos estadísticos obtenidos en las encuestas aplicadas vía Online a 11 empresas importadoras de flores en Rusia de las cuales se obtuvo respuesta favorable de algunas de ellas, determinando que para el 2018 el total es de 250.800 tallos es importante mencionar que este dato es importante porque ayudará a identificar la demanda en el mercado ruso.

3.8.7. Oferta exportable

La capacidad de producción según la investigación en la empresa Altas Cumbres Flowers es de 50.000 rosas mensuales lo que equivale a 600.000 tallos al año de los cuales 14% están destinados a la venta nacional y el 86% para exportación lo que equivale en toneladas a 25,8 toneladas al año ya que cada tallo pesa 0,05 gramos, el gerente de la empresa manifiesta que su objetivo será realizar un incremento para el 2020 del 2%.

3.9. Análisis del Mercado Ruso

3.9.1. Perfil del Consumidor

OCE Moscú (2018) menciona que el mercado de flores de Rusia es bastante variable apareciendo nuevos actores constantemente, algunos de los cuales se dedican a toda la cadena de importación y comercialización mientras que otros se reportan como importantes/actores logísticos para empresas distribuidoras que se encargan de llevar el producto hasta el consumidor final. (PROECUADOR 2018, p. 2).

"El mercado ruso es un mercado que siempre está interesado por las flores, es un mercado que compran flores por cultura, por eso es un mercado fuerte e interesante para nosotros"(Soria, 2019, párr. 2)

3.9.2. Gustos y preferencias

Por su parte el consumidor Ruso realiza sus compras de forma impulsiva, la clase media se centra mucho en la marca, la calidad del mismo y la vida útil del producto.

Para los rusos el precio es secundario cabe mencionar que les atrae mucho las ofertas esto según una encuesta de Nielsen más de tres cuartas partes de los rusos señalaron un interés por probar nuevos productos 38% indicó que se da cuenta de los productos nuevos cuando se colocan en los estantes lo cual es superior al promedio global de 29%.(Santandertrade, 2018, párr. 1)

Cabe recalcar que los rusos son muy leales a las marcas, según Nielsen reportó que muchas veces saben qué van a comprar antes de entrar a un centro comercial. La tendencia de consumo de las flores cortadas se demandan mucho en los meses de febrero, marzo y septiembre esto se debe a los días festivos que son el 14 de febrero día del amor el 8 de marzo día de la mujer y el 1 de septiembre inicio de clases en estas fechas es cuando más flores demanda Rusia pero todo el año, hay un consumo constante de rosas por la cultura Rusa los cuales son muy amantes a los detalles.

3.9.3. Empresas Rusas importadoras de flores

Tabla 21 Principales empresas Rusas importadoras de flores cortadas.

	Empresas	Director General	Teléfono
1	DLF- TRIFOLIUM.OOO	Evgeni Aleksandrovich Kotov Director General	77859812656
2	FM LOZHISTIK SEVERYANKA.OOO	Kristof Menivar Director General	74959810086
3	GALAKTIKA.OOO	Ivan Nikolaevich Petrov Director General	71720228736
4	GLORIYA-A.OOO	Viktor Viktorovich Belik Diector	72389652410
5	KVINS GRASS TARF.OOO – LIMITED LIABILITY. COMPANY QUEENS GRASS TURF	Kseniya Igorevna Deikun Director	78008815873
6	MIRATORG- SYRE.OOO	Irina Aleksandrovna Kurzyakova Director General	70113782634
7	ROZOVY SAD. ZAO	Sergei Mikhailovich Chashchin Principal	78495221873
8	SAMARSKIE PROSTORY Ooo SKHP- OOO SAMARCKIE PROSTORY	Vladislav Anatolevich Shirochin Director General	72343676365
9	SOLO E. OOO	Kobo Luis Ernesto Levia Director	74953661363
10	TALIFLOR.OOO	Nikolai Vyacheslavovich Petrov Director General	74991619188
11	TERRAKULTUR RASHA.OOO	Peter Kristofer Salsing Principal	74955450645

Fuente: Trade Map (2019)

El mercado Ruso tiene a las rosas ecuatorianas entre sus preferidas, esto se debe al tamaño del botón el tallo y porque dura más conservando una buena fragancia a diferencia de otras rosas como la de Kenia que no cumple con estas características.


3.9.4. Análisis de la competencia

Cabe recalcar que dentro de América Latina (México, Chile, Bolivia, Colombia) son países que cuentan con climas favorables para la producción de flores así también Kenia y Holanda pero a pesar de esto Ecuador sigue siendo uno de los principales exportadores esto se debe a la excelente calidad de las flores, color, duración, tamaño del botón entre otros aspectos importantes que sin duda alguna se diferencia de la competencia. (Pascual. P, 2016, p. 2)

3.10. Análisis Situacional del Ecuador

3.10.1 Factores Socioeconómicos

Tabla 22 Factores Socioeconómicos del Ecuador

Ecuador	
Datos Socioeconómicos (2018-2019)	
Capital	Quito
Área geográfica	283,560 km ²
Población	16.6249 habitantes
PEA	8.2 millones
Lengua Oficial	Español
Producto Interno Bruto	108,398 mil millones
PIB Per Cápita	6.344,87 USD
Tasa de Inflación	0,47%
Tasa de desempleo nacional	5.6%
Salario mínimo	\$ 394 USD
Comercio Exterior	

Fuente: INEC (2018)

La economía de Ecuador en los últimos años se ha visto un decrecimiento del PIB en -1.5% para el año 2016 esto se debe a que el país ha entrado en una recesión económica en los últimos 5 años por lo que las políticas de estado no han ayudado a que la situación económica del país mejore. En términos de exportaciones de productos no petroleros el Ecuador se ha visto beneficiado frente a los últimos 5 años dando resultado un superávit en beneficio de la economía ecuatoriana. Su tasa de desempleo se encuentra en un promedio de 5.6% por lo que resulta desfavorable, pero para próximos años se espera que disminuya la tasa de desempleo. (Ministerio del Comercio Exterior, 2017).

Ecuador depende sustancialmente de sus recursos petrolíferos, que representaron más de la mitad de los ingresos de exportación del país y aproximadamente el 25% de los ingresos del sector público en los últimos años. (Pro Ecuador, 2017).

Según INEC “La tasa de desempleo en Ecuador es de 5.6% en marzo del 2017 en comparación al 7.4% de marzo del año previo es decir de 1.8 puntos menos, cuenta con un salario mínimo de 394 dólares americanos al mes tiene una población de 16.624.9 y su población económicamente activa es de 8.2 millones de personas su tasa de crecimiento poblacional de 1.28%” (2018, párr. 3).

3.10.2. Factores Políticos-Legales

Tabla 23 Factor legales

Factores Legales		
Ecuador	Constitución art 304 numeral 2.	Este artículo nos hace mención a la política comercial la cual tiene como objetivo regular, promover y ejecutar las acciones necesarias para promover la inserción estratégica del país.
De acuerdo a la constitución del Ecuador (2008), establece que el estado promoverá las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas que se encuentran alrededor del país.	Constitución art 284.	La política económica tendrá los siguientes objetivos: Numeral 2. Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémica, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional.
Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (COPCI), 2010, en el ámbito de aplicación hace referencia al aprovechamiento de los factores de producción y el intercambio comercial, lo cual busca que la actividad productiva nacional se impulse	Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones.	<p>Art. 2.- Actividad Productiva. - Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.</p> <p>Art. 93.- Fomento a la exportación. - El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno.</p> <p>Art. 4.- dentro de los fines el código debe:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fomentar y diversificar las exportaciones; • Facilitar las operaciones de comercio exterior; • Promover las actividades de la economía popular, solidaria y comunitaria, así como la inserción y promoción de su oferta productiva estratégicamente en el mundo, de conformidad con la Constitución y la ley

Fuente: Constitución del Ecuador, COPCI

Tabla 24 Factor Políticos

Factores Políticos Comercial		
Ecuador	Ministerio Coordinador de Política Económica (MCPE)	Una de las principales metas de la MCPE, es consolidar mecanismos financieros y de cobertura de riesgo para el comercio exterior los mismos que están destinados a incrementar la oferta exportable, por medio de la sustitución de las importaciones y la incorporación de valor agregado. (MCPE, 2017)
La política comercial de Ecuador tiene como fin la ampliación del mercado para productos ecuatorianos que buscan exportar, manifiesta que se busca alcanzar una balanza de pagos superavitaria a través de la promoción e incremento de las exportaciones y desincentivará las importaciones que impliquen una salida no necesaria de divisas que afecten a la producción nacional.	Objetivo 4: Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario y afianzar la dolarización	4.8 Incrementar el valor agregado y el nivel de componente nacional es decir una mayor participación de la MIPYMES
	Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.	5.2. Promover la productividad, competitividad y calidad de los productos nacionales, como también la disponibilidad de servicios conexos y otros insumos, para generar valor agregado y procesos de industrialización en los sectores productivos con enfoque a satisfacer la demanda nacional y de exportación. 5.4. Incrementar la productividad y generación de valor agregado creando incentivos diferenciados al sector productivo, para satisfacer la demanda interna, y diversificar la oferta exportable de manera estratégica.

Fuente: Constitución del Ecuador, MCPE, Plan nacional de desarrollo 2017 – 2021 todo una vida

3.10.3. Factores Geográficos

Ecuador se halla situado en la costa noroccidental de América del Sur, en la zona tórrida del continente americano, por su posición geográfica se encuentra exclusivamente en la zona ecuatorial tropical, pero los factores como la influencia del mar como la corriente fría de Humboldt y la cálida de Panamá dan como resultado un clima variado con una variedad de sub climas microclimas y topo climas. Las cuatro estaciones propias de las regiones templadas, no tienen significación en nuestro país, llamándose invierno a la estación lluviosa y verano a la estación seca. En un invierno normal las lluvias se presentan en el mes de diciembre y se prolongan hasta el mes de mayo y verano en los seis meses restantes.

Hace aproximadamente dos décadas, Ecuador descubrió su potencial para cultivar y exportar flores; claveles, crisantemos, gypsophia, rosas fueron las primeras flores que se sembraban para exportación y ahora posee una porción importante del mercado internacional, la biodiversidad geográfica del Ecuador y el clima favorecen el crecimiento de muchas especies de flores, incluidas astromelias, claveles, flores de verano entre otras. La situación geográfica del país permite proporcionar características únicas a las flores como son: tallos gruesos, largos, verticales, botones grandes y de colores intensos, y mayor vida en los floreros.

Cabe mencionar que después de un tiempo se descubrió que las condiciones de luminosidad de la sierra eran las perfectas para producir rosas de excelente tamaño, por lo que la industria creció, cambiando la vida de algunos cantones de las provincias de Pichincha, Imbabura, Cotopaxi, Cañar, Azuay, Carchi, y Guayas, la floricultura abrió posibilidades de trabajo para la población de Carchi.

3.11. ESTUDIO TÉCNICO

3.11.1. Macro localización de la Empresa Altas Cumbres Flowers.

La ubicación de la empresa está delimitada en Ecuador en la provincia del Carchi, Cantón El Espejo, parroquia El Ángel.



Figura 7 Macro localización de la empresa Altas Cumbres Flowers.

Fuente: Google Maps

3.11.2. Micro localización de la Empresa Altas Cumbres Flowers.



Figura 8 Micro localización de la empresa Altas Cumbres Flowers.
Fuente: Dirección de Planificación - GPP

En la micro localización se especifica de forma más exacta la ubicación de la empresa Altas Cumbres Flowers de la provincia del Carchi, cantón Espejo, parroquia 27 de septiembre, localidad la chorrera dirección Vía al Azufral Km 3.

La empresa cuenta con instalación de invernaderos con 1.8 hectáreas o 18.000 m² de producción para la fabricación de las rosas y oficinas 200m² las instalaciones de área administrativa y operaria la empresa Altas Cumbres Flowers se encuentra abasteciendo a mercados nacionales locales e internacionales y se pretende expandir el área de producción.

El tamaño óptimo de la empresa se ha calculado en base a la capacidad tomando en cuenta los siguientes aspectos significativos tales como: espacio físico para desarrollar las diferentes actividades de producción, personal, maquinaria e insumos a utilizar y demás materiales requeridos para obtener el producto terminado con el que se pretende cubrir parte de la demanda insatisfecha.

La empresa Altas Cumbres Flowers se dedica al cultivo de flores de calidad cuenta con una gran variedad de rosas tales como: explorer, mundial, botcha, cabaret, pinfloit en los diferentes colores tales como: blancas, rosadas, rojas entre otras e inclusive cuenta con rosas combinadas siendo así un producto innovador de calidad para los clientes internacionales que siempre buscan la excelencia.

3.11.3. Distribución física de la empresa

Sus instalaciones están distribuidas de la siguiente manera:

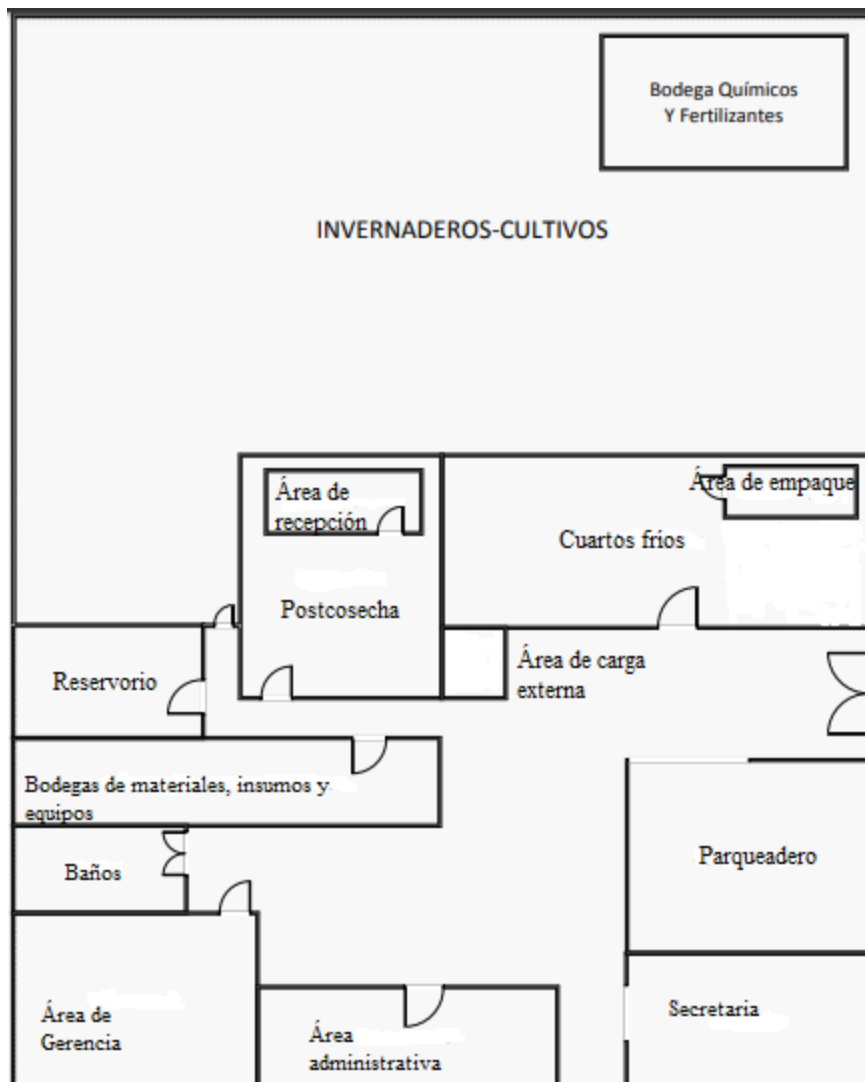


Figura 9 Distribución física de la empresa
Fuente: Altas Cumbres Flowers

3.11.4. Propuesta para Misión, Visión, Valores, Políticas de calidad de la empresa Altas Cumbres Flowers.

3.11.4.1. Misión

“La empresa Altas Cumbres Flowers brinda un producto de primera calidad de flores con los estándares de seguridad, garantía y tiempo de entrega pactados con el cliente cumpliendo así con los gustos y preferencias de nuestros clientes en el mercado nacional e internacionales.”

3.11.4.2. Visión

“Ser reconocidos en el mercado internacional como una empresa de calidad en la producción de flores con un sistemático programa de trabajo en equipo y talento humano capacitado y calificado para los grandes desafíos, fundamentados en los principios de responsabilidad, eficiencia, eficacia, innovación y mejora continua.”

3.11.4.3. Valores

- **Honestidad:** Manejo de información real, que garantice la transparencia en la actividad.
- **Honradez:** Brindar un producto de calidad a un precio justo cuidando que las flores lleguen a su destino en las mejores condiciones, evitando el perjuicio al cliente.
- **Responsabilidad:** Garantizar la supervisión y ejecución del producto en base a los términos acordados con el cliente buscando siempre su beneficio.
- **Calidad:** Buscar la perfección en la producción de flores maximizando el rendimiento de todos los recursos inmersos en la actividad a través de un control permanente de procesos.

3.11.4.4. Políticas de calidad

La empresa Altas Cumbres Flowers de la provincia del Carchi presta la producción de flores que tiene como política disponer de un personal y de productos acorde a las necesidades de nuestros clientes, con el compromiso permanente en cumplir lo acordado.

3.11.4.5. Objetivos Estratégicos

- Mejorar el servicio para una mayor participación en el mercado.
- Incrementar la producción de flores en un 2% anual.
- Obtener certificaciones internacionales para apalancar la calidad y que permitirá comprobar el cuidado ambiental y la responsabilidad social con que trabaja la empresa.
- Conseguir nuevos mercados destino para poder ubicar la flor a mejor precio.
- Reinvertir en mejora de la empresa, el proceso productivo y sus instalaciones.

3.11.4.6. Organigrama Estructural de la empresa Altas Cumbre Flowers

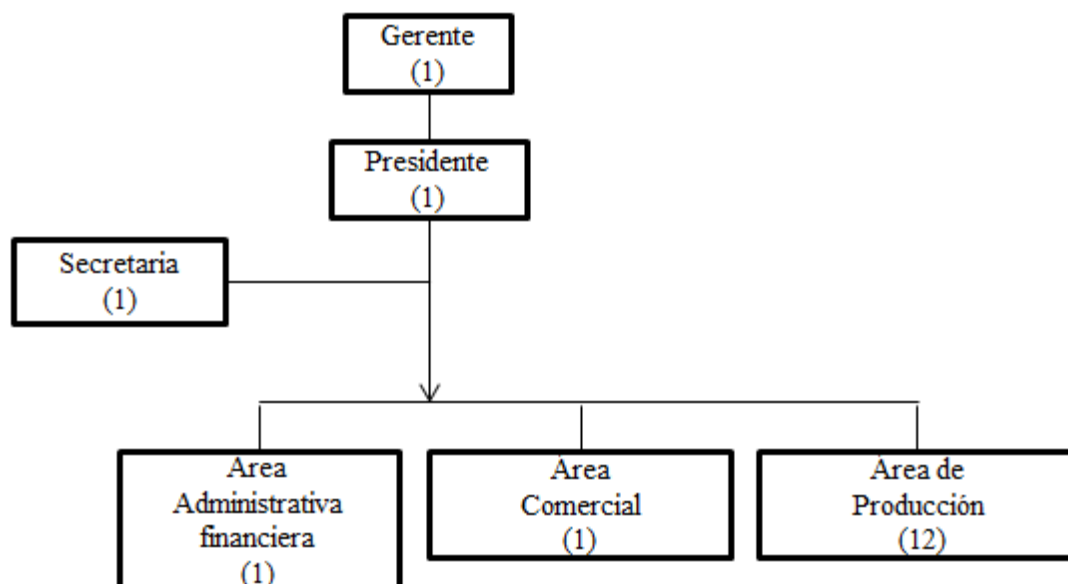


Figura 10 Estructura orgánica.

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers

En el organigrama estructural propuesto de la empresa Altas Cumbres Flowers de la provincia del Carchi se puede observar los distintos niveles jerárquicos y departamentos que integran la línea de autoridad. La empresa Altas Cumbres Flowers cuenta con el siguiente personal:

Tabla 25 Organización administrativa

Personal	N ° de Personas
Gerente	1
Presidente	1
Secretaria	1
Cultivo manejo de la planta	10
Técnico de producción Post cosecha (embalaje)	2
Jefe de comercialización	1
Supervisor Administrativo	1
Total	17

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers.

En la empresa Altas Cumbres Flowers trabajan 17 personas las cuales se encargan del buen funcionamiento de la empresa para su posterior exportación de flores.

3.11.5. Manual de funciones

3.11.5.1. Gerente General

Tabla 26 Perfil del Gerente General

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Cargo: Gerente General	
Número de personas: 1	
Funciones y responsabilidades	
<ul style="list-style-type: none">• Planificar el crecimiento de la empresa a corto y largo plazo.• Organizar de forma correcta la estructura de la empresa determinando las funciones y cargos que desempeñan dentro a la empresa.• Tomar de forma correcta las decisiones de la empresa.• Fijación de metas.	
Descripción del cargo	
Idioma: español	
Estudios Superiores: Universitario	
Título: Profesional en las áreas de Administración, Comercio o afines.	
Estudios complementarios: Computación, comercialización, finanzas.	
Habilidades y Competencias: Trabajar en equipo, valores éticos.	
Fuente: Estudio Investigado	

3.11.5.2. Área Administrativa

Tabla 27 Perfil del área administrativa financiera

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Cargo: Supervisor Administrativo	
Número de personas: 1	
Funciones y responsabilidades	
<ul style="list-style-type: none">• Elaborar estrategias y programas para el lanzamiento de flores de la empresa.• Planificar para la participación en ferias y exposiciones nacionales e internacionales.• Lo demás que determine el jefe inmediato	
Descripción del cargo	
Idioma: español	
Estudios Superiores: Universitario	
Título: Ingeniero en Administración	
Estudios complementarios: Computación, comercialización, finanzas.	
Habilidades y Competencias: Trabajar en equipo, valores éticos.	
Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers.	

3.11.5.3. Área Comercial

Tabla 28 Perfil del área comercial

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Cargo: Jefe de comercialización	
Número de personas: 1	
Funciones y responsabilidades	
Compras	
<ul style="list-style-type: none">• Adquirir los recursos materiales y suministros para la producción de flores.• Adquisición de maquinaria, publicidad adecuada para la empresa.• Selección de proveedores.	
Ventas	
<ul style="list-style-type: none">• Realizar un estudio de mercado.• Coordinar con los clientes las fechas de entrega.• Realizar los trámites necesarios para la exportación.• Lo demás que determine el jefe inmediato	
Descripción del cargo	
Idioma: español	
Estudios Superiores: Universitario	
Título: Ingeniero en Comercio exterior	
Estudios complementarios: Computación, comercialización, finanzas.	
Habilidades y Competencias: Trabajar en equipo, valores éticos.	
Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers.	

3.11.5.4. Área de Producción

Tabla 29 Perfil del área de Producción

IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Cargo: Técnico de Producción	
Número de personas: 1	
Funciones y responsabilidades	
<ul style="list-style-type: none"> • Inspeccionar cada proceso de producción. • Coordinar con el área de compras insumos necesarios. • Registrar las enfermedades que presentan en las plantas. • Verificar el estado de la cosecha • Inspección de materiales necesarios. • Controlar las distintas fases de producción y pos cosecha. • Llevar inventarios del producto final. • Confirmar las órdenes de pedidos. 	
Descripción del cargo	
Idioma: español	
Estudios Superiores: Universitario	
Título: Ingeniero en Producción	
Estudios complementarios: Computación, comercialización, finanzas, producción.	
Habilidades y Competencias: Trabajar en equipo, valores éticos.	
Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers.	

3.11.6. Mapa de procesos

Tabla 30 Mapa de procesos

MAPA DE PROCESOS " EMPRESA ALTAS CUMBRES FLOWERS "					
CLIENTES Y BENEFICIARIOS	ENTRADAS	PROCESOS ESTRÁTEGICOS			SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES
	<ul style="list-style-type: none"> • Requerimientos y especificaciones de los clientes. • Proveedores. • Rapidez y agilidad en la Exportación. • Distribuidores de empaques, embalajes entre otros. 				
	PROCESOS CLAVES				
	Cultivo	Control	Cosecha y post cosecha		
	PROCESOS DE SOPORTE				
	Gestión Administrativa y financiera	Gestión de transporte	Comercialización		

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers

El mapa de procesos de Altas cumbres Flowers permite identificar los tipos de procesos que maneja la empresa para la ejecución de sus operaciones, dentro de los procesos estratégicos, que son aquellos responsables de definir el rumbo de la organización, se encuentran gerencia y talento humano; en los procesos claves que son aquellos que tienen relación directa con la producción de flores interviene los procesos de cultivo, control, cosecha y post cosecha; los procesos de soporte son contabilidad, transporte y comercialización que son importantes para la ejecución de los demás procesos.

3.11.6.1. Fichas de procesos

Tabla 31 Proceso Administrativo

Nombre del proceso:	Procesos Administrativos	Código:	P-A-01
Responsable:	Gerente		
Objetivo:	Planear, organizar, dirigir y controlar las operaciones de las distintas áreas.		
Alcance:	Desde la producción hasta la entrega al cliente.		
1. Detalle			
Responsable	Detalle	Documento	
Gerente	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inicio 2. Realizar contacto 3. Establecer pedido de rosas 4. Acercamiento con proveedores y clientes 5. Comprobación de proceso de exportación de rosas 6. Fin 	Correo electrónico Fichas de control de producción	
1. FLUJO GRAMA			
<pre> graph LR Inicio((Inicio)) --> RealizarContacto[Realizar contacto] RealizarContacto --> EstablecerPedido[Establecer pedido de rosas] EstablecerPedido --> Acercamiento[Acercamiento con proveedores y clientes] Acercamiento --> Comprobacion[Comprobación de procesos de exportación de rosas] Comprobacion --> Fin((Fin)) </pre>			
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO			
INDICADOR	ESTÁNDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Tiempo de entrega	Contacto con cliente	95%	Diario Gerente

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers.

Tabla 32 Producción

Nombre del proceso:	Producción	Código:	P-P- 01
Responsable:	Técnico de producción		
Objetivo:	Revisa que las rosas se encuentren en buen estado.		
Alcance:	Supervisa la calidad de las flores logrando así comprobar que el producto no tenga daños.		
1. Detalle			
Responsable	Detalle	Documento	
Jefe de producción	Inicio Verificar que las rosas estén en las mejores condiciones Revisar el estado de las rosas Controlar la producción Empacar las rosas Trasladar las rosas al cuarto de enfriamiento Preparar las cajas para su respectiva exportación Fin	Factura de proveedores Hojas de registro Inventario	
2. FLUJO GRAMA			
<pre> graph LR Inicio((Inicio)) --> A[Verificar que la rosas estén en las mejores condiciones] A --> B[Revisar el estado de las rosas] B --> C[Controlar la producción] C --> D[Empacar las rosas] C --> E[Trasladar las rosas al cuarto de enfriamiento] D --> F[Preparar las cajas para su respectiva exportación] E --> F F --> Fin((Fin)) </pre>			
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO			
INDICADOR	ESTÁNDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Producto terminado	Rosas	95%	Diario
			Jefe de Producción

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers.

Tabla 33 Comercialización

Nombre del proceso:	Comercialización	Código:	P-C-01
Responsable:	Jefe de comercialización		
Objetivo:	Coordinar negociación con clientes		
Alcance:	Contacto con el cliente hasta cerrar la negociación		
1. Detalle			
Responsable	Detalle	Documento	
Gerente	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inicio 2. Hacer contacto con los clientes 3. Recibir pedido 4. Enviar factura proforma 5. Recepción de documentos 6. Cerrar negociación 7. Fin 	Correo electrónico Documentos Factura Cert. Calidad Cert. Origen Lista de empaque DAE CPI y MIC Correo electrónico Guía de movilización Contrato de exportación	
2. FLUJO GRAMA			
<pre> graph LR Inicio((Inicio)) --> A[Hacer contacto con los clientes.] A --> B[Recibir pedido] B --> C[Enviar factura proforma.] C --> D[Recepción de documentos.] D --> E[Cerrar negociación] E --> Fin((Fin)) </pre>			
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO			
INDICADOR		ESTÁNDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO
Tiempo de cierre de la negociación	Cierre de negociación	Al menos 5 contactos con clientes mensualmente.	Semanal
			RESPONSABLE Gerente

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers.

Tabla 34 Almacenamiento

Nombre del proceso:	Almacenamiento	Código:	P-A-01	
Responsable:	Operario de Almacenaje			
Objetivo:	Recibir Pedido			
Alcance:	Contacto con el proveedor hasta almacenamiento del producto			
1. Detalle				
Responsable	Detalle	Documento		
Operario Almacenaje	<ol style="list-style-type: none"> 1. Inicio 2. Contacto con el proveedor 3. Realizar el pedido 4. Recepción del pedido 5. Verificación 6. Realizar pago a proveedores. 7. Almacenamiento del producto 8. Fin 	Hojas de registro		
2. FLUJO GRAMA				
<pre> graph LR Inicio((Inicio)) --> Contacto[Contacto con el proveedor] Contacto --> Realizar[Realizar el pedido] Realizar --> Recepcion[Recepción del pedido] Recepcion --> Verificacion[Verificación] Verificacion --> Pago[Realizar pago a proveedores.] Pago --> Almacenamiento[Almacenamiento del producto] Almacenamiento --> Fin((Fin)) </pre>				
MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTÁNDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Tiempo de compra a proveedores	Contacto con el proveedor	100% del inventario actualizado	Semanal	Jefe de comercialización

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers.

3.12. Información del producto

La información del producto hace mención sobre los datos que ayudarán a conocer de mejor manera el proceso de exportación de flores de la empresa Altas Cumbres Flowers de la provincia del Carchi hacia Rusia.

Se debe verificar la variedad de rosas y sus aspectos más sobresalientes ya que esto es necesarios para los mercados internacionales en base a estas características es su precio los factores que influyen son: Estacionalidad, color, variedad, hojas, tamaño, libre de plagas, abertura del brote, embalaje, tallo, tiempo de vida de la flor.

3.12.1. Ficha técnica del producto

Tabla 35 Ficha técnica del producto

Nombre Comercial: Rosas

Sección II: Productos del reino vegetal

Capítulo 06: Plantas vivas y productos de la floricultura

Partida Sist. Armonizado 0603: Flores y capullos, cortadas para ramos o adornos, frescos. Secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.

SubPartida arancelaria: 0603110000 rosas



Descripción: Rosas de diferentes colores.

Detalle: Producción de rosas de diferentes colores, con una alta calidad.

Un tallo pesa 0,05 gramos lo que consta de 25,8 toneladas al año.

Empaque:



Largo (m) : 1,20 Ancho (m): 0,32 Alto (m) : 0,32

Se debe tomar en cuenta los gráficos de la caja como frágil, simbología hacia arriba y no exponer a la lluvia, la temperatura deben ir marcados en la caja para conocer como deberán ser manipuladas en la exportación ya que las flores son sumamente frágiles para transportarlas.

Embalaje:

Las flores deberán ir cubiertas de papel para mantener a las rosas en buen estado también están cubiertos de cartón el cual ayuda a que no se muevan al momento de manipular al transporte es importante conocer que el bonche contiene 25 rosas.

Características del producto

- **Tallo:** Del corte depende el precio de la compra mientras más largos sean mayor es la ganancia.
- **Rosas:** La longitud del tallo de la rosa es en centímetros puede variar hasta 100 centímetros

Fuente: Investigación de campo

Producción.

Tabla 36 Producción

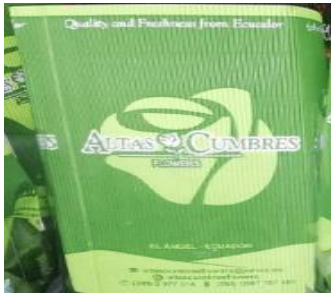

N°	ACTIVIDAD	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN
1	Siembra 	<p>Para la siembra de las rosas se necesita un suelo en buenas condiciones permitiendo así obtener el mejor resultado.</p> <p>Las cualidades del invernadero deben ser:</p> <p>Físicas: Nivelación perfecta, suelo profundo, textura homogénea, drenaje adecuado.</p> <p>Químicas: Reacción del suelo (pH correcto) riqueza adecuada de cal, equilibrio en elementos nutritivos, contenido normal de sales, capacidad de intercambio catiónico.</p> <p>Biológicas: Materia orgánica, actividad microbiana, ausencia de órganos reproductores de malas hierbas, ausencia de elementos reproductores de plagas y enfermedades.</p> <p>El nitrógeno mantiene una tendencia ascendente hasta prácticamente la cosecha, requiriendo más nitrógeno en las primeras fases y más potasio en las siguientes. (Manzanares, 1995, p. 36)</p>
2	Cosecha 	<p>Para la cosecha de las flores se selecciona minuciosamente cada una de las rosas de acuerdo al tamaño del tallo.</p>
3	Selección 	<p>Las rosas después de la cosecha son seleccionadas de manera cuidadosa y puestas en separadores de acuerdo al tamaño del tallo y el color luego se procede a empacarlos para ser distribuidas.</p>
4	Exportación 	<p>Las exportaciones se las realizan a Estados Unidos las mismas que son enviados en las mejores condiciones</p>

Fuente: Trabajo de campo Altas Cumbres Flowers

3.12.2. Envase, embalaje y etiquetado

3.12.3. Envase



Tabla 37 Envase

Envase	
	
<p>El tipo de envase para las rosas es de cartón sencillo para proteger, manipular y presentar la mercancía.</p>	

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers.

3.12.4. Embalaje

Tabla 38 Embalaje

Embalaje	Características
	<p>El embalaje que se utiliza para facilitar la manipulación, almacenamiento y transporte para las rosas es en cajas de cartón.</p>
	<p>Dimensiones</p> <p>Largo (m) : 1,20</p> <p>Ancho (m): 0,32</p> <p>Alto (m) : 0,32</p>

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers.

Especificación del código de barras en las cajas

“En el caso del Ecuador la empresa debe tener el código de barras del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador SENA E guías master e hija con el nombre del cliente, país destino de esta manera se podrá especificar de mejor manera” (SENAE, 2015).

Según el SENA E dispone que:

- Todas las etiquetas deben incluir el logo del SENAE deben está ubicadas sobre el código de barras.
- Incluir el número de la DAE en la parte inferior del código de barreras.
- Los códigos de barras deben ser ubicados en la parte frontal de la caja cuidando siempre que la etiqueta sea totalmente visible.
- No ubicar etiquetas sobre el código de barras ya que esto no permitirá una correcta visualización. (SENAE, 2015)

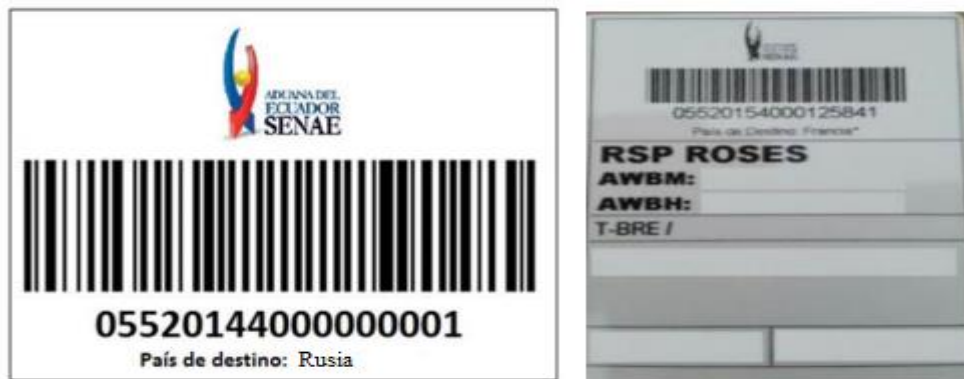


Figura 11 Etiqueta con códigos de barras emitido por la SENAE
Fuente: SENAE (2018)

3.12.6. Etiqueta

“Es una parte fundamental del producto, sirve para identificarlo, describirlo, diferenciarlo, dar un servicio al cliente y por supuesto, también para cumplir con las leyes, normativas o regulaciones establecidas para cada industria o sector” (Thompson I, 2009, párr.2).

Nombre o razón social: Empresa Altas Cumbres Flowers

Dirección de la empresa productora: El Ángel – Ecuador

País de origen: Ecuador

3.12.7. Marca

Según la RAE (2013) la marca es un “distintivo o señal que el fabricante pone a los productos de su industria y cuyo uso le pertenece exclusivamente” (párr. 1)

ALTAS CUMBRES

FLOWERS

MARKETING MIX

El marketing mix básicamente se encuentra dentro del proceso estratégico del marketing, define que todas las acciones que realice una organización, sea positiva o negativamente, tiene un grado de afectación en uno de los 4 elementos básicos del Marketing Mix, por lo cual obtiene suma importancia ya que se convierte en una ayuda eficaz para la planificación del análisis de mercado del producto. (MAPCAL S.A, 1990)

Producto

El producto es aquella variable la cual satisface una determinada demanda o necesidad, definir la entrega de un producto y la percepción de entrega de una mejor opción que los de la competencia, asegurando una determinada participación en el mercado Principalmente el producto que entregara la organización es el trato directo con los distribuidores finales, es decir, aquellas floristerías que expenderán las rosas directamente a los consumidores finales, eliminando gran cantidad de intermediarios en la cadena de distribución actual. Las características de las rosas ecuatorianas de exportación tienen las siguientes características.

- Son rosas con una amplia variedad de colores y tamaños
- La rosa ecuatoriana es conocida por su gran calidad
- Una de las principales características es la duración de la rosa en florero aproximadamente 15 días.
- Rosa completamente adecuadas a las certificaciones fitosanitarias locales e internacionales, cumpliendo así con la normativa y exigencias de los importadores (demanda)
- La posibilidad de generar nuevos bouquets, realizando una mezcla de las distintas variedades de rosas, y flores naturales que se encuentran en el mercado ecuatoriano.

Precio

En esta variable se establece la información sobre el precio del producto al que la empresa lo ofrece en el mercado. Este elemento es muy competitivo en el mercado, dado que, tiene un poder esencial sobre el consumidor, además es la única variable que genera ingresos.

Plaza o Distribución

En esta variable se identifica la principal problemática, puesto que se analiza los canales que atraviesan las rosas para la actual exportación, la misma que se ha vuelto tradicional para las distintas operaciones del mercado nacional e internacional.

El actual servicio de la exportación de rosas se lo realiza a través de la siguiente

- Cadena de distribución
- Productor Bróker Comercial Importadora
- Consumidor Final Minoristas Mayoristas.

Actualmente de la florícola productora de rosas se atraviesa posteriormente por un bróker comercial o comercializadora, aunque este proceso depende más de las políticas de distribución de las florícolas, así como de las políticas y necesidades de compra de las importadoras las cuales pueden ser beneficiados a través de una mayor complicación de rosas por un solo organismo en el Ecuador.

Promoción o comunicación.

La promoción analiza todos los esfuerzos que realiza la empresa para dar a conocer el nuevo producto o servicio y aumentar sus ventas, entre las principales esta la publicidad, relaciones públicas y para el caso específico del mercado se lo realiza a través de distintas ferias de muestra de variedades o nuevas variedades existentes.

Precio

Como concepto básico el precio es el monto en dinero que está dispuesto a pagar los consumidores o usuarios para lograr los usos, posesión o consumo de un producto o servicio específico.

El precio de la comercialización de rosas se lo definió al analizar los costes totales a los que incurren todos los intermediarios en la actual cadena de distribución, así como la rentabilidad obtenida por cada uno de los mismos, por lo cual el objetivo del precio de esta empresa es poder disminuir los el precio a la cual llegar al distribuidor final, a continuación.

3.12.3. Precio para el ingreso al mercado de Rusia

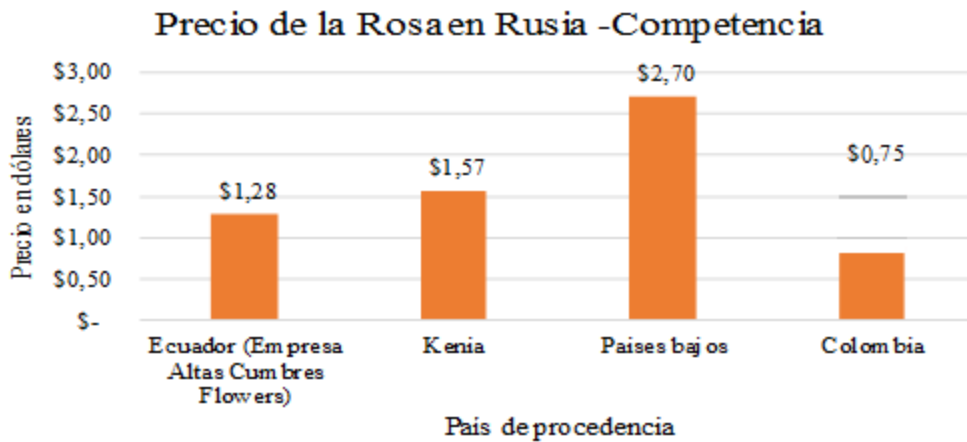


Figura 12 Precio de la competencia
Fuente: ProEcuador (2019)

Considerando el canal de distribución importador-mayorista-minorista-consumidor final y con un porcentaje de comisión por venta en cada nivel del 35% sobre el valor DDP, se estima un precio de venta al consumidor final en Rusia de \$1,28 USD.

De acuerdo a la investigación del precio de la competencia analizado por país de procedencia se determina la estrategia de precio como el mecanismo que permita el ingreso y aceptación de la rosa de la empresa Altas Cumbres Flowers, considerando también su calidad, color, forma entre otras características que ubican al producto por encima de la competencia.

3.13. Plan estratégico

Para alcanzar sus objetivos la empresa florícola debe establecer una estrategia que se defina como los resultados que se esperan alcanzar en un periodo de tiempo. La estrategia a aplicarse se basarán en:

Diferenciación: para diferenciarse de la competencia local e internacional se basará en producir rosas de óptima calidad, generando valor agregado a los clientes, tratando en todo momento de obtener su preferencia e implementar la participación en el mercado.

3.13.1. Incoterms

Tabla 39 Incoterms



INCOTERMS	Valor Total	Valor por unidad comercial (tallos)
Concepto		
Costo de Producción Total	98721,98	0,16
Gastos Operacionales	42590,71	0,07
45% Beneficio	63590,71	0,11
EXW	204903,39	0,34
Unitarización	1397,84	
Transporte Interno origen	10320,00	
Documentación en origen	786,29	
FCA	217407,52	0,36
Transporte principal	64500,00	
CPT	281907,52	0,47
Seguro Internacional	2174,08	
CIP	284081,60	0,47
Manipulación en destino	3669,33	
Transporte interno en Destino	6115,56	
DAT	293866,49	0,49
Formalidades aduaneras destino	31959,17	
DDP	325.825,67	0,54

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers.

El proceso de negociación de Altas Cumbres Flowers con el importador en el mercado de Rusia será en el término de negociación FCA (free carrier o franco transportista), En este Incoterms el vendedor pone a disposición del comprador la mercancía en el lugar que pacten entre ambos, pudiendo ser este las propias instalaciones del vendedor, sin embargo el cálculo se realizó para el valor DDP (Delivered Duty Paid) con la finalidad de determinar el precio final del producto en el mercado ruso.

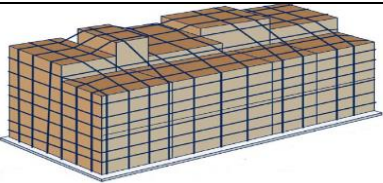

3.13.2. Cubicaje de la mercancía

Tabla 40 Cubicaje de la mercancía

Cajas de rosas	Rosa	Cubicaje
		
Largo (m) : 1,20	Largo (m) : 0,90	1
Ancho (m): 0,32	Ancho (m): 0,09	4
Alto (m) : 0,32	Alto (m) : 0,12	2
		8 bonches

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers.

Tabla 41 Cubicaje del Pallet aéreo

Unidad de pallet aéreo	Cajas de rosas	Cubicaje
		
Exterior	Largo (m) : 1,20	3
Largo (m) : 3,6	Ancho (m): 0,32	7
Ancho (m): 2,2	Alto (m) : 0,32	7
Altura (m): 2,3		148

Total cajas: 148

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers.

El envío de las rosas se la realizará mediante una unidad de transporte aérea conocida como Boeing B777 – FF2 de Turkish Airlines y B767 – 300 F de Latam el cual incluyen:

Tabla 42 Cantidad de Rosas

25 tallos	1 bonche
8 bonches	200 tallos
148 cajas de rosas en un pallet	29531 tallos

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers.

Al mercado ruso van en aviones refrigerados que cuentan con un cuarto llamado Vacuum Cooling a una temperatura de 4°C este proceso hace que las rosas se mantengan frescas; las florícolas tienen su respectivo proceso para proteger la calidad de la rosa, algunos productores las

fumigan antes del viaje, desinfectan los tallos las separan con cartones usan fungicidas entre otros para así lograr que las rosas se vean hermosas al llegar a su destino final.

Las cajas se las coloca en una base de metal posteriormente son aseguradas con una malla su paletización es armada con ayuda de una herramienta la cual le da una forma especial a cada aeronave es decir que para cada avión hay un nuevo diseño de pallet.

3.14. Canales de distribución

3.14.1. Exportación indirecta como método de ingreso al mercado internacional

Es importante conocer el canal de distribución que permite definir todos los procesos involucrados, en el producto desde que sale de la empresa hasta que llega a su destino final es así que por medio de este se facilitará la entrega, logrando satisfacer las necesidades de los clientes, cabe mencionar que se utilizara esta estrategia para el ingreso al mercado internacional.

“La exportación de forma indirecta hace referencia a que la empresa vende sus productos en los mercados exteriores a través de otras empresas es decir intermediarios” (Pla Barber. J, León. F, 2004, p. 67).

La comercialización se la realizará a las principales empresas mayoristas que fueron analizadas; DLF- TRIFOLIUM.OOO, FM LOZHISTIK, SEVERYANKA.OOO, GALAKTIKA.OOO, GLORIYA-A.OOO, KVINS GRASS TARF.OOO – LIMITED LIABILITY, COMPANY QUEENS, GRASS TURF, MIRATORG- SYRE.OOO, ROZOVY SAD. ZAO que mediante la aplicación de encuestas la mayoría respondieron de manera positiva en cuanto a la compra de rosas de la empresa Altas Cumbres Flowers.

3.14.2. Diagramas de flujo de acuerdo al canal de distribución

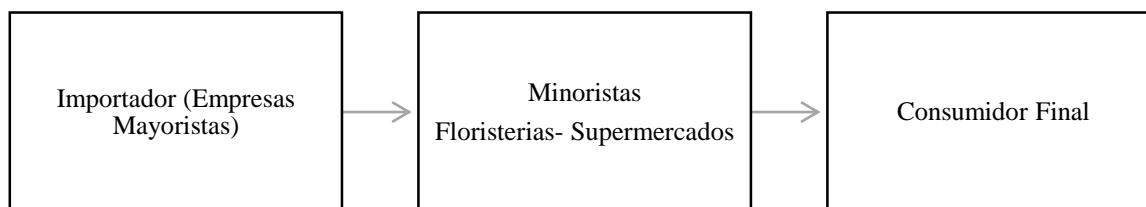


Figura 13. Canal de distribución

3.14.3. Documentos necesarios para la exportación a Rusia

Los documentos para la exportación de flores a Rusia son los siguientes:

Documento	Institución que otorga	Costo
Documento de transporte Guía área	Empresa Transportista	\$25
Factura Comercial	Empresa Altas Cumbres Flowers	0,10
Lista de empaque	Empresa Altas Cumbres Flowers	0,10
Declaración Aduanera de Exportación	Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador	-
Certificado fitosanitario	Agrocalidad	\$136,08
Certificado de Origen	Cámara de la pequeña Industria Carchi	\$ 10

Fuente: Pro Ecuador

3.15. Transporte

3.15.1. Transporte Interno

Al analizar el transporte interno como exportadores responsables se debe llegar a las bodegas de la carga del aeropuerto Internacional Mariscal Sucre de Quito de la mejor manera mediante el cual se contrata un flete interno es decir un camión refrigerado este debe cumplir con todos los parámetros exigidos para que la rosa llegue sin daño alguno a su destino final según la investigación tiene un costo de 4 dólares por caja de rosas.

3.15.2. Transporte Internacional

La rosa es un producto perecible que necesita de mucho cuidado a la hora de exportarlas se utiliza el medio de transporte más rápido como es el aéreo son manipulados en pallets metálicos del avión y cubiertos con una malla de esta manera se evitará riesgos es por ello que los embalajes deben de ser resistentes para la manipulación de la mercancía ya que deben ir refrigerados para su preservación, mediante la investigación tiene un costo de transporte internacional de 25 dólares por cada caja de rosas.

3.15.3. Formas de pago

En la exportación de rosas de la empresa Altas Cumbres Flowers es de suma importancia analizar la mejor forma de pago con el objetivo principal de conocer el medio de cancelación se lo realizará a través de una orden de pago es muy utilizada dentro del comercio internacional, porque es necesario que el exportador tenga una cuenta bancaria a fin de que los recursos sean abonados a dicha cuenta.

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

- Ordenante: Persona o empresa que compra la orden de pago es decir el (importador)
- Beneficiario: Persona o empresa que recibirá en la cuenta previamente establecida el importe de la operación.(exportador)
- Banco Ordenante: Es el banco que recibe en sus ventanillas el importe de la operación por parte del importador.
- Banco Pagador: Es el banco que acepta efectuar el pago mediante depósito a uno de sus cuenta-habiente. (exportador).

Contacto comercial con Rusia

Tabla 43 Contacto comercial Rusia

Denominación	Contacto	Teléfono	Página web – email	Ciudad Dirección
Krutitskiy val 3	Pro ecuador	74999510402	ocemoscu@proecuador.gob.ec	Bloque 2, oficina 15 - 17

Fuente: Pro Ecuador (2019)

3.16. Estándares o Normas Internacionales

Las normas internacionales no son un requisito, pero ayudan a mejorar la competitividad de la empresa logrando así una estrategia de diferenciación, específica que el empaque y manipulación de mercancías se realiza con el fin de preparar a las rosas para su respectiva exportación.

Normas técnicas aplicadas:

- Norma ISO 3394: aplicada a las dimensiones de las cajas, pallets y plataformas.
- Normas ISO 780 y 7000: hacen referencia a las instrucciones sobre manejo y advertencia de la carga. Son los símbolos pictóricos que se deben ubicar en los empaques y que indican: fragilidad, toxicidad, entre otras.

En todos los contenedores debe ser visible el etiquetado y marcadores en el idioma el país a exportar.

3.16.1. Certificado de FlorEcuador

El certificado FlorEcuador es un requisito para realizar la exportación de rosas de la empresa, FlorEcuador es un certificado Socio Ambiental de Expoflores, programa de autogestión que busca alcanzar el cumplimiento de normas sociales y ambientales en fincas florícolas de Ecuador.

FlorEcuador promueve el mejoramiento continuo en la gestión y el desempeño socio-ambiental; integra el control de los impactos de sus actividades y productos sobre el ambiente a la gestión del bienestar social de las organizaciones. Gracias a nuestras certificaciones usted, cuando compre una flor, sabrá que tras ella hay un equipo humano que trabaja en las mejores condiciones y un medio ambiente cuidado y respetado, para entregar la flor más bella del mundo. (FlorEcuador, 2013)

Las preferencias arancelarias generan competitividad para los productos ecuatorianos en el mercado; Ecuador ha sido muy competitivo con los productos en mercados internacionales, aunque le falta impulso, por parte del gobierno ecuatoriano para incentivar el consumo internacional de nuestra preciada producción de flores.

Tabla 44 Pasos para la certificación

	Pasos para la certificación
1.- Primer contacto	Se solicita a la persona o empresa interesada llenar el formulario de aplicación, con ciertos datos básicos de la unidad a certificarse.
2.- Revisión de la solicitud	Debe enviar la solicitud firmada por el representante legal, si la certificación es por primera vez debe estar acompañada del RUC
3.- Aprobación de la solicitud	Se verificará que todos los datos estén completos y que la solicitud este firmada por el representante legal, si cumple con los requisitos se aprueba la solicitud y se registra la revisión.
4.- Oferta	Se calcula el costo de la certificación, se envía una oferta escrita a la persona o empresa el cliente sabe que va a costar la certificación independientemente del tiempo que el inspector permanece en la finca o empresa.
5.- Acordar inspección	El inspector y el cliente se ponen de acuerdo en una fecha para la inspección.

6.- Contrato	El postulante firma el contrato, se devuelve una copia firmada del contrato después de la inspección
7.- Inspección	La persona responsable debe estar presente, la documentación deberá estar preparada, el inspector verifica el cumplimiento de los ítems de evaluación de la lista de chequeo de FLORECUADOR y el cumplimiento recomendado de los requisitos del sistema de gestión de la norma técnica ecuatoriana FLORECUADOR, y define eventuales acciones correctivas.
8.- Informe de inspección	<p>Inmediatamente después de la inspección el inspector termina de redactar su informe.</p> <p>Para la emisión del certificado la empresa debe de mostrar el cumplimiento de al menos el 80% de los ítems obligatorios de la lista de chequeo del programa FLORECUADOR y cumplimiento al 100% con los parámetros no negociables del programa los cuales son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Afiliación al IESS desde el primer día de todos los trabajadores. • Pagos puntuales al IESS en aportes y fondos de reserva. • Pagos de décimo tercero y cuarto sueldo (legalizados). • No trabajo infantil. • Cumplimiento de la normativa en trabajo adolescente.
8.-Evaluación	El informe es evaluado por un evaluador designado por la gerencia general.
9.-Acciones correctivas	En algunos casos, como resultado de la inspección ciertas acciones correctivas tienen que implementar antes de emitir el certificado, se emite carta de condiciones para la certificación.
11.-Factura final	Pago certificación más los gastos de viaje, se emite factura.
12.-Certificado	El evaluador en base al informe de evaluación firma el certificado y es entregado al cliente, la certificación se realiza por medio de los certificadoras de reconocimiento internacional SGS del Ecuador, BUREAU VERITAS del Ecuador, Cotecna y Ceres.

Fuente: Flor Ecuador (2019)

Presupuesto

El presupuesto se basa en la inspección que brindara FlorEcuador a los socios de Expoflores para la obtención de la certificación y de las auditorias que se realizarán a las fincas.

3.16.2. Certificado GLOBAL G.A.P.



El certificado GLOBAL G.A.P. no es un requisito, pero ayuda a mejorar la competitividad de la empresa logrando así una estrategia de diferenciación. Altas Cumbres Flowers debería de contar con este tipo de certificados, es una norma reconocida internacionalmente para la producción agropecuaria uno de sus principales objetivos es obtener producción segura y sostenible ya que son estrategias que ayudaran a dar a conocer la calidad de las rosas Ecuatorianas en mercados internacionales. La Certificación GLOBALG.A.P. Cubre:

- Medio ambiente (incluyendo biodiversidad)
- Salud, seguridad y bienestar del trabajador
- Incluye el Manejo Integrado del Cultivo (MIC), Manejo Integrado de Plagas (MIP), Sistemas de Gestión de Calidad (SGC) y Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP) (Global G.A.P, p. 1, 2019)

3.16.3. e- Ecuador

Por otra parte la empresa deberá implementar la plataforma e- ecuador desarrollada por PROECUADOR la cual ayuda a diferentes empresas a vender sus productos y sobre todo a dar a conocerlos en mercados internacionales es una estrategia de promoción de suma importancia porque los posibles clientes podrán conocer de mejor manera la calidad las rosas.

Algunos de sus beneficios es que tienen mayor acceso a mercados internacionales y sobre todo a más consumidores, aumenta la competitividad y sobre todo la calidad del servicio, se reduce los precios finales y sobre todo se disminuye el tiempo de entrega a nuestros clientes. (PROECUADOR, 2018, p. 1)

Requisitos

Ser usuario de PROECUADOR, completar la ruta del exportador, ingresar los datos del usuario para comercializar sus productos.

3.17. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

En el presente estudio económico financiero pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para llevar a cabo un proyecto, cuál será el costo de operaciones de producción, administración y ventas.

3.17.1. Inversión inicial

En la presente tabla se puede observar la inversión inicial de la empresa Altas Cumbres Flowers para la producción y comercialización de rosas es de 116.377,27 USD. Divididos en inversión fija, capital de operación, gastos de constitución, activos fijos, gastos administrativos y logísticos logrando así obtener una inversión.

Tabla 45 Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL	
CONCEPTO	VALOR
INVERSIÓN FIJA	103.480,00
CAPITAL OPERACIONAL	12.818,07
ACTIVOS DIFERIDOS	79.2
TOTAL INVERSIÓN INICIAL	116.377,27

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers.

Se detalla a continuación:

3.17.1.1. Activos fijos

En la tabla se puede observar los activos fijos de la empresa Altas Cumbres Flowers para la ejecución de las operaciones.

Tabla 46 Activos fijos

Activos Fijos			
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Total
Terrenos			93.300,00
Terrenos	1	33300	33.300,00
Invernaderos	4	15000	60.000,00
Maquinaria y equipo			6.880,00
Picadora	1	2178	
Motocultor	1	3960	
Cortadora de tallos	1	742	
Muebles y enseres			1600,00
Escritorio	4	150	600
Silla giratoria	8	80	640
Archivador	3	120	360
Equipo de Computación			1700,00
Computador portátil	2	500	1000
Impresora	2	350	700
Total Activos Fijos – Inversión Fija			103.480,00

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flower

3.17.1.2. Activos Diferidos

También conocidos como activos intangibles hace referencia a las propiedades necesarias de la empresa para el respectivo funcionamiento la empresa Altas Cumbres Flowers.

Tabla 47 Activos Diferidos

Activos Diferidos			
Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Total
Registro de la propiedad	1	28,8	
Patente municipal	1	50,4	
Total Activos Diferidos			79,2

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers

3.17.2. Capital de Operación

El capital de operación de la empresa Altas Cumbres Flowers estará invertido en los costos de materia prima, mano de obra directa, costos indirectos y gastos tales como: sueldos, gastos administrativos y de exportación los cuales permiten la producción y comercialización de las rosas de 600.000 tallos anuales.

Tabla 48 Capital de Operación

Concepto	Total
Materia Prima	18950,00
Mano de Obra Directa	78693,98
Costos Indirectos Fabricación	1078,00
Gasto Sueldos Administrativos	38684,1
Gasto Administrativos	3546,61
Gastos de ventas	360,00
Gastos de Exportación (Valor FOB)	12504,13
Total Capital de Operación Anual	153816,81
Numero de periodos por año (12)	12818,07

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers

3.17.2.1. Proyección de Costos y Gastos

Los valores están proyectados con la inflación para el año 2019 con el 1,6% esto según el Banco Central de Ecuador.

Tabla 49 Proyección de Costos y Gastos

Concepto	V. Unitario	Cantidad	Proyecciones Costo de Producción				
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Semilla	0,02		12.000,00	12.192,00	12.387,07	12.585,27	12.786,63
Químicos	0,007	600000	4.100,00	4.165,60	4.232,25	4.299,97	4.368,77
Abono orgánico	0,005		2.850,00	2.895,60	2.941,93	2.989,00	3.036,82
Total	0,03		18.950,00	19.253,20	19.561,25	19.874,23	20.192,22

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers

El costo de materia prima para la producción de rosas de la empresa Altas Cumbres Flowers se obtiene del costo total anual para la cantidad de producción de 600000 tallos es de 0,31 ctvs.

3.17.2.2. Proyección Costos Indirectos de Fabricación

Tabla 50 Proyección Costos Indirectos de Fabricación

Concepto	Cantidad	Unitario	Proyección Costos de Producción				
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Bonches	24000	0,01	240,00	243,84	247,74	251,71	255,73
Empaque primario (1200*320*320)mm.	3000	0,03	90,00	91,44	92,90	94,39	95,90
Zunchos	3000	0,01	30,00	30,48	30,97	31,46	31,97
Etiquetas	3000	0,01	30,00	30,48	30,97	31,46	31,97
Depreciación maquinaria			688,00	688,00	688,00	688,00	688,00
Total		0,06	1.078,00	1.084,24	1.090,58	1.097,02	1.103,57

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers

3.17.2.3. Proyección Gastos administrativos

Tabla 51 Gastos Administrativos

Gastos Administrativo			Total	Proyección Gastos Administrativos			
Concepto	Cantidad	V. Unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto Servicios básicos			3.546,61	3.591,73	3.637,57	3.117,54	3.164,86
Luz	12	175	2.100,00	2.133,60	2.167,74	2.202,42	2.237,66
Agua	12	18	216,00	219,46	222,97	226,53	230,16
Teléfono	12	25	300,00	304,80	309,68	314,63	319,67
Internet	12	17	204,00	207,26	210,58	213,95	217,37
Depreciación de maquinaria			726,61	726,61	726,61	160,00	160,00

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flower.

3.17.2.4. Proyección Gastos de exportación

Tabla 52 Gastos de exportación

Gastos de exportación			Proyección Gastos de Exportación				
Concepto	Cantidad	Unitario	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unitarización	17	80	1.397,84	1.420,21	1.442,93	1.466,02	1.489,47
Trámites en origen	17	45	786,29	798,87	811,65	824,63	837,83
Transporte Interno	2580	4	10.320,00	10.485,12	10.652,88	10.823,33	10.996,50
Gastos de exportación (FCA)			12.504,13	12.704,19	12.907,46	13.113,98	13.323,80

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers

3.17.2.5. Depreciación de activos

Tabla 53 Depreciación de activos

Concepto	Valor	%Depreciación	Vida Útil- Años	Año 1	Año 2	Año 2	Año4	Año 5
Maquinaria	6880	10	10	688,00	688,00	688,00	688,00	688,00
Equipo de Computo	850	33,33	3	566,61	566,61	566,61	0	0
Muebles y enseres	350	10	10	160	160	160	160	160
Total Depreciación activos Fijos				1.414,61	1.414,61	1.414,61	848,00	848,00

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers

3.17.3. Estructura del Financiamiento

En la tabla se puede observar que la empresa Altas Cumbres Flowers para la operación de producción cuenta con financiamiento propio con un 70 %.

Tabla 54 Estructura de financiamiento

Descripción	Participación (%)	Monto (USD)
Propia	70	81.464,00
Donación	0	0
Préstamo	30	34.913,00
Total	100	116.377,00

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers

El crédito que accederá la empresa será en la institución financiera Banecuador, con una tasa efectiva de 9.76% para un monto de 34.913\$ con un plazo de 5 años el sistema de amortización es cuota fija de 737,69 y la forma de pago es mensual, el número de cuotas es 60 y una tasa de interés mensual de 0,81%,

3.18. ESTADOS FINANCIEROS

3.18.1. Estado de Resultados

El estado de resultados calcula la utilidad neta y flujos netos de efectivo es decir el beneficio real de la operación.

Tabla 55 Estado de Resultados

Estado de Resultados					
Ingresos Operacionales	2019	2020	2021	2022	2023
Total Ingresos Operacionales	217407,52	225303,76	233486,80	241967,04	250755,28
Cantidad total	3000	3060	3121	3184	3247
1. Ventas Mercado Nacional	28686,48	29728,37	30808,10	31927,05	33086,64
Cantidad (Cajas)	420	428	437	446	455
Precio de venta (EXW)	68,30	69,39	70,50	71,63	72,78
2. Ventas Mercado Internacional	188721,05	195575,39	202678,69	210039,98	217668,64
Cantidad (Cajas)	2580	2632	2684	2738	2793
Precio de venta (FCA)	73,15	74,32	75,51	76,72	77,94
(-) Costos de producción	98721,98	100662,74	102642,28	104661,36	106720,79
Materia Prima	18950,00	19253,20	19561,25	19874,23	20192,22
Costos Indirectos de Producción	1078,00	1084,24	1090,58	1097,02	1103,57
Mano de Obra Directa	78693,98	80325,30	81990,45	83690,11	85425,00
(=)Utilidad Bruta en Ventas	118685,55	124641,02	130844,52	137305,68	144034,49
(-)Gastos Operacionales	42590,71	43443,51	43986,81	43974,52	44540,08
Sueldos Administrativos	38684,10	39486,02	39977,63	40479,42	40991,62
Gastos Administrativos	3546,61	3591,73	3637,57	3117,54	3164,86
Gastos de ventas	360,00	365,76	371,61	377,56	383,60
(=) Utilidad Operacional	76094,84	81197,51	86857,71	93331,16	99494,41
(-) Gastos Exportación	12504,13	12704,19	12907,46	13113,98	13323,80
(-)Gastos Financieros	3157,24	2575,86	1935,13	1228,98	450,75
Interés Bancario	3157,24	2575,86	1935,13	1228,98	450,75
(=) Utilidad Neta Antes de Impuestos	60433,47	65917,46	72015,12	78988,19	85719,85
(-) 15% Participación de trabajadores	9065,02	9887,62	10802,27	11848,23	12857,98
Utilidad Antes de Impuestos	51368,45	56029,84	61212,85	67139,96	72861,88
(-) 25% Impuesto a la Renta	12842,11	14007,46	15303,21	16784,99	18215,47
Utilidad Neta	38526,34	42022,38	45909,64	50354,97	54646,41
(+) Depreciación	1414,61	1414,61	1414,61	848,00	848,00
Flujo Neto de Efectivo	39940,95	43436,99	47324,25	51202,97	55494,41

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers

3.18.2. Indicadores Financieros

3.18.2.1. VAN (Valor Actual Neto)

“Suma los flujos descontados en el presente y resta la inversión inicial equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra los desembolsos necesarios para producir esas ganancias en términos de su valor equivalente en ese momento o tiempo cero” (Baca, 2013, p.208)

Fórmula para calcular:

$$\text{VAN} = -P + \frac{\text{FNE1}}{(1+i)^1} + \frac{\text{FNE2}}{(1+i)^2} + \frac{\text{FNE3}}{(1+i)^3} + \frac{\text{FNE4}}{(1+i)^4} + \frac{\text{FNE5}}{(1+i)^5} + \text{VS}$$

3.18.2.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

“Es la tasa de descuento por la que el VPN es igual a cero es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial” si la TIR es mayor a la TMAR se acepta la inversión. (Baca, 2013, p. 210)

Tabla 56 Flujo Neto de Efectivo e Indicadores Financieros

Año	FE	Fact. Act.	FE Descontado	FE Acumulado
0	-116377,27	1,000		-116377,27
1	39940,95	0,909	36309,95	-80.067,32
2	43436,99	0,826	35898,34	-44.168,98
3	47324,25	0,751	35555,41	-8.613,57
4	51202,97	0,683	34972,32	26.358,75
5	55494,41	0,621	34457,66	60.816,41
		Σ FED	177.193,68	
		VAN	60.816,4	
		TIR	27,6%	
		PR	3 años 9 meses	

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers

Los diferentes valores obtenidos en los indicadores nos indican la viabilidad del proyecto obteniendo un VAN (Valor Actual Neto) de 60.816,40 USD y con un TIR (Tasa de Retorno) del 27,6% es así que el valor de la tasa interna de retorno supera el costo de oportunidad en un periodo de recuperación de 3 años 9 meses.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1. Resultado de la encuesta aplicada a las empresas importadoras en Rusia

1.- ¿Estaría dispuesto a adquirir rosas ecuatorianas?

Opción	Respuesta	Porcentaje
si	7	100
no	0	0
total		100



Figura 14 Disposición de compra

Fuente: Encuesta

Las siete empresas encuestadas manifestaron que si les gustan las rosas ecuatorianas, por ende se puede evidenciar que las rosas de la empresa Altas Cumbres Flowers tendrán acogida en el mercado Ruso debido a que su calidad, colores intensos, tiempo de vida útil, tamaño del tallo son las características que lo diferencian de su competencia.

2.- ¿Con que frecuencia compra rosas?

Opción	Respuesta	Porcentaje
Diariamente	0	0
Tres por semana	0	0
Semanalmente	0	0
Mensualmente	7	100
total		100

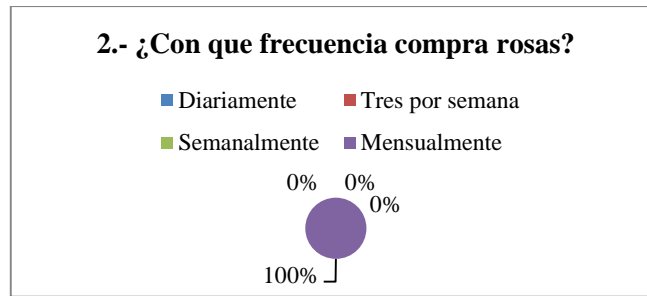


Figura 15 Con qué frecuencia compra rosas
Fuente: Encuesta

Las empresas encuestadas mencionan que adquieren rosas mensualmente esto se debe a la demanda que existe en Rusia en las diferentes fechas especiales como también lo hacen por sus costumbres y tradiciones que hacen que los rusos sean personas detallistas.

3.- ¿Qué fecha demandan más las rosas?

Opción	Respuesta	Porcentaje
Febrero	5	62
Marzo	2	25
Mayo	0	0
Otros	1	13
total		100

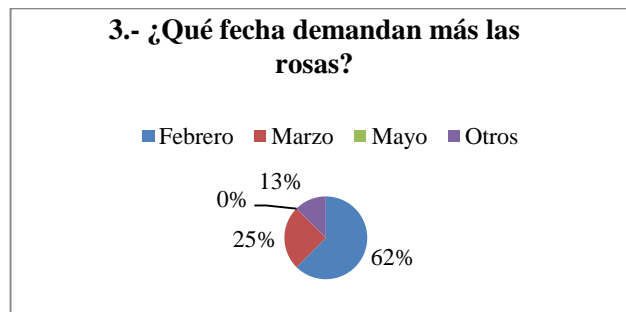


Figura 16 Qué fecha demanda más las rosas
Fuente: Encuesta

Las empresas manifiestan que las fechas que más demandan las rosas es en febrero con un 62% por que se celebra el día de San Valentín, 25% en marzo por el día de la mujer y un 13% otros como el 1 de septiembre por el inicio de clases en dicho país.

4.- ¿Al adquirir rosas toma en cuenta el lugar de procedencia?

Opción	Respuesta	Porcentaje
Si	7	100
No	0	0
total		100

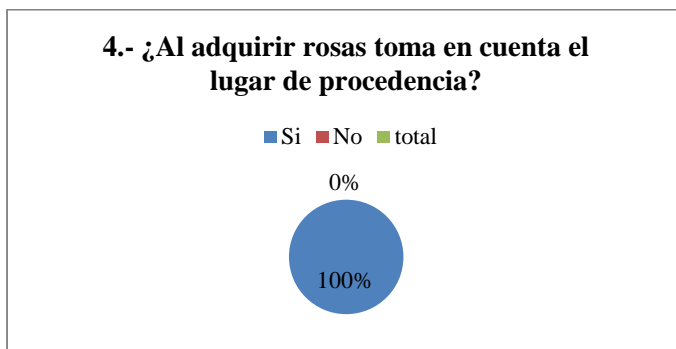


Figura 17 Al adquirir rosas toma en cuenta el lugar de procedencia
Fuente: Encuesta

Para las empresas importadoras de Rusia es importante el lugar de procedencia de las rosas, Ecuador es uno de los principales proveedores de rosas, prefieren la rosa ecuatoriana por su calidad, durabilidad e intensidad de colores, el reconocimiento internacional de ese producto hace que se haya obtenido una respuesta favorable del 100%

5.- ¿Cuáles son las características que usted busca en las rosas?

Opción	Respuesta	Porcentaje
Color	7	26
Tamaño	7	26
Durabilidad	6	22
Botón	7	26
total		100

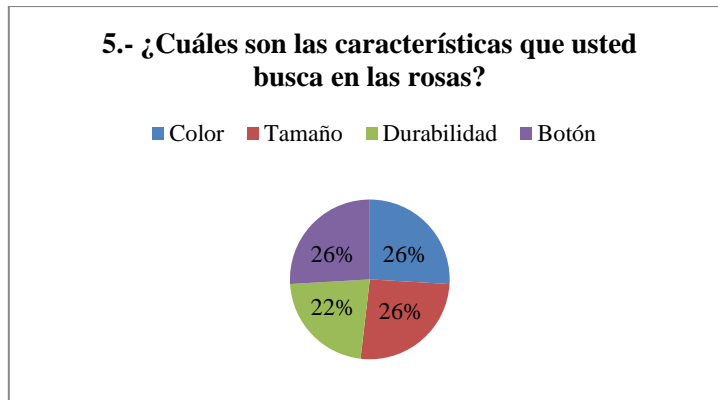


Figura 18 Cuales son las características que usted busca en las rosas
Fuente: Encuesta

Para las principales empresas importadoras de rosas en Rusia todas las características mencionadas en el cuestionario tiene relevancia ya que les atrae sus colores intensos, el tamaño, el botón y sobre todo la durabilidad de la misma.

6.- ¿Dónde adquiere usted las rosas ecuatorianas?

Opción	Respuesta	Porcentaje
Tiendas de regalos	0	0
Tiendas departamentales	0	0
Ferias temáticas	2	28
Vía páginas de internet	2	29
Otros	3	43
total		100

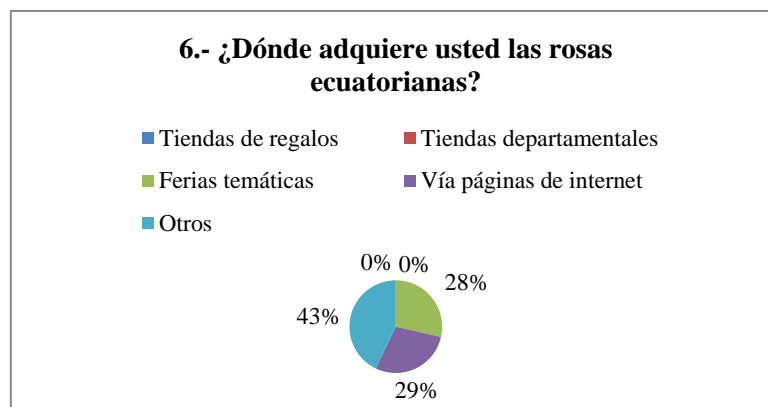


Figura 19 Donde adquiere usted las rosas ecuatorianas
Fuente: Encuesta

Para las empresas Rusas es importante donde adquieren las rosas es así que el 43% de las empresas adquieren las rosas ecuatorianas en base a otro es decir a negociaciones el 29% por páginas de internet y el 28% por ferias temáticas.

7.- ¿Las rosas son para autoconsumo o venta?

Opción	Respuesta	Porcentaje
Autoconsumo	0	0
Venta	7	100
Ambos	0	0
total		100

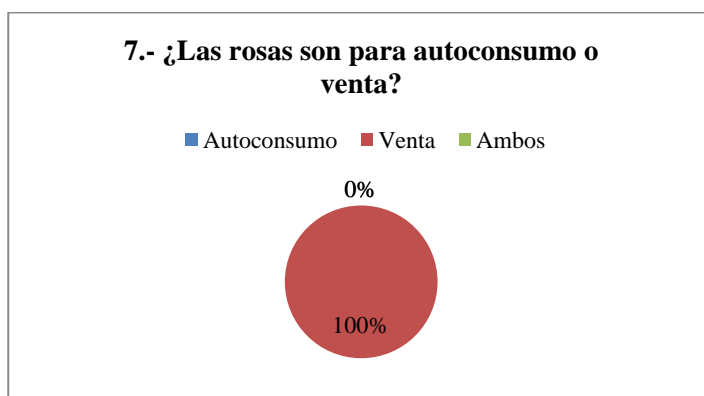


Figura 20 Las rosas son para autoconsumo o venta
Fuente: Encuesta

Para las empresas importadoras en Rusia manifiestan que las rosas ecuatorianas las adquieren para venta por que la cultura de los rusos es ser personas detallistas.

8.- ¿En qué presentación compra las rosas?

Opción	Respuesta	Porcentaje
Cajas	7	100
Individual	0	0
Granel	0	0
Bonches	0	0
Otros	0	0
Total		100

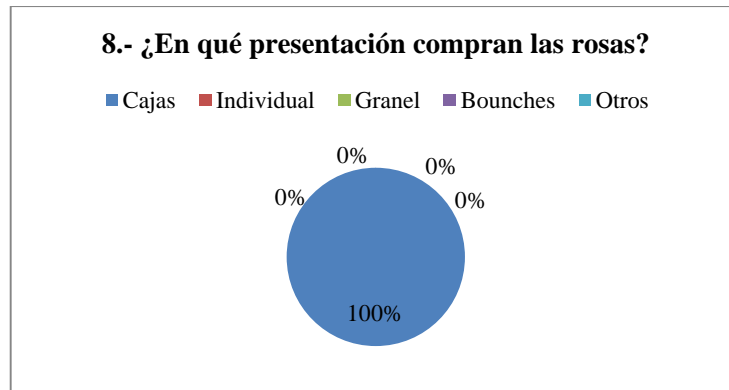


Figura 21 En qué presentación compran las rosas
Fuente: Encuesta

En base a la encuesta realizada se manifiesta que las empresas Rusas compran las rosas ecuatorianas en cajas porque es la mejor forma de cuidarlas esto por el manipuleo que existe a la hora de realizar todo el proceso de exportación.

9 ¿Qué cantidad de rosas consume (tallos) mensualmente?

Opción	Respuesta	Porcentaje
1000- 2000	1	14
2001 – 3000	2	29
3001 – 4000	4	57
4001 o más	0	0
Otros	0	0
Total		100

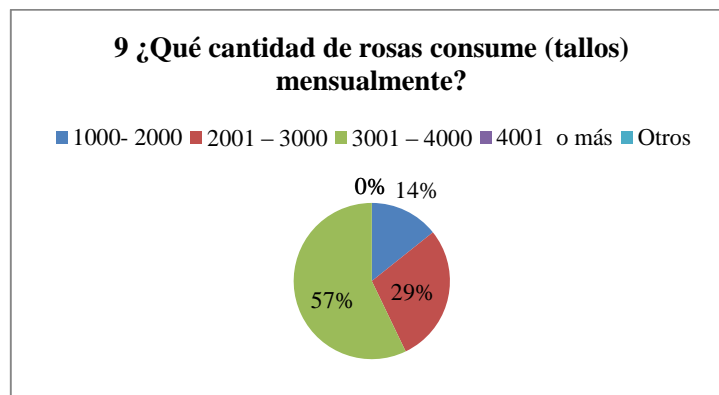


Figura 22 Qué cantidad de rosas consume (tallos) mensualmente
Fuente: Encuesta

Las empresas DLF- Trifolium.ooo, FM Lozhistik Severyanka.ooo, Galaktika.ooo, Gloriya-A.Ooo, Kvins Grass Tarf.ooo – Limited Liability. Company Queens Grass Turf, Miratorg-Syre.ooo, Rozovy Sad. Zao mencionan que el 57% compran tallos mensualmente de 3001 a 4000 el 29% de 2001 a 3000 y el 14% de 1000 a 2000.

10 ¿Qué colores de rosas son los que más compra?

Opción	Respuesta	Porcentaje
Rojo	7	22
Blanco	7	22
Rosado	7	22
Amarillo	7	22
Otros	4	12
Total		100

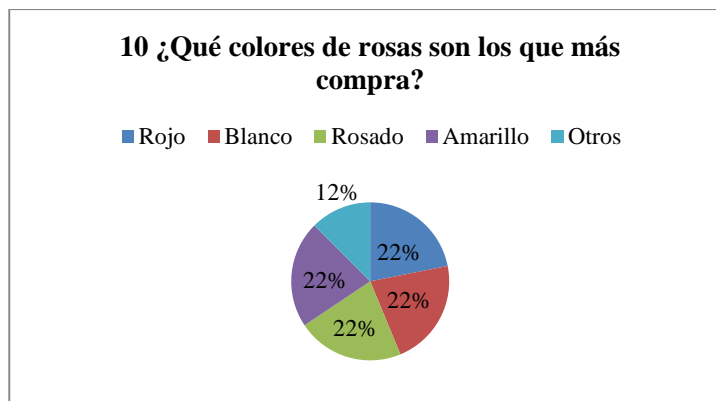


Figura 23 Qué colores de rosas son los que más compra
Fuente: Encuesta

Las empresas Rusas dan a conocer que prefieren las rosas de color Rojo con un 22%, blanco 22%, rosado 22%, amarillo 22%, otros 12%, porque estos colores son los preferidos por parte del consumidor final en fechas importantes como el día de san Valentín, día de la mujer, en septiembre por el inicio de clases esto se debe a que su cultura es ser personas detallistas.

11 ¿Qué tamaño de tallo prefiere?

Opción	Respuesta	Porcentaje
40	0	0
70	0	0
80	7	100
Otra	0	0
Total	0	100

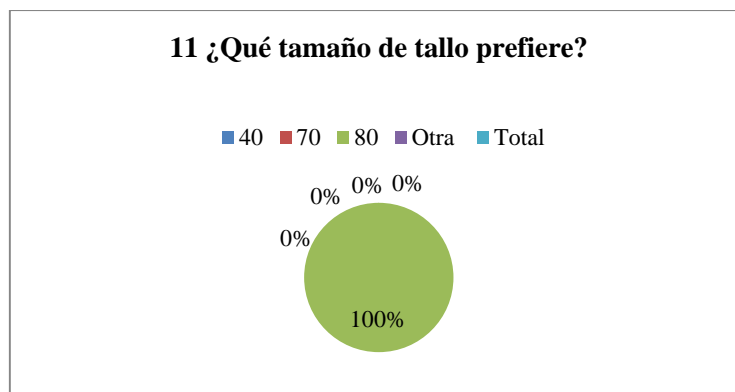


Figura 24 ¿Qué tamaño de tallo prefiere
Fuente: Encuesta

Las empresas importadoras de rosas ecuatorianas prefieren los tallos grandes es por ello que prefieren las de 80 cm a más esto se debe a su cultura por lo general los floreros de los rusos se encuentran en el piso y es por ello que prefieren tallos grandes para que se los pueda mirar de mejor manera.

12 ¿Cuál es el precio al que compra sus rosas en dólares?

Opción	Respuesta	Porcentaje
1.50	1	15
1.40	1	14
1.75	1	14
1.30	4	57
Total	0	100

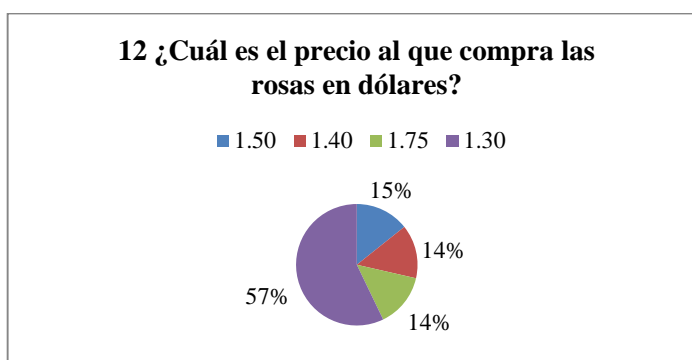


Figura 25 ¿Cuál es el precio al que compra las rosas en dólares
Fuente: Encuesta

Las empresas DLF- Trifolium.ooo, FM Lozhistik Severyanka.ooo, Galaktika.ooo, Gloriya-A.Ooo, Kvins Grass Tarf.ooo – Limited Liability. Company Queens Grass Turf, Miratorg-

Syre.ooo, Rozovy Sad. Zao mencionan que el 57% las compran a 1,5\$ el 15% a 1,40\$ el 14% a 1,75 \$ y el 14% a 1,30.

13 ¿Usted compra rosas por?

Opción	Respuesta	Porcentaje
Economía	0	0
Calidad	6	86
Variedad	1	14
Accesibilidad	0	0
Otra	0	0
total		100

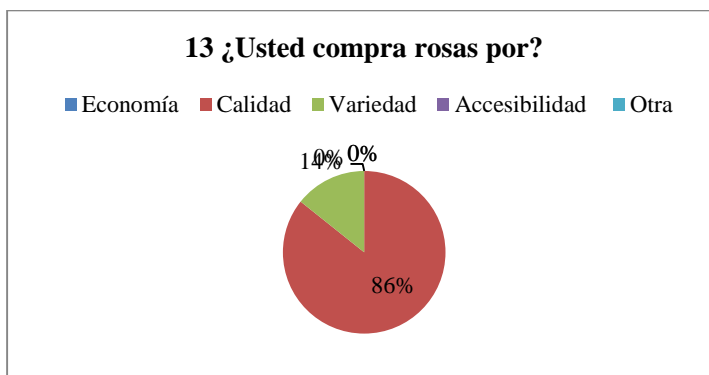


Figura 26 ¿Usted compra rosas por?
Fuente: Encuesta

Las empresas rusas compran las rosas en un 80% por su calidad y el 14% por la variedad de las mismas en la investigación realizada se da conocer que la mayor parte de la población compra por la calidad del producto son muy leales a este tipo de características únicas.

4.1.2. Análisis de la entrevista realizada a la Empresa Altas Cumbres Flowers de la provincia del Carchi: Ing. Juan Carlos Pozo

Después de realizar la entrevista al propietario de la empresa se determina que el precio del tallo se encuentra en un promedio de 0,32 centavos, la producción mensual de tallos es de 50.000 aproximadamente pero en los próximos meses se duplicara su producción porque se ha incrementado nuevos invernaderos, cuenta con 5 variedades de rosas como son la explorer, mundial, botcha, cabaret, pinfloit, cabe mencionar que existen 3 fases en el proceso de producción de las rosas de la empresa para exportación el primero se encarga de la producción y

cultivo segundo el manejo de post cosecha y el tercero de la comercialización al mercado exterior.

Se menciona también la importancia del cuidado de la rosa como es la cadena de frío desde el lugar de origen hasta el consumidor final, las técnicas de negociación que utiliza la empresa es por medio de recomendaciones de otras fincas, también se busca por internet. Las fechas en que los clientes demandan mayormente las rosas en el año son el 14 de febrero que es Valentín 8 de marzo día de la mujer estas fechas son las más importantes por que marcan la pauta del negocio, la comercialización se la realiza mediante bróker y en los mercados internacionales con cadenas de comercialización internas de cada país o clientes directos.

4.1.3. Entrevista realizada al especialista zonal PRO ECUADOR: Ing. Oscar Ruano.

Al realizar la entrevista a PROECUADOR menciona que la situación actual del Ecuador con respecto a las rosas es muy dinámico pero a la vez sensible porque los principales competidores son Colombia y Holanda que básicamente han determinado algunas situaciones en el mercado internacional cabe mencionar que el principal mercado es E.E.U.U pero al momento no hay ningún tipo de preferencia arancelaria con un 6% en déficit en función de lo que tiene Colombia y otros países están compitiendo pero la calidad del producto hace que la rosas sea deseada a nivel internacional.

Se puede decir que la exportación de la rosa es un sector muy importante dentro de la balanza de pagos y sobre todo el desarrollo se evidencia una excelente producción de rosas, se debe diferenciar dos procesos el uno que somos una provincia de paso gracias al puente de Rumichaca para las exportaciones del país y el segundo es el producto netamente carchense siendo el principal las rosas productos agroindustriales como es el tema del aceite de aguacate frutas no tradicionales, hortalizas, cebollas, cereales productos que son del Carchi y que se están exportando al mundo otro producto es el café que se lo exporta por intermediarios y otras directamente pero nuestra provincia es netamente agrícola y la sustitución de las patatas y leche es complejo porque la producción es delicado.

Este proceso se lo ha mirado últimamente en la transferencia de inversión de empresas que estaban en Cayambe últimamente están trasladándose a la provincia del Carchi justamente por los suelos que son muy enriquecidos en temas orgánicos como en el cantón Espejo, Mira y Bolívar que generalmente están asentadas algunas empresas medianas y grandes de rosas básicamente se hace un análisis por el desgaste de suelos como es el caso de Pichincha en Cayambe.

Se debería tomar en cuenta la sustitución de flores de buena calidad es un sector complejo ya sea por la tecnología, la aplicación de los procesos o certificados internacionales que se debe tener, pero una vez que procedemos a desarrollar el tema de las exportaciones se obtendrá grandes ventajas. Generalmente los exportadores están en otro nivel porque ya participan en un proceso de promoción de exportación por lo tanto ya se entra en el tema de agendas personalizadas pero la mayoría de ellos ya exportan tienen clientes, la asesoría viene a ser en temas de oportunidades comerciales internacionales algunas empresas de Mira lo están haciendo están ingresando en ferias de Rusia es interesante canalizar esta situación.

A los pequeños productores generalmente se les capacita en como exportar que notificaciones y certificaciones necesitan para cierto tipo de producto cumpliendo con temas de imagen corporativa identidad de sus cajas entre otros.

Si se habla de lo nacional generalmente hay empresas que están invirtiendo en el Carchi e Imbabura en temas de fincas florícolas pero si hablamos de temas internacionales los principales competidores son directamente Colombia y Holanda hay que analizar en tema de cambio, mano de obra, la flor más barata de estos países altamente productivos en pequeñas hectáreas y esto ocasiona que el producto se encarezca en razón de la competencia pero cabe recalcar las variedades que se dan en estos suelos interesantes que tenemos en la zona hacen que el producto sea altamente fuerte y que tenga una calidad interesante y sobre todo cuando se habla de las líneas de frío hace que la rosa perdure más.

Lo principal es la promoción internacional en temas de mercados altamente posesionados ingresar donde ya estamos es decir no explorar no arriesgarse a mercados nuevos influye mucho en los temas altos de inversión en temas de apertura comercial internacional y sobre todo en temas de estudio de mercados es muy complejo ingresar a un nuevo mercado pero debemos tener

antecedentes se está exportando en ese sentido al país de Rusia y a sus componentes de la ex unión soviética como Ucrania podemos evidenciar que tendríamos un mayor potencial dedicarnos a agendas comerciales a buscar más clientes en estos países de igual forma Holanda importa la rosa Ecuatoriana y la triangulan la vuelven a exportar a otro mercado muy bueno es Australia la logística es increíble para llegar a ese mercado pero es un buen mercado Canadá y E.E.U.U con el tema de normas.

El sector florícola es sensible por el tema laboral e inclusive medio ambiental hay que tratarlo con mucho cuidado este sector es altamente fuerte y a su vez delicado que debemos analizarlo bien pero el mercado objetivo principalmente es Rusia y el ex bloque soviético. Se puede tener las mejores rosas, pero si no las podemos vender en muy complejo se debe conocer muy bien la cultura donde se va a hacer los negocios, tener un buen bróker ya que es quien se juega generalmente la confianza del empresario Ruso es así que de persona a persona debe comunicarse de la mejor manera pero de igual forma deberá conocer el comportamiento del consumidor en el país que se vaya a exportar.

Generalmente cuando se quiere llegar a un mercado internacional se debe pasar por todos los filtros hay una matriz bastante interesante que es la trazabilidad hay instituciones públicas como AGROCALIDAD que tienen excelentes técnicos hacen estudios referentes a las visitas pertinentes de plagas ya que se juega no solamente un nombre sino una provincia un país, se exportan las mejores rosas del mundo por lo tanto la rigidez de controles en la logística hace que un producto ecuatoriano llegue de la mejor manera y que se mantenga en el mercado se debe obedecer y sujetar a lo que dice el cliente.

4.1.4. Entrevista realizada al funcionario de AGROCALIDAD: Ing. Víctor Pozo

En la actualidad la provincia del Carchi el sector florícola ha sido una actividad ascendente por que se inició en el año 2014 tenía una producción de 15 operadores hoy en día hay 27 sitios de producción se habla de unas 80 a 100 hectáreas de producción de rosas, considera que les va muy bien porque el Carchi tiene suelos adecuados para obtener rosas de calidad.

Los problemas fitosanitarios más nombrados son trips y ácaros se habla también de hongos vellosos, botritis son problemas que se presentan en la actualidad. La provincia del Carchi exporta la rosa en grandes cantidades no se lo hace directamente se presiona en el punto de origen y luego se va a cargueras que es en el aeropuerto y desde ahí se hace el fitosanitario de exportación.

La flor del Carchi se va a países que son exigentes tales como Rusia, E.E.U.U y países Europeos se está abriendo mercados en China y Japón, por otro lado AGROCALIDAD ha cumplido con todos las necesidades del país importador las fincas son certificadas, existe protocolo de trips y ácaros para asegurar su producción.

Por otro lado, AGROCALIDAD se encarga también de verificar que las fincas realicen aplicaciones de planes de contingencias, manejo de plagas, capacitación, realizan inspecciones en la post cosecha donde se verifica el cargamento que sale en el día el operador debe cumplir con ciertos parámetros se revisa los bonches golpeteando con el fin de verificar que no salgan trips vivos.

Brindan asesoramiento en base a la normativa de AGROCALIDAD se maneja el acuerdo 390 donde establece que el usuario que desee convertirse en exportador lo primero que debe hacer es registrarse en el sistema guía es una base de datos que tiene que estar constando en la matriz, luego se realiza una inspección para verificar que tenga el cultivo y post cosecha para que cumplan con los parámetros de calidad.

La ventaja de poseer un buen clima por la ubicación en una zona alta hace que se cuente con buenos suelos, así obteniendo rosas de buena calidad que cumplen con los parámetros exigidos por mercados internacionales, no es muy difícil como provincia competir por que los operadores están capacitados y el lugar es apto para el cultivo de rosas de calidad. Según los operadores las tácticas en las cuales se están enfocado es la calidad para obtener mayor competitividad es la estrategia que utiliza el Carchi lo que hacen es subir un poco en el costo de producción por tallo para obtener mayor competitividad, pero va hacer más aceptado en el país importador la mayoría exporta al mercado ruso.

Rusia constituye actualmente el mejor mercado objetivo porque es el que mejor paga el tallo de las rosas a pesar que exige más obligan a los productores de rosas a obtener certificaciones, E.E.U.U también es un buen mercado paga bien pero no como lo hace Rusia otros países que demandan las rosas del Carchi es Australia pero exige que la flor este certificada con el protocolo de vitalización el cual consiste en que el tallo este inerte no debe de crecer, deben de hacer antes ensayos exigen más, en el caso de Chile se exporta flores de tipo B o también conocida como flor nacional es decir que no hay muchas exigencias.

Los parámetros que establece cada país es asegurar que la producción se la realice adecuadamente ya que establecen medidas para que no tengan plagas, en Ecuador en la resolución 122 que habla de plagas cuarentenarias esto quiere decir que esta plaga no hay en el país es por ello que exigen a las importaciones certificados para que no ingresen plagas ; el Ángel es un sitio adecuado para la producción de rosas se obtiene una cosecha al año con una flor de calidad de 1.80 a 2.00, también Bolívar es un buen lugar para la producción de rosas porque al año se obtienen 2 cosechas en tallos de 1.60 a 1.70. cm.

4.1.5. Entrevista realizada al funcionario de la Cámara de la Pequeña Industria: Capitán Jorge Clavijo

En la entrevista realizada a la Cámara de la Pequeña Industria menciona que la situación actual del Ecuador con respecto a la comercialización internacional de las rosas se ha proliferado en los diferentes sectores como Pichincha, Tabacundo, Cayambe, Cotopaxi, Carchi por que la rosa ecuatoriana es muy llamativa para el mercado exterior esto se debe a la calidad es mejor ya que es mejor que la rosa colombiana.

La actividad de exportación de flores desde el Carchi es muy buena para la reactivación económica de la provincia, pero cree que se debe dar mayor agilidad por parte del gobierno con el apoyo económico y agrícola para que haya fuentes de trabajo. La institución brinda asesoramiento a los exportadores de flores sobre la capacitación en leyes, normas y criterios de origen se menciona también que la ventaja competitiva a nivel nacional e internacional es prácticamente la misma porque tienen una buena calidad de rosas, por su parte en la competencia

internacional se puede decir que el principal competidor es Holanda porque tiene una buena rosa a pesar de esto los clientes prefieren la rosa ecuatoriana por su calidad, color y durabilidad.

La estrategia principal siempre es y será la calidad de la rosa el tamaño del tallo su color y sobre todo la durabilidad de la misma, también es importante que se cumpla con las expectativas de los clientes internacionales. Las recomendaciones a nuevos exportadores de rosas del Carchi van en el sentido de que mejoren el producto porque hoy en día otros países productores de rosas se están tecnificando. Finalmente, la exportación de rosas al mercado de Rusia es una gran oportunidad para la provincia por que genera más empleo y ayuda a la economía.

4.1.6. Entrevista realizada al funcionario de la Cámara de Comercio Exterior: Ing. Diego Tarupi

Permanentemente el Ecuador ha sido un actor importante en el tema de producción y comercialización de rosas a nivel internacional siempre ha sido un país que ha generado productos de calidad y en este caso la rosa está en el mercado muy bien posesionada la provincia del Carchi además realiza exportación de aguacate, café entre otros productos.

Se tiene entendido que la empresa Golden estaba trabajando en la zona de Bolívar provincia del Carchi tenía muy buen resultado, pero lastimosamente se sabe que cerro por problemas internos pero cabe mencionar que la rosa que producía era de buena calidad, esto impulso a otros productores a seguir adelante logrando así posesionarse en mercados internacionales la actividad de exportación de flores desde el Carchi es una excelente oportunidad de negocio.

La Cámara de Comercio Exterior brinda ayuda en cuanto al posicionamiento de la empresa y aclarando cualquier tipo de duda en cuanto la exportación de sus productos. Una ventaja competitiva de la rosa ecuatoriana especialmente del Carchi con respecto a la competencia Nacional e Internacionales es la posición geográfica y climática que tiene el Ecuador.

En este tema se menciona la calidad y la durabilidad de la rosa son importantes, ya que los mercados son muy exigentes, una recomendación a nuevos exportadores es que con las experiencias que existen de otros exportadores de diferentes zonas que realizan esta actividad de

producción y comercialización de flores van de la mano para obtener mayor acercamientos con el comité empresarial ecuatoriano donde asiste la asociación de floricultores y que pertenezcan a estas asociaciones y así obtener capacitación para que puedan mejorar la exportación, especialmente E.E.U.U, Rusia, China son potenciales mercados destino donde tendrá gran acogida la rosa del Carchi. Cumplir con la calidad que exigen los mercados internacionales para generar negocios a mediano y largo plazo es algo importante caso contrario si no se cumple con las exigencias simplemente perderemos los clientes.

Todos los países quieren mejorar la calidad de sus productos es por ende que se debe estar a la vanguardia de la tecnología que vienen desarrollando a nivel internacional para la producción de flores y con la maximización de los recursos para obtener las utilidades adecuadas y ser sostenibles a lo largo del tiempo con la producción de flores. La exportación de rosas desde el Carchi especialmente el Ángel al mercado de Rusia es una excelente oportunidad porque tiene un gran mercado potencial que requieren de rosas de calidad y en el Ángel provincia del Carchi cuenta con ello.

4.1.7. Entrevista realizada al supervisor de la empresa Altas Cumbres Flowers Sr. Diego Cisneros.

En la entrevista realizada al supervisor de la empresa menciona que el Ecuador es uno de los principales países que comercializa rosas esto se debe a la buena calidad que ofrecen, los principales productos que se exportan en el país son el aceite de aguacate, café entre otros pero el más importante es la comercialización de las rosas. La actividad florícola del Carchi referente a comercialización a mercados internacionales ha evolucionado de forma positiva ya que las flores del Carchi tienen una buena calidad y esto es bueno porque ayuda a mejorar la competitividad.

La exportación de flores del Carchi es preferida por los clientes internacionales por que posee características únicas, AGROCALIDAD para este fin brinda charlas para prevenir enfermedades de campo como las plagas. La ventaja competitiva de la rosa ecuatoriana especialmente del Carchi con respecto a la competencia Nacional e Internacionales es la calidad porque siempre hay parámetros establecidos y en base a eso se clasifica y se exporta el mercado objetivo.

Una recomendación a nuevos exportadores de rosas del Carchi es que tengan asesoramiento sobre todo conocimiento para obtener una buena siembra y buen manejo así se mejorara el producto, con respecto a la competencia internacional de rosas de otros países productores comparados con el Ecuador es que cuenta con una ventaja su clima el cual permite producir todo el año y tener flores con características únicas. La exportación de rosas desde el Carchi especialmente el Ángel al mercado de Rusia es muy bueno por que brinda trabajo y ayuda a la economía del Carchi.

4.1.8. Entrevista realizada al gerente de la empresa Tierra Verde Flowers: MSc. David Herrera.

Tierra Verde Flowers representa una competencia directa para Altas Cumbres Flowers, ubicada en Bolívar- Carchi, esta empresa tiene una trayectoria de 7 años, con una capacidad de producción de 3.500 tallos al día, una superficie para producción de 2 hectáreas y un número de 24 trabajadores permite establecer que es una empresa 2 veces más grande que la empresa en estudio.

De igual manera el técnico - cultivo de la empresa da a conocer los principales tipos de flores sembradas que son: rosas: Proud, Señorita, Quick sand, Hermosa, Rosita véndela, Alba, Pink Floyd, Explorer, Carrousel, Engagement, Paloma, Mondial, Freedom ; hace referencia también a que se debe aprovechar las condiciones climáticas del Carchi para la exportación de flores, que es una excelente oportunidad.

Esta empresa actualmente exporta el 65% de su capacidad de producción y sus mercados Internacionales son España, Estados Unidos y Rusia.

4.2. DISCUSIÓN

La presente investigación tuvo como objetivo identificar el mercado internacional para la comercialización de flores tipo rosa de la empresa Altas Cumbres Flowers de la provincia del Carchi, mediante el estudio se hará una comparación entre los resultados obtenidos en la presente investigación con los resultados obtenidos por otras investigaciones con temas relacionados a la comercialización de flores tipo rosa en los cuales se implementó igual o similar metodología, se realizó una recopilación resumida sobre los trabajos a comparar de los cuales se ha tomado un total de 10 casos de estudio.

Como primer resultado de la investigación una vez identificado los principales importadores mundiales de la subpartida 060311, fue determinar a Rusia, Georgia y Colombia para realizar el estudio de los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, legales y ecológicos; el análisis situacional externo mediante la ponderación en la matriz POAM permite establecer a Rusia como la mejor oportunidad para la comercialización internacional de flores tipo rosa de la empresa Altas Cumbres Flowers de la provincia del Carchi; Rusia es el séptimo importador más importante de flores a nivel mundial y el segundo socio comercial más importante del Ecuador.

Rusia a nivel mundial es la economía número 11 por volumen de PIB, su PIB Per Cápita que en 2018 fue de 6651,29 USD refleja un alto poder adquisitivo de los habitantes rusos y un adecuado nivel de vida; referente a la relación comercial bilateral, Ecuador es uno de los beneficiarios del SGP de la Unión Económica Euroasiática (país en desarrollo) lo que otorga un descuento del 25% del Arancel NMF, la tarifa que paga la flor ecuatoriana para ingresar a este mercado es equivalente al 11,25% de ad valorem y dentro de las barreras no arancelarias los documentos que acompañan a la importación deberán ser certificado fitosanitario, certificado de origen, Packing list, Declaración aduanera, Factura Comercial y el documento de transporte.

Changoluisa y Becerra (2018), en su “Análisis comparativo de la exportación de Rosas Ecuador-Colombia” hacen referencia a la competencia y mencionan que Colombia ingresa a Rusia a través del acuerdo SGP y que le otorga un arancel preferencial del 75% menos de la tasa establecida para las importaciones, sin embargo los requisitos de importación interno establecido por Rusia para la flor Colombia son el contrato de importación con traducción al ruso, documento de transporte y la factura comercial. Con este porte se llega a determinar que la flor de Colombia

tiene liderazgo en costos mientras que la ecuatoriana en diferenciación; los principales tipos de flores ecuatorianas exportadas son las rosas con un 74%, seguida de las demás flores de verano con un 12% la Gypsophia con un 7% mientras que en Colombia predominan las flores de verano con un 48%, las rosas en 23% y claveles 16%, estos datos permiten establecer que las rosas frescas es el tipo de flor que presenta las mejores ventajas competitivas para Ecuador.

Del Castillo (2015) hace un análisis de porque la rosa colombiana es más competitiva en cuanto a precios y manifiesta que la rosa ecuatoriana ha perdido mercado dentro de los países exportadores de rosas debido a que la economía ecuatoriana maneja un sistema dolarizado, que si bien es un sistema monetario de que otorga estabilidad inflacionaria, por otro lado, perjudica a la industria exportadora del país puesto que el dólar es referente de devaluación, lo explica citando la devaluación del último periodo del año 2015, el mercado colombiano devaluó el peso de cerca de 1600 pesos a 2400 pesos por un dólar causando que la producción en Colombia sea más económica para competir en mercados extranjeros que la rosa fresca ecuatoriana, el análisis que hace este autor nos lleva a determinar que para hacer un estudio más profundo de la competencia es muy importante conocer la política monetaria que rija en cada país pues este es un factor que determina que tan competitivos podemos ser en el mercado internacional, en la investigación se cita como competencia en Rusia, a nivel de América Latina a México, Chile, Bolivia y Colombia, pues son países que cuentan con climas favorables para la producción de flores así como también a Kenia y Holanda.

Otro análisis que hace el autor antes mencionado es que el tamaño del canal de distribución que maneja Ecuador en la exportación de flores es más grande en comparación al que usa Colombia, en el mercado de Estados Unidos la rosa ecuatoriana está bajo control solo hasta que arriba a los grandes importadores en Miami, posteriormente la comercialización y distribución pasa a manos del mayorista y demás intermediarios involucrados en la cadena de distribución lo que implica un incremento en el precio para el consumidor final, mientras que para el caso colombiano se está empezando a enviar rosas a través de Courier entregando directamente al consumidor final, así también lo sostiene Escandón (2016) donde hace referencia a que el sector floricultor colombiano está realizando innovaciones tecnológicas en el proceso de comercialización, utilizando mejores modalidades para llegar al consumidor final, en los Estados Unidos han venido aumentando gradualmente los vínculos con grandes distribuidores y la

participación de los supermercados en la cadena de distribución de las flores colombianas; referente al canal de distribución propuesto para la comercialización de flor de Altas Cumbres Flowers hacia el mercado ruso, uno de los objetivos fue establecer el contacto directo con los importadores mayoristas a quienes a su vez se le aplicó la encuesta para determinar su intención de compra, sin embargo con el aporte que hace Del Castillo L. y Escandón J. el envío por Courier al consumidor final y la innovación tecnológica aplicada al proceso de comercialización son alternativas para lograr ser más competitivos en mercados internacionales en cuanto a precios.

Gómez y Egas (2014) mencionan que otro de los factores que hacen que la flor colombiana sea más competitiva que la producida en Ecuador, en lo referente a precios, es que los floricultores colombianos gozan de un subsidio que representa 10 centavos por cada dólar de producto exportado, constituyéndose este particular en una ventaja de ellos frente a los floricultores ecuatorianos, hacen referencia también que las condiciones laborales de estos dos países juegan un papel importante, Colombia por su parte cuenta con mano de obra más barata en comparación a la de Ecuador, lo que hace que el costo de producción sea menor.

En las entrevistas realizadas a las instituciones inmersas en la producción florícola del Carchi, el Instituto de Promociones y fomento a las exportaciones PROECUADOR manifiesta que una de las principales desventajas de la flor ecuatoriana en el mercado internacional es que al momento no tenemos ningún tipo de preferencia arancelaria con nuestro principal socio comercial, para el caso de EEUU estamos con un déficit del 6% en función de lo que tiene Colombia y otros países; por otro lado Agrocalidad hace referencia a que la principal desventaja es la situación climática del Ecuador, en la actualidad los problemas fitosanitarios a los que se enfrenta la producción de flor ecuatoriana y que ha repercutido en la competitividad en mercados internacionales es la presencia de trips y ácaros se habla también de hongos vellosos y botritis; en la investigación realizada por Gómez y Egas (2014) manifiestan que la mayor desventaja que tiene la flor ecuatoriana es con un 39% los altos costos de producción como la mano de obra y los insumos, la innovación con un 22% y con un 17% las condiciones climáticas.

En la presente investigación se identifica a Holanda como el principal competidor en Rusia, por la calidad de flor que este país ofrece que es similar a la calidad de la flor ecuatoriana, sin embargo, Acosta (2014) aporta que Ecuador tiene mantiene una ventaja comparativa ya que la flor se produce durante todo el año a diferencia de la producción estacional que tiene Holanda, la producción en Ecuador se da los doce meses del año ya que se cuenta con un clima apto para la siembra y cultivo y los días de cosecha oscila entre los veintidós a veinticinco días, otro análisis que este autor hace es referente a la producción interna en Rusia, la oferta se limita por las estaciones climáticas debido a que no existen tierras aptas para el cultivo y producción de rosas frescas.

Gómez y Egas (2014) sostiene también que las flores ecuatorianas de exportación, presentan una gran ventaja comparativa por ubicación geográfica y condiciones atmosféricas lo que hace que sea un producto apreciado mundialmente y menciona que la mayor ventaja del sector es la innovación que realizan las fincas ecuatorianas en cuanto a plantación de nuevas variedades y aplicación de nuevos procesos de producción.

La flor ecuatoriana tiene una ventaja competitiva enfocada en la diferenciación, el consumidor ruso exige factores esenciales al momento de adquirir flores como el color intenso, durabilidad, tamaño del botón y tallo y sobre todo la variedad y según los criterios de los representantes de instituciones inmersas en el sector florícola como PROECUADOR, AGROCALIDAD, Cámara de Comercio de Tulcán y Cámara de la Pequeña Industria coinciden en que la flor de Ecuador posee características únicas que le han llevado a posicionarse como un producto de primera calidad y altamente demandando en mercados internacionales; a pesar de que la competencia de otros países ha ido aumentando aún se reconoce a la flor ecuatoriana como las mejores del mundo.

Pillajo (2017) sostiene que si bien la posición de la flor ecuatoriana es segunda a nivel mundial y similar en mercados objetivos, la situación de la competitividad de la flor ecuatoriana no es la ideal, ya que, de mantenerse la única ventaja que es la de diferenciación por la calidad de la flor, las exportaciones y la participación de flores podría decaer, lo que se traduciría en la pérdida de una gran fuente de ingresos por exportaciones no tradicionales, añade que se deben buscar nuevas formas de eliminar las plagas y ofrecer mayor protección a los trabajadores de los rosales pues el mercado internacional demanda cada vez más flores limpias, limitando el uso

excesivo de agroquímicos y de igual manera que el proceso productivo garantice el bienestar de los productores, este aporte se traduce en que el éxito de la comercialización internacional de la flor de la Altas Cumbres Flowers no radica únicamente en la búsqueda de la mejor oportunidad de mercado sino también en asegurar la calidad del producto en cada etapa de producción mediante el manejo de sistemas de trazabilidad.

Según el gerente de Altas Cumbres Flowers las fechas en que los clientes demandan mayormente las rosas es en San Valentín y el día de la mujer, para la empresa estas son las fechas que marcan la pauta del negocio sin embargo Acosta (2014) en su estudio “Proyecto de factibilidad para la exportación de rosas Al mercado Ruso Quito- Ecuador”, manifiesta que la demanda no solo se concentra en estas fechas, añade que otras razones por las que los rusos compran flores son por inicio de clases en septiembre, vacaciones y días religiosos.

Partiendo de la idea a defender que es “el conocimiento de la oportunidad de mercado internacional permite la comercialización de flores de la empresa Altas Cumbres Flowers de la provincia del Carchi” al concluir la investigación se identifica que Rusia constituye actualmente la mejor oportunidad de mercado, a pesar de las exigencias en lo que se refiere a certificaciones internacionales, entre ellas la certificación Flor Ecuador otorgada por la Asociación Nacional de Productores y Exportadores de flores del Ecuador (EXPOFLORES) que mediante el cumplimiento de estándares ambientales y reconocidos mundialmente permite generar confianza en los consumidores internacionales.

Yagual (2017) sostiene que otra de las consideraciones que deben ser tomadas en cuenta por los exportadores adicional a la certificación Flor Ecuador, es adoptar la aplicación de sistemas de gestión, por ejemplo los sistemas de gestión ISO (9000 y 28000) que buscan fortalecer los procesos estratégicos y misionales para garantizar la satisfacción del receptor de la carga en términos de cantidad, calidad, tiempo y costos, es decir, garantizar que la carga llegue completa en el tiempo planeado, sin afectar a sus propiedades o las características de calidad y sin que los costos de transporte se alteren.

Al igual que con la mayoría de productos agrícolas, la tendencia de lo “orgánico” ha llegado también a la producción de Flores, así lo sostiene Gómez y Egas (2014) la certificación para la producción sostenible incluye prácticas agrícolas con responsabilidad ambiental y social, según

estos autores inicialmente el tipo de flores orgánicas, con comercio justo o con certificación sostenible eran solamente adquiridas en invernaderos o mercados especializados, pero ahora gracias al desarrollo de la conciencia ambiental, el conocimiento sobre la producción sostenible y el incremento de las prácticas de comercio justo que los minoristas, distribuidores, productores y clientes poseen, la cantidad de empresas que poseen esta certificación va en aumento y ahora pueden ser adquiridas en supermercados y demás mercados de masas.

PROECUADOR (2015) recalca que, si bien existe una desventaja en las tarifas comparativamente más altas que en otros modos, hay atenuantes tales como menores costos de embalajes, depósito, manipuleo, seguros, transporte interno y hasta menores requerimientos de stock, con la incidencia del lucro cesante e intereses sobre capital inmovilizado, que permiten reducir la incidencia para muchos productos.

El mercado ruso, además de calidad, innovación y diversidad exige algunos factores esenciales que son el color, variedad, tamaño y duración, la demanda por flores es muy variada en cuanto a gustos por determinados colores y especies, lo que exige a los productores estar actualizados de las nuevas tendencias, la variedad de adquisición cambia de acuerdo a las épocas del año. Las rosas compiten con algunos productos sustitutos como los chocolates, vinos, peluches, entre otros.

En relación a las rosas ecuatorianas se identifica que los tallos son seleccionados de acuerdo a las exigencias del comprador es decir son clasificados y seleccionados por el grosor del tallo, tamaño del botón y colores intensos, producción que se da todo el año ya que se cuenta con un clima apto para la siembra y cultivo y los días de cosecha oscila entre los veintidós a veinticinco días, mientras que la oferta de Rusia se limita por cuanto a las estaciones climáticas debido a que no existen tierras aptas para el cultivo y producción de rosas frescas.

Para el análisis del aspecto económico en base a los resultados de la entrevista aplicada al gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers se pudo determinar que la capacidad de producción de la es de 50.000 rosas mensuales lo que equivale a 600.000 tallos al año de los cuales 14% están destinados a la venta nacional y el 86% para exportación lo que equivale en toneladas a 25,8 toneladas al año ya que cada tallo pesa 0,05 gramos; el porcentaje de cobertura de la

demanda insatisfecha en Rusia es del 0,05%, esto representa una participación en el total de las exportaciones ecuatorianas de flores a Rusia de un 0,13%.

El estudio técnico realizado identifica las necesidades de la empresa para la ejecución de sus operaciones, el organigrama estructural propuesto permitió organizar al talento humano en el área administrativa, comercial y de producción, con un total de 17 trabajadores entre administrativos y productores, en comparación a la florícola Tierra Verde Flowers de la provincia del Carchi que es considerada competencia nacional directa , cuenta con un número de 26 trabajadores y con una capacidad de 105000 tallos mensuales se determina que esta florícola es dos veces más grande que Altas Cumbres Flowers.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- El análisis de los factores económicos, políticos, sociales y tecnológicos permiten identificar a Rusia como la mejor oportunidad para la comercialización de flores de la empresa Altas Cumbres Flowers de la provincia del Carchi Cantón El Ángel.
- La capacidad de producción de Altas Cumbres Flowers es de 50000 tallos mensuales de los cuales el 86% que corresponde a 26,3 toneladas están destinadas al mercado Internacional.
- La demanda internacional Insatisfecha calculada mediante el Consumo Nacional aparente permite establecer un porcentaje de cobertura del 0,05% de la demanda de flor en Rusia y una participación en las exportaciones de flores ecuatorianas del 0,13%.
- El precio de venta al consumidor de la flor en Rusia estimado es de \$1,28 dólares, calculado con un porcentaje de comisión por venta en cada nivel del canal de distribución (mayorista-menorista-consumidor final) del 35% sobre el valor DDP.
- Se determina la estrategia de exportación indirecta como método de ingreso al mercado internacional como mecanismo que permita la aceptación de la rosa de la empresa Altas Cumbres Flowers se considera también los atributos de calidad, color, forma entre otras características que ubican al producto por encima de la competencia.
- El estudio económico- financiero permite decir que la ejecución del proyecto es factible, la diferencia de la inversión inicial y la suma de los flujos de efectivo da un valor Actual Neto de \$ 60.816,40 una tasa interna de retorno del 27,6% y un periodo de recuperación de la inversión de 3 años 9 meses.
- Colombia compite directamente con Ecuador en lo que respecta al ingreso de rosas al mercado Ruso, en precios porque la producción colombiana gracias a la firma del Sistema General de Preferencias cuenta con una reducción del 75% del arancel aplicado a las importaciones mientras que Ecuador con una reducción del 25% en el arancel.

5.2. RECOMENDACIONES

- Altas Cumbres Flowers deberá aprovechar la oportunidad de mercado internacional que se identifica en esta investigación, mediante la exportación obtener beneficios como incremento de sus utilidades.
- Se recomienda que la empresa Altas Cumbres Flowers se relacione con la estrategia de exportación indirecta como método de ingreso al mercado internacional mencionada en el presente proyecto, mediante el aseguramiento de la calidad de la rosa de exportación ya que con esta ayuda, se lograra obtener mayor aceptación del consumidor ruso.
- El gobierno ecuatoriano deberá seguir implementado políticas que promuevan la productividad y la competitividad de las empresas principalmente las agroindustriales con la finalidad de poder ofertar sus productos en un mercado Internacional.
- Se recomienda que la empresa capacite a sus trabajadores con respecto a mejorar la producción y comercialización, además estar a la vanguardia tecnológica para mejorar la calidad de la rosa.
- Al momento de la producción de las rosas deben tener en consideración algunos factores como la labor del campo a tiempo la correcta aplicación de los agroquímicos y sobre todo el respectivo conocimiento acerca del manejo y ubicación de cada variedad.
- Se recomienda que las florícolas ecuatorianas tomen medidas preventivas para evitar la aparición de trips en sus cultivos el apoyo de AGROCALIDAD es fundamental para asegura la calidad de la rosa ya que muchos de nuestros clientes son muy exigentes con respecto a este tipo de problemas.
- En este estudio se utilizó el marketing MIX y uno de los aspectos relevantes es la promoción es por ello que se recomienda que la empresa Altas Cumbres Flowers podría ser participe para aplicar a este tipo de estrategia como son las ferias internacionales por que ayudan a promover las rosas abriendo paso a nuevos compradores a nivel mundial los diferentes empresarios ecuatorianos productores se acercan a este tipo de ferias para exponer su producto ya que se necesita abrir paso entre los diferentes agentes

internacionales y así mejorar su posición, lo interesante de este tipo de ferias es que pueden apreciar de mejor manera el proceso productivo y sobre todo conocer la variedad de rosas que se cultivan en el Ecuador.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, F. (2014). *Proyecto de factibilidad para la exportación de rosas Al mercado Ruso* Quito-Ecuador. Recuperado desde: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/6877/1/UPS-QT05497.pdf>
- Acuña, J. a. (17 de Marzo de 2014). *Emprendimiento Globalizado en Competitividad*. Obtenido de *Emprendimiento Globalizado en Competitividad*. Recuperado desde: <http://acualonit.overblog.com/las-4-p-precio-producto-plaza-y-promocion>
- Aeropuerto de Moscú [MOW]. (2017) *Viajar Full* Recuperado desde: <https://viajarfull.com/aeropuerto-de-moscu/>
- Agencia Iberoamericana para la difusión de la ciencia y la tecnología (2018). *SENACYT y Georgia Tech lanzan el Centro de Innovación e Investigación en Logística en Panamá*. Recuperado desde: <http://www.dicyt.com/viewNews.php?newsId=19003>
- Asitimbay, A. (2014). Tesis. *Importancia de las exportaciones de flores tropicales periodo 2008-2010*. Ecuador. Recuperado desde: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1164/1/IMPORTANCIA%20DE%20LAS%20EXPORTACIONES%20DE%20FLORES%20TROPICALES%202008-2.pdf>
- Baca, G. (2013). *Evaluación de Proyectos*, McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A., México D.F.
- Banco Mundial. (2016) *Solicitudes de patentes, residentes Rusas*. Recuperado desde: <https://datos.bancomundial.org/indicador/IP.PAT.RESD>
- Bidwell.R. (2016). Artículo científico. El efecto de la aplicación de soluciones nutritivas a base de reguladores de crecimiento y abonos foliares, en la calidad del botón floral de Rosa. Recuperado desde: <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/2086/2/03%20AGP%20139%20ARTICULO%20CIENCIA%20CIENTIFICO.pdf>
- Bonta, P. y Farber, M. (2014). *199 preguntas sobre Marketing y publicidad*. Grupo editorial. Recuperado desde: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html>
- Boríssov, Z. y. (2015). *Diccionario de economía política*. Obtenido de *Diccionario de economía política*. Recuperado desde: <http://www.eumed.net/cursecon/dic/bzm/e/exporta.htm>
- Castro, J. (2015). Investigación científica. *Análisis y promoción de las exportaciones de flores ecuatorianas hacia estados unidos*. Ecuador. Recuperado desde: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8884/1/tesis%20flores%20ecuatorianaf%20jenny%20avila.pdf>

- Centro de Comercio Internacional (2015) *Tecnología Georgia*. Recuperado desde: <http://www.intracen.org/pais/georgia/>
- Cerantola, N. (2016). *El envase como elemento de marketing*. Recuperado desde: https://www.ecoembes.com/sites/default/files/archivos_publicaciones_empresas/el-envase-como-elemento-de-marketing.pdf
- Cerantola, N. (2016). *El envase como elemento de marketing*. Recuperado desde: https://www.ecoembes.com/sites/default/files/archivos_publicaciones_empresas/el-envase-como-elemento-de-marketing.pdf
- Changoluisa, C, Becerra, A, (2018). Análisis comparativo de la exportación de rosas Ecuador – Colombia (2011- 2016). Recuperado desde: <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/13980/1/T-ESPE-057579.pdf>
- Datos macro (2017). *Rating: Calificación de la deuda de los países*. Recuperado desde: <https://datosmacro.expansion.com/ratings>
- Del Castillo, F. (2015). Trabajo de titulación. *Proyecto factibilidad para la creación de una empresa comercializadora de rosas ecuatorianas hacia el mercado norteamericano y Europeo ubicado en el distrito metropolitano de Quito*. Recuperado desde: ERAZO <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/9068/Tesis%20Fernando%20del%20Castillo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Diario la República. (2018) *El Aeropuerto El Dorado tiene la mayor capacidad de carga aérea de la región*. Recuperado desde: <https://www.larepublica.co/infraestructura/el-aeropuerto-el-dorado-tiene-la-mayor-capacidad-de-carga-aerea-de-la-region-2762865>
- Expoflores. (2015). *Informe anual de exportaciones de flores*. Recuperado el 15 de octubre de 2018, Asociación Nacional de Productores y Exportadores de Flores: http://expoflores.com/wp-content/uploads/2016/12/informe_anual_flores_2015.pdf
- Expoflores. (2017). *Informe anual de exportaciones de flores*. Recuperado el 15 de octubre de 2018: <https://expoflores.com/wp-content/uploads/2018/02/InformeRosas2017.pdf>
- Expoflores. (29 de Septiembre de 2017). *Mercados de exportación de flores ecuatorianas*. Recuperado el 14 de mayo de 2018, de Mercados de exportación de flores ecuatorianas: <http://flor.ebizar.com/mercados-de-exportacion-de-flores-ecuatorianas/>
- Expoflores. (29 de Septiembre de 2017). *Mercados de exportación de flores ecuatorianas*. Recuperado el 14 de mayo de 2018, de Mercados de exportación de flores ecuatorianas: <http://flor.ebizar.com/mercados-de-exportacion-de-flores-ecuatorianas/>
- EXPOFLORES.(2017) *cifras mensuales*. Recuperado desde: <http://expoflores.com/wpcontent/uploads/2017/08/Junio2017.pdf>

- Exterior, C. d. (2015). *Universidad Icesi*. Recuperado desde: <http://www.icesi.edu.co/blogs/icecomex/2008/10/03/27/>
- Fernández, A, Puga, M, Escutia, J, Días, J. (2014). Libro. Técnicas tradicionales y biotecnológicas en el mejoramiento genético del rosal. Recuperado desde: https://www.researchgate.net/profile/Jesus_Ignacio_Diaz/publication/317575700_Tecnicas_tradicionales_y_biotecnologicas_en_el_mejoramiento_genetico_del_rosal_Rosa_spp/links/59409b9ba6fdcce57233b210/Tecnicas-tradicionales-y-biotecnologicas-en-el-mejoramiento-genetico-del-rosal-Rosa-spp.pdf.
- Fitch Ratings. (2018). Portafolio *Para Fitch, el PIB crecerá menos en Colombia en el 2017*. Recuperado desde: <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/para-fitch-el-pib-creceramenos-en-colombia-en-el-2017-506600>
- Flores, J, Suasnavas, S. (2014). *Propuesta de exportación y comercialización de rosas deshidratadas e impresas “dry roses” al mercado de estados unidos para falconfarms* Quito – Ecuador. Recuperado desde: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/1576/1/T-UCE-0005-283.pdf>
- García, A. (2018). Colombia País Maravilloso *Manual El Medio Ambiente en Colombia Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales (IDEAM)*. Recuperado desde: <https://www.todacolombia.com/geografia-colombia/clima-colombia.html>.
- Georgia (2016). *Afi fichas país*. Recuperado desde: https://azure.afi.es/ContentWeb/EmpresasUnicaja/georgia/contenido_sidN_1052346_sid2N_1052384_cidIL_957110_ctylL_139_scidN_957110_utN_3.aspx
- Global G.A.P. (2019) *Certificación Global G.A.P.* Recuperado desde: [https://www.globalgap.org/es/for-producers/globalg.a.p./](https://www.globalgap.org/es/for-producers/globalg.a.p/)
- González J. (2018). Diario la república. *Superintendencia de Industria y Comercio ha dado 737 patentes en 2018*. Recuperado desde: <https://www.larepublica.co/especiales/especial-asuntos-legales/superintendencia-de-industria-y-comercio-ha-dado-737-patentes-en-2018-2774550>
- Hernández, J. y Flores, O. *INCOTERMS y su importancia en las actividades comerciales* Observatorio de la Economía Latinoamericana N° 183, 2013 Recuperado desde: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/la/13/incoterms.html>
- Hernández, R. Fernández, C. & Baptista, P. (2016). *Metodología de la Investigación*. (4ta edición). México
- Hernández, R. Fernández, C. & Baptista, P. (2016). *Metodología de la Investigación*. (5ta edición). México.
https://www.ecoembes.com/sites/default/files/archivos_publicaciones_empresas/el-envase-como-elemento-de-marketing.pdf

- Iborra, M., Dasi, A., Dolz, C. y Ferrer, C. (2014). Fundamentos de Dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas. Madrid, España: Ediciones Paraninfo S.A.,
- Iborra, M., Dasi, A., Dolz, C. y Ferrer, C. (2014). Fundamentos de dirección de empresas conceptos y habilidades directas. Madrid, España. Ediciones Paraninfo S.A Recuperado desde: https://books.google.com.ec/books?id=X9v7CAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=maria+iborra&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwj0_y5meXfAhUDc98KHTcCC6YQ6AEILDAA#v=onepage&q=maria%20iborra&f=false
- Investigación de Mercados Un Enfoque Aplicado, Cuarta Edición, de Malhotra Naresh, Pearson Educación de México, S.A. de C.V. 2004. Recuperado desde: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>
- ITC. (2018) *MAcMap*. Recuperado desde: <https://www.macmap.org/QuickSearch/FindTariff/FindTariffResults.aspx?product=06031100000&country=268&partner=218&year=2015&source=1|ITC&AVE=1>
- JP Morgan. (2018). Ambito.com *Rusia - Riesgo País*. Recuperado desde: <http://www.ambito.com/economia/mercados/riesgo-pais/info/?id=15>
- Justicia, M. (2014). *Rusia, ubicación geográfica*. Recuperado desde: <http://dondeviajar.republica.com/paises/rusia-ubicacion-geografica.html>
- Kotler, P., Lane K. (2016). Dirección de Marketing. México: PEARSON Educación
- La Hora. (2017). Recuperado desde: <https://lahora.com.ec/noticia/1000219807/la-florc3adcolamc3a1s-grande-del-mundo-estc3a1-en-el-carchi>.
- Lerma A., Márquez, E., (2017). Comercio y Marketing Internacional. México: CENGAGE Learning.
- Mantilla, D. (2015). Trabajo de titulación. *Exportación de flores del Ecuador*. Recuperado desde: <https://es.scribd.com/document/288109538/Analisis-de-Exportacion-de-Flores-en-Ecuador>
- Mendiburo, Rodas, & Jara, (2015). Trabajo de titulación. *Cadena logística de exportación de flores tropicales aplicación a la provincia del Carchi* Recuperado desde: <https://es.scribd.com/document/288109538/cadena-logística-de-exportación-de-flores-tropicales-aplicados-a-la-provincia-del-Carchi>.
- Mesa. (2014). *Qué es una marca*. México. RAE. Recuperado desde: <https://www.merca20.com/que-es-una-marca-5-definiciones/>
- Meza, M. Zapopan, M. (2004) *Una introducción a las metodologías de investigación cualitativa aplicadas a la bibliotecología*. LIBER: Revista de Bibliotecología 6, 2. Recuperado desde: <http://eprints.rclis.org/archive/00003638/01/zapopan.pdf>

- Miller, I. (2015). Estadística Matemática con aplicaciones. México: PEARSON Educación. Recuperado desde: https://books.google.com.ec/books?id=1ffwJNjZWxsC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Mora, N. (2015). *La investigación Bibliográfica*. Recuperado desde: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/////blog/docentes/trabajos/17306_55962.pdf
- Mora, N. (2014). *La investigación Bibliográfica*. Obtenido de La investigación Bibliográfica. Recuperado desde: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/////blog/docentes/trabajos/17306_55962.pdf
- Muñoz R. (2019). *Marketing en el Siglo XXI*. 5ª Edición. Pág. 8. Recuperado desde: <https://www.marketing-xxi.com/las-ferias-internacionales-156.htm>
- Ortiz, A. (2014). *Factores y sectores económicos*. Recuperado desde: <https://prezi.com/iphpiqykamlk/factores-y-sectores-economicos/>
- Pazmiño, I. (2017). *Investigación científica*. Ecuador. Ecuador f.b.t.
- Pérez, K. C. (2014). *La industria de las rosas en el Ecuador*. Recuperado el 13 de mayo de 2018, de La industria de las rosas en el Ecuador: <http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/171-la-industria-de-las-rosas-en-el-ecuador>
- Pérez, K. C. (2014). *La industria de las rosas en el Ecuador*. Recuperado el 13 de mayo de 2018, de La industria de las rosas en el Ecuador: <http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/171-la-industria-de-las-rosas-en-el-ecuador>
- Philip, K y Armstrong, G.(2016). *Fundamentos del Marketing*. Editorial Paidós SAICF. Recuperado desde: <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/precio-definicion-concepto.html>
- Pla Barber, J, León, F.(2014). *Dirección de empresas internacionales*. Editorial Pearson educación S.A. Madrid. Recuperado desde: <file:///C:/Users/Paola%20Lima/Downloads/Direccion-de-Empresas-Internacionales-1ed-Jos%C3%A9-Pla-Barber-1.pdf>
- PROECUADOR. (2016) *Análisis sectorial rosas frescas*. Recuperado desde: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2016/12/PROEC_AS2017_ROSASFRESCAS.pdf
- Rodall Oseguera, S.C. (2017). *Tipos de contenedores*. Veracruz, México. Recuperado desde: https://www.rodall.com/tipos_de_contenedores.pdf
- SAIE/INFPAIS/GEOR. (2017) *El mercado georgiano para el exportador español*. Recuperado desde: <http://www.afi.es/AFI/htms/SAIE/INFPAIS/GEOR4.HTM>

- Serna, H. (2015). Gestión Estratégica, *Análisis externo, el POAM (Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio)*. Recuperado desde: <https://gerest.es.tl/analisis-poam.htm>
- Soria V. (2019). *La calidad de las flores ecuatorianas triunfa en el mercado ruso*. Recuperado desde: <https://mundo.sputniknews.com/economia/201608271063078944-Ecuador-Rusia-flores/>
- Trademap. (2017). *Lista de los productos exportados por Ecuador*. Recuperado el 16 de octubre de 2018: https://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=3|218||14719|TOTAL||2|1|1|2|1|1|1|1
- Vázquez, R. (2017). *Economía Internacional barreras arancelarias y no arancelarias*. Recuperado desde: <http://oikianomos.blogspot.com/2008/05/42-barreras-arancelarias-y-no.html>
- Yagual, A. Lovato, A. Mite, M. (2018). Revista Espacios. *Importancia de la exportación de flores sobre total exportaciones FOB no tradicionales en Ecuador 2012-2016*. Recuperado desde: <http://www.revistaespacios.com/a18v39n18/a18v39n18p07.pdf>

VII. ANEXOS

7.1. Marco teórico

Tabla 57 Teorías utilizadas para la investigación

Teoría	Características	Análisis
Teoría de la ventaja absoluta por Adam Smith.	<p>El comercio debe darse de acuerdo a la capacidad de producción de cada país es por esto que existe un intercambio comercial entre dos países, uno de ellos debe contar con una ventaja absoluta en la producción de un bien. Un país tendrá que especializarse en la producción del bien que utilice menos trabajo.</p>	<p>La teoría de la ventaja absoluta se relaciona con la investigación por que las flores de la empresa Altas Cumbres Flowers que se produce en la provincia del Carchi - Ecuador, tienen una gran ventaja absoluta por lo que son aceptados en diferentes mercados a nivel internacional ya sea por su buena calidad y por el precio accesible que está a disposición del consumidor final.</p>
Teoría de la ventaja comparativa por David Ricardo.	<p>El comercio internacional está basado en varias teorías, la teoría de la Ventaja Comparativa de David Ricardo resulta muy útil para entender mejor el comportamiento del comercio.</p> <p>Se afirma que si un país posee frente a otros una o más ventajas comparativas resulta provechosa la producción para comercializarlo al exterior.</p> <p>Un país genera mayor riqueza cuando se especializa en producir aquello en lo que es bueno</p>	<p>El Ecuador tiene un gran ventaja comparativa por que produce flores, de gran calidad, esto se debe a su ubicación ya que permite obtener buenas cosechas, también es fundamental las diferentes estaciones climáticas que no afectan de forma severa, es por eso que la producción de flores es un buen producto para competir y obtener ventajas frente a otros países.</p>

<p>Nuevas teorías del comercio internacional por Paul Krugman.</p>	<p>La teoría de Paul Krugman se basa principalmente en tres conceptos, para esta investigación se hablara de las economías de escala, es natural analizar que a mayor producción menores costos, por lo tanto es viable para la competencia internacional.</p>	<p>La producción de flores en el país, significa mayor demanda interna y poco a poco los agricultores de flores mejoraran su producción, ya sea con tecnología, mejores características del producto y claramente a mayor competencia, menores precios, esto no solo es bueno para la empresa y los productores, sino también para el consumidor final, para el país es importante porque mejorará la economía.</p>
<p>La Ventaja Competitiva según Michael Porter.</p>	<p>La ventaja competitiva crece fundamentalmente en razón del valor que una empresa es capaz de generar, el concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecer precios más bajos en relación a los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados. (...) una empresa se considera rentable si el valor que es capaz de generar es más elevado de los costos ocasionados por la creación del producto, a nivel general.</p>	<p>La ventaja competitiva ayudará a la florícola para identificar procesos los cuales consisten en relacionar la empresa altas cumbres flowers con el entorno, ayudando a identificar las fortalezas y debilidades de la misma y también las oportunidades y amenazas.</p>

Fuente: Perfil de tesis

7.2. Fundamentación Política - legal.

Tabla 58 Fundamentación política, legal para la investigación

Factores Políticos	
	<p>Constitución art 304 numeral 2.</p> <p>Este artículo nos hace mención a la política comercial la cual tiene como objetivo regular, promover y ejecutar las acciones necesarias para promover la inserción estratégica del país.</p>
	<p>Constitución art 284.</p> <p>La política económica tendrá los siguientes objetivos: Numeral 2. Incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémica, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional.</p>
Ecuador	
<p>La política comercial de Ecuador tiene como fin la ampliación del mercado para productos ecuatorianos que buscan exportar.</p>	<p>Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones.</p> <p>Art. 2.- Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.</p> <p>Art. 93.- Fomento a la exportación.- El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguiente mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno.</p>
	<p>Ministerio Coordinador de Política Económica (MCPE)</p> <p>Una de las principales metas de la MCPE, es consolidar mecanismos financieros y de cobertura de riesgo para el comercio exterior los mismos que están destinados a incrementar la oferta exportable, por medio de la sustitución de las importaciones y la incorporación de valor agregado. (MCPE, 2017)</p>
<p>Objetivo 4: Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario y afianzar la dolarización</p>	<p>4.8 Incrementar el valor agregado y el nivel de componente nacional es decir una mayor participación de la MIPYMES</p> <p>5.2. Promover la productividad, competitividad y calidad de los productos nacionales, como también la disponibilidad de servicios conexos y otros insumos, para generar valor agregado y procesos de industrialización</p>

en los sectores productivos con enfoque a satisfacer la demanda nacional y de exportación.

5.4. Incrementar la productividad y generación de valor agregado creando incentivos diferenciados al sector productivo, para satisfacer la demanda interna, y diversificar la oferta exportable de manera estratégica.

Fuente: Constitución del Ecuador, MCPE, Plan nacional de desarrollo 2017 – 2021 todo una vida

Se definen 18 empresas florícolas de la provincia del Carchi los cuales se optaron por incluir en nuestra investigación:

Tabla 59 Lista de representantes de las empresas florícolas del Carchi.

Razón Social	RUC	Dirección
1.- Flores de la hacienda	1792596033001	Carchi / Mira / Mira (Chontahuasi) / principal s/n
2. - The North Flowers S.C.A.	0491520183001	Carchi / Bolívar / Bolívar / panamericana norte
3.- Alta Sierra Roses Ecuador	1091764950001	Carchi / Espejo / la Libertad (Alizo) / principal
4.- Green Soul Flor Eterna CIA. LTDA.	1792354676001	Carchi / Bolívar / Los Andes / principal s/n y s/n
5.- Everbloom Roses Ecuador	1091742493001	Carchi / Espejo / La Libertad (Alizo) / principal
6.- Tierra Verde Sociedad Civil y Comercial	1091741586001	Carchi / Bolívar / Bolívar / Principal
7.- Ortega Benalcázar Luis Carlos	1003051669001	Carchi / Espejo / La Libertad (Alizo) / Principal
8.- Stampsybox CIA LTDA	1091742132001	Carchi / Bolívar / García Moreno / Principal
9.- Enríquez Montenegro Gandhi Vinicio	1002439873001	Carchi / Mira / Mira (Chontahuasi) / Principal
10.- Flores Herrera Marco Renan	0400381109001	Carchi / Espejo / San Isidro / Principal
11.- Flores Herrera Pablo Renan	1002137550001	Carchi / Espejo / San Isidro / Panamericana Norte
12.- Arévalo Tanicuchi Jonathan Javier	0401682216001	Carchi / Espejo / El Ángel / Pichincha
13.- Baca Montenegro Mery Eneyda	1705800868001	Carchi / Espejo / El Ángel / Esmeraldas 0544 y Salinas
14.- Queenroses S.A.	1791339967001	Carchi / Espejo / El Ángel / Ingatola s/n
15. Florícola Jardines El Ángel CIA. LTDA.	1091758284001	Carchi / Espejo / El Ángel / Principal
16.- Herrera Pozo Carlos Bolívar	0400441291001	Carchi / Bolívar / Bolívar / Principal Carchi / Espejo / El Ángel / Pichincha y Primera
17.- Mora Trujillo Cesar Gilberto	0400374872001	Carchi / Espejo / El Ángel / Sucre 5-64 y Salinas
18.- Galarraga Salazar Atahualpa Julio	1100140993001	

Fuente: Perfil de tesis

7.3 Proyección del Costo de Mano de Obra Directa

Las proyecciones del costo de mano de obra directa se los realizaron de acuerdo al porcentaje de incremento salarial para el año 2019 que es de 2,073% según datos del ministerio de trabajo.

Tabla 60 Proyección del Costo de Mano de Obra Directa

Costo	Sueldos y Beneficios							Total	Proyección Costo Mano de Obra				
	Sueldo	13 ro sueldo	14 to sueldo	Aporte patronal	F. Reserva	Vacaciones	Sueldo y beneficios		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Descripción Puesto													
Mano de Obra								78.693,98	80.325,30	81.990,45	83.690,11	85.425,00	
Productor 1 (Técnico de producción)	386	32,17	32,17	46,90	32,17	16,08	545,48	6545,79	6681,48	6819,99	6961,37	7105,68	
Productor 3	386	32,17	32,17	46,90	32,17	16,08	545,48	6545,79	6681,48	6819,99	6961,37	7105,68	
Productor 2	386	32,17	32,17	46,90	32,17	16,08	545,49	6545,84	6681,54	6820,04	6961,42	7105,73	
Productor 4	386	33,17	32,167	46,9	32,17	16,08	546,49	6557,84	6693,78	6832,55	6974,18	7118,76	
Productor 5	386	33,17	32,167	46,9	32,17	16,08	546,49	6557,84	6693,78	6832,55	6974,18	7118,76	
Productor 6	386	33,17	32,167	46,9	32,17	16,08	546,49	6557,84	6693,78	6832,55	6974,18	7118,76	
Productor 7	386	33,17	32,167	46,9	32,17	16,08	546,49	6557,84	6693,78	6832,55	6974,18	7118,76	
Productor 8	386	33,17	32,167	46,9	32,17	16,08	546,49	6557,84	6693,78	6832,55	6974,18	7118,76	
Productor 9	386	33,17	32,167	46,9	32,17	16,08	546,49	6557,84	6693,78	6832,55	6974,18	7118,76	
Productor 10	386	33,17	32,167	46,9	32,17	16,08	546,49	6557,84	6693,78	6832,55	6974,18	7118,76	
Post cosecha 1	386	34,17	32,167	46,9	32,17	16,08	547,49	6569,84	6706,03	6845,05	6986,95	7131,79	
Post cosecha 2	386	35,17	32,167	46,9	32,17	16,08	548,49	6581,84	6718,28	6857,55	6999,71	7144,81	

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers

7.4 Amortización.

Tabla 61 Tasa de amortización

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital	5.694,99	6.276,37	6.917,10	7.623,25	8.401,48
Interés	3.157,24	2.575,86	1.935,13	1.228,98	450,75

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers

	Capital	Interés	Cuota Fija	Saldo
0				34913
1	453,73	283,96	737,69	34459,46
2	457	280,27	737,69	34002,04
3	461	276,55	737,69	33540,90
4	465	272,80	737,69	33076,02
5	469	269,02	737,69	32607,35
6	472	265,21	737,69	32134,87
7	476	261,36	737,69	31658,55
8	480	257,49	737,69	31178,35
9	484	253,58	737,69	30694,25
10	488	249,65	737,69	30206,21
11	492	245,68	737,69	29714,20
12	496	241,68	737,69	29218,19
13	500	237,64	737,69	28718,15
14	504	233,57	737,69	28214,04
15	508	229,47	737,69	27705,83
16	512	225,34	737,69	27193,48
17	517	221,17	737,69	26676,97
18	521	216,97	737,69	26156,25
19	525	212,74	737,69	25631,31
20	529	208,47	737,69	25102,09
21	534	204,16	737,69	24568,57
22	538	199,82	737,69	24030,71
23	542	195,45	737,69	23488,47
24	547	191,04	737,69	22941,82
25	551	186,59	737,69	22390,73
26	556	182,11	737,69	21835,16
27	560	177,59	737,69	21275,06
28	565	173,04	737,69	20710,41
29	569	168,44	737,69	20141,17
30	574	163,81	737,69	19567,30
31	579	159,15	737,69	18988,76
32	583	154,44	737,69	18405,52
33	588	149,70	737,69	17817,53

34	593	144,92	737,69	17224,76
35	598	140,09	737,69	16627,17
36	602	135,23	737,69	16024,72
37	607	130,33	737,69	15417,37
38	612	125,39	737,69	14805,08
39	617	120,41	737,69	14187,81
40	622	115,39	737,69	13565,52
41	627	110,33	737,69	12938,16
42	632	105,23	737,69	12305,71
43	638	100,09	737,69	11668,11
44	643	94,90	737,69	11025,32
45	648	89,67	737,69	10377,31
46	653	84,40	737,69	9724,03
47	659	79,09	737,69	9065,43
48	664	73,73	737,69	8401,48
49	669	68,33	737,69	7732,12
50	675	62,89	737,69	7057,32
51	680	57,40	737,69	6377,04
52	686	51,87	737,69	5691,22
53	691	46,29	737,69	4999,82
54	697	40,67	737,69	4302,80
55	703	35,00	737,69	3600,11
56	708	29,28	737,69	2891,71
57	714	23,52	737,69	2177,54
58	720	17,71	737,69	1457,57
59	726	11,85	737,69	731,73
60	732	5,95	737,69	0,00
	34.913,18	9.347,96		

7.5. Proyección Gastos sueldos administrativos

Los gastos administrativos comprenden los sueldos el gerente, director, contadores y auxiliares incluyen gastos de servicios básicos y suministros de oficina.

Las proyecciones del costo de mano de obra directa se lo realizo de acuerdo al porcentaje de incremento salarial para el año 2019 que es de 2,073% según datos del ministerio de trabajo.

Tabla 62 Sueldos Administrativos

Descripción	SBU	Sueldos y Beneficios						Total	Proyección de Gastos Administrativos				
		13 ro sueldo	14to sueldo	Aporte patronal (12.15%)	F. Reserva	Vacaciones	Sueldo y beneficios		2018	2019	2020	2021	2022
Sueldos Administrativo								38.684,1	39.486,02	39.977,63	40.479,42	40.991,62	
Gerente	800	66,67	32,17	97,2	32,17	33,33	1061,53	12738,4	13002,5	13272,0	13547,1	13828,0	
Presidente	650	54,17	32,17	78,975	32,17	27,08	874,558	10494,7	10712,3	10934,3	11161,0	11392,4	
Secretaria	500	41,67	32,17	60,75	32,17	20,83	687,583	8251	8422,0	8422,0	8422,0	8422,0	
Supervisor Administrativo (*)	300						300	3600	3674,6	3674,6	3674,6	3674,6	
Jefe de comercialización (*)	300						300	3600	3674,6	3674,6	3674,6	3674,6	

Fuente: Gerente de la empresa Altas Cumbres Flowers

7.6 Carta de aceptación



El Ángel, 15 de diciembre 2017

Msc. Edison Caza
DIRECTOR DE LA CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL.
Presente,

De mi consideración:

La atención emitida a la solicitud verbalmente por la señorita Jessica Paola Lima Escobar, C.I. 0401721493, autorizamos a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de la Carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional para que pueda utilizar la información de la empresa relacionada, al planteamiento y ejecución del proyecto de investigación denominado **"Oportunidad de mercados internacionales para la comercialización de flores de la Empresa Altas Cumbres Flowers de la provincia del Carchi."**, como requisito previo para la obtención del título de Ing. en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

Particular que ponemos en su conocimiento para los fines pertinentes

Atentamente,

Ing. Juan Carlos Pozo
**ALTAS CUMBRES
FLOWERS
RUC. 0401449178001
GERENTE ALTAS CUMBRES**

✉ altascumbresflowers@yahoo.es
© altascumbresflowers
☎ (593) 2 977 314 ■ (593) 0987 707 261

7.7. Ficha Bibliográfica 01 – PESTEL Georgia

Ficha Bibliográfica 01		
Nombre:	Factores PESTLE Georgia	
Responsable	Paola Lima	
Fecha de Elaboración	may-19	
INDICADOR	DATOS	FUENTE
	2018	
FACTOR ECONÓMICO		
Producto Interno Bruto (Billones de USD)	15,16 miles de millones USD	Fondo Monetario Internacional
PIB Per cápita (USD)	4344,631 mil USD	Fondo Monetario Internacional
Inflación (% Anual)	3.1%	Fondo Monetario Internacional
Salario mínimo	320.68 USD	Banco central del Ecuador / Investing
Composición del PIB por sector		
Industria	23,40%	Banco Mundial
Servicios	66,20%	Banco Mundial
Agricultura	9,60%	Banco Mundial
FACTOR POLÍTICO		
Política Comercial	No hay convenio alguno con Georgia, pero si se puede exportar flores a este país.	Santander Trade /Ministerio de Comercio Exterior
FACTOR LEGAL		
Barreras arancelarias	Si otorga una partida arancelaria de 0% para el caso de importación de flores.	Santander Trade
Barreras No arancelarias	Documentos para la importación - Factura comercial. - Certificado de origen cuando sea exigido por el importador. - Packing list. - Tarjeta de transporte. - Licencias para los bienes sujetos a licencia previa. - Certificados fitosanitarios para las flores.	Santander Trade/ Comercio Exterior
FACTOR DEMOGRÁFICO		
Tamaño de la población	3.717 millones	Banco Mundial
FACTOR SOCIAL		
Población Económicamente Activa	2.031857 (54,66%)	Banco Mundial
Tasa de desempleo	4,10%	
Índice de Gini	36,5	Banco Mundial
FACTOR CULTURAL		
Idioma	Georgiano	Santader Trade

7.8. Ficha Bibliográfica 02 – PESTEL Rusia

Ficha Bibliográfica 02

Nombre:	Factores PESTLE Rusia	
Responsable	Paola Lima	
Fecha de Elaboración	may-19	
INDICADOR	DATOS	FUENTE
	2018	
FACTOR ECONÓMICO		
Producto Interno Bruto (Billones de USD)	1,578 billones USD	Fondo Monetario Internacional
PIB Per cápita (USD)	11288,872 mil USD	Fondo Monetario Internacional
Inflación (% Anual)	3.70%	Fondo Monetario Internacional
Salario mínimo	564.06USD	Banco Mundial
Composición del PIB por sector		
Industria	39,50%	Banco Mundial
Servicios	55,90%	Banco Mundial
Agricultura	4,50%	Banco Mundial
FACTOR POLÍTICO		
Política Comercial	No hay convenio alguno con Rusia, pero si se puede exportar flores a este país.	Santander Trade /Ministerio de Comercio Exterior
FACTOR LEGAL		
Barreras arancelarias	El régimen arancelario que utiliza para la importación de flores es: Derechos NMF (aplicados) la tarifa es equivalente al 5% de ad valorem.	Santander Trade
Barreras No arancelarias	Documentos para la importación - Documento de transporte - Factura Comercial - Lista de empaque - Declaración de Importación de Aduanas - Certificado de Origen (opcional) - Documentos de acompañamiento según el producto - Declaración de Conformidad	Santander Trade/ Comercio Exterior
FACTOR DEMOGRÁFICO		
Tamaño de la población	144.5 millones	Banco Mundial
FACTOR SOCIAL		
Población Económicamente Activa	75.638703 (52,34%)	Banco Mundial
Tasa de desempleo	5,30%	
Índice de Gini	37.70	Banco Mundial
FACTOR CULTURAL		
Idioma	Ruso	Santander Trade

7.9. Ficha Bibliográfica 03 – PESTEL Colombia

Ficha Bibliográfica 03

Nombre:	Factores PESTLE Colombia	
Responsable	Paola Lima	
Fecha de Elaboración	may-19	
INDICADOR	DATOS	FUENTE
	2018	
FACTOR ECONÓMICO		
Producto Interno Bruto (Billones de USD)	309,2 miles de millones USD	Fondo Monetario Internacional
PIB Per cápita (USD)	6651,291 mil USD	Fondo Monetario Internacional
Inflación (% Anual)	3.70%	Fondo Monetario Internacional
Salario mínimo	250.82 USD	Banco Mundial
Composición del PIB por sector		
Industria	35,00%	Banco Mundial
Servicios	19,50%	Banco Mundial
Agricultura	4,60%	Banco Mundial
FACTOR POLÍTICO		
Política Comercial	País miembro de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), este programa de liberación de los gravámenes y las diferentes restricciones de toda resolución.	Santander Trade /Ministerio de Comercio Exterior
FACTOR LEGAL		
Barreras arancelarias	La CAN otorga un pago del 0% de arancel para productos originarios de los países miembros.	Santander Trade
Barreras No arancelarias	Licencias de Importación, Normas de Origen, Normas Técnicas, Normas Fitosanitarias, Restricciones cuantitativas a las importaciones son algunos de los típicos ejemplos de este tipo de restricciones a las importaciones.	Santander Trade/ Comercio Exterior
FACTOR DEMOGRÁFICO		
Tamaño de la población	49.07 millones	Banco Mundial
FACTOR SOCIAL		
Población Económicamente Activa	26.421385 (53,84%)	Banco Mundial
Tasa de desempleo	8,40%	
Índice de Gini	53,53	Banco Mundial
FACTOR CULTURAL		
Idioma	Español	Santander Trade

7.10. Ficha Bibliográfica 04 – Análisis Ecuador

Ficha Bibliográfica 04

Nombre: Análisis Ecuador
Responsable: Paola Lima
Fecha de Elaboración: may-19

Datos Generales

Área Geográfica 283,560 km²

Población total 16.6249 Habitantes

PIB 2018 108,398 Millones de USD

PIB PER CÁPITA 6.344,87 USD

**Tasa de Inflación
(% Anual)** 0,47%

Desempleo 5,60%

Comercio Exterior La balanza comercial total para datos de Julio 2018 presentó un déficit de 43.3 millones.

Principales productos no petroleros de exportación: Banano, camarón, atún, rosas frescas, cacao, aceite de palma. Los principales Socios comerciales para las exportaciones ecuatorianas son Estado Unidos, Unión Europea, Perú, Chile, Rusia, Italia, mientras que, para las importaciones China, Colombia, Unión Europea, Brasil, México, Corea Del Sur, Panamá y Tailandia.

Banco Central del Ecuador

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

Constitución del Ecuador

Política Comercial

Art. 2.- Actividad Productiva.- Se considerará actividad productiva al proceso mediante el cual la actividad humana transforma insumos en bienes y servicios lícitos, socialmente necesarios y ambientalmente sustentables, incluyendo actividades comerciales y otras que generen valor agregado.

Art. 93.- Fomento a la exportación.- El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguiente mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno.

Código Orgánico de la
Producción Comercio e
Inversiones.

Una de las principales metas de la MCPE, es consolidar mecanismos financieros y de cobertura de riesgo para el comercio exterior los mismos que están destinados a incrementar la oferta exportable, por medio de la sustitución de las importaciones y la incorporación de valor agregado. (MCPE, 2017)

Ministerio Coordinador de
Política Económica (MCPE)

Objetivo 4: Consolidar la sostenibilidad del sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización
4.8. Incrementar el valor agregado y el nivel de componente nacional en la contratación pública, garantizando mayor participación de las MIPYMES y de los actores de la economía popular y solidaria.

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria
5.2. Promover la productividad, competitividad y calidad de los productos nacionales, como también la disponibilidad de servicios conexos y otros insumos, para generar valor agregado y procesos de industrialización en los sectores productivos con enfoque a satisfacer la demanda nacional y de exportación.
5.4. Incrementar la productividad y generación de valor agregado creando incentivos diferenciados al sector productivo, para satisfacer la demanda interna, y diversificar la oferta exportable de manera estratégica.

Plan de Desarrollo "Toda
una Vida"
Eje 2

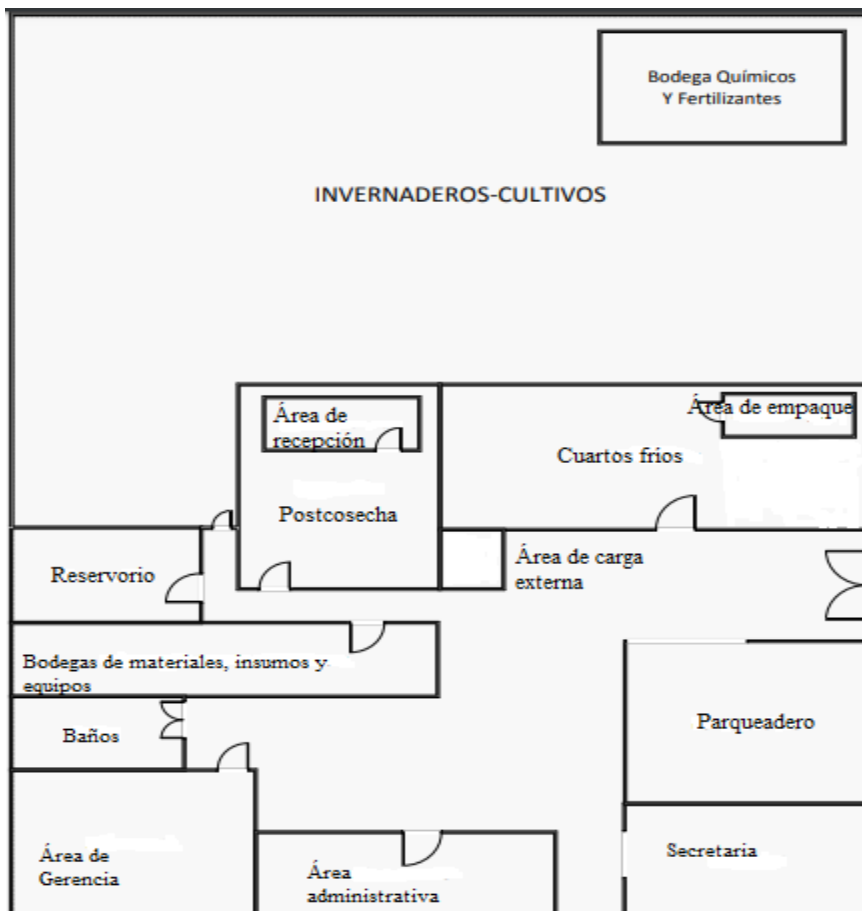
7.11. Ficha de observación 01 – Aplicada a la empresa Altas Cumbres Flowers.

Ficha Bibliográfica 05

Nombre: Ficha de observación 01
Responsable: Paola Lima
Fecha de Elaboración: sep-18
Lugar: Carchi, El Ángel. Instalaciones de la Empresa Altas Cumbres Flowers
 Dirección: parroquia 27 de septiembre, localidad la chorrera (Vía al Azufral).

Indicadores: Descripción / Diagnóstico

Distribución del espacio físico



Maquinaria disponible
 Picadora
 Motocultor
 Cortadora de tallos

Procesos
 Producción Se necesita de un suelo con condiciones pertinentes, cosecha de flores, selección minuciosa de acuerdo al color y tamaño.
 Distribución Las exportaciones se las realizan a Estados Unidos las mismas que son enviados en las mejores condiciones.

Recursos Humanos
 Área Administrativa Gerente: Ing. Juan Carlos Pozo
 Presidente: Lic.: Víctor Hernández
 Área de producción Jefe de producción Técnico de calidad 2 Operadores
 Área de Comercialización Jefe de Comercialización

GUÍA DE ENTREVISTAS 01
EMPRESA ALTAS CUMBRES FLOWERS



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

Objetivo de la entrevista: Obtener información acerca de la producción y comercialización de las rosas el cual servirá como fuente de información primaria para la respectiva investigación.

DATOS INFORMATIVOS

Cargo: *BERENJE*

Responsable: *JUAN CARLOS POZO*

Género: Masculino Femenino



1. ¿Qué cantidades se ha exportado rosas en el periodo 2013-2018?
2. ¿Cuál es el precio de venta del bonche de las flores en el mercado internacional?
3. ¿Cuál es el sistema de pago para la comercialización de rosas?
4. ¿Cuál es la producción mensual en toneladas de rosas de su empresa?
5. ¿Qué variedad de rosas cultiva?
6. ¿Cantidad de exportación mensual de rosas de la empresa?
7. ¿Cuál es el proceso de exportación de la rosa?
8. ¿Cuáles son los canales de distribución utilizados por su institución para la exportación de rosas?
9. ¿Qué técnicas de negociación utilizan su empresa para exportar flores?
10. ¿Cuántas personas necesitan para la comercialización de flores?
11. ¿Qué términos se utiliza para la negociación de las flores en mercados internacionales?
12. ¿Qué temperatura es la más recomendada para la exportación de rosa?
13. ¿Cuáles son las fechas en que los clientes demandan más su producto?
14. ¿La comercialización de las rosas en el mercado extranjero que tipo de intermediación realiza?

PROECUADOR



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

Objetivo de la entrevista: Obtener información acerca de la producción y comercialización de las rosas el cual servirá como fuente de información primaria para la respectiva investigación.

DATOS INFORMATIVOS

Cargo: *Especialista Zonas*

Responsable: *Oscar Pizarro*

Género: Masculino Femenino



Oscar Pizarro

1. ¿Cuál es la situación actual del Ecuador con respecto a la comercialización internacional de las rosas?
2. ¿Qué productos se comercializan internacionalmente desde la provincia del Carchi y cuáles son los preferidos? ✓
3. ¿Cómo ha evolucionado la actividad florícola del Carchi referente a comercialización de mercados internacionales? ✓
4. ¿Qué criterio tiene usted sobre la actividad de exportación de flores desde el Carchi? ✓
5. ¿Qué tipo de asesoramiento brindan ustedes en el Carchi a los exportadores de flores? ✓
6. ¿Cuál es la ventaja competitiva de la rosa ecuatoriana especialmente del Carchi con respecto a la competencia Nacional e Internacionales? ✓
7. ¿Qué principales estrategias deben usar los exportadores de flores del Carchi para la ubicación de la rosa en mercados internacionales? ✓
8. ¿Cuál es para la institución el mercado objetivo para la exportación de rosas? ✓
9. ¿Cuáles serían las recomendaciones a nuevos exportadores de rosas del Carchi? ✓
10. ¿Cuáles considera usted que son los mejores mercados internacionales para exportar flores desde el Carchi actualmente? ✓

Ri
Qi
f

11. ¿Qué criterio tiene usted sobre la rigurosidad de calidad que exige el mercado internacional y que acciones deben realizar los exportadores de flores del Carchi? ✓
12. ¿Cómo evalúa usted la competencia internacional de rosas de otros países productores comparados con el Ecuador? ✓
13. ¿Qué criterio usted manifiesta sobre la exportación de rosas desde el Carchi especialmente el Ángel al mercado de Rusia? ✓
14. ¿Existe información si el consumidor Ruso percibe la calidad de la rosa? ✓

AGROCALIDAD DEL CARCHI - TULCÁN



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

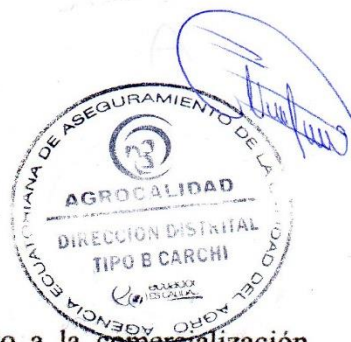
Objetivo de la entrevista: Obtener información acerca de la producción y comercialización de las rosas el cual servirá como fuente de información primaria para la respectiva investigación.

DATOS INFORMATIVOS

Cargo: *Técnico Distrital de Sanidad Vegetal*

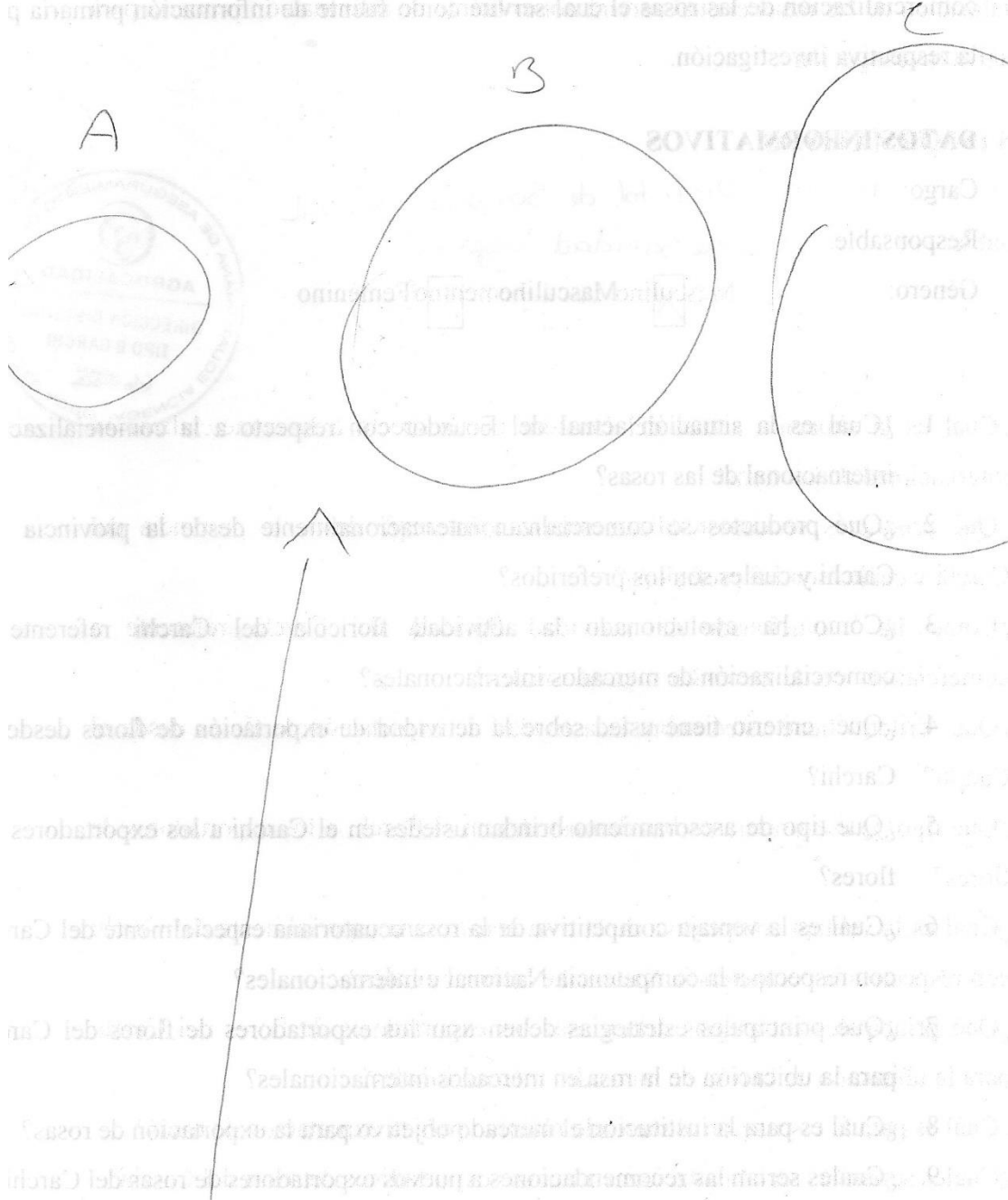
Responsable: *Area de Sanidad Vegetal.*

Género: Masculino Femenino



1. ¿Cuál es la situación actual del Ecuador con respecto a la comercialización internacional de las rosas?
2. ¿Qué productos se comercializan internacionalmente desde la provincia del Carchi y cuáles son los preferidos?
3. ¿Cómo ha evolucionado la actividad florícola del Carchi referente a comercialización de mercados internacionales?
4. ¿Qué criterio tiene usted sobre la actividad de exportación de flores desde el Carchi?
5. ¿Qué tipo de asesoramiento brindan ustedes en el Carchi a los exportadores de flores?
6. ¿Cuál es la ventaja competitiva de la rosa ecuatoriana especialmente del Carchi con respecto a la competencia Nacional e Internacionales?
7. ¿Qué principales estrategias deben usar los exportadores de flores del Carchi para la ubicación de la rosa en mercados internacionales?
8. ¿Cuál es para la institución el mercado objetivo para la exportación de rosas?
9. ¿Cuáles serían las recomendaciones a nuevos exportadores de rosas del Carchi?
10. ¿Cuáles considera usted que son los mejores mercados internacionales para exportar flores desde el Carchi actualmente?

11. ¿Qué criterio tiene usted sobre la rigurosidad de calidad que exige el mercado internacional y que acciones deben realizar los exportadores de flores del Carchi?
12. ¿Cómo evalúa usted la competencia internacional de rosas de otros países productores comparados con el Ecuador?
13. ¿Qué criterio usted manifiesta sobre la exportación de rosas desde el Carchi especialmente el Ángel al mercado de Rusia?
14. ¿Existe información si el consumidor Ruso percibe la calidad de la rosa?



CÁMARA DE LA PEQUEÑA INDUSTRIA DEL CARCHI - TULCÁN



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

Objetivo de la entrevista: Obtener información acerca de la producción y comercialización de las rosas el cual servirá como fuente de información primaria para la respectiva investigación.

DATOS INFORMATIVOS

Cargo: *Secretario Ejecutivo*

Responsable: *Cap. Jorge Clavijo*

Género: Masculino Femenino



1. ¿Cuál es la situación actual del Ecuador con respecto a la comercialización internacional de las rosas?
2. ¿Qué productos se comercializan internacionalmente desde la provincia del Carchi y cuáles son los preferidos?
3. ¿Cómo ha evolucionado la actividad florícola del Carchi referente a comercialización de mercados internacionales?
4. ¿Qué criterio tiene usted sobre la actividad de exportación de flores desde el Carchi?
5. ¿Qué tipo de asesoramiento brindan ustedes en el Carchi a los exportadores de flores?
6. ¿Cuál es la ventaja competitiva de la rosa ecuatoriana especialmente del Carchi con respecto a la competencia Nacional e Internacionales?
7. ¿Qué principales estrategias deben usar los exportadores de flores del Carchi para la ubicación de la rosa en mercados internacionales?
8. ¿Cuál es para la institución el mercado objetivo para la exportación de rosas?
9. ¿Cuáles serían las recomendaciones a nuevos exportadores de rosas del Carchi?
10. ¿Cuáles considera usted que son los mejores mercados internacionales para exportar flores desde el Carchi actualmente?

11. ¿Qué criterio tiene usted sobre la rigurosidad de calidad que exige el mercado internacional y que acciones deben realizar los exportadores de flores del Carchi?
12. ¿Cómo evalúa usted la competencia internacional de rosas de otros países productores comparados con el Ecuador?
13. ¿Qué criterio usted manifiesta sobre la exportación de rosas desde el Carchi especialmente el Ángel al mercado de Rusia?
14. ¿Existe información si el consumidor Ruso percibe la calidad de la rosa?



[Handwritten signature]

Femenino

Masculino

[Handwritten text: Secretario Ejecutivo]

CÁMARA DE COMERCIO TULCÁN



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

Objetivo de la entrevista: Obtener información acerca de la producción y comercialización de las rosas el cual servirá como fuente de información primaria para la respectiva investigación.

DATOS INFORMATIVOS

Cargo: *Presidente*
Responsable: *Diego Toranzo*

Género: Masculino Femenino



1. ¿Cuál es la situación actual del Ecuador con respecto a la comercialización internacional de las rosas?
2. ¿Qué productos se comercializan internacionalmente desde la provincia del Carchi y cuáles son los preferidos?
3. ¿Cómo ha evolucionado la actividad florícola del Carchi referente a comercialización de mercados internacionales?
4. ¿Qué criterio tiene usted sobre la actividad de exportación de flores desde el Carchi?
5. ¿Qué tipo de asesoramiento brindan ustedes en el Carchi a los exportadores de flores?
6. ¿Cuál es la ventaja competitiva de la rosa ecuatoriana especialmente del Carchi con respecto a la competencia Nacional e Internacionales?
7. ¿Qué principales estrategias deben usar los exportadores de flores del Carchi para la ubicación de la rosa en mercados internacionales?
8. ¿Cuál es para la institución el mercado objetivo para la exportación de rosas?
9. ¿Cuáles serían las recomendaciones a nuevos exportadores de rosas del Carchi?
10. ¿Cuáles considera usted que son los mejores mercados internacionales para exportar flores desde el Carchi actualmente?

11. ¿Qué criterio tiene usted sobre la rigurosidad de calidad que exige el mercado internacional y que acciones deben realizar los exportadores de flores del Carchi?
12. ¿Cómo evalúa usted la competencia internacional de rosas de otros países productores comparados con el Ecuador?
13. ¿Qué criterio usted manifiesta sobre la exportación de rosas desde el Carchi especialmente el Ángel al mercado de Rusia?
14. ¿Existe información si el consumidor Ruso percibe la calidad de la rosa?

SUPERVISOR DE LA EMPRESA ALTAS CUMBRES FLORES



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

Objetivo de la entrevista: Obtener información acerca de la producción y comercialización de las rosas el cual servirá como fuente de información primaria para la respectiva investigación.

DATOS INFORMATIVOS

Cargo: *Supervisor*

Responsable: *Diego Cisneros*

Género:



Masculino



Femenino



Diego Cisneros

1. ¿Cuál es la situación actual del Ecuador con respecto a la comercialización internacional de las rosas?
2. ¿Qué productos se comercializan internacionalmente desde la provincia del Carchi y cuáles son los preferidos?
3. ¿Cómo ha evolucionado la actividad florícola del Carchi referente a comercialización de mercados internacionales?
4. ¿Qué criterio tiene usted sobre la actividad de exportación de flores desde el Carchi?
5. ¿Qué tipo de asesoramiento brindan ustedes en el Carchi a los exportadores de flores?
6. ¿Cuál es la ventaja competitiva de la rosa ecuatoriana especialmente del Carchi con respecto a la competencia Nacional e Internacionales?
7. ¿Qué principales estrategias deben usar los exportadores de flores del Carchi para la ubicación de la rosa en mercados internacionales?
8. ¿Cuál es para la institución el mercado objetivo para la exportación de rosas?
9. ¿Cuáles serían las recomendaciones a nuevos exportadores de rosas del Carchi?
10. ¿Cuáles considera usted que son los mejores mercados internacionales para exportar flores desde el Carchi actualmente?

11. ¿Qué criterio tiene usted sobre la rigurosidad de calidad que exige el mercado internacional y que acciones deben realizar los exportadores de flores del Carchi?
12. ¿Cómo evalúa usted la competencia internacional de rosas de otros países productores comparados con el Ecuador?
13. ¿Qué criterio usted manifiesta sobre la exportación de rosas desde el Carchi especialmente el Ángel al mercado de Rusia?
14. ¿Existe información si el consumidor Ruso percibe la calidad de la rosa?



Femenino

Masculino

Género:

Responsable: *[Handwritten Name]*

DATOS INFORMATIVOS

Cargo: *[Handwritten Title]*

TÉCNICO DE LA EMPRESA TIERRA VERDE FLOWERS



Universidad Politécnica Estatal del Carchi
Facultad de comercio Internacional. Integración, Administración y
Economía empresarial

Escuela de Comercio Exterior y Negocios Internacionales

Entrevista Dirigida a: Empresa Tierra Verde Flowers

Nombre del entrevistado: MSc. David Herrera

Cargo: Técnico - Cultivo / Pasco secho.

Objetivo: La presente entrevista tiene por finalidad obtener información para la realización de el plan de investigación denominado "Oportunidades de mercado Internacional para la comercialización de flores de la empresa Altas Cumbres Flowers de la provincia del Carchi., la información obtenida únicamente será utilizada con fines académicos.

Guía de entrevista

1. ¿En dónde se encuentra ubicada su empresa?

Bolívar - Carchi - Barro La Esperanza.

2. ¿Desde cuándo iniciaron las operaciones de su empresa?

2013

3. ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?

24

4. ¿Con cuantas hectáreas cuenta para la producción de flor?

2 ha.

5. ¿Cuál es la capacidad de producción de su empresa?

4000 tallos ⊕
3500 " / día ✓

6. ¿Qué tipo de flor es la que produce?

rosa.

7. ¿Cómo percibe la situación actual del sector florícola de la provincia del Carchi?

Demanda → se mantiene.

Insumos (Costs) → aumento se eleva cada año el costo de producción

8. ¿Ha recibido algún tipo de incentivo por parte de instituciones del gobierno, si su respuesta es sí indique cuáles?

no

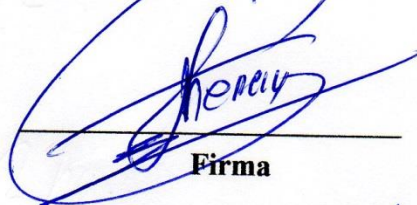
9. ¿Cuáles son sus mercados actuales, nacionales e internacionales?

↓
Tolcán

↓
Rusia / UEU.

10. ¿Qué empresas nacionales considera su competencia?

4000 ha / todos a nivel nacional



Firma

Carlos David Henao

0401419783.

ENCUESTA ESPAÑOL



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL

Objetivo de la encuesta: El presente cuestionario tiene como objetivo analizar el estudio sobre las rosas como herramienta para el desarrollo de la investigación de la Carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la UPEC la cual tiene fines académicos.

CUESTIONARIO

1.- ¿Le gustan las rosas?

Si	
No	

2.- ¿Con que frecuencia compra rosas?

Diariamente	
Tres por semana	
Semanalmente	
Mensualmente	

3.- ¿Qué fecha demandan más las rosas?

Febrero	
Marzo	
Mayo	
Otros	

Si su respuesta es otros mencione cual.....

4.- ¿Al adquirir rosas toma en cuenta el lugar de procedencia?

Si	
No	

5.- ¿Cuáles son las características que usted busca en las rosas?

Color	
Tamaño	
Durabilidad	
Botón	

Si su respuesta es otra mencione cual.....

6.- ¿Dónde adquiere usted las rosas ecuatorianas?

Tiendas de regalos	
Tiendas departamentales	
Ferias temáticas	
Vía páginas de internet	
Otros	

Si su respuesta es otra mencione cual.....

7.- ¿Las rosas son para autoconsumo o venta?

Autoconsumo	
Venta	
Ambos	

8.- ¿En qué presentación compra las rosas?

Cajas	
Individual	
Granel	
Bonches	
Otros	

Si su respuesta es otra mencione cual.....

9 ¿Qué cantidad de rosas consume (tallos) mensualmente?

1000- 2000	
2001 – 3000	
3001 – 4000	
4001 o más	
Otros	

Si su respuesta es otra mencione cual.....

10 ¿Qué colores de rosas son los que más compra?

Rojo	
Blanco	
Rosado	
Amarillo	
Otros	

Si su respuesta es otra mencione cual.....

11 ¿Qué tamaño de tallo prefiere?

40	
70	
80	
Otra	

Si su respuesta es otra mencione cual.....

12 ¿Cuál es el precio al que compra sus rosas en dólares?

.....

13 ¿Usted compra rosas por?

Economía	
Calidad	
Variedad	
Accesibilidad	
Otra	

Si su respuesta es otra mencione cual.....

¡MUCHAS GRACIAS!

Su tiempo y respuestas nos serán de gran utilidad.

ENCUESTA RUSO



КАРЧИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ТОРГОВЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ

Цель исследования: Целью данного вопросника является анализ исследования роз как инструмента развития внешнеторгового и внешнеторгового исследования УПЭК "Карьера на переговорах по международной торговле", имеющего академические цели.

КВЕСТИОННАИР

1.- Вы любите розы?

Да	
Нет	

2.- Как часто вы покупаете розы?

Ежедневно	
Три раза в неделю	
Еженедельно	
Ежемесячно	

3.- Какую дату розы требуют больше всего?

февраль	
март	
май	
Другое	

Если другое, пожалуйста, укажите.....

4.- Учитывается ли при покупке роз место происхождения?

Да	
Нет	

5.- Какие характеристики вы ищете в розах?

Цвет	
Размер	
Долговечность	
Кнопка	

Если другое, пожалуйста, укажите.....

6.- Где вы покупаете эквадорские розы?

Магазины подарков	
Универмаги	
Тематические ярмарки	
Через интернет-страницы	
Другое	

Если другое, пожалуйста, укажите.....

7.- Розы предназначены для самостоятельного потребления или продажи?

Самопотребление	
Продажа	
Оба	

8.- В какой презентации вы покупаете розы?

Коробки	
Индивидуальный	
Навалом	
Прыжки	
Другое	

Если другое, пожалуйста, укажите.....

9 Сколько роз (стеблей) вы потребляете?

1000- 2000	
2001 – 3000	
3001 – 4000	
4001 или более	
Другое	

Если другое, пожалуйста, укажите.....

10 Какие цвета роз вы покупаете больше всего?

Красный	
Белый	
Розовый	
Желтый	
Другое	

Если другое, пожалуйста, укажите.....

11 Какой размер стебля Вы предпочитаете?

40	
70	
80	
Другое	

Если другое, пожалуйста, укажите.....

12 Какова цена, по которой вы покупаете розы доллары?

.....

13 Для чего вы покупаете розы?

Экономика	
Качество	
Разнообразие	
Доступность	
Другое	

Если другое, пожалуйста, укажите.....

БОЛЬШОЕ СПАСИБО!


Ваше время и ответы будут очень полезны для нас.

SOLOEOO9@mail.ru

уважаемые господа

Altas Cumbres Flowers - эквадорская компания, специализирующаяся на производстве качественных роз, цель данного исследования - узнать о принятии нашей продукции, контакт получен через TRADE MAP основных компаний-импортеров цветов в России.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdQ3z5qh8YM-OiRawCBDMJXpjmlqoF5kcmie1c6OxFXouPhmg/viewform?usp=sf_link



Эквадорские розы от компании Altas Cumbres Flowers

Целью данного исследования является анализ исследования роз как инструмента развития внешнеторгового и


Спасибо за сотрудничество.
наилучшие пожелания
Паола Лима
+593992441734

SAMARSKIEPROSTORY@mail.ru

уважаемые господа

Altas Cumbres Flowers - эквадорская компания, специализирующаяся на производстве качественных роз, цель данного исследования - узнать о принятии нашей продукции, контакт получен через TRADE MAP основных компаний-импортеров цветов в России.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdQ3z5qh8YM-OiRawCBDMJXpjmlqoF5kcmie1c6OxFXouPhmg/viewform?usp=sf_link



Эквадорские розы от компании Altas Cumbres Flowers

Целью данного исследования является анализ исследования роз как инструмента развития внешнеторгового и

docs.google.com

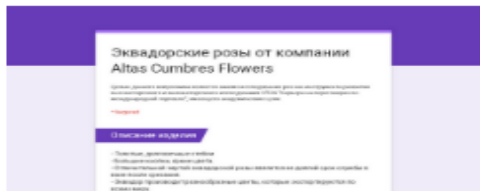
Спасибо за сотрудничество.
наилучшие пожелания
Паола Лима
+593992441734

ROZOVSDZAO@mail.ru

уважаемые господа

Altas Cumbres Flowers - эквадорская компания, специализирующаяся на производстве качественных роз, цель данного исследования - узнать о принятии нашей продукции, контакт получен через TRADE MAP основных компаний-импортеров цветов в России.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdQ3z5qh8YM-0iRawCBDMJXpjmlqoF5kcmie1c6OxFXouPhmg/viewform?usp=sf_link



Эквадорские розы от компании Altas Cumbres Flowers

Целью данного исследования является анализ исследования роз как инструмента развития внешнеторгового и

docs.google.com


Спасибо за сотрудничество.
наилучшие пожелания
Паола Лима
+593992441734

MIRATORGSYRE@mail.ru

уважаемые господа

Altas Cumbres Flowers - эквадорская компания, специализирующаяся на производстве качественных роз, цель данного исследования - узнать о принятии нашей продукции, контакт получен через TRADE MAP основных компаний-импортеров цветов в России.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdQ3z5qh8YM-0iRawCBDMJXpjmlqoF5kcmie1c6OxFXouPhmg/viewform?usp=sf_link



Эквадорские розы от компании Altas Cumbres Flowers

Целью данного исследования является анализ исследования роз как инструмента развития внешнеторгового и

docs.google.com


Спасибо за сотрудничество.
наилучшие пожелания
Паола Лима
+593992441734

KVINSGRASSTARFOOO@mail.ru ✉

уважаемые господа

Altas Cumbres Flowers - эквадорская компания, специализирующаяся на производстве качественных роз, цель данного исследования - узнать о принятии нашей продукции, контакт получен через TRADE MAP основных компаний-импортеров цветов в России.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdQ3z5qh8YM-0iRawCBDMJXpjmlqoF5kcmie1c6OxEXouPhmg/viewform?usp=sf_link



Эквадорские розы от компании Altas Cumbres Flowers

Целью данного вопросника является анализ исследования роз как инструмента развития внешнеторгового и

docs.google.com


Спасибо за сотрудничество.
наилучшие пожелания
Паола Лима
+593992441734

GLORIYA-A.OOO@mail.ru ✉

уважаемые господа

Altas Cumbres Flowers - эквадорская компания, специализирующаяся на производстве качественных роз, цель данного исследования - узнать о принятии нашей продукции, контакт получен через TRADE MAP основных компаний-импортеров цветов в России.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdQ3z5qh8YM-0iRawCBDMJXpjmlqoF5kcmie1c6OxEXouPhmg/viewform?usp=sf_link



Эквадорские розы от компании Altas Cumbres Flowers

Целью данного вопросника является анализ исследования роз как инструмента развития внешнеторгового и

docs.google.com


Спасибо за сотрудничество.
наилучшие пожелания
Паола Лима
+593992441734

GALAKTIKAOO@mail.ru

уважаемые господа

Altas Cumbres Flowers - эквадорская компания, специализирующаяся на производстве качественных роз, цель данного исследования - узнать о принятии нашей продукции, контакт получен через TRADE MAP основных компаний-импортеров цветов в России.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdQ3z5qh8YM-0iRawCBDMJXpjmlqoF5kcmie1c6OxFXouPhmg/viewform?usp=sf_link



Эквадорские розы от компании Altas Cumbres Flowers

Целью данного вопросника является анализ исследования роз как инструмента развития внешнеторгового и


docs.google.com

Спасибо за сотрудничество.
наилучшие пожелания
Паола Лима
+593992441734
TRIFOLIUM.OOO@mail.ru

уважаемые господа

Altas Cumbres Flowers - эквадорская компания, специализирующаяся на производстве качественных роз, цель данного исследования - узнать о принятии нашей продукции, контакт получен через TRADE MAP основных компаний-импортеров цветов в России.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdQ3z5qh8YM-0iRawCBDMJXpjmlqoF5kcmie1c6OxFXouPhmg/viewform?usp=sf_link



Эквадорские розы от компании Altas Cumbres Flowers

Целью данного вопросника является анализ исследования роз как инструмента развития внешнеторгового и

docs.google.com

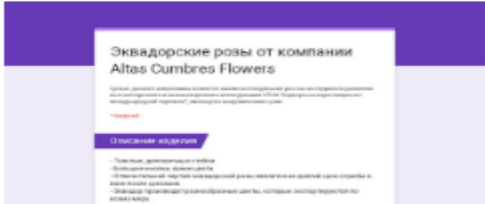
Спасибо за сотрудничество.
наилучшие пожелания
Паола Лима
+593992441734

KVINSGRASSTARFOO@mail.ru ✉

уважаемые господа

Altas Cumbres Flowers - эквадорская компания, специализирующаяся на производстве качественных роз, цель данного исследования - узнать о принятии нашей продукции, контакт получен через TRADE MAP основных компаний-импортеров цветов в России.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdQ3z5qh8YM-0iRawCBDMJXpjmlqoF5kcmie1c6OxFXouPhmg/viewform?usp=sf_link



Эквадорские розы от компании Altas Cumbres Flowers

Целью данного исследования является анализ исследования роз как инструмента развития внешнеторгового и

docs.google.com


Спасибо за сотрудничество.
наилучшие пожелания
Паола Лима
+593992441734

FMLOZHISTIKSEVERYANKA@mail.ru ✉

уважаемые господа

Altas Cumbres Flowers - эквадорская компания, специализирующаяся на производстве качественных роз, цель данного исследования - узнать о принятии нашей продукции, контакт получен через TRADE MAP основных компаний-импортеров цветов в России.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdQ3z5qh8YM-0iRawCBDMJXpjmlqoF5kcmie1c6OxFXouPhmg/viewform?usp=sf_link



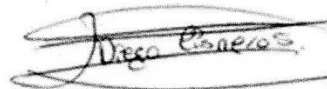
Эквадорские розы от компании Altas Cumbres Flowers

Целью данного вопросника является анализ исследования роз как инструмента развития внешнеторгового и

docs.google.com

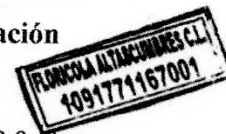
Спасибо за сотрудничество.
наилучшие пожелания
Паола Лима
+593992441734

Entrevista realizada al supervisor de la empresa Altas Cumbres Flowers Sr. Diego Cisneros.



1. **¿Cuál es la situación actual del Ecuador con respecto a la comercialización internacional de las rosas?**

Ecuador es uno de los países principales de comercialización de rosas esto se debe a la buena calidad que se ofrece.



2. **¿Qué productos se comercializan internacionalmente desde la provincia del Carchi y cuáles son los preferidos?**

Los principales productos son las rosas el aceite de aguacate el café entre otros pero el más importante es la comercialización de las rosas.

3. **¿Cómo ha evolucionado la actividad florícola del Carchi referente a comercialización de mercados internacionales?**

Ha evolucionado de forma positiva ya que las flores del Carchi tienen una buena calidad y esto es bueno porque nos ayuda a mejorar la competitividad.

4. **¿Qué criterio tiene usted sobre la actividad de exportación de flores desde el Carchi?**

Es preferida por los clientes internacionales por que posee características únicas.

5. **¿Qué tipo de asesoramiento les brindan a ustedes en el Carchi como exportadores de flores?**

AGROCALIDAD brinda charlas de enfermedades de campo para así prevenir plagas y tener una rosa de calidad entre otras como Proecuador que ayudan a comercializarla.

6. **¿Cuál es la ventaja competitiva de la rosa ecuatoriana especialmente del Carchi con respecto a la competencia Nacional e Internacionales?**

La calidad de la rosa porque siempre hay parámetros establecidos y en base a eso se clasifica y se exporta.

Entrevista realizada al funcionario de la Cámara de Comercio Exterior: Ing. Diego Tarupi



1. ¿Cuál es la situación actual del Ecuador con respecto a la comercialización internacional de las rosas?

Permanentemente el Ecuador ha sido un actor importante en el tema de producción y comercialización de rosas a nivel internacional siempre ha sido un país que ha generado productos de calidad y en este caso la rosa está en el mercado muy bien posesionada.

2. ¿Qué productos se comercializan internacionalmente desde la provincia del Carchi y cuáles son los preferidos?

La provincia del Carchi realiza exportación de aguacate, café entre otros productos pero la más importante son las flores que son de muy buena calidad.

3. ¿Cómo ha evolucionado la actividad florícola del Carchi referente a comercialización de mercados internacionales?

Se tiene entendido que la empresa Golden estaba trabajando en la zona de Bolívar provincia del Carchi tenía muy buen resultado pero lastimosamente se sabe que cerro por problemas internos pero cabe mencionar que la calidad de la rosa era de buena calidad esto impulso a otros productores a seguir adelante logrando así posesionarse en mercados internacionales.

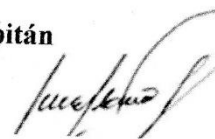
4. ¿Qué criterio tiene usted sobre la actividad de exportación de flores desde el Carchi?

Es una excelente oportunidad de negocio por cuanto se ha mencionado existe una producción desde la provincia del Carchi de flores es de buena calidad ayuda a expandir este tipo de productos alternativos.

5. ¿Qué tipo de asesoramiento brindan ustedes en el Carchi a los exportadores de flores?

Se les brinda ayuda en cuanto al posicionamiento de la empresa y aclarando cualquier tipo de duda en cuanto la exportación de sus productos.

Entrevista realizada al funcionario de la Cámara de la Pequeña Industria: Capitán Jorge Clavijo



1. **¿Cuál es la situación actual del Ecuador con respecto a la comercialización internacional de las rosas?**

La situación del Ecuador con respecto a la producción de rosas se ha proliferado en diferentes sectores como pichincha, Tabacundo, Cayambe, Cotopaxi, Carchi por que la rosa ecuatorianas son muy llamativas para el mercado exterior esto se debe a la calidad es mejor que la Colombiana.



2. **¿Qué productos se comercializan internacionalmente desde la provincia del Carchi y cuáles son los preferidos?**

Los productos que comercializamos a nivel de la CAN se el aceite de palma, esterlina, crudo de palma y componentes del aceite de palma, aguacate, aceite de aguacate, mango, flores

3. **¿Cómo ha evolucionado la actividad florícola del Carchi referente a comercialización de mercados internacionales?**

La florícolas del Carchi tienen una flor de calidad y están muy bien posesionados en los mercados internacionales es rentable esta actividad.

4. **¿Qué criterio tiene usted sobre la actividad de exportación de flores desde el Carchi?**

Es muy buena para la reactivación económica de la provincia del Carchi pero creo que se debe dar mayor agilidad por parte del gobierno con el apoyo económico y agrícola para que haya fuentes de trabajo ya que estas empresas son las generadoras de empleo.

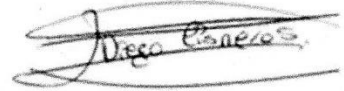
5. **¿Qué tipo de asesoramiento brindan ustedes en el Carchi a los exportadores de flores?**

Se les capacita en Leyes, Normas y criterios de Origen.

6. **¿Cuál es la ventaja competitiva de la rosa ecuatoriana especialmente del Carchi con respecto a la competencia Nacional e Internacionales?**

La competencia nacional es prácticamente la misma porque tienen una buena calidad de rosas por su parte en la competencia internacional se puede decir que nuestro principal

Entrevista realizada al supervisor de la empresa Altas Cumbres Flowers Sr. Diego Cisneros.



- 1. ¿Cuál es la situación actual del Ecuador con respecto a la comercialización internacional de las rosas?**

Ecuador es uno de los países principales de comercialización de rosas esto se debe a la buena calidad que se ofrece.



- 2. ¿Qué productos se comercializan internacionalmente desde la provincia del Carchi y cuáles son los preferidos?**

Los principales productos son las rosas el aceite de aguacate el café entre otros pero el más importante es la comercialización de las rosas.

- 3. ¿Cómo ha evolucionado la actividad florícola del Carchi referente a comercialización de mercados internacionales?**

Ha evolucionado de forma positiva ya que las flores del Carchi tienen una buena calidad y esto es bueno porque nos ayuda a mejorar la competitividad.

- 4. ¿Qué criterio tiene usted sobre la actividad de exportación de flores desde el Carchi?**

Es preferida por los clientes internacionales por que posee características únicas.

- 5. ¿Qué tipo de asesoramiento les brindan a ustedes en el Carchi como exportadores de flores?**

AGROCALIDAD brinda charlas de enfermedades de campo para así prevenir plagas y tener una rosa de calidad entre otras como Proecuador que ayudan a comercializarla.

- 6. ¿Cuál es la ventaja competitiva de la rosa ecuatoriana especialmente del Carchi con respecto a la competencia Nacional e Internacionales?**

La calidad de la rosa porque siempre hay parámetros establecidos y en base a eso se clasifica y se exporta.

1. ¿Cuál es la situación actual del Ecuador con respecto a la comercialización internacional de las rosas?

El sector de las rosas es un sector muy dinámico pero a la vez sensible ya que tenemos nuestros principales competidores como son Colombia y Holanda que básicamente han determinado algunas situaciones en el mercado internacional cabe mencionar que nuestro principal mercado es E.E.U.U pero al momento no tenemos ningún tipo de preferencia arancelaria estamos con un 6% en déficit en función de lo que tiene Colombia y otros países estamos compitiendo pero la calidad del producto hace que nuestra rosas sea deseada a nivel internacional.

Se puede decir que la exportación de la rosa es un sector muy importante dentro de la balanza de pagos y sobre todo el desarrollo se evidencia una excelente producción de rosas.

2. ¿Qué productos se comercializan internacionalmente desde la provincia del Carchi y cuáles son los preferidos?

Debemos de diferenciar dos procesos el uno que somos una provincia de paso gracias al puente de Rumichaca para las exportaciones del país y el segundo es el producto netamente carchense siendo el principal las rosas productos agroindustriales como es el tema del aceite de aguacate frutas no tradicionales, hortalizas, cebollas, cereales productos que son del Carchi y que se están exportando al mundo otro producto es el café que se lo exporta por intermediarios y otras directamente pero nuestra provincia es netamente agrícola y la sustitución de las patatas y leche es complejo porque la producción es delicado

3. ¿Cómo ha evolucionado la actividad florícola del Carchi referente a comercialización de mercados internacionales?

Este proceso se lo ha mirado últimamente en la trasferencia de inversión de empresas que estaban en Cayambe últimamente están trasladándose a la provincia del Carchi justamente por los suelos que son muy enriquecidos en temas orgánicos como en el cantón Espejo , Mira y Bolívar que generalmente están asentadas algunas empresas

Entrevista realizada al representante de la Empresa Altas Cumbres Flowers de la provincia del Carchi: Ing. Juan Carlos Pozo

- 1. ¿Cuál es el precio de venta del bonche de las flores en el mercado internacional?**

Se maneja por tallo con un promedio de 0,33 centavos.

- 2. ¿Cuál es el sistema de pago para la comercialización de rosas?**

Vía cheque o transferencia

- 3. ¿Cuál es la producción mensual en tallos de rosas de su empresa?**

Aproximadamente son 50.000 tallos

- 4. ¿Qué variedad de rosas cultiva?**

Explorer, mundial, botcha, cabaret, pinfloit.

- 5. ¿Cantidad de exportación mensual de rosas de la empresa?**

50.000 por el momento pero en un par de meses se va a aumentar la producción porque hay nuevos bloques.

- 6. ¿Cuál es el proceso de exportación de la rosa?**

Cuenta con tres fases la primera es la producción y cultivo la segunda el manejo de post cosecha donde se da el terminado final y la tercera es la venta para el mercado exterior.

- 7. ¿Cuáles son los canales de distribución utilizados por su institución para la exportación de rosas?**

Todo sale desde una cadena de frío luego se prosigue con un carro refrigerado para guardar en la cadena de frío llega hasta el aeropuerto a las cargueras de igual manera son cuartos fríos y se transporta a los aviones.

- 8. ¿Qué técnicas de negociación utiliza su empresa para exportar flores?**

Se maneja por medio de recomendaciones o también se busca por internet y referencias de otras fincas.

- 9. ¿Cuántas personas necesitan para la comercialización de flores?**

Aproximadamente 2 personas.

- 10. ¿Qué términos se utiliza para la negociación de las flores en mercados internacionales?**

No manejamos un término es específico.



7.7. Resultados de entrevistas a realizadas a instituciones inmersas en el sector florícola.

7.7.1. Entrevista realizada al representa de la Empresa Altas Cumbres Flowers de la provincia del Carchi: Ing. Juan Carlos Pozo

1. ¿Cuál es el precio de venta del bonche de las flores en el mercado internacional?

A los mayoristas se les entrega a 0,54 centavos y un bonche a 13,50 USD.

2. ¿Cuál es el sistema de pago para la comercialización de rosas?

Vía cheque o transferencia

3. ¿Cuál es la producción mensual en tallos de rosas de su empresa?

Aproximadamente son 50.000 tallos

4. ¿Qué variedad de rosas cultiva?

Explorer, mondial, botcha, cabaret, pinfloit.

5. ¿Cantidad de exportación mensual de rosas de la empresa?

50.000 por el momento, pero en un par de meses se va a aumentar la producción porque hay nuevos bloques.

6. ¿Cuál es el proceso de exportación de la rosa?

Cuenta con tres fases la primera es la producción y cultivo la segunda el manejo de post cosecha donde se da el terminado final y la tercera es la venta para el mercado exterior.

7. ¿Cuáles son los canales de distribución utilizados por su institución para la exportación de rosas?

Todo sale desde una cadena de frio luego se prosigue con un carro refrigerado para guardar en la cadena de frio llega hasta el aeropuerto a las cargueras de igual manera son cuartos fríos y se transporta a los aviones.

8. ¿Qué técnicas de negociación utiliza su empresa para exportar flores?

Se maneja por medio de recomendaciones o también se busca por internet y referencias de otras fincas.

9. ¿Cuántas personas necesitan para la comercialización de flores?

Aproximadamente 2 personas.

10. ¿Qué términos se utiliza para la negociación de las flores en mercados internacionales?

No manejamos un término es específico.

11. ¿Qué temperatura es la más recomendada para la exportación de rosa?

En un margen de 2 grados a 5 grados.

12. ¿Cuáles son las fechas en que los clientes demandan más su producto?

Son 3 fechas marcadas en el año el 14 de febrero que es Valentín 8 de marzo día de la mujer y en la entrada de clases en Rusia el 1 de septiembre las tres fechas son las más importantes por que marcan la pauta del negocio.

13. ¿La comercialización de las rosas en el mercado extranjero que tipo de intermediación realiza?

Se maneja mediante mayoristas y allá con cadenas de comercialización internas de cada país o clientes directos.

7.7.2. Entrevista realizada al especialista zonal PRO ECUADOR: Ing. Oscar Ruano.

1. ¿Cuál es la situación actual del Ecuador con respecto a la comercialización internacional de las rosas?

El sector de las rosas es un sector muy dinámico pero a la vez sensible ya que tenemos nuestros principales competidores como son Colombia y Holanda que básicamente han determinado algunas situaciones en el mercado internacional cabe mencionar que nuestro principal mercado es E.E.U.U pero al momento no tenemos ningún tipo de preferencia arancelaria estamos con un 6% en déficit en función de lo que tiene Colombia y otros países estamos compitiendo pero la calidad del producto hace que nuestra rosas sea deseada a nivel internacional. Se puede decir que la exportación de la rosa es un sector muy importante dentro de la balanza de pagos y sobre todo el desarrollo se evidencia una excelente producción de rosas.

2. ¿Qué productos se comercializan internacionalmente desde la provincia del Carchi y cuáles son los preferidos?

Debemos de diferenciar dos procesos el uno que somos una provincia de paso gracias al puente de Rumichaca para las exportaciones del país y el segundo es el producto netamente

carchense siendo el principal las rosas productos agroindustriales como es el tema del aceite de aguacate frutas no tradicionales, hortalizas, cebollas, cereales productos que son del Carchi y que se están exportando al mundo otro producto es el café que se lo exporta por intermediarios y otras directamente pero nuestra provincia es netamente agrícola y la sustitución de las patatas y leche es complejo porque la producción es delicado.

3. ¿Cómo ha evolucionado la actividad florícola del Carchi referente a comercialización de mercados internacionales?

Este proceso se lo ha mirado últimamente en la trasferencia de inversión de empresas que estaban en Cayambe últimamente están trasladándose a la provincia del Carchi justamente por los suelos que son muy enriquecidos en temas orgánicos como en el cantón Espejo , Mira y Bolívar que generalmente están asentadas algunas empresas medianas y grandes de rosas básicamente se hace un análisis por el desgaste de suelos como es el caso de pichincha en Cayambe ellos vienen a hacer un tema de inversión a la zona hay una proyección que se vienen desde 1998 de una empresa que comenzó ahora hay muchas aproximadamente son 25 y van creciendo.

4. ¿Qué criterio tiene usted sobre la actividad de exportación de flores desde el Carchi?

Hay que potencializar es una alternativa es un hecho se debería tomar en cuenta la sustitución el tema de flores de buena calidad es un sector complejo ya sea por la tecnología la aplicación de los procesos los certificados internacionales que debemos tener, pero una vez que procedemos a desarrollar el tema de las exportaciones se va de largo los principales mercados también hay que analizarlo.

5. ¿Qué tipo de asesoramiento brindan ustedes en el Carchi a los exportadores de flores?

Generalmente los exportadores están en potro nivel porque ya participan en un proceso de promoción de exportación por lo tanto ya se entra en el tema de agendas personalizadas pero la mayoría de ellos ya exportan tienen clientes nuestra asesoría viene a ser en temas de oportunidades comerciales internacionales algunas empresas de Mira lo están haciendo están ingresando en ferias de Rusia es interesante canalizar esta situación.

A los pequeños productores generalmente se les capacita en como exportar que notificaciones y certificaciones necesitan para cierto tipo de producto cumpliendo con temas de imagen corporativa identidad de sus cajas entre otros.

6. ¿Cuál es la ventaja competitiva de la rosa ecuatoriana especialmente del Carchi con respecto a la competencia Nacional e Internacionales?

Si se habla de lo nacional generalmente hay empresas que están invirtiendo en el Carchi e Imbabura en temas de fincas florícolas pero si hablamos de temas internacionales nuestros principales competidores son directamente Colombia y Holanda hay que analizar en tema de cambio, mano de obra, la flor más barata de Colombia en Holanda altamente productivos en pequeñas hectáreas y esto ocasiona que en muchas ocasiones nuestro producto se encarezca en razón de la competencia pero cabe recalcar las variedades que se dan en estos suelos interesantes que tenemos en nuestra zona hacen que el producto sea altamente fuerte y que tenga una calidad interesante y sobre todo cuando se habla de las líneas de frío hace que la rosa perdure más.

7. ¿Qué principales estrategias deben usar los exportadores de flores del Carchi para la ubicación de la rosa en mercados internacionales?

Lo principal es la promoción internacional en temas de mercados altamente posesionados ingresar donde ya estamos es decir no explorar no arriesgarse a mercados nuevos influye mucho en los temas altos de inversión en temas de apertura comercial internacional y sobre todo en temas de estudio de mercados es muy complejo ingresar a un nuevo mercado pero debemos tener antecedentes se está exportando en ese sentido al país de Rusia y a sus componentes de la ex unión soviética como Ucrania podemos evidenciar que tendríamos un mayor potencial dedicarnos a agendas comerciales dedicarnos a buscar más clientes en estos países de igual forma Holanda importa la rosa Ecuatoriana y la triangulan y la vuelven a exportar a otro mercado muy bueno es Australia la logística es increíble para llegar a ese mercado pero es un buen mercado Canadá y E.E.U.U con el tema de normas E.E.U.U se está analizando acuerdos es uno de nuestros principales mercados en el tema de rosas.

8. ¿Cuál es para la institución el mercado objetivo para la exportación de rosas?

Tenemos ubicado en Europa justamente donde desarrollamos mayor relación comercial en Rusia generalmente tenemos un fuerte de presencia en ferias igual en China fuerte incidencia estamos en Europa, Holanda, Alemania, Francia, E.E.U.U Canadá en E.E.U.U tenemos 4 oficinas comerciales que dinamizan esto.

Es un sector sensible por el tema laboral e inclusive medio ambiental hay que tratarlo con mucho cuidado este sector es altamente fuerte y a su vez delicado que debemos analizarlo bien pero nuestro mercado objetivo principalmente es Rusia y el ex bloque soviético.

9. ¿Cuáles serían las recomendaciones a nuevos exportadores de rosas del Carchi?

Hacer un seguimiento por parte de la institución el interés del usuario podemos tener las mejores rosas pero si no las podemos vender en muy complejo empaparnos muy bien de la idiosincrasia donde vamos a hacer los negocios tener un buen bróker es quien se la juega generalmente la confianza del empresario Ruso es así de Ruso a Ruso el bróker debe comunicarse de las mejor manera con nosotros pero de igual forma deberá comunicare de mejor manera y conocer la psicología de negocios en el país que se vaya este sector es diferente a la pesca, textiles, camarón, café es otro nivel la persona que se meta a negociar deberá manejar bien el idioma manejar la psicología de pago. Deben empaparse técnicamente, logísticamente y sobre todo de los perfiles de los clientes internacionales.

10. ¿Cuáles considera usted que son los mejores mercados internacionales para exportar flores desde el Carchi actualmente?

E.E.U.U un acuerdo comercial ayudaría muchísimo es mejor los mercados que tenemos en América del Norte como E.E.U.U y Canadá por temas logísticos y de pago generalmente también Oceanía y Europa estamos bien con Rusia, pero espectacular reafirmar temas con otros países.

11. ¿Qué criterio tiene usted sobre la rigurosidad de calidad que exige el mercado internacional y que acciones deben realizar los exportadores de flores del Carchi?

Generalmente cuando se quiere llegar a un mercado internacional debemos pasar por todos los filtros prepararnos bien hay una matriz bastante interesante que es la trazabilidad hay instituciones públicas como AGROCALIDAD que tienen excelentes técnicos hacen estudios referentes a las visitas pertinentes de plagas ya que nos jugamos no solamente un nombre sino una provincia un país estamos exportando las mejores rosas del mundo por lo tanto la rigidez de controles en la logística hace que un producto ecuatoriano llegue de la mejor manera y que nos mantengamos en el mercado debemos obedecer y sujetarnos a lo que dice el cliente es importante ya que si el cliente desea con ciertas características pues debemos cumplir y lamentablemente tenemos mucha competencia ya que si no cumplimos se van a Colombia, Holanda y nos quedamos con las rosas.

12. ¿Cómo evalúa usted la competencia internacional de rosas de otros países productores comparados con el Ecuador?

La producción de Colombia especialmente de Bogotá es muy parecida a la ecuatoriana se debe analizar sobre todo el movimiento de la comercialización internacional, se maneja campañas de nominación de las rosas, campaña del ministerio de turismo ya que debemos de marcar la diferencia este es un factor fundamental.

13. ¿Qué criterio usted manifiesta sobre la exportación de rosas desde el Carchi especialmente el Ángel al mercado de Rusia?

El Ángel tiene un producto muy interesante Rusia se detalla por los tallos largos tales como de 1.5m y 1.6m ya hay la logística de las cajas, pero si Rusia quisiera un tallo de 2m nosotros podemos por la calidad de la rosa por eso sobresale y en ese sentido la preferencia aquí viene del calibre de la rosa como tal y del tema del tallo es por ello que podemos llegar a este mercado causa impacto psicológico en el consumidor e inclusive de durabilidad.

14. ¿Existe información si el consumidor ruso percibe la calidad de la rosa?

La mejor información son las Estadísticamente que se mantienen o crecen en ciertos rasgos un factor que va as halla de lo psicológico.

7.7.3. Entrevista realizada al funcionario de AGROCALIDAD: Ing. Víctor Pozo

1. ¿Cuál es la situación actual del Ecuador con respecto a la comercialización internacional de las rosas?

En la actualidad la provincia del Carchi ha sido una actividad accedente por que se inició en el año 2014 tenía una producción de 15 operadores hoy en día hay 27 operadores o sitios de producción se habla de unas 80 a 100 hectáreas de producción de rosas les va muy bien porque el Carchi está caracterizado por tener una rosa de calidad.

Los problemas fitosanitarios más nombrados son trips y ácaros se habla también de hongos vellosos, botritis son problemas que se presentan en la actualidad.

2. ¿Qué productos se comercializan internacionalmente desde la provincia del Carchi y cuáles son los preferidos?

La provincia del Carchi exporta la rosa en grandes cantidades no se lo hace directamente se presiona en el punto de origen y luego se va a carguera que es en el aeropuerto y desde ahí se hace el fitosanitario de exportación otro producto es el mago hay una exportación a Colombia en el año 2018.

3. ¿Cómo ha evolucionado la actividad florícola del Carchi referente a comercialización de mercados internacionales?

Ha evolucionado muy bien ya que la flor del Carchi se va a países que son exigentes tales como Rusia y E.E.U.U países europeos se está abriendo mercados en China y Japón AGROCALIDAD ha cumplido con todas las necesidades del país importador las fincas son certificadas hablando de Rusia que es el más exigen con respecto a protocolos de trips y ácaros se menciona que la rosa debe ingresar a Rusia con 0 trips vivos.

4. ¿Qué criterio tiene usted sobre la actividad de exportación de flores desde el Carchi?

AGROCALIDAD se encarga de verificar que las fincas realicen aplicaciones plan de contingencias plan de manejo de plagas plan de capacitación realizan inspecciones en la post cosecha donde se verifica el cargamento que sale en el día el operador debe cumplir con ciertos parámetros se revisa los bonches golpeteando con el fin de verificar que no salgan trips vivos.

5. ¿Qué tipo de asesoramiento brindan ustedes en el Carchi a los exportadores de flores?

Brindan asesoramiento en base a la normativa de AGROCALIDAD se maneja el acuerdo 390 donde establece que el usuario que desee convertirse en exportador lo primero que debe hacer es registrarse en el sistema guía es una base de datos de AGROCALIDAD tiene que estar constando en la matriz luego se realiza una inspección para verificar que tenga el cultivo y post cosecha para que cumplan con los parámetros de calidad se realiza monitoreo semanalmente para que realizan bien el golpeteo la cosechas también se capacita en el procedimiento de exportación y hacer cumplir la normativa.

6. ¿Cuál es la ventaja competitiva de la rosa ecuatoriana especialmente del Carchi con respecto a la competencia Nacional e Internacionales?

La ventaja es que tenemos un buen clima ya que estamos ubicados en una zona alta y se cuenta con suelos buenos obteniendo así buena calidad de rosas cumplimos con los parámetros exigidos por mercados internacionales no es muy difícil como provincia competir por que los operadores están capacitados en el manejo del cultivo y el lugar es apto para el cultivo de rosas de calidad.

7. ¿Qué principales estrategias deben usar los exportadores de flores del Carchi para la ubicación de la rosa en mercados internacionales?

Según los operadores las tácticas en las cuales se están enfocados es la calidad para obtener mayor competitividad es la estrategia que utiliza el Carchi lo que hacen es subir un poco en el costo de producción por tallo para obtener mayor competitividad pero va hacer más aceptado en el país importador la mayoría exporta a Rusia es así que han optado por obtener rosas de calidad para poder competir se ha optado por hacer las negociaciones directamente ya que en algunas

ocasiones ha habido inconvenientes porque en aparecen compradores ficticios que piden las rosas y al momento de pagar nunca les pagan esto paso en el año 2014 y algunas fincas de rosas se fueron a la quiebra en base a la experiencia que tienen han optado por la negociación directa.

8. ¿Cuál es para la institución el mercado objetivo para la exportación de rosas?

Rusia es el mejor mercado objetivo porque es el que mejor paga el tallo a pesar que es el que exige más obligan a los productores de rosas a obtener certificaciones E.E.U.U también es un buen mercado paga bien pero no como lo hace Rusia otros países que demandan las rosas del Carchi es Australia paga bien pero exige que la flor este certificada con el protocolo de vitalización el cual consiste en que el tallo este inerte no debe de crecer deben de hacer antes ensayos exigen más en el caso de Chile se exporta flores de tipo B o también conocida como flor nacional es decir que no hay muchas exigencias es una estrategia para no perder el mismo caso se da en Perú.

9. ¿Cuáles serían las recomendaciones a nuevos exportadores de rosas del Carchi?

Se les recomienda capacitarse antes de inicial con la producción de rosas porque en ocasiones las fincas desconocen las normativas de AGROCALIDAD también el procedimiento con la aduana respecto a documentos de exportación las exigencias del país importador y obtener una buena logística.

10. ¿Cuáles considera usted que son los mejores mercados internacionales para exportar flores desde el Carchi actualmente?

En las inspecciones que se realizan en la post se pregunta a que país se va a realizar la exportación a E.E.U.U, pero en su mayoría se enfocan a Rusia.

11. ¿Qué criterio tiene usted sobre la rigurosidad de calidad que exige el mercado internacional y que acciones deben realizar los exportadores de flores del Carchi?

Son parámetros que establecen cada país que este bien realizado el procedimiento se establecen parámetros para que no tengan plagas en Ecuador tenemos una resolución la 122 que nos habla de plagas cuarentenarias esto quiere decir que esta plaga no hay en el país es por ello que cada país exigen a las importaciones certificados para que no ingresen plagas porque cada

país maneja este tipo de procedimientos por que protegen de una y otra manera la producción de su país esto sucedió en el caso de la papa que ingreso un plaga que no teníamos y se llenó de la misma. Es por ello que Rusia exige que las rosas lleguen con 0 trips vivos para no arriesgarse.

12. ¿Cómo evalúa usted la competencia internacional de rosas de otros países productores comparados con el Ecuador?

Se compete en calidad una competencia internacional es Colombia un ejemplo claro seria cuando Rusia compra flores a Ecuador a 40 centavos el tallo y Colombia les vende a 20 centavos es una competencia que se sale de las manos esto se debe a la moneda es por ello que no podemos competir en ese sentido con Colombia por que les alcanza a bajar el precio de rosas.

13. ¿Qué criterio usted manifiesta sobre la exportación de rosas desde el Carchi especialmente el Ángel al mercado de Rusia?

El Ángel es un sitio adecuado para la producción de rosas por que obtienen flor de mejor calidad a pesar de que Bolívar también es un buen lugar porque al año se obtienen 2 cosechas al año en tallos de 1.60 a 1.70 pero no se obtienen rosas de gran calidad en el caso del Ángel se obtiene una cosecha al año, pero son de mejor calidad ya que según la literatura el sitio óptimo es Bolívar, pero de acuerdo a las exigencias del mercado el Ángel cumple con esto.

14. ¿Existe información si el consumidor ruso percibe la calidad de la rosa?

Establecen numeraciones de calidad en base al grosos del tallo tipo A, B, C si el botón es de menor tamaño es A es menor costo y así dependiente del botón se paga mejor.

7.7.4. Entrevista realizada al funcionario de la Cámara de la Pequeña Industria: Capitán Jorge Clavijo

1. ¿Cuál es la situación actual del Ecuador con respecto a la comercialización internacional de las rosas?

La situación del Ecuador con respecto a la producción de rosas se ha proliferado en los diferentes sectores como pichincha, Tabacundo, Cayambe, Cotopaxi, Carchi por que la rosa

ecuatoriana son muy llamativas para el mercado exterior esto se debe a la calidad es mejor que la colombiana.

2. ¿Qué productos se comercializan internacionalmente desde la provincia del Carchi y cuáles son los preferidos?

Los productos que comercializamos a nivel de la CAN es el aguacate, aceite de aguacate, mango, flores, café.

3. ¿Cómo ha evolucionado la actividad florícola del Carchi referente a comercialización de mercados internacionales?

La florícolas del Carchi tienen una flor de calidad y están muy bien posicionados en los mercados internacionales es rentable esta actividad.

4. ¿Qué criterio tiene usted sobre la actividad de exportación de flores desde el Carchi?

Es muy buena para la reactivación económica de la provincia del Carchi pero creo que se debe dar mayor agilidad por parte del gobierno con el apoyo económico y agrícola para que haya fuentes de trabajo ya que estas empresas son las generadoras de empleo.

5. ¿Qué tipo de asesoramiento brindan ustedes en el Carchi a los exportadores de flores?

Se les capacita en Leyes, Normas y criterios de Origen.

6. ¿Cuál es la ventaja competitiva de la rosa ecuatoriana especialmente del Carchi con respecto a la competencia Nacional e Internacionales?

La competencia nacional es prácticamente la misma porque tienen una buena calidad de rosas por su parte en la competencia internacional se puede decir que nuestro principal competidor es Holanda porque tiene una buena rosa a pesar de esto los clientes prefieren la rosa ecuatoriana por su calidad, color y durabilidad.

7. ¿Qué principales estrategias deben usar los exportadores de flores del Carchi para la ubicación de la rosa en mercados internacionales?

La estrategia principal siempre es y será la calidad de la rosa el tamaño del tallo su color y sobre todo la durabilidad de la misma es importante también que se cumpla con las expectativas de los clientes internacionales.

8. ¿Cuál es para la institución el mercado objetivo para la exportación de rosas del Carchi?

E.E.U.U es la prioridad Europa y sobre todo Rusia son excelentes mercados objetivos.

9. ¿Cuáles serían las recomendaciones a nuevos exportadores de rosas del Carchi?

Que se mejore el producto porque hoy en día otros países productores de rosas se están tecnificando y nosotros no nos podemos quedar atrás.

10. ¿Cuáles considera usted que son los mejores mercados internacionales para exportar flores desde el Carchi actualmente?

E.E.U.U, Europa, Rusia, China.

11. ¿Qué criterio tiene usted sobre la rigurosidad de calidad que exige el mercado internacional y que acciones deben realizar los exportadores de flores del Carchi?

Lo que más exigen es calidad y certificación de los VPM tener la calidad que ellos exigen un ejemplo Europa exige que todo lo que ingrese a su país debe ser orgánico y debemos de cumplir esto porque caso contrario perderemos clientes.

12. ¿Cómo evalúa usted la competencia internacional de rosas de otros países productores comparados con el Ecuador?

Hay otros países que están sobre la calidad de la rosa ecuatoriana, pero a pesar de esto la rosa ecuatoriana es muy demanda por su excelente calidad de la rosa.

13. ¿Qué criterio usted manifiesta sobre la exportación de rosas desde el Carchi especialmente el Ángel al mercado de Rusia?

Es una gran oportunidad para la provincia por que genera más empleo y ayuda a la economía.

14. ¿Existe información si el consumidor ruso percibe la calidad de la rosa?

Rusia se percibe la calidad porque le gusta su aroma, durabilidad y sobre todo la excelente calidad es por ello que en fechas especiales es muy apetecida la rosa ecuatoriana.

7.7.5. Entrevista realizada al funcionario de la Cámara de Comercio de Tulcán: Ing. Diego Tarupi

1. ¿Cuál es la situación actual del Ecuador con respecto a la comercialización internacional de las rosas?

Permanentemente el Ecuador ha sido un actor importante en el tema de producción y comercialización de rosas a nivel internacional siempre ha sido un país que ha generado productos de calidad y en este caso la rosa está en el mercado muy bien posesionada.

2. ¿Qué productos se comercializan internacionalmente desde la provincia del Carchi y cuáles son los preferidos?

La provincia del Carchi realiza exportación de aguacate, café entre otros productos, pero la más importante son las flores que son de muy buena calidad.

3. ¿Cómo ha evolucionado la actividad florícola del Carchi referente a comercialización de mercados internacionales?

Se tiene entendido que la empresa Golden estaba trabajando en la zona de Bolívar provincia del Carchi tenía muy buen resultado, pero lastimosamente se sabe que cerro por problemas internos, pero cabe mencionar que la calidad de la rosa era de buena calidad esto impulso a otros productores a seguir adelante logrando así posesionarse en mercados internacionales.

4. ¿Qué criterio tiene usted sobre la actividad de exportación de flores desde el Carchi?

Es una excelente oportunidad de negocio por cuanto se ha mencionado existe una producción desde la provincia del Carchi de flores es de buena calidad ayuda a expandir este tipo de productos alternativos.

5. ¿Qué tipo de asesoramiento brindan ustedes en el Carchi a los exportadores de flores?

Se les brinda ayuda en cuanto al posicionamiento de la empresa y aclarando cualquier tipo de duda en cuanto la exportación de sus productos.

6. ¿Cuál es la ventaja competitiva de la rosa ecuatoriana especialmente del Carchi con respecto a la competencia Nacional e Internacionales?

La posición geográfica que tiene el Ecuador es una gran ventaja porque nos encontramos cerca del centro del mundo la posición directa del sol hace que tengamos producción de rosa de calidad.

7. ¿Qué principales estrategias deben usar los exportadores de flores del Carchi para la ubicación de la rosa en mercados internacionales?

En este tema es importante mencionar la calidad y la durabilidad de la rosa ya que los mercados son muy exigentes y debemos estar al día con cada una de sus exigencias.

8. ¿Cuál es para la institución el mercado objetivo para la exportación de rosas?

El mercado objetivo debe ser todo el mundo para lograr ampliarse a la mayoría de mercados internacionales ya que es una gran oportunidad para el país y sobre todo para la provincia del Carchi esto a través de la generación de ingresos de divisas.

9. ¿Cuáles serían las recomendaciones a nuevos exportadores de rosas del Carchi?

Con las experiencias que existen de otros exportadores de diferentes zonas que realizan esta actividad de producción y comercialización de flores ir de la mano para obtener mayor acercamiento con el comité empresarial ecuatoriano donde asiste la asociación de floricultores y

que pertenezcan a estas asociaciones y así obtener capacitación para que puedan mejorar sus exportaciones.

10. ¿Cuáles considera usted que son los mejores mercados internacionales para exportar flores desde el Carchi actualmente?

Se sabe que están exportando a E.E.U.U y que están abriendo paso a Rusia, China son potenciales mercados destino donde tendrá gran acogida la rosa del Carchi.

11. ¿Qué criterio tiene usted sobre la rigurosidad de calidad que exige el mercado internacional y que acciones deben realizar los exportadores de flores del Carchi?

Tenemos que cumplir con la calidad que nos exigen los mercados internacionales para generar nuestros negocios a mediano y largo plazo caso contrario si no cumplimos con las exigencias simplemente perderemos los clientes es por ello que debemos generar productos de excelente calidad para poder competir con otros productores de flores.

12. ¿Cómo evalúa usted la competencia internacional de rosas de otros países productores comparados con el Ecuador?

Todos los países quieren mejorar la calidad de sus productos es por ende que nos queda otra alternativa que estar a la vanguardia de la tecnología que vienen desarrollando a nivel internacional para la producción de flores y con la maximización de los recursos para obtener las utilidades adecuadas y ser sostenibles a lo largo del tiempo con la producción de flores.

13. ¿Qué criterio usted manifiesta sobre la exportación de rosas desde el Carchi especialmente el Ángel al mercado de Rusia?

Es una excelente oportunidad ya que Rusia tiene un gran mercado potencial que requieren de rosas de calidad y en el Ángel provincia del Carchi se produce rosas de excelente calidad.

14. ¿Existe información si el consumidor ruso percibe la calidad de la rosa?

A nivel internacional se puede percibir la calidad dependiendo de donde se las produce depende de la percepción y duración de la misma.

7.7.6. Entrevista realizada al supervisor de la empresa Altas Cumbres Flowers Sr. Diego Cisneros.

1. ¿Cuál es la situación actual del Ecuador con respecto a la comercialización internacional de las rosas?

Ecuador es uno de los países principales de comercialización de rosas esto se debe a la buena calidad que se ofrece.

2. ¿Qué productos se comercializan internacionalmente desde la provincia del Carchi y cuáles son los preferidos?

Los principales productos son las rosas el aceite de aguacate el café entre otros, pero el más importante es la comercialización de las rosas.

3. ¿Cómo ha evolucionado la actividad florícola del Carchi referente a comercialización de mercados internacionales?

Ha evolucionado de forma positiva ya que las flores del Carchi tienen una buena calidad y esto es bueno porque nos ayuda a mejorar la competitividad.

4. ¿Qué criterio tiene usted sobre la actividad de exportación de flores desde el Carchi?

Es preferida por los clientes internacionales por que posee características únicas.

5. ¿Qué tipo de asesoramiento les brindan a ustedes en el Carchi como exportadores de flores?

AGROCALIDAD brinda charlas de enfermedades de campo para así prevenir plagas y tener una rosa de calidad entre otras como Proecuador que ayudan a comercializarla.

6. ¿Cuál es la ventaja competitiva de la rosa ecuatoriana especialmente del Carchi con respecto a la competencia Nacional e Internacionales?

La calidad de la rosa porque siempre hay parámetros establecidos y en base a eso se clasifica y se exporta.

7. ¿Qué principales estrategias deben usar los exportadores de flores del Carchi para la ubicación de la rosa en mercados internacionales?

La mejor forma es promocionar la calidad de las rosas en ferias internacionales.

8. ¿Cuál es para la institución el mercado objetivo para la exportación de rosas?

Rusia es el mejor porque paga más por longitud del tallo en el caso de los americanos pagana por calidad de la rosa.

9. ¿Cuáles serían las recomendaciones a nuevos exportadores de rosas del Carchi?

Que tengan asesoramiento sobre todo conocimiento para obtener una buena siembra y buen manejo de rosas y así mejorar el producto.

10. ¿Cuáles considera usted que son los mejores mercados internacionales para exportar flores desde el Carchi actualmente?

Rusia por ser un gran mercado países europeos, E.E.U.U y Canadá.

11. ¿Qué criterio tiene usted sobre la rigurosidad de calidad que exige el mercado internacional y que acciones deben realizar los exportadores de flores del Carchi?

Exigen el tamaño de botón que sea similar el punto de corte y sobre todo 0 enfermedades en el botón y plagas en el follaje.

12. ¿Cómo evalúa usted la competencia internacional de rosas de otros países productores comparados con el Ecuador?

El Ecuador comparado con otros productores hablando de la zona norte tiene como ventaja su clima el cual permite producir todo el año y tener flores con características únicas.

13. ¿Qué criterio usted manifiesta sobre la exportación de rosas desde el Carchi especialmente el Ángel al mercado de Rusia?

Es muy bueno por que brinda trabajo y ayuda a la economía del Carchi el mercado ruso es muy bueno el Ángel cuenta con una rosa única que es muy acogida en mercados internacionalmente.

14. ¿Existe información si el consumidor ruso percibe la calidad de la rosa?

El cliente percibe la calidad mediante un control de calidad por que exigen 0 plagas entre otras y que sea de excelente calidad.

7.7.7. Entrevista realizada al gerente de la empresa Tierra Verde Flowers de la provincia del Carchi: MSc. David Herrera

1. ¿En dónde se encuentra ubicada su empresa?

Tierra Verde Sociedad Civil y Comercial está ubicada en Bolívar- Carchi específicamente en el barrio San Joaquín vía la Esperanza.

2. ¿Desde cuándo iniciaron las operaciones de su empresa?

Desde marzo 2013.

3. ¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?

Entre administrativos y operarios un total de 24 personas.

4. ¿Con cuantas hectáreas cuenta para la producción de flor?

2 hectáreas para la producción

5. ¿Cuál es la capacidad de producción de su empresa?

Alrededor de 3.500 tallos al día.

6. ¿Qué tipo de flor es la que produce?

Proud, Señorita, Quick sand, Hermosa, Rosita véndela, Alba, Pink Floyd, Explorer, Carrousel, Engagement, Paloma, Mondial, Freedom.

7. ¿Cómo percibe la situación actual del sector florícola de la provincia del Carchi?

Es un sector que tuvo bastante crecimiento, se estima que en la provincia existen más de 100 hectáreas para la producción. El sector florícola aporta al desarrollo de la provincia, genera empleo y la calidad de rosa que se produce en el Carchi se debe aprovechar, somos una provincia cuyo clima aporta a generar una rosa de excelente calidad, la producción en un clima frío hace que la rosa tenga mayor durabilidad.

8. ¿Ha recibido algún tipo de incentivo por parte de instituciones del gobierno, si su respuesta es sí indique cuáles?

Si, en temas de control de plagas, los técnicos de Agrocalidad hacen visitas a la planta de producción constantemente, pues la calidad de la rosa no solo habla de la empresa que las produce sino también del país en donde se las produce. Agrocalidad controla principalmente temas de plagas, capacitaciones, y las inspecciones post-cosecha.

9. ¿Cuáles son sus mercados actuales, nacionales e internacionales?

De la producción total aproximadamente el 35% se destina al mercado nacional, la venta es a mayorista y referente al mercado internacional la exportación se la realiza a España, Colombia, Estados Unidos y Rusia.

10. ¿Qué empresas nacionales considera su competencia?

Hilsea Investments Limited, Falconfarms de Ecuador, Flores Equinocciales Sa Florequisa.
4.000 Hectáreas rosas a nivel nacional.



Figura 27 Producción de rosas
Fuente: Empresa Altas Cumbres Flowers



Figura 28 Selección de las rosas
Fuente: Empresa Altas Cumbres Flowers



Figura 29 Organizar de acuerdo al tamaño de los tallos
Fuente: Empresa Altas Cumbres Flowers



Figura 30 Realizar el bonche
Fuente: Empresa Altas Cumbres Flowers



Figura 31 Cuarto frío de almacenamiento temporal
Fuente: Empresa Altas Cumbres Flowers



Figura 32 Caja para exportación
Fuente: Empresa Altas Cumbres Flowers



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

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

NOMBRE: LIMA ESCOBAR JESSICA PAOLA
NIVEL/PARALELO: EGRESADA

CÉDULA DE IDENTIDAD: 0401721493
PERIODO ACADÉMICO: ABR - AGO 2019

TEMA DE INVESTIGACIÓN: "OPORTUNIDAD DE MERCADOS INTERNACIONALES PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE FLORES DE LA EMPRESA ALT CUMBRES FLOWERS DE LA PROVINCIA DEL CARCHI"

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

PRESIDENTE: MSC. REALPE DELGADO OFELIA BEATRIZ
LECTOR: MSC. RUANO ENRIQUEZ LORENA ELIZABETH
ASESOR: MSC. LÓPEZ CADENA JULIO IVAN

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

EDIFICIO DE AULAS: 1 **AULA:** 12

FECHA: 08 DE JULIO DE 2019

HORA: 10H00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 5,25
2) Trabajo escrito 2,50
Nota final de PRE DEFENSA 7,75

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

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

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el 08 DE JULIO DE 2019

MSC. REALPE DELGADO OFELIA BEATRIZ
PRESIDENTE

MSC. LÓPEZ CADENA JULIO IVAN
TUTOR

MSC. RUANO ENRIQUEZ LORENA ELIZABETH
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones

