

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR NEGOCIACIÓN COMERCIAL
INTERNACIONAL**

Tema: “Oportunidades para la internacionalización del sector florícola de la Provincia del Carchi según acuerdo comercial entre Ecuador-Unión Europea”

Trabajo de titulación previa la obtención del
Título de Ingeniero en Comercio Exterior y
Negociación Comercial Internacional

AUTOR: Edison Alexander López Nasamues

TUTOR: MSc. Patricia Montenegro

TULCÁN - ECUADOR

2019

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR

Certificamos que el estudiante Edison Alexander López Nasamues con número de cédula 040174007-1 ha elaborado el trabajo de titulación: “Oportunidades para la internacionalización del sector florícola de la Provincia del Carchi según acuerdo comercial entre Ecuador-Unión Europea”

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



.....

MSc. Patricia Montenegro



.....

MSc. José Luis Vallejo

Tulcán, 22 de febrero de 2019

AUTORÍA DE TRABAJO

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

Yo, Edison Alexander López Nasamues con cédula de identidad número 040174007-1 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal. Los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



.....
Edison Alexander López Nasamues

Tulcán, 22 de febrero de 2019

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Edison Alexander López Nasamues declaro ser autor de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Oportunidades para la internacionalización del sector florícola de la Provincia del Carchi según acuerdo comercial entre Ecuador-Unión Europea” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



.....

Edison Alexander López Nasamues

Tulcán, 22 de febrero de 2019

AGRADECIMIENTO

En primer lugar doy gracias a Dios porque siempre me acompaña donde estoy y me ayuda a sobresalir en todos los objetivos que tengo planificado.

A mis padres Guadalupe Nasamues y Arturo López que con su apoyo incondicional y sacrificio me han guiado desde pequeño y dan todo de sí para que yo me supere día a día.

También agradezco por el apoyo y cariño de mis hermanos, ya que fue muy fundamental para culminar otra meta más en mi vida y que es tan importante para mí.

DEDICATORIA

Todo mi esfuerzo y sacrificio reflejado en este trabajo arduo se lo dedico a mi madre Guadalupe Nasamues que siempre me apoyó a seguir estudiando y me impulsó a obtener este resultado, también se lo dedico a mi Padre Arturo López que con su trabajo diario aprendí a sacrificarme para lograr este objetivo, no olvido que esto lo conseguí por el apoyo de mis hermanos y hermanas.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR	2
AUTORÍA DE TRABAJO	3
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	4
AGRADECIMIENTO	5
DEDICATORIA	6
RESUMEN.....	14
ABSTRACT.....	15
INTRODUCCIÓN	16
I. PROBLEMA.....	17
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	17
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	18
1.3. JUSTIFICACIÓN	19
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	20
1.4.1. Objetivo General.....	20
1.4.2. Objetivos Específicos.....	20
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	20
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	21
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	21
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	24
III. METODOLOGÍA	27
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO.....	27
3.1.1. Enfoque.....	27
3.1.1.1. Enfoque cualitativo.....	27
3.1.1.2. Enfoque cuantitativo.....	27
3.1.2. Modalidad	28
3.1.2.1. Descriptiva.....	28
3.1.2.2. Correlacional.....	29
3.1.3. Tipo de Investigación.....	29
3.1.3.1. Investigación mixta.....	29
3.1.3.1.1. Investigación de documental	30
3.1.3.1.2. Investigación de campo	30
3.1.3.2. Investigación exploratoria	31
3.1.3.3. Investigación transversal	32
3.2. IDEA A DEFENDER	32
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	32
3.3.1. Métodos utilizados	33
3.3.1.1. Método deductivo	34
3.3.1.2. Método inductivo.....	34
3.3.1.3. Método analítico	35
3.3.1.4. Método sintético	35

3.3.2.	Técnicas para la recolección de datos.....	35
3.3.2.1.	Entrevista no estructurada	36
3.3.2.2.	Encuesta.....	36
3.3.2.3.	Datos secundarios.....	36
3.3.2.4.	Observación.....	37
3.4.	ANÁLISIS ESTADÍSTICO	37
3.4.1.	Población y muestra.....	37
3.4.2.	Procesamiento y análisis de datos.....	38
3.4.2.1.	Balanza comercial y de pagos macro.....	38
3.4.2.1.1.	Balanza comercial	38
3.4.2.1.1.1.	Balanza comercial Ecuador año 2017	39
3.4.2.1.2.	Balanza de pagos del Ecuador.....	40
3.4.2.2.	Ventas a nivel mundial de flores.....	41
3.4.2.3.	Países importadores de flores.....	44
3.4.2.4.	Productores-exportadores de flores en Ecuador.....	45
3.4.2.5.	Exportaciones de flores desde Ecuador.....	49
3.4.2.5.1.	Balanza comercial de las flores ecuatorianas	49
3.4.2.5.2.	Exportaciones de flores 2013-2017 miles de dólares	49
3.4.2.5.3.	Exportaciones por tipo de flor	50
3.4.2.5.4.	Valor FOB miles de USD y toneladas métricas exportadas por tipo de flor en el año 2016-2017	51
3.4.2.5.5.	Análisis exportación de flores Tasa Media de Crecimiento Anual	52
3.4.2.5.6.	Exportaciones por destino de las flores ecuatorianas	53
3.4.2.6.	Normas generales aduaneras de ingreso para las flores en la UE.....	54
3.4.2.6.1.	Requisitos fitosanitarios	54
3.4.2.6.2.	Etiquetado.....	55
3.4.2.6.3.	Requisitos del mercado.....	55
3.4.2.6.4.	Requisitos admisibles para ingreso de productos agrícolas a la UE.....	56
3.4.2.7.	Barreras arancelarias para ingreso de las flores ecuatorianas a la UE....	58
3.4.2.8.	Diagnóstico y selección del mercado meta	58
3.4.2.8.1.	Análisis comercial por país	59
3.4.2.8.2.	Holanda.....	59
3.4.2.8.3.	Balanza comercial de Ecuador con Holanda	59
3.4.2.8.4.	Balanza comercial de Ecuador con Italia	61
3.4.2.8.5.	Balanza comercial de Ecuador con España	62
3.4.2.9.	Factores PESTEL países seleccionados	63
3.4.2.9.1.	Población de los países seleccionados.....	65
3.4.2.10.	Selección del mercado meta.....	66

3.4.2.10.1. Segmentación geografía	67
3.4.2.10.2. Segmentación psicográfica	67
3.4.2.10.2.1. Aspecto económico	67
3.4.2.10.2.2. Aspecto Político	68
3.4.2.10.2.3. Aspecto cultural y social	68
3.4.2.10.3. Segmentación de mercado	69
3.4.2.10.3.1. Número poblacional.....	69
3.4.2.10.4. Perfil del consumidor de Madrid	71
3.4.2.10.4.1. Segmentación demográfica.....	71
3.4.2.10.4.2. Población Económicamente Activa de Madrid	71
3.4.2.10.4.3. Poder adquisitivo de los madrileños	73
3.4.2.10.4.4. Gustos y preferencias	74
3.4.2.10.4.5. Formas de consumo	75
3.4.2.10.4.6. Estacionalidad del consumo.....	76
3.4.2.10.4.7. Lugares de compra y sustitutos que prefieren los madrileños	76
3.4.2.10.5. Demanda insatisfecha de las flores.....	77
3.4.2.10.5.1. Consumo nacional aparente	77
3.4.2.11. Estudio Técnico.....	78
3.4.2.11.1. Análisis de la situación de producción de las empresas florícolas de la provincia del Carchi.	78
3.4.2.11.1.1. Florícolas de la provincia y ubicación	78
3.4.2.11.1.2. Producción del sector florícola de la provincia del Carchi	79
3.4.2.11.1.3. Ventas nacionales e internacionales de rosas carchenses	82
3.4.2.11.1.4. Empresas florícolas del Carchi que cuentan con normas de calidad ..	84
3.4.2.11.1.5. Número de trabajadores	84
3.4.2.12. Análisis de competitividad	85
3.4.2.12.1. Matriz POAM de las empresas mejor ubicadas.....	85
3.4.2.12.2. Análisis de la empresa mejor posicionada.....	85
3.4.2.12.3. Organigrama de la florícola StampsyBox CIA LTDA.	86
3.4.2.12.4. Imagen de la empresa	87
3.4.2.12.5. Áreas de servicio en el campo floricultor	88
3.4.2.12.6. Descripción del servicio	88
3.4.2.12.7. Mapa de procesos de StampsyBox CIA LTDA.....	89
3.4.2.12.8. Descripción de procesos	90
3.4.2.12.8.1. Procesos claves	90
3.4.2.12.9. Flujos de procesos claves	91
3.4.2.12.10. Cumplimiento de barreras no arancelarias y etiquetado, empaque y embalaje para la exportación.....	94

3.4.2.12.10.1. Barreras no arancelarias.....	94
3.4.2.12.10.2. Etiquetado	94
3.4.2.12.10.3. Empaque y embalaje.....	94
3.4.2.12.10.4. Cubicaje StampsyBox CIA LTDA.	95
3.4.2.12.10.5. Estimación de ventas para la empresa StampsyBox CIA LTDA.	96
3.4.2.12.10.6. Término de negociación según INCOTERMS	96
3.4.2.13. Proceso de documentación en Ecuador para la exportación.....	98
3.4.2.14. Costos bancarios.....	98
3.4.2.15. Manipulación de embarque	99
3.4.2.16. Costos agentes de aduana	99
3.4.2.17. Estudio financiero.....	99
3.4.2.17.1. Principales variedades que produce.	104
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	106
4.1. RESULTADOS	106
4.1.1. Análisis de la situación actual	106
4.1.1.1. Número de florícolas en el Carchi.....	106
4.1.1.2. Variedad de flores producidas en la provincia del Carchi.....	107
4.1.2. Elección del mercado meta para identificar las oportunidades de internacionalizar el sector florícola del Carchi tomando en cuenta la aplicación del Acuerdo Multipartes	108
4.1.2.3. Principales destinos de las flores ecuatorianas.....	109
4.1.3. Análisis POAM	110
4.1.4. Segmentación de mercado según el número poblacional.....	110
4.1.4.1. Población de Madrid.....	112
4.1.4.2. Población Económicamente Activa de Madrid	112
4.1.5. Encuesta dirigida a los habitantes de Madrid	113
4.1.6. Encuesta dirigida a los representantes de las florícolas del Carchi	125
4.1.7. Entrevista dirigida a productor, exportador y promotor del sector florícola....	137
4.2. DISCUSIÓN	141
4.2.1. Análisis de Objetivos.....	141
4.2.2. Análisis comparativo referencia bibliográfica.....	142
4.2.3. Análisis teórico	145
4.2.4. Exportaciones antes y después de la firma del Acuerdo Multipartes Valor FOB miles de USD y toneladas métricas	146
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	147
5.1. CONCLUSIONES	147
5.2. RECOMENDACIONES.....	148
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	149
Bibliografía	149
VII. ANEXOS.....	152

Índice de tablas

Tabla 1 Operacionalización de variable.....	32
Tabla 2 Número de Florícolas del Carchi	37
Tabla 3 Principales países exportadores de flores USD	42
Tabla 4 Principales países exportadores de flores TM	43
Tabla 5 Principales países importadores de flores USD	44
Tabla 6 Principales países importadores de flores Unión Europea.....	45
Tabla 7 Número de florícolas producto-exportadoras y despachos de flores excluyendo las rosas.....	46
Tabla 8 Empresas producto-exportadoras de flores USD excepto rosas	46
Tabla 9 Número de florícolas producto-exportadoras y despachos de rosas subpartida 0603.11.00.00.....	47
Tabla 10 Principales empresas producto-exportadoras de rosas USD.....	48
Tabla 11 Exportación de flores naturales 2013-2017	49
Tabla 12 Exportaciones totales por tipo de flor	50
Tabla 13 Exportaciones por tipo de flor Ecuador FOB-toneladas 2016-2017.....	51
Tabla 14 Tasa media de crecimiento anual 2013-2018 exportación de flores EC.....	52
Tabla 15 Principales destinos de las exportaciones de flores ecuatorianas 2017 (TM Y FOB miles).....	53
Tabla 16 Diagnóstico mercado meta UE	58
Tabla 17 Factores PESTEL de Holanda, Italia y España.....	63
Tabla 18 Análisis poblacional de Holanda, Italia y España.....	65
Tabla 19 Distribución de la población española por género	69
Tabla 20 Las provincias de España con más habitantes	69
Tabla 21 Las ciudades de España con más habitantes	69
Tabla 22 Principales ciudades de España importadoras de flores ecuatorianas 2017	70
Tabla 23 Principales ciudades donde se adquiere flores en España.....	70
Tabla 24 Población de Madrid por edades y género 2017	71
Tabla 25 Población Económicamente Activa de Madrid por género 2017	71
Tabla 26 Población EA por género según sector económico 2017.....	72
Tabla 27 PEA Madrid según situación profesional. % 2017	72
Tabla 28 Ciudades españolas con mayor poder adquisitivo	73
Tabla 29 Fechas estacionales donde más se consume flores en Madrid.....	76
Tabla 30 Proyección de la demanda insatisfecha mediante la aplicación de la fórmula de la CNA.....	77
Tabla 31 Florícolas del Carchi	78
Tabla 32 Producción florícola del cantón Espejo según encuestas realizadas.....	79
Tabla 33 Producción estimada de las florícolas del cantón Espejo	80
Tabla 34 Producción florícola del cantón Bolívar y Mira según encuestas realizadas.....	80
Tabla 35 Producción estimada de las florícolas de los cantones Mira y Bolívar.....	81
Tabla 36 Resumen de la producción de rosas por cantón en la Provincia del Carchi 2017.....	81
Tabla 37 Ventas internacionales de rosas del Carchi	82
Tabla 38 Principales destinos de las rosas del Carchi.....	83
Tabla 39 Florícolas del Carchi con Certificación Fitosanitaria	84
Tabla 40 Matriz POAM	85
Tabla 41 Cubicaje de la florícola StampSyBox.....	95
Tabla 42 Paletización de la carga.....	96

Tabla 43 Estimación de ventas para la empresa StampSyBox CIA LTDA TM.	96
Tabla 44 Término de negociación convenido para StampSyBox CIA LTDA.	96
Tabla 45 Valor unitario de una unidad comercial en valor FOF incluido la utilidad de 15%	97
Tabla 46 Proceso de documentación en Ecuador para la exportación.....	98
Tabla 47 Costos bancarios	99
Tabla 48 Manipuleo de embarque	99
Tabla 49 Costos agente de aduana.....	99
Tabla 50 Activos fijos del estado financiero	99
Tabla 51 Inversión inicial	100
Tabla 52 Financiamiento	100
Tabla 53 Costos de producción.....	101
Tabla 54 Gastos administrativos.....	101
Tabla 55 Gastos de exportación.....	101
Tabla 56 Estado de resultados	102
Tabla 57 Flujo de efectivo neto con financiamiento VAN y TIR	103
Tabla 58 Resumen VAN y TIR	103
Tabla 59 Principales variedades de rosas producidas por la florícola	104
Tabla 60 Variedad de rosas.....	107
Tabla 61 Resultado POAM.....	110
Tabla 62 Habitantes de España.....	111
Tabla 63 Principales ciudades importadoras de flores ecuatorianas 2017.....	111
Tabla 64 PEA Madrid	112
Tabla 65 Género.....	113
Tabla 66 Edad de los encuestados	114
Tabla 67 Qué tipo de flor prefiere	115
Tabla 68 ¿Para qué ocasiones compraría flores naturales?.....	116
Tabla 69 ¿Qué toma en cuenta al momento de comprar un arreglo floral?.....	117
Tabla 70 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un arreglo floral?.....	118
Tabla 71 ¿En qué lugares adquiere sus arreglos florales?	119
Tabla 72 ¿Con qué frecuencia compra flores?.....	120
Tabla 73 ¿Qué tan importante es para usted el lugar de procedencia de las flores que adquiere?.....	121
Tabla 74 ¿Cuál es la principal característica que usted busca en las flores?	122
Tabla 75 ¿Le gustaría adquirir flores naturales o artificiales?.....	123
Tabla 76 ¿Conoce usted las flores de procedencia ecuatoriana?	124
Tabla 77 ¿Ha adquirido flores ecuatorianas?.....	125
Tabla 78 Capacidad productiva	126
Tabla 79 Estimación de la producción.....	126
Tabla 80 Producción estimada de las florícolas de Mira y Bolívar	127
Tabla 81 Tabla de resumen de producción	127
Tabla 82 Capacidad productiva	128
Tabla 83 Capacidad productiva estimada	129
Tabla 84 Producción mensual estimada.....	130
Tabla 85 Producción de rosas por cantón	130
Tabla 86 Factores productivos para vender las flores.....	130
Tabla 87 Resumen de los factores	131
Tabla 88 Factores productivos	131
Tabla 89 Resumen factores productivos	132
Tabla 90 Costo de producción por kilo.....	133

Tabla 91 Precio de venta por kilo	133
Tabla 92 Canal de distribución	134
Tabla 93 Actividades económicas de las florícolas	135
Tabla 94 Aporte del Acuerdo Multipartes en las florícolas	136
Tabla 95 Exportaciones antes y después del Acuerdo	146

Índice de gráficos

Gráfico 1 Balanza Comercial del Ecuador en valor (millones FOB)	39
Gráfico 2 Balanza de Pagos Ecuador 2015-2017	40
Gráfico 3 Exportaciones de flores nivel mundial (miles USD)	41
Gráfico 4 Balanza comercial de las flores ecuatorianas 2017 FOB miles de dólares.....	49
Gráfico 5 Participación de las exportaciones según el tipo de flor ecuatoriana 2017.....	51
Gráfico 6 Balanza comercial Ecuador-Holanda 2014-2017	59
Gráfico 7 Balanza comercial Ecuador-Italia 2014-2017.....	61
Gráfico 8 Balanza comercial Ecuador-España 2014-2017	62
Gráfico 9 Florícolas del Carchi	106
Gráfico 10 Variedad de flores producidas en el Carchi	107
Gráfico 11 Principales destinos de las exportaciones de flores ecuatorianas FOB.....	109
Gráfico 12 Número de pobladores de Madrid con edad	112
Gráfico 13 Participantes de encuesta por género	113
Gráfico 14 Participación de encuestados por edad	114
Gráfico 15 ¿Qué tipo de flores prefiere?.....	115
Gráfico 16 ¿Para qué ocasiones compraría flores naturales?.....	116
Gráfico 17 ¿Qué toma en cuenta al momento de comprar un arreglo floral?	117
Gráfico 18 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un arreglo floral?.....	118
Gráfico 19 ¿En qué lugares adquiere sus arreglos florales?	119
Gráfico 20 ¿Con qué frecuencia compra flores?.....	120
Gráfico 21 ¿Qué tan importante es para usted el lugar de procedencia de las flores que adquiere?	121
Gráfico 22 ¿Cuál es la principal característica que usted busca en las flores?	122
Gráfico 23 ¿Le gustaría adquirir flores naturales o artificiales?	123
Gráfico 24 ¿Conoce usted las flores de procedencia ecuatoriana?	124
Gráfico 25 ¿Ha adquirido flores ecuatorianas?.....	125

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Organigrama de la florícola StampSyBox	86
Ilustración 2 Mapa de procesos de StampSyBox	89
Ilustración 3 Proceso de producción de rosas	91
Ilustración 4 Proceso de exportación de rosas	93
Ilustración 5 Proceso de empaque de las rosas	95

RESUMEN

Gracias a la creciente demanda de flores en los mercados europeos y mediante la firma del Acuerdo Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea, se ve la necesidad de estudiar las oportunidades que tiene la producción florícola del Carchi para internacionalizarse hacia el mercado europeo, gracias a la investigación realizada se pudo aplicar herramientas y análisis estadístico que permitieron identificar un solo mercado para la internacionalización de flores carchenses.

España es el mercado meta ya que cumple con los objetivos de la investigación, comparado con los otros mercados de estudio, se realiza una segmentación de la población mediante el método de embudo donde se selecciona parámetros cualitativos y cuantitativos con el fin de identificar los posibles consumidores de flores.

Para lograr identificar las oportunidades que brinda el Acuerdo Multipartes se inició con la recolección de información secundaria en donde habla que el acuerdo elimina las barreras arancelarias para las flores ecuatorianas, por tanto, esto reduce los costos de la exportación.

Se debe tomar en cuenta que en la provincia del Carchi la única variedad de producción florícola que se logró identificar fueron las rosas, por lo tanto, en las encuestas realizadas a los representantes de cada una de las florícolas y con la información estadística de PROECUADOR, se contrasta la creciente producción que ha existido durante los últimos cuatro años.

Palabras claves: Acuerdo Multipartes, barreras arancelarias, comercio internacional, sector florícola.

ABSTRACT

Topic: "Opportunities for the internationalization of the floricultural sector of Carchi Province according to a commercial agreement between Ecuador and the European Union" Thanks to the growing need of flowers in European markets and through the signing of the Multiparty Agreement between Ecuador and the European Union, it is necessary to study the opportunities that Carchi's flower production has to internationalize towards the European market. Thanks to this research, it was possible to apply tools and statistical analysis that allowed identify a unique market for the internationalization of Carcheses flowers.

As Spain is the target market because it achieved with multiple research objectives in comparison with other markets of study, it was carried out a segmentation of the population by using the funnel method where qualitative and quantitative parameters were selected in order to identify the possible consumers of flowers.

In order to identify the opportunities offered by the Multiparty Agreement, it began with the collection of secondary information where the main aim was that the agreement eliminate the tariff barriers for Ecuadorian flowers, as a result, this would reduce export costs.

In addition, it should be taken into consideration that in Carchi province the only variety of floricultural production that was identified, were roses. Consequently, in the surveys aimed to the representatives of each of the flower greenhouses and the statistical information of PROECUADOR has contrasted the growing production that has existed during the last 4 years

Key words: Multipart Agreement, tariff barriers, floriculture sector.

INTRODUCCIÓN

Al ser Ecuador un país multi-diverso se puede aprovechar de los sectores involucrados en la agricultura, ya que el país está dividido en cuatro regiones cada una de ellas presenta diferentes climas apropiados para producir algunas variedades.

En la región Sierra se encuentra la mayor cantidad de montañas lo cual provoca que las provincias de esta región cuenten con alturas de 3000 metros sobre el nivel del mar, y este dato es muy importante porque gracias a la altura se producen hermosas rosas. En la provincia del Carchi se encuentran 23 fincas florícolas que han aprovechado estos climas con la finalidad de obtener flores de buena calidad.

En la actualidad cada una de estas 23 florícolas produce una sola variedad de rosas, y únicamente se especializan en producir y vender a nivel nacional y muy pocas son las que han aprovechado para enviar su producto al exterior.

Por tanto, el Acuerdo Multipartes firmado entre Ecuador y la Unión Europea permite que este sector encuentre nuevas oportunidades de mercado, esto se debe a que el acuerdo que entró en vigencia presenta reducción y eliminación arancelaria para algunos productos.

Las flores ecuatorianas pueden ingresar con cero aranceles al mercado europeo gracias a este acuerdo lo cual reduciría costos de exportación, el acuerdo también trata de facilitar los procesos de importación y exportación para ambos países, pero para el sector florícola lo que compete y sobresale es la eliminación de aranceles.

Se busca con este estudio diagnosticar un mercado meta para una empresa posicionada mediante el análisis de todo el sector florícola con el fin de internacionalizar la producción de rosas del Carchi.

I. PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los cambios repentinos de la economía mundial con apreciación del dólar y un endurecimiento de las condiciones financieras globales, que podrían aumentar la vulnerabilidad de los mercados emergentes, pueden crear efectos adversos sobre los balances corporativos y aumentar los problemas de financiación para aquellas corporaciones que dependen del dólar. El fortalecimiento de la moneda nacional es uno de los principales riesgos no solo para EE. UU., sino también para toda la economía mundial. (Fondo Monetario Internacional, 2017)

Ecuador al enfrentarse a una política monetaria extranjera tiene un déficit en torno al dólar con las demás monedas, al partir de este punto, el comercio exterior para Ecuador en comparación con la Unión Europea no es favorable en precios de exportación.

El Fondo Monetario Internacional (FMI), 2016, manifiesta que las barreras que perduran en los países industriales están concentradas en la producción agrícola y en las manufacturas que exigen una mano de obra intensiva, sectores en los cuales los países en desarrollo tienen una ventaja comparativa.

Una mayor liberalización del comercio en esos dos sectores en particular, tanto en los países en desarrollo como en los industriales, ayudaría a los más carenciados a salir de la pobreza extrema y a la vez beneficiaría a los propios países industriales

Para promover y mejorar la economía ecuatoriana primero se debe impulsar la industrialización de todos los sectores, es por eso por lo que no se incrementa la exportación de productos ecuatorianos. Ecuador debe mejorar sus relaciones comerciales con las potencias del mundo. (PROECUADOR, 2017)

Lo anteriormente dicho obstruye a cumplir uno de los objetivos estratégicos del Ministerio del Comercio Exterior; tomando en cuenta que el estado promueve apoyar la sustitución selectiva y estratégica de las importaciones, se crean los acuerdos comerciales internacionales en beneficio de esos pequeños y grandes productores nacionales para que estos se beneficien de cierta manera enviando sus productos a mercados internacionales. (Ministerio del Comercio Exterior, MIPRO, 2016)

El sector florícola del Ecuador busca nuevas formas de expandir su mercado, su principal desventaja ante otros productores es la escasa tecnología para investigación de nuevas variedades para las zonas productivas que contribuya a la producción efectiva y masiva de flores, Colombia es uno de los grandes competidores para Ecuador.

Ecuador tiene poca participación dentro de las importaciones de flores que hacen los países europeos, así tenemos que la mayoría de las exportaciones ecuatorianas de enero a noviembre del 2016 se realizaron a Estados Unidos, con un valor FOB en miles de dólares de 353.544 enviando 59.181 toneladas del sector flores y plantas. (OMC, 2015)

En la provincia del Carchi todas las florícolas participan dentro del factor económico, pero existen florícolas que tienen participación como productores exportadores y otras que únicamente se dedican a producir para vender y proveer a exportadores, esta es una gran desventaja que se puede identificar en este sector, debido a que las pequeñas florícolas no encuentran participación directa de internacionalizar el producto y dentro de su cadena de exportación existen intermediarios que venden las flores al exterior, incurriendo en gastos para la exportación.

Además, uno de los principales competidores para el sector florícola a nivel regional es Pichincha, dicha provincia especialmente en las localidades de Cayambe cuentan con la asociatividad de los productores de flores, de tal forma que en la provincia del Carchi no cuenta con una asociatividad que debería ser aprovechada por la ventaja comparativa en la producción; en el Carchi se producen las flores de mejor calidad que en el resto del país. (AGROCALIDAD, 2018)

Otra falencia que se identifica dentro de las pequeñas florícolas del Carchi es que no cuentan con certificaciones para la exportación que generalmente son requeridas en los países europeos, así mismo las florícolas que carecen de procesos logísticos de exportación no tienen centro de acopio, certificados de calidad y buena semilla para surtir nuevas variedades.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Las oportunidades del acuerdo comercial entre Ecuador y la Unión Europea inciden en la internacionalización de mercado para el sector florícola de la Provincia del Carchi?

Variable dependiente: internacionalización del sector florícola.

Variable independiente: oportunidades del acuerdo comercial entre Ecuador y la UE.

1.3. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se la realiza con la finalidad de generar oportunidades para internacionalizar el mercado de las flores ecuatorianas que son producidas en la provincia del Carchi, aprovechando el acuerdo comercial de Ecuador con la Unión Europea.

En la actualidad las flores ecuatorianas son consideradas como las mejores del mundo por su calidad y belleza inigualables, revelando datos estadísticos como: las rosas son las flores más vendidas desde el Ecuador, con un 75% de las exportaciones; seguida por las flores de verano que representan cerca del 18%; y, en la actual temporada de San Valentín las más vendidas son las rosas de color rojo, informó Alejandro Martínez, presidente ejecutivo de la Asociación de Productores y Exportadores de Flores. (ACR, 2016)

Esta investigación es fundamental para ayudar a los productores de flores del Carchi a que busquen formas de innovación, aplicando tecnologías que fortalece la competitividad de producción y generar mayor valor agregado juntamente con mayor calidad del producto. Es necesario realizar este estudio, para identificar los nuevos mercados a los que pueden ingresar los productos florícolas del Carchi, de este modo la investigación sirve como guía para mejorar la competitividad del sector generando fuentes de trabajo.

Es fundamental que los resultados de este proyecto se tomen en cuenta con la finalidad de capacitar a los productores de flores en relación a los procesos que deben seguir para lograr una exportación hacia el mercado europeo, gracias a esta investigación se logrará explicar cuáles son los beneficios que brinda el Acuerdo Comercial Multipartes y cómo deben ser aprovechados.

La investigación se centra básicamente en dar alternativas para ampliar las ventas internacionales de flores, y que se pueda aprovechar los recursos naturales para incrementar la producción local, estos resultados se los logra con un análisis estadístico y descriptivo del sector.

Con esta propuesta se da lugar para que se siga trabajando en fomentar la asociatividad del sector florícola del Carchi, sería lo más pertinente con el fin de que evolucionen cada una de las fincas productoras y mejoren sus recursos.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

- Analizar las oportunidades comerciales internacionales para la oferta exportable del sector florícola de la provincia del Carchi mediante acuerdo de Ecuador-Unión Europea.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográfica y científicamente las oportunidades que ofrece el acuerdo comercial entre Ecuador y la UE para la internacionalización al sector florícola de la Provincia del Carchi.
- Realizar un estudio de mercado para identificar las oportunidades con las que el sector florícola de la provincia del Carchi puede incursionar a nuevos mercados de la Unión Europea.
- Diagnosticar la situación actual del sector florícola de la provincia del Carchi para determinar la oferta exportable.
- Identificar las oportunidades comerciales para el sector florícola de la provincia del Carchi.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cómo aporta el Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea para la internacionalización del sector florícola de la provincia del Carchi?
- ¿Cuál es la capacidad ofertante de flores-rosas en el Carchi?
- ¿A qué mercados europeos se podría comercializar las flores-rosas del Carchi?
- ¿Cómo se podría incursionar las flores del Carchi al país que más se registra exportaciones totales de este producto por parte de Ecuador?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Los antecedentes que fundamentan bibliográficamente el presente estudio son seleccionados de acuerdo con las dos variables a investigar.

Antecedente 1

Tema: “Cadena Logística de Exportación de Flores Tropicales Aplicación a la Provincia del Guayas”

El primer antecedente bibliográfico que fundamenta la investigación es realizado por (Jara & Rodas, 2016), como principal aporte en este estudio se da a conocer la situación actual de la cadena logística de exportación de flores tropicales y su incidencia en el desarrollo productivo de la provincia del Guayas, además se analiza el proceso logístico para la exportación de flores tropicales con su respectiva red de transporte que se utiliza para comercializar las flores tanto en el mercado interno como externo.

Este aporte es fructífero en la investigación por que ayuda a identificar que actualmente algunas fincas productoras y exportadoras de flores ya cuentan con una cadena logística de exportación, pero existen otras florícolas que no cuentan con este proceso logístico, lo cual permite analizar la factibilidad de implementar la cadena logística en todas las florícolas para que el sector evolucione productiva y económicamente.

Antecedente 2

Tema: “Estándares de trabajo e iniciativas no estatales en las industrias florícolas de Colombia y Ecuador”

En este trabajo realizado por (Korovkin & Valderrama, 2016) se toma en consideración la perspectiva que tiene el mercado de las flores ecuatorianas, también menciona que la industria florícola en la región andina se desarrolló como parte de un proceso global de reubicación de las industrias de mano de obra intensiva hacia países con mano de obra barata. Por otra parte, realiza una comparación con la producción de flores en países como Colombia y Ecuador. La producción de flores de Ecuador y Colombia Tienen mucho en común.

Ambas dependen del cultivo corporativo y de los salarios laborales de mujeres rurales, campesinos indígenas, emigrantes económicos y gente desplazada. Ambos ofrecen bajos costos laborales, en gran parte gracias a las bajas tasas salariales y a los escasos estándares de trabajo.

Esta investigación es de gran importancia porque ayuda a identificar que la industria de flores en Ecuador tiene aporte de inversión extranjera, generalmente de orígenes colombianos, americano, alemán y francés. Y muestra la historia y desarrollo del sector florícola de la región andina.

Antecedente 3

Tema: “Posicionamiento y eficiencia del banano, cacao y flores del Ecuador en el mercado mundial”

Según la investigación realizada por (Marvin & Andrade, 2016) el caso de las flores para el Ecuador es casi similar al del banano, con la diferencia que se encuentra casi en el límite del cuadrante “óptimo” y de “oportunidades perdidas”, esto se debe a que el posicionamiento de este producto ha sido positivo 7% y la eficiencia también pero apenas del 0,6% mostrando así que este producto ha aumentado su participación en el mercado mundial, pero de una manera muy lenta y muy pequeña en comparación con países como Etiopía, que su eficacia en flores es del 35% y su posicionamiento del 43,5%.

Lo que se pretende en este estudio es analizar el posicionamiento de los productos en el mercado mundial y la eficiencia de dichos productos.

Las flores ecuatorianas han presentado un crecimiento de las exportaciones y así mismo de la participación de mercado a nivel mundial, pero ha crecido de una manera lenta lo que ocasiona que su inserción al mercado internacional se ubique en el límite entre óptimo y oportunidades perdidas.

Este artículo científico aporta a la investigación debido a que en su metodología especifica la utilización de datos extraídos de las bases de Trade Map. Esta es una plataforma que muestra indicadores de desempeño exportador, de demanda internacional, de mercados alternativos y de mercados competitivos, así como un directorio de empresas importadoras y exportadoras.

Antecedente 4

Tema: “Perspectivas del acuerdo comercial entre Ecuador y la Unión Europea”

Este es un estudio realizado por (Quistanchala, 2016) donde habla de las perspectivas de un Acuerdo Comercial entre Ecuador y la Unión Europea y se presentan antecedentes entre Ecuador y este bloque Comercial y uno de los pilares fundamentales de esta investigación es la identificación del Acuerdo Comercial que permitiría a Ecuador fortalecer sus relaciones políticas y comercializar a la Unión Europea.

Es muy importante tomar esta investigación como referencia ya que se realiza un recuento desde el inicio de las relaciones comerciales entre Ecuador y la Unión Europea, y se analiza las perspectivas que genera el Acuerdo Comercial, identificando las relaciones comerciales que tiene Ecuador con cada uno de los países que conforman este bloque Económico.

Antecedente 5

Tema: “Efectos de la firma de un acuerdo comercial entre Ecuador y la Unión Europea para el comercio ecuatoriano”

Realizado por (Mora, 2016) menciona que el acuerdo consiste en una liberalización gradual del comercio de bienes y servicios. Las negociaciones se centran en un progreso de las relaciones comerciales y la inversión entre las dos partes. El acuerdo entre Ecuador y la Unión Europea tiene como base lograr la ampliación del Sistema General de Preferencias Plus, creando un acceso eficaz para los productos ecuatorianos con la reducción y eliminación de los aranceles. Permitiendo el acceso de exportaciones hacia la Unión Europea sin pagar aranceles para productos agrícolas y agroindustriales.

El mercado de la Unión Europea es considerado esencial para el comercio exterior ecuatoriano especialmente para las flores, su apertura significará para el país el alcance a una demanda más alta, con el aumento en las exportaciones. Representará una gran oportunidad para los productos que forman parte de la economía popular y solidaria, ya que este es su principal mercado.

2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Para sustentar teóricamente las variables de investigación, se hace énfasis en teorías que distintos autores proponen en temas de apertura de mercados internacionales, internacionalización, oportunidades comerciales, tratados comerciales internacionales, acuerdos Multipartes y competitividad de un producto. A continuación, se presenta el aporte teórico a la investigación.

Teoría clásica de la ventaja absoluta

Adam Smith, en su obra *La Riqueza de las Naciones*, publicada en Londres en 1776, fue el primero en intentar construir un esquema de interpretación del comercio internacional que diera respuestas a los tres interrogantes básicos antes planteados. Su explicación gira en torno al concepto de ventajas absolutas, que hace referencia a diferencias de costos entre países en la producción de un mismo bien, concepto en el cual se basó para combatir las ideas mercantilistas sosteniendo que el comercio libre de trabas es beneficioso para todas las naciones. (Lugones, Bianco, & Peirano, 2008, p.14)

De acuerdo con Smith, un país tendría ventajas absolutas sobre otro en la producción de un mismo bien si pudiera fabricarlo con menores costos, independientemente de que esas ventajas derivaran de factores tales como el clima, la geografía o una mejor dotación de recursos (ventajas naturales o estáticas), de esta manera la teoría de la ventaja absoluta planteada por Adam Smith ayuda a identificar que Ecuador al contar con ciertas zonas dedicadas al cultivo de flores puede conseguir una Ventaja Absoluta para dicho sector, debido a que cuenta con mejor clima que algunos países de la región y del mundo para poder sembrar y producir flores.

La provincia del Carchi cuenta con climas aptos y tierras que contienen nutrientes naturales que pueden ser aprovechados para la producción florícola, es en si el componente fundamental para decir que cuenta con una ventaja absoluta, de esta manera la geografía donde se encuentran ubicadas la florícolas del Carchi contribuye a reducir los costos de producción para en el sector.

Además, Smith al destacar la importancia del libre comercio para que la riqueza de las naciones se incremente, trata de fomentar que se eliminen las barreras arancelarias y no arancelarias para la libre circulación de mercancías, es por eso por lo que se trabajó por parte del gobierno ecuatoriano y la Unión Europea para firmar el acuerdo Multipartes que libera del pago de tributos de las flores a la hora de ingresar a este Bloque Económico.

Teoría del equilibrio y el comercio internacional

La teoría de la ventaja comparativa no explica por qué los costes relativos difieren entre los países. La aportación de dos economistas suecos, Eli Heckscher, en 1919, y Bertil Ohlin, en 1933, ha tenido una influencia decisiva para determinar la causa del comercio internacional. (Blanco, 2011, P. 108)

El teorema de H-O postula que un país exportará el bien que utiliza intensivamente su factor relativamente abundante, e importará el bien que utiliza intensivamente el factor relativamente escaso. Del modelo de H-O se han deducido otras tres tesis básicas que suponen tres implicaciones para las retribuciones de los factores y que son:

a) El teorema de la igualación del precio de los factores, según el cual el libre comercio iguala, no sólo el precio de los productos, sino también el precio de los factores entre los dos países.

b) Se postula que un aumento del precio relativo de uno de los dos bienes aumenta la retribución real del factor utilizado intensivamente en la producción de ese bien y disminuye la retribución real del otro factor.

c) Si los precios de los bienes se mantienen constantes, un aumento en la dotación de un factor causa un aumento más que proporcional de la producción del bien que utiliza ese factor con relativa intensidad y una disminución absoluta de la producción del otro bien (Blanco, 2011).

En este aspecto la teoría de H-O empieza considerando que el comercio internacional no debe explicarse a partir de los costos comparativos, sino del fundamento mismo de los costos comparativos, cuyas bases últimas radican para ellos en la diferente dotación de factores productivos en cada país o región.

Es así como las regiones se caracterizan por disponer muchos recursos productivos los cuales deben ser explotados al máximo tomando en cuenta condicionantes que no perjudiquen a la sociedad como son las buenas prácticas de manufactura y cuidado ambiental, esta teoría ayuda a identificar que los factores productivos de la provincia del Carchi son en su mayoría agrícolas en los cuales está comprendida la producción de flores.

La provincia del Carchi al contar con niveles de altura favorables para la producción de flores se beneficia con dotación de factores productivos como es el clima. “Desde el norte

en el callejón interandino presenta niveles altitudinales desde los 1.200 m.s.n.m. en la zona del Valle, hasta los 4.768 m.s.n.m. en la cima del volcán Chiles” (PREFECTURA DEL CARCHI, 2016).

Los productores de flores carchenses al beneficiarse de factores naturales están en condición de producir a menor costo, por lo que si se aprovecha este factor productivo el sector florícola evolucionaría y se incrementaría las exportaciones globales de este producto.

Tomando en cuenta que esta teoría habla de la reducción de costos para la producción y por ende exportación habla de analizar un mercado meta (estudio de mercado), concentrando su mayor interés en la obtención de la ganancia sin importar mucho. En este proceso el dinero solo cumple la función de facilitar la medición económica sin importar el nivel de precios.

Teoría de la localización

El modelo de von Thünen

Fue el primer modelo formal de la localización de la actividad económica, particularmente de la agricultura, fue elaborado en la primera mitad del siglo pasado (1826). Este modelo supone un espacio continuo, aislado y uniforme en términos de fertilidad y redes de transporte. (Duch, 2015, p. 6)

Considera que existe una renta por la buena localización o ubicación de las empresas agrícolas y que en ese sentido se maneja la siguiente hipótesis: Thünen (1826) “entre menor distancia de la empresa al mercado, mayor renta”. Esta teoría fundamenta la relación de la producción y los costos logísticos de transporte (Asuad, 2014).

Considerando este modelo se puede afirmar que la mayoría de las florícolas del Carchi están ubicadas en las zonas rurales de las ciudades donde radican, por ende, las vías son de mala calidad, por lo cual en el caso de que la empresa no cuente con transporte propio debe contratar transporte particular para que el producto llegue a los aeropuertos por donde despachan la mercadería hacia el país destino. Las pequeñas florícolas del Carchi suelen incurrir en estos costos de transporte por carretera.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

Los enfoques cualitativos y cuantitativos aportaron para conseguir los resultados que se plantearon en los objetivos de la investigación, en este caso el enfoque cualitativo que permitió desarrollar una descripción analítica, del mismo modo los datos cuantitativos arrojaron resultados numéricos que permiten la toma de decisiones.

3.1.1.1. Enfoque cualitativo

Para (Sampieri, 2014): “la investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto” (p. 358).

Para Punch, Lichtman & DeLyser (como se citó en Sampieri, 2014) “el enfoque cualitativo se selecciona cuando el propósito es examinar la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados” (p.358).

El enfoque cualitativo permitió en esta investigación recolectar características del comportamiento productivo-exportador de las florícolas ubicadas en la provincia del Carchi, se realizó un análisis del entorno donde operan estas florícolas, tomando en cuenta la historia y evolución de exportaciones de flores ecuatorianas que ha venido mejorando en la última década debido al mejoramiento de la calidad.

Gracias a este enfoque se plantea un análisis de las barreras arancelarias que se eliminaron desde el 1 de enero del 2017 para el sector florícola del Ecuador por parte de la Unión Europea gracias a la firma del Acuerdo Comercial Multipartes. Otorgando mejores oportunidades de apertura al mercado europeo y cumpliendo con uno de los objetivos de la Organización Mundial del Comercio que trata sobre la liberación del comercio entre naciones.

3.1.1.2. Enfoque cuantitativo

El enfoque cuantitativo “refleja la necesidad de medir y estimar magnitudes de los fenómenos o problemas de investigación: ¿cada cuánto ocurren y con qué magnitud?, la

recolección de los datos se fundamenta en la medición (se miden las variables)” (Sampieri, 2014, p. 5).

“Debido a que los datos son producto de mediciones, se representan mediante números (cantidades) y se deben analizar con métodos estadísticos” (Sampieri, 2014, p.6).

El proceso cuantitativo se lo realizó en esta investigación con el fin de tener un mínimo índice de error en los análisis estadísticos como ejemplo el total de exportación de flores ecuatorianas, número de florícolas del Carchi, total de toneladas de producción, precio del kilo de flores, etc. Llegando al resultado final de encontrar una mejor oportunidad para el sector florícola de la provincia del Carchi.

Del mismo modo utilizando el enfoque cuantitativo se logró recabar información económica interna y externa relacionada con la producción y exportación de flores respectivamente para su posterior análisis. Todos los datos numéricos permitieron acercarse al resultado óptimo y factible para la internacionalización del sector florícola del Carchi hacia el mercado europeo.

3.1.2. Modalidad

3.1.2.1.Descriptiva

Su objetivo es especificar las propiedades del objeto o fenómeno que se va a estudiar y dar un panorama lo más exacto posible de éste. Es necesario, por lo tanto, seleccionar los rasgos del fenómeno y determinarlos de forma independiente, con precisión. (OCAMPO, 2017, p. 18)

Las variables que utiliza son cada uno de los rasgos o conceptos que determinan un fenómeno y que se definen durante la investigación descriptiva. Las variables pueden adquirir diferentes valores según el fenómeno se modifique, de modo que cualquier cambio en ellos implicará cambios en el fenómeno. Se trata de campos cuyo contenido puede variar, según cambie el fenómeno. (OCAMPO, 2017, p.18)

Aplicando la modalidad descriptiva se logró cumplir el análisis de las dos variables, con la finalidad de dar respuesta a cada uno de los objetivos planteados, como resultado de la aplicación de esta modalidad se obtuvo las preguntas de investigación, se seleccionó el mercado meta y se planificó la operacionalización de las variables. De esta manera se comprendió que cuanto más factor se analice de cada variable más claro se tiene el fenómeno de estudio.

Es así que, la descripción de las variables permitió evaluar al sector florícola de la provincia del Carchi de forma independiente, es decir sin establecer relación entre las oportunidades que tiene para internacionalizarse en el mercado de la Unión Europea. De esta manera se identificó el diagnóstico situacional de las dos variables en cuanto a producción y exportación.

3.1.2.2. Correlacional

Su objetivo es analizar, evaluar y describir los tipos de relación que existen entre los conceptos, rasgos o variables que constituyen un fenómeno, en un contexto particular. Por supuesto, el punto de partida de un estudio correlacional debe ser uno descriptivo, porque es éste el que determina las variables que aquél relacionará. (OCAMPO, 2017, p. 18)

El fenómeno estudiado es la suma de una serie de elementos que poseen ciertos rasgos determinados y entre los cuales hay un determinado tipo de relaciones. El fenómeno no puede comprenderse sin el contexto que lo rodea, pues éste determina los elementos y las relaciones entre ellos. (OCAMPO, 2017, p. 18)

“Los estudios correlacionales se distinguen de los descriptivos principalmente en que, mientras que estos últimos se centran en medir con precisión variables individuales, los primeros evalúan, con mayor exactitud, el grado de vinculación entre dos o más variables” (Sampieri, 2014, p. 94).

El estudio correlacional permitió en esta investigación manipular las dos variables conjuntamente, aplicando un estudio financiero que brinde apertura a las oportunidades que tiene el sector florícola de la provincia del Carchi para ingresar al mercado europeo mediante aplicación del Acuerdo Multipartes.

Gracias a la correlación de las variables se pudo identificar que, si la producción florícola aumenta, de igual manera incrementan las exportaciones que es parte de la internacionalización hacia la UE; esto se denomina correlación positiva, cuando aumenta una variable la otra también. Cuantas más relaciones se encuentren entre las variables, más exactamente determinado quedará el fenómeno.

3.1.3. Tipo de Investigación

3.1.3.1. Investigación mixta

“La investigación mixta es aquella que participa de la naturaleza de la investigación documental y de la investigación de campo” Zorrilla (como se cita en (Grajales, 2015, p. 2)).

A continuación, se identifica cada una de las investigaciones, las dos fueron utilizadas con el fin de complementar y hacer de este estudio un análisis con información primaria y secundaria, esto ayuda a complementar toda la información y dar un resultado fundamentado cada uno de los objetivos planteados.

3.1.3.1.1. Investigación documental

“La investigación documental es aquella que se realiza a través de la consulta de documentos (libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, códigos, constituciones, etc.)” (Grajales, 2015, p. 2).

(Tancara, 2008) define a la investigación documental, como una serie de métodos y técnicas de búsqueda, procesamiento y almacenamiento de la información contenida en los documentos, en primera instancia, y la presentación sistemática, coherente y suficientemente argumentada de nueva información en un documento científico, en segunda instancia. De este modo, no debe entenderse ni agotarse la investigación documental como la simple búsqueda de documentos relativos a un tema. (p. 94)

La investigación documental permitió hacer una revisión literaria de estudios anteriormente realizados que se asemejan al análisis de las dos variables propuestas, de esta manera se logró construir un diagnóstico teórico del proyecto y justificar la investigación.

Para lograr construir una investigación documental se examinó fuentes que arrojan datos estadísticos y aportes con conceptos y teorías referentes a la internacionalización de las flores ecuatorianas hacia los mercados europeos, mediante la aplicación del Acuerdo Comercial Multipartes.

Así mismo la construcción de fichas bibliográficas permitieron extraer el mejor aporte que tienen otras investigaciones para el tema planteado, no se debe dejar a un lado y aclarar que la información bibliográfica es actualizada, es decir se tomó como referencia los últimos cuatro años.

3.1.3.1.2. Investigación de campo

Se lleva a cabo con la finalidad de dar respuesta a algún problema planteado previamente, extrayendo datos e informaciones a través del uso de técnicas específicas de recolección, como entrevistas, encuestas o cuestionarios. En la parte correspondiente al desarrollo se incluirá el diseño, consistente en someter el objeto de estudio a un proceso o procesos, es decir, con qué y cómo se llevó a cabo la investigación, con el fin de recoger de forma exacta los efectos que cada proceso o variable ha surtido sobre el objeto de estudio. (XXVI CONCURSO UNIVERSITARIO FERIA DE LAS CIENCIAS LA TECNOLOGÍA Y LA INNOVACIÓN, 2018)

“La de campo o investigación directa es la que se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objeto de estudio” (Grajales, 2015, p. 2).

Para aplicar la investigación de campo se elaboró encuestas y entrevistas con la finalidad de analizar el comportamiento actual del sector florícola y cómo podría este incursionarse en el mercado europeo.

Las encuestas que van dirigidas a los representantes de cada una de las florícolas que se encuentran ubicadas en la provincia del Carchi, se las aplicó con el propósito de llegar a conocer las capacidades productivas, los precios, la calidad de las flores y desarrollar un análisis sobre la producción que existe en la provincia para este sector.

Las entrevistas fueron dirigidas a los expertos que se relacionan con la actividad productiva y exportación de flores, para lo cual se utilizó medios electrónicos por llamadas y redes sociales, así como también se hizo la visita a personas que conocen sobre el tema.

3.1.3.2. Investigación exploratoria

Este tipo de investigación se centra en diagnosticar e investigar aspectos concretos de la realidad que aún no han sido analizados con profundidad. Básicamente se trata de una exploración o primer acercamiento que permite que investigaciones posteriores puedan dirigirse a un análisis de la temática tratada. (Castillero, 2017)

Según (Castillero, 2017) “por sus características, este tipo de investigación no parte de teorías muy detalladas, sino que trata de encontrar patrones significativos de datos que deben ser analizados para, a partir de estos resultados, crear primeras explicaciones completas sobre lo que ocurre”.

La investigación exploratoria permitió acercarse a un estudio que no tiene antecedentes iguales, por lo que no se encontró investigaciones sobre el sector florícola del Carchi ni mucho menos estudios de mercado relacionados a la exportación de este producto.

Al realizar una exploración de las dos variables de investigación se logró constatar el diagnóstico situacional de la producción de flores y el mercado destino europeo hacia donde se encuentra oportunidades que generen rentabilidad y mejoramiento para todo el sector.

3.1.3.3. Investigación transversal

“Estos tipos de investigación se centran en la comparación de determinadas características o situaciones de diferentes sujetos en un momento concreto, compartiendo todos los sujetos la misma temporalidad” (Castillero, 2017).

Es una investigación que realiza la comparación de determinadas características de los diferentes objetos de estudio se hace sobre un momento en concreto del tiempo, en el que todos los sujetos están presentes y se encuentran en el mismo periodo de temporalidad. La investigación no ofrece ningún seguimiento acerca de los datos que han sido recabados. (Giner, 2017)

Con la investigación transversal se analizó los datos estadísticos de los últimos cinco años referentes a las exportaciones, producción, precio y balanzas comerciales de las flores, con el fin de elaborar proyecciones que permiten acercarse al estado actual en el que se encuentra la producción de flores carchenses para lograr identificar un mercado de la Unión Europea tomando en cuenta la firma del Acuerdo Multipartes.

La investigación transversal permitió la descripción analítica de las dos variables en tiempo real, en primer caso la producción nacional y provincial de las flores y por otro lado las exportaciones y oportunidades hacia la UE.

3.2. IDEA A DEFENDER

La implementación del Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea contribuirá a buscar nuevas oportunidades de comercialización para internacionalizar el sector florícola de la provincia del Carchi.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable independiente: oportunidades del Acuerdo Comercial entre Ecuador y la UE

Variable dependiente: internacionalización del sector florícola de la provincia del Carchi

Tabla 1 Operacionalización de variable

La implementación del Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea contribuirá a buscar nuevas oportunidades de comercialización para internacionalizar el sector florícola de la provincia del Carchi.

Variable	Definición conceptual de la variable	Dimensión	Indicadores	Técnica	Instrumento
			Exportaciones e importaciones	Fichaje Análisis bibliográfico	Fichas Bibliografía Web

Elaborado por: Edison López

Variable independiente: oportunidades del Acuerdo Comercial entre Ecuador y la UE	El convenio que firmaron Colombia, Perú y Ecuador con la UE, que se negociaron de manera individual y recibieron la denominación de Acuerdos Comerciales Multipartes, clasificado como convenio de libre comercio o TLC.	Factor legal: Relaciones bilaterales	Inversión extranjera	Fichaje Análisis bibliográfico	Fichas Bibliografía Web			
		Factor comercial: Reducción y eliminación arancelaria	Transferencia tecnológica	Fichaje Análisis bibliográfico	Fichas Bibliografía Web			
			Exportaciones no petroleras	Fichaje Análisis bibliográfico	Fichas Bibliografía Web			
			Oferta exportable	Encuesta Análisis bibliográfico	Cuestionario estructurado Bibliografía Web			
			Competitividad de mercados	Fichaje Análisis bibliográfico	Fichas Bibliografía Web			
			Factor económico: Estudio de mercado	Demanda insatisfecha	Fichaje Análisis bibliográfico	Fichas Bibliografía Web		
				Producción	Encuesta Análisis bibliográfico	Cuestionario estructurado Bibliografía Web		
				Factor comercial: Desempeño productivo	Calidad productiva	Encuesta Análisis bibliográfico	Cuestionario estructurado Bibliografía Web	
			Variable dependiente: internacionalización del sector florícola de la provincia del Carchi	Proceso de explicación comercial a nivel internacional de la producción florícola de la provincia del Carchi, llegando a obtener más competitividad.	Factor económico: dinamismo de la economía del sector	Hectáreas producidas	Encuesta	Cuestionario estructurado
						Precio internacional	Fichaje Análisis bibliográfico	Fichas Bibliografía Web
PIB sectorial	Análisis bibliográfico	Bibliografía Web						
Índice de rentabilidad productiva	Encuesta Análisis bibliográfico	Cuestionario estructurado Bibliografía Web						

3.3.1. Métodos utilizados

“El método científico ha sido definido de diversas maneras. Algunos autores lo precisan como un procedimiento para tratar un conjunto de problemas” Bunge, 1991 (como se citó en (Maya, 2014), p. 12).

La selección del enfoque teórico implica la selección del método. La palabra método se deriva del griego meta: hacia, a lo largo, camino o vía hacia un fin; se refiere al procedimiento o pasos lógicos y razonados para llegar a un fin. El método es la selección de las operaciones intelectuales y físicas que se desarrollan para llevar a cabo una investigación, el método no se inventa, es el objeto para seguir o problema de estudio a resolver; que se determina por el objeto o problema. (SEMAR, 2017, p. 26)

Los métodos se los utilizó con el fin de determinar a dónde se quería llegar con la investigación, cada uno de los métodos da lineamientos a seguir, por tanto, esta investigación se la realizó mediante un proceso secuencial para concluir con los resultados esperados.

3.3.1.1.Método deductivo

Para Cano, (como se cita en (Maya, 2014) “es una forma de razonamiento que parte de una verdad universal para obtener conclusiones particulares. En la investigación científica, este método tiene una doble función como es encubrir consecuencias desconocidos de principios conocidos” (p. 14).

Este método fue utilizado con el fin de diagnosticar en su totalidad las exportaciones de flores a nivel global hasta ir extrayendo datos que aportaron al análisis estadístico en cuanto a la producción, exportación y demanda. Este método además ayudó a identificar el problema de investigación.

La deducción de datos permitió un exhaustivo análisis de las balanzas comerciales y de pagos que tiene el Ecuador, enfocándose al sector florícola de la provincia del Carchi, llegando a interactuar con cada uno de los representantes de este sector para extraer la información necesaria con la cual trabajan las florícolas del Carchi.

3.3.1.2.Método inductivo

Es el razonamiento mediante el cual, a partir del análisis de hechos singulares, se pretende llegar a leyes. Es decir, se parte del análisis de ejemplos concretos que se descomponen en partes para posteriormente llegar a una conclusión. En ello se asemeja al método analítico. (Maya, 2014, p. 15)

Es un método que aportó a la investigación debido a que se recabó datos sueltos e información particular que no estaba entrelazada, logrando correlacionar datos referidos a la economía y el comercio del sector florícola de la provincia, alcanzando conclusiones que aportan a conseguir un mercado internacional.

Así mismo los datos que se analizó son parte de cada una de las florícolas ubicadas en el Carchi, mediante estos datos se logró diagnosticar como se encuentra en la actualidad todo el sector, las ventajas y desventajas ante la competencia y la acogida en el mercado europeo.

3.3.1.3.Método analítico

Gutiérrez y Sánchez (citados en (Maya, 2014)) lo definen como aquel “que distingue las partes de un todo y procede a la revisión ordenada de cada uno de los elementos por separado”. Este método es útil cuando se llevan a cabo trabajos de investigación documental, que consiste en revisar en forma separada todo el acopio del material necesario para la investigación. (p. 13)

El método analítico se encuentra en casi toda la investigación, el análisis de datos enfocándose en lo más mínimo y que facilitó la construcción de estrategias para internacionalizar el sector florícola del Carchi en mercado europeo.

3.3.1.4.Método sintético

Es el que analiza y sintetiza la información recopilada, lo que permite ir estructurando las ideas. Los mismos autores citan como ejemplo la labor de la investigación que realiza un historiador al tratar de reconstruir y sintetizar los hechos de la época que está investigando. Este ejemplo nos permite precisar que el análisis y la síntesis son métodos que se complementan entre sí; no se da uno sin el otro. (Maya, 2014, p. 13-14)

La misma razón por la que se utilizó el método analítico obliga a que se sintetice la información de manera que los resultados finales sean claros, entendibles, confiables y razonables, el método sintético formó parte de la investigación ayudando a responder las preguntas y objetivos planteados.

La síntesis de información es resultado de un análisis minucioso de datos, gracias a esta se logró también reconstruir datos nuevos que aportan a todo el sector estudiado y a muchas otras investigaciones que vendrán en curso.

3.3.2. Técnicas para la recolección de datos

Las técnicas de investigación son acciones para recolectar, procesar y analizar información, será pertinente comenzar por mencionar que son las fuentes de información. Las fuentes de información proporcionan datos e información sobre hechos, fenómenos, sucesos o conocimientos de un área del conocimiento, de tipo empírico, teórico, cuántico, cualitativo, trascendental, etcétera; pueden ser escritos, sonoros, etc.; públicos o privados. (SEMAR, 2017, p. 28)

Las técnicas de recolección de datos según (Arias, 2006) “son las distintas formas o maneras de obtener la información, el mismo autor señala que los instrumentos son medios materiales que se emplean para recoger y almacenar datos” (p. 146).

Estas técnicas de recolección de datos fueron las que ayudaron a recabar fuentes primarias y secundarias de información fundamentada, gracias a estas técnicas se logró diagnosticar la

situación actual en la que se encuentra el sector florícola de la provincia del Carchi e identificar los mercados metas que brinden oportunidades para la internacionalización.

3.3.2.1. Entrevista no estructurada

Para Denzin y Lincoln (2005, p. 643, tomado de Vargas, 2012) la entrevista es “una conversación, es el arte de realizar preguntas y escuchar respuestas”. Como técnica de recogida de datos, está fuertemente influenciada por las características personales del entrevistador.

La entrevista se la realizó con la finalidad de involucrar a los expertos que se encargan de garantizar y promover el desarrollo productivo-comercial del sector florícola, en la actualidad el sector florícola está creciendo sustancialmente, se realizó estas entrevistas para obtener información de primera mano que logró complementar datos como el nivel de incentivos que existe para los floricultores, apoyo de inversión, aporte del Acuerdo Comercial, etc.

3.3.2.2. Encuesta

En la investigación social, la encuesta se considera en primera instancia como una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida. La recogida de los datos se realiza a través de un cuestionario. (López & Fachelli, 2015, p. 8)

Las encuestas fueron parte fundamental con las cuales se obtuvo datos de oferta y demanda, se realizó una encuesta dirigida a todos los representantes de las florícolas del Carchi con el fin de obtener datos específicos de cómo están trabajando en la actualidad las fincas.

Se realizó una encuesta online al país destino con el fin de identificar los gustos y preferencias del consumidor a la hora de adquirir flores.

3.3.2.3. Datos secundarios

“Los datos secundarios son aquellos que ya fueron reunidos para otros propósitos diferentes en cuestión” Malhotra, 2008 (citado por (Martínez, 2012, p. 1)). Por lo general, estos datos se pueden localizar con rapidez y a bajo costo, debido a que ya se encuentran publicados en diferentes fuentes de información.

Se pudo encontrar información recogida fuera del ámbito de la evaluación actual. Datos recogidos por otras organizaciones y personas como son informes, noticias, tendencias, internet, mapas, etc.

3.3.2.4. Observación

“Es la habilidad para reconocer y obtener datos del objeto de estudio, mirando detalladamente lo que interesa al investigador, en un espacio y tiempo delimitado y en situaciones particulares” (SEMAR, 2017, p. 30).

Para este estudio de investigación se realizó la observación participante, donde se visualizó de manera directa algunas operaciones de las florícolas, se obtuvo información desde el interior y se compartió experiencias con los involucrados al ser actores fundamentales de la investigación.

3.4. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

3.4.1. Población y muestra

Para la población y muestra se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia porque es una técnica comúnmente usada y consiste en seleccionar una muestra de la población por el hecho de que sea accesible. En este caso las florícolas del Carchi, los individuos empleados en la investigación se seleccionan porque están fácilmente disponibles, no porque hayan sido seleccionados mediante un criterio estadístico.

Para realizar esta investigación se analizó las actividades económicas y productivas de las florícolas del Carchi que son 23:

Tabla 2 Número de Florícolas del Carchi

Número de florícolas	Razón Social	Cantón	Parroquia
1	AGROTERRANORTE S.A	Espejo	El Ángel
2	EVERBLOOM ROSES ECUADOR	Espejo	La Libertad
3	EQUA GARDEN	Espejo	San Isidro
4	FLORES DE LA HACIENDA	Mira	Mira
5	THE NORTH FLOWERS (ROSAS DEL CARCHI)	Bolívar	Bolívar
6	TIERRA VERDE SOCIEDAD CIVL Y COMERCIAL	Bolívar	Bolívar
7	REALFLOWERS ECUADORIAN CIA. LTDA.	Bolívar	Bolívar
8	GREEN SOUL FLOR ETERNA CIA. LTDA.	Bolívar	Los Andes
9	STAMPSYBOX CIA LTDA.	Bolívar	García Moreno
10	ALTOS DEL NORTE	Espejo	El Ángel
11	FLORICOLAJARDINESELANGEL CIA. LTDA.	Espejo	El Ángel
12	AREVALO TANICUCHI JONATHAN JAVIER	Espejo	El Ángel
13	ALTAS CUMBRES FLOWERS	Espejo	27 de Septiembre
14	LUIS CARLOS ORTEGA-QUEEN FREEDOM	Espejo	27 de Septiembre

15	ENRIQUEZ MONTENEGRO ROBINSON GUILLERMO	Espejo	La Libertad
16	ALTA SIERRA ROSES ECUADOR	Espejo	La Libertad
17	FLORES HERRERA MARCO RENAN	Espejo	San Isidro
18	PABLO RENAN FLORES HERRERA (TERRA PACIFIC)	Espejo	San Isidro
19	ENRIQUEZ MONTENEGRO GANDHY VINICIO (LATINA FARMS)	Mira	Mira
20	FLORIPALM	Mira	Mira
21	GALÁRRAGA SALAZAR ATAHUALPA JULIO	Mira	Mira
22	HORTIJARDINES S.A.	Mira	La Concepción
23	LEON FLOWERS.	Bolívar	Bolívar

Fuente: (AGROCALIDAD, 2018)

Elaborado por: Edisson López

3.4.2. Procesamiento y análisis de datos

3.4.2.1. Balanza comercial y de pagos macro.

3.4.2.1.1. Balanza comercial

La balanza comercial es uno de los componentes de la Balanza de Pagos, que contempla las importaciones y exportaciones. Se utiliza para conocer el equilibrio o desequilibrio en el que se encuentran estas transacciones respecto al exterior y se expresan en déficit o superávit; el primero cuando son mayores las importaciones y el segundo cuando son mayores las exportaciones. Es el cálculo que resulta de la diferencia entre las exportaciones y las importaciones de mercancías durante un período determinado. (Banco Central del Ecuador, 2011)

La balanza de bienes o balanza de mercancías que refleja la diferencia entre las exportaciones e importaciones de bienes. Si el saldo es positivo implica que, en el período analizado, el país exportó bienes por un monto mayor al que representaron las importaciones para el mismo período. (Cárdenas, 2015)

3.4.2.1.1. Balanza comercial Ecuador año 2017

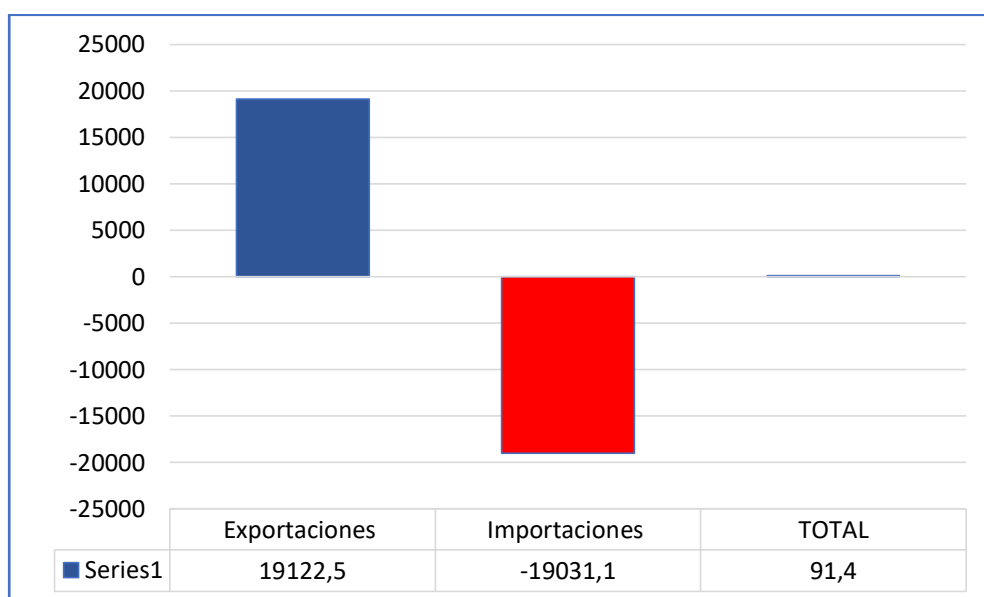


Gráfico 1 Balanza Comercial del Ecuador en valor (millones FOB)

Fuente: (BCE, 2018)

Elaborado por: Edisson López

La Balanza Comercial total registró un superávit de USD 91,4 millones al cierre del año 2017 resultado de una recuperación en valor FOB de las exportaciones petroleras y de un crecimiento de las exportaciones no petroleras.

Las exportaciones petroleras representan la mayor cantidad de ingresos para la economía del país en la actualidad, debido al incremento del precio del barril de petróleo y sus derivados, a Ecuador le hace falta incentivos para incrementar las exportaciones no petroleras tradicionales y no tradicionales para no depender económicamente de los ingresos petroleros.

Tomando en cuenta que las exportaciones fueron de 19.122,5 millones de dólares y las importaciones no superaron los 19.031,1 millones al parecer es casi equilibrada la balanza, por tanto, las exportaciones superan a las importaciones en un 4,8% durante el año 2017.

Las exportaciones de flores en el año 2017 representaron el 4,61% de participación en la balanza comercial total del país, tomando en consideración que las flores están dentro del grupo de productos no petroleros secundarios, de este modo la intervención de todo el sector florícola a nivel nacional es de gran importancia.

En el 2017 se exportó 881.462 miles de dólares FOB, obteniendo una de las mejores participaciones en los últimos 5 años, además se ha dado apertura a nuevos mercados para

este sector que lograron incrementar las exportaciones, con el fin de obtener dicha participación en la balanza comercial total del Ecuador.

3.4.2.1.2. Balanza de pagos del Ecuador

“La balanza de pagos es un documento contable que contiene el registro sistemático de todas las transacciones económicas efectuadas entre los residentes de un país y los residentes del resto del mundo, normalmente cada año” (UNIVERSIDAD CENTROAMERICANA, 2016, p. 4).

En un manual del (BCE, 2016) se define a la balanza de pagos como “un estado estadístico que resume sistemáticamente, para un período específico dado, las transacciones económicas entre una economía y el resto del mundo”. Las transacciones que tienen lugar entre residentes y no residentes comprenden aquellas que involucran bienes, servicios y renta, las que contienen activos y pasivos financieros frente al resto del mundo y las que se clasifican como transferencias (donaciones) para las que se efectúan asientos compensatorios para equilibrar desde el punto de vista contable las transacciones unilaterales.

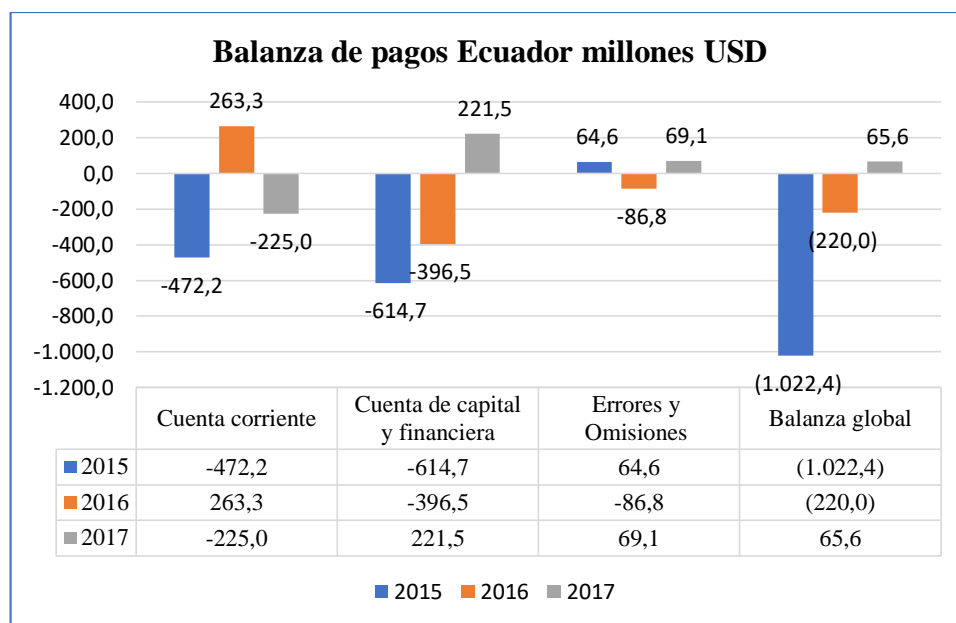


Gráfico 2 Balanza de Pagos Ecuador 2015-2017

Fuente: (BCE, 2018)

Elaborado por: Edisson López

La balanza de pagos ecuatoriana ilustrada en la anterior imagen para los últimos 3 años ha tenido cambios muy variantes, la cuenta corriente en el año 2017 fue de -225 millones de dólares pasando de 263,3 millones en 2016, en el caso de las cuentas de capital y financiera se superó lo obtenido en 2016 que fue de -396,5 a 221,5 millones de dólares en 2017, consecuentemente las omisiones y errores son positivos de 69,1 en 2017.

La balanza de pagos global representa un valor de 65,6 millones cifra positiva comparada con la de 2016 que fue de -220 millones y de 2015 que fue de 1022,4 millones.

La balanza de pagos se toma en consideración con el fin de conocer la situación económica del país, a nivel nacional e internacional, por lo que es muy importante recalcar que esta herramienta es utilizada para diagnosticar la factibilidad de inversiones extranjeras e intervención de cuentas financieras.

3.4.2.2. Ventas a nivel mundial de flores.

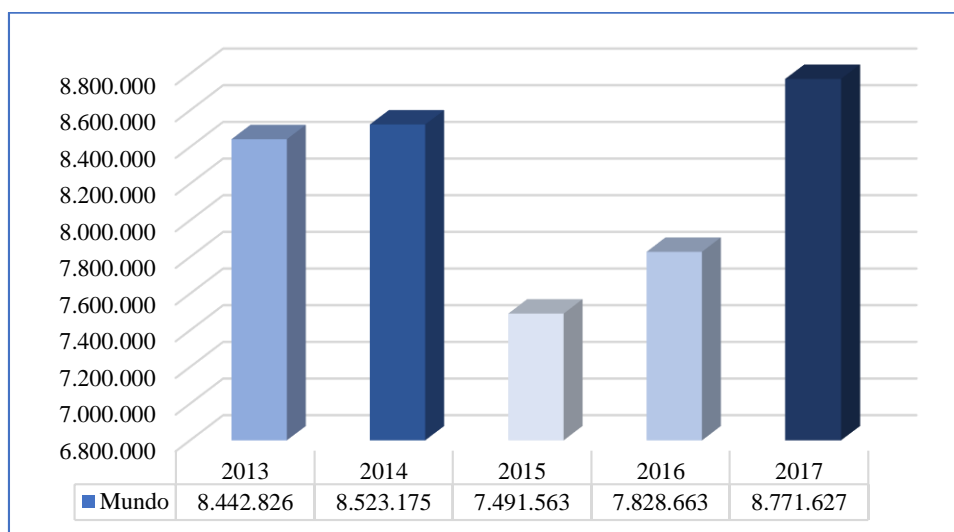


Gráfico 3 Exportaciones de flores nivel mundial (miles USD)

Fuente: (Trade Map, 2018)

Elaborado por: Edisson López

Según datos tomados de (Trade Map, 2018) las exportaciones totales de la partida “0603: Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma” fueron de 8’771.627 (miles de dólares americanos) en el año 2017.

Haciendo un recuento de los último cinco años en el 2013 se exportó a nivel mundial \$8.442’826.000, en el 2014 fue \$8.523’175.000, para el año 2015 las exportaciones mundiales bajaron significativamente siendo el año en el cual hubo menos ingresos con \$7.491’563.000, para el 2016 incrementaron en un total de \$7.828’663.000 y para cerrar en el 2017 con \$8.771’627.000 teniendo un incremento aproximado de 1.000 millones de dólares.

En 2016 y 2017 se registra las mayores ventas de flores a nivel mundial de los últimos 5 años, cada vez la demanda es más grande y existen demandas insatisfechas, cada año varían

las ventas de flores pero en la actualidad se mantiene un crecimiento constante lo cual debe ser aprovechado por los productores de rosas del Carchi para ampliar las ventas y mejorar su producción, cada vez que exista una demanda insatisfecha es una nueva oportunidad de mercado para un productor de flores.

Basado en los datos de Trade Map, los movimientos que se han realizados en los periodos de 2013 a 2017 han mantenido constantes variaciones de las cuales los años más representativos se encuentran en 2013, 2014 y 2017, el año 2017 presenta mayor alcance de exportaciones dentro la partida “0603, esto se debe a diferentes factores que ayudaron al crecimiento del sector, siendo uno de estos la liberación de aranceles, que presidió la Unión Europea a Ecuador tras la firma del Acuerdo Multipartes, permitiendo que exista mayor estabilidad y desempeño productivo diversificando la producción.

Tabla 3 Principales países exportadores de flores USD
Exportadores MILES DE USD 2017

Países Bajos	4'388.863
Colombia	1'399.600
Ecuador	881.462
Kenia	540.895
Etiopía	196.620
Malasia	107.526
China	103.762
Italia	98.157
Bélgica	89.623
Alemania	72.212
Tailandia	70.893
Lituania	65.177
Canadá	58.933
Israel	58.691
Reino Unido	51.223
Sudáfrica	45.720
España	45.449
México	41.520

Fuente: (Trade Map, 2018)

Elaborado por: Edison López

Los países que más exportaron flores a nivel mundial fueron Países Bajos que obtuvo ingresos en miles de dólares de 4'388.863, seguido por Colombia con 1'399.600 y en tercer lugar se ubica Ecuador con 881.462 millones de dólares exportados en flores hacia diferentes partes del mundo. Kenia es el cuarto país con 540.895 millones.

Estos países se encuentran en el top de países más exportadores debido a que en el caso de Ecuador, Colombia y Kenia los climas son favorables para la producción y cuentan con suelos fértiles para la cosecha de flores, mientras que Países Bajos cuenta con poca producción, pero existen empresas que importan flores con la finalidad de exportarlas.

Aproximadamente se exportaron 1´515.000 toneladas a nivel mundial en el año 2017.

Tabla 4 Principales países exportadores de flores TM

EXPORTADOR	TONELADAS	PARTICIPACIÓN
Mundo	1´515.000	100,00%
Países Bajos	609.020	40,20%
Colombia	246.118	16,25%
Ecuador	159.008	10,50%
Kenia	149.322	9,86%
Etiopía	48.254	3,19%
Malasia	41.135	2,72%
España	34.781	2,30%
China	32.060	2,12%
México	28.808	1,90%
Tailandia	26.096	1,72%
Alemania	12.212	0,81%
Bélgica	11.779	0,78%
Lituania	11.501	0,76%
Italia	11.152	0,74%
Canadá	10.399	0,69%
Reino Unido	10.232	0,68%
Sudáfrica	7.637	0,50%
Israel	6.252	0,41%
Otros	59.234	3,91%

Fuente: (Trade Map, 2018)

Elaborado por: Edisson López

Hablado en cifras de toneladas a nivel mundial se registraron alrededor de 1´515.000 toneladas métricas de exportación de flores, la mayor participación en las exportaciones la obtuvo Países Bajos con 609.020 toneladas que representan el 40,20% del total exportado, seguido por Colombia con 246.118 TM que significa el 16,25% de la exportación total y Ecuador está en el tercer lugar con 159.008 toneladas exportadas, hablamos del 10,50% del total de exportaciones, Kenia con 149 322 toneladas exportadas es decir el 9,86%.

Al hablar de competitividad podemos determinar indicadores que ayudan a sobrellevar el crecimiento productivo de un país y ayudan a impulsar determinado sector de su economía, entre ellos podemos mencionar: el avance tecnológico, innovación, infraestructura,

transporte, nivel educativo, entre otros, los mismos que hacen que un sector obtenga mayor provecho, por ende vemos que Ecuador en base a los datos proporcionados por Trade Map se encuentra en un ranking favorable.

3.4.2.3. Países importadores de flores

Tabla 5 Principales países importadores de flores USD

Importador	Miles USD 2017
Estados Unidos de América	1'453.992
Países Bajos	1'210.479
Alemania	1'187.954
Reino Unido	962.844
Francia	382.771
Rusia, Federación de	350.775
Japón	348.696
Italia	180.687
Suiza	172.898
Bélgica	150.991
Canadá	133.252
Austria	115.556
Polonia	106.303
Dinamarca	105.169
España	93.503
Noruega	88.033
Suecia	85.797
Lituania	85.584
República Checa	79.906
Arabia Saudita	55.289
China	54.892
Otros	1.366.256

Fuente: (Trade Map, 2018)

Elaborado por: Edisson López

A nivel mundial los países que más importan flores son Estados Unidos de América que en el año 2017 registró haber importado cerca de 1.453.992 miles de dólares de estos productos, los Países Bajos importaron 1.210.479 miles de dólares, Alemania 1.187.954 y Reino Unido 962.844 miles de dólares.

Como se lo mencionó anteriormente los Países Pajos son grandes exportadores, pero de igual manera son grandes importadores, en el caso de las demás economías se registran estas cifras tan altas debido a que son economías potenciales y van en constante crecimiento y su demanda es cada vez mayor para las flores.

Tabla 6 Principales países importadores de flores Unión Europea

Importador	Miles USD 2017	Saldo comercial miles USD	TM
Unión Europea (UE 28)	5'040.108	-137.654	1'000.910
Países Bajos	1'210.479	3'178.384	352.716
Alemania	1'187.954	-1'115.742	182.535
Reino Unido	962.844	-911.621	148.574
Francia	382.771	-363.991	59.503
Italia	180.687	-82.530	27.079
Bélgica	150.991	-61.368	58.899
Austria	115.556	-111.559	13.051
Polonia	106.303	-93.631	19.040
Dinamarca	105.169	-96.945	20.424
España	93.503	-48.054	20.105
Resto de países	543.851	...	98.984

Fuente: (Trade Map, 2018)

Elaborado por: Edisson López

En si dentro de la Unión Europea la capacidad total adquirida en 2017 es de 1'000.910 TM, lo cual distribuida para sus distintos miembros revela que Países Bajos maneja mayores movimientos de importación de flores, de tal manera que se muestra como uno de los posibles candidatos para realizar proyectos de exportación de flores por parte de Ecuador, seguido de eso también se encuentran Alemania que es un país con un régimen político muy estricto generando así controversia para exportar flores a este país, Reino Unido es una de las potencias que puede ser considerada para la exportación de flores desde Ecuador, tomando en cuenta que los habitantes de este país tiene gustos y preferencias por las flores de verano, en Italia se importan flores por temporadas especiales y Francia siempre será considerado como uno de los mercados preferentes para exportar desde Ecuador pero productos como atún y camarón.

3.4.2.4.Productores-exportadores de flores en Ecuador

En esta sección se puede identificar los competidores para el sector florícola de la provincia del Carchi, los datos que se van a mencionar a continuación son de empresas producto-exportadores, datos proporcionados por la agencia de PROECUADOR en Tulcán.

La tabla que se visualiza a continuación se refiere a productos florícolas de exportación, en la cual se excluyó la subpartida 0603.11.00.00, perteneciente a rosas en general, esta especificación se la realiza debido a que en el Carchi todas las florícolas producen únicamente rosas.

Tabla 7 Número de florícolas producto-exportadoras y despachos de flores excluyendo las rosas

Provincia	N° De empresas	N° De exportaciones 2017
Pichincha	18	3.753
Cotopaxi	3	76
Imbabura	5	1.043
Azuay	3	30
El oro	1	11
Guayas	1	1
Total	31	4.914

Fuente: (PROECUADOR, 2017)

Elaborado por: Edison López

Los producto-exportadores de rosas se especifican con más claridad en el transcurso de la investigación y se los excluye de esta sección por que las únicas flores que se producen en el Carchi son las rosas. Por lo tanto, los otros producto-exportadores de flores excluyendo las rosas no son competencia directa para el sector florícola de la provincia del Carchi.

Las provincias que más producen otro tipo de flores que no sean rosas son Pichincha que cuenta con 18 florícolas y que en el año 2017 ha realizado 3.753 despacho hacia el exterior, seguida de Imbabura con 5 empresas y ha realizado 1.047 despachos, Cotopaxi y Azuay cuentan con 3 empresas cada una y El Oro y Guayas cierran esta lista con 1 cada una, la empresa del Guayas solo ha realizado 1 despacho en todo el año 2017.

A continuación, se detalla la ubicación y las empresas que producen y exportan flores excepto rosas.

Tabla 8 Empresas producto-exportadoras de flores USD excepto rosas

Provincia	Empresa	N° de exportaciones	Usd exportados
Pichincha	FLORES EQUINOCCIALES S.A. FLOREQUISA	971	14'742.530,62
Pichincha	FLORES DE LA COLINA FLODECOL S.A.	912	16'843.221,23
Imbabura	FLORES DEL COTACACHI FLORECOT S.A.	708	3'155.235,56
Pichincha	EXPORTADORA DE FLORES EXPOFLOR CIA. LTDA.	489	6'768.175,02
Pichincha	FLORES PARA EL MUNDO FLORMUNDO CIA. LTDA.	401	2'466.846,59
Pichincha	FLORES DEL VALLE CIA. LTDA.	325	6'966.016,05
Pichincha	FLORES LATITUD CERO FLORLATCERO CIA. LTDA.	221	6'679.414,37
Pichincha	FLORES DEL AMAZONAS S.A. AMAFLOR	191	989.609,66
Imbabura	FLORES LA ALEGRIA ALEFLOWERS CIA.LTDA.	158	2'523.686,68
Imbabura	FLORES DE TUMBABIRO S.A. FLORETUM	139	1'494.455,97
Pichincha	BETELFLOWER COMERCIALIZADORA PRODUCTORA	77	682.256,18

Cotopaxi	FLORICOLA AZERIFLORES S.A.	70	1'233.429,50
Pichincha	FLORESDREAMS CIA. LTDA.	42	173.752,55
Imbabura	SAAVEDRA FLORES CARMEN ROSALIA	33	51.606,38
Pichincha	FLORES MAGICAS FLORMAGIC CIA. LTDA.	32	99.544,33
Pichincha	FLORESARAIH CIA. LTDA	26	21.395,46
Azuay	FLORES DEL SUR FLORESUR CIA. LTDA.	25	636.768,78
Pichincha	CARDENAS FLORES LUIS ANTONIO	25	325.448,15
Pichincha	FLORES INMORTALIZADAS INMORTFLOR S A	22	122.533,50
El oro	LOPEZ FLORES PABLO OSWALDO	11	1'881.242,40
Pichincha	FLORES GUERRERO EDGAR IVAN	10	83.934,39
Imbabura	FLORES QUINATO A NINA MERCEDES	5	2.062,24
Cotopaxi	ARCOFLOR FLORES ARCOIRIS S.A.	4	650,60
Pichincha	FLORES TORRES DIANA ELIZABETH	4	5.266,33
Pichincha	FLORES FRANCO ANDRES VICENTE	3	425,00
Azuay	MENDEZ FLORES MIGUEL EUGENIO	3	26.784,00
Cotopaxi	FLORES DEL COTOPAXI S.A.	2	1.425,21
Azuay	FLORES-CUENCA ASOCIADOS	2	12.083,60
Pichincha	FLORVALSA FLORES VALAREZO S.A.	1	0,60
Pichincha	FLORES BURGOS CRISTINA SOLEDAD	1	333,00
Guayas	FLORES ANDRADE DIANA MAGALY	1	3.669,00
Total		31	4914
			67'993.802,96

Elaborado por: Edison López

Fuente: (PROECUADOR, 2017)

Al haber realizado el análisis de las florícolas producto-exportadoras de flores excepto rosas se prosiguen a identificar las florícolas que únicamente producen y exportan rosas en Ecuador, con la finalidad de identificar la competencia del sector para la provincia del Carchi.

Tabla 9 Número de florícolas producto-exportadoras y despachos de rosas subpartida 0603.11.00.00

Provincia	N° de empresas	N° de exportaciones
Pichincha	396	43.178
Cotopaxi	77	9.538
Carchi	18	1.730
Imbabura	13	1.262
Tungurahua	6	539
Chimborazo	3	121
Guayas	2	795
Azuay	2	214
El oro	2	11
Los ríos	1	29
Cañar	1	44
Total	521	57.461

Fuente: (PROECUADOR, 2017)

Elaborado por: Edison López

Carchi está superada por la provincia de Pichincha y Cotopaxi en cuanto a número de empresas florícolas que cosechan rosas, la primera provincia que cuenta con más fincas de producción de rosas es Pichincha con 396, Cotopaxi con 77 y Carchi con 18 producto exportadores, a Carchi le sigue Imbabura con 13 empresas dedicadas a esta actividad.

A continuación, se detalla las 30 principales empresas producto-exportadoras de rosas en el año 2017.

Tabla 10 Principales empresas producto-exportadoras de rosas USD

Provincia	Empresa	N° despachos	Valor exportado USD
Pichincha	BELLARO S.A.	517	6'825.305,53
Pichincha	ROSAPRIMA CIA. LTDA.	482	24'273.354,41
Pichincha	ROSE CONNECTION ROSECON CIA. LTDA.	480	5'158.523,89
Pichincha	CERESFARMS CIA. LTDA.	469	8'352.869,88
Pichincha	FLORANA FARMS S.A.	464	8'646.480,06
Pichincha	FLORES ECUATORIANAS DE CALIDAD S.A. FLOR	462	10'036.083,51
Pichincha	ECUADORUNIQUE COLLECTION S.A.	456	6'091.895,21
Pichincha	ECUATORIAN FLOWER GRUNKO CIA. LTDA.	452	5'305.065,93
Pichincha	QUALITY SERVICE S.A. QUALISA	430	6'512.737,69
Cotopaxi	NEVADO ECUADOR NEVAECUADOR S.A.	430	11'169.654,31
Pichincha	AAASACORPORATION S.A.	429	6'940.960,12
Cotopaxi	NARANJO ROSES ECUADOR S.A.	417	5'406.639,78
Pichincha	ROYALFLOWERS S.A.	413	14'365.352,10
Pichincha	SISAPAMBA ROSAS Y ROSAS SOCIEDAD COLECT	411	4'852.303,27
Pichincha	VALTHOMIG S.A.	408	5'904.060,35
Pichincha	ALKAVAT CIA. LTDA.	407	6'469.601,27
Guayas	ACHETECORP S.A.	399	8'841.519,63
Pichincha	FLORES VERDES S.A. FLORDES	397	3'883.205,18
Guayas	AGRINAG S.A.	396	8'172.438,06
Pichincha	AGROSANALFONSO S.A	393	1'708.095,11
Pichincha	AGROSERVICIOS ANDINOS CAMACHO S.A.	393	5'929.625,57
Pichincha	SOLPACIFIC S.A.	388	4'964.782,92
Cotopaxi	EL CAMPANARIO DE SANTA ANITA SOCIEDAD	384	5'304.882,49
Pichincha	NATUFLOR S.A.	382	4'364.017,80
Pichincha	FLORICOLA LA ROSALEDA S.A. FLOROSAL	378	3'935.500,13
Pichincha	ROSAS LA MARTINA RLM S.A.	363	9'581.875,43
Cotopaxi	AGROPROMOTORA DEL COTOPAXI AGROCOEX	358	10'908.765,70
Pichincha	ECOROSSES S.A.	354	8'104.462,72
Pichincha	FLORES SELECTAS FLORSEL CIA. LTDA.	353	1'965.537,40
Pichincha	FLORES DE NAPOLES FLORNAPOL S.A.	352	3'119.753,27

Fuente: (PROECUADOR, 2017)

Elaborado por: Edisson López

3.4.2.5. Exportaciones de flores desde Ecuador

3.4.2.5.1. Balanza comercial de las flores ecuatorianas

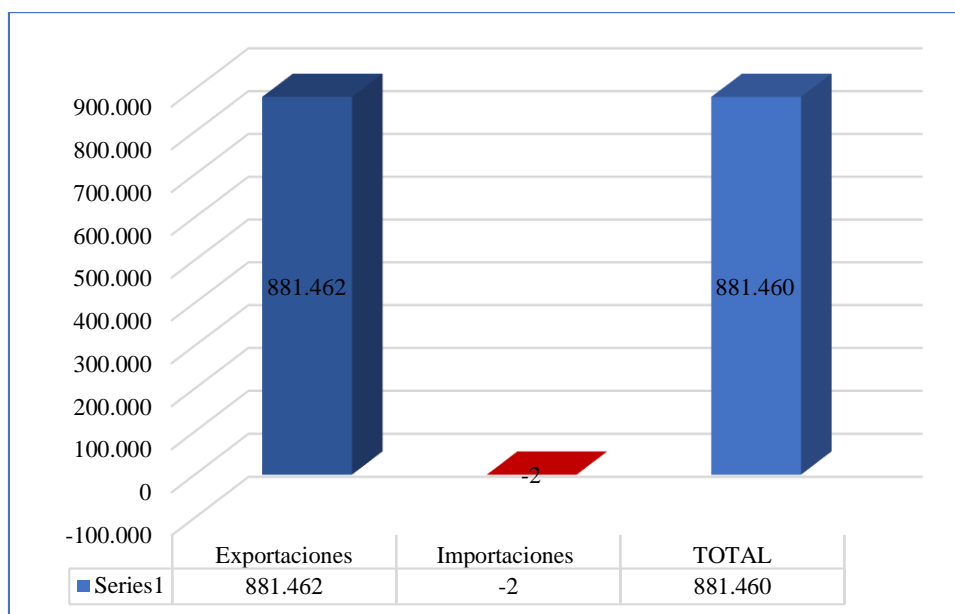


Gráfico 4 Balanza comercial de las flores ecuatorianas 2017 FOB miles de dólares

Fuente: (Trade Map, 2018)

Elaborado por: Edisson López

Ecuador es un país lleno de climas y terrenos diversos lo cual lo hace ser apto para la cosecha de flores, de este modo las importaciones de flores son mínimas en el año 2017 con 2.000 dólares, este no es el caso de las exportaciones que son de 881.462 miles de dólares, llegando a tener una de las balanzas comerciales mejor posicionadas en relación con las flores a nivel mundial con un total de 881.460 miles de dólares en superávit.

3.4.2.5.2. Exportaciones de flores 2013-2017 miles de dólares

Tabla 11 Exportación de flores naturales 2013-2017

Período	Cantidad de Flores naturales TM	USD exportación productos no tradicionales	Representación
2013	830.251	5.513.253	15,06%
2014	918.242	6.172.998	14,88%
2015	819.939	5.365.846	15,28%
2016	802.461	4.881.229	16,44%
2017	881.462	5.085.578	17,33%

Fuente: (BCE, 2018)

Elaborado por: Edisson López

Según las cifras del (BCE, 2018) para el cierre del año 2017 se registraron 159.000 toneladas métricas de exportación valoradas en 881´461.500 dólares FOB, en comparación con el año

2016 que fueron 143.000 toneladas de flores naturales exportadas, valoradas en 802´500.000 dólares FOB.

3.4.2.5.3. Exportaciones por tipo de flor

Tabla 12 Exportaciones totales por tipo de flor

Tipo de flor	Participación
Rosas	74%
Las demás flores de verano	12%
Gypsophila	7%
Claveles	2%
Crisantemos	1%
Alstroemeria	1%
Lirios	1%
Azucenas	0,50%
Aster	0,50%
Gerbera	0,50%
Orquídeas	0,50%
Total	100%

Fuente: (EXPOFLORES, 2018)

Elaborado por: Edisson López

Las exportaciones por tipo de flor mantienen la misma participación, predominando la venta de rosas con un 74% de la participación total, seguidas por las demás flores de verano, donde se ingresan todas las flores de verano que no tienen partida arancelaria propia, con el 12%, gypsophila con el 7%, claveles con el 2% y alstroemerias, lirios y crisantemos con el 1%. Las demás flores tienen el 2% restante de participación.

En el 2017, las exportaciones de rosas crecieron 8.9% en valor y 13.2% en volumen con respecto al año anterior. Otros productos del sector que han registrado variaciones positivas en valor FOB son: las demás flores de verano (16.2%), gypsophila (10.2%), claveles (10.1%), lirios (1.9%), alstroemerias (27.5%), crisantemos (8.6%), aster (18.5%) y las demás (10.2%).

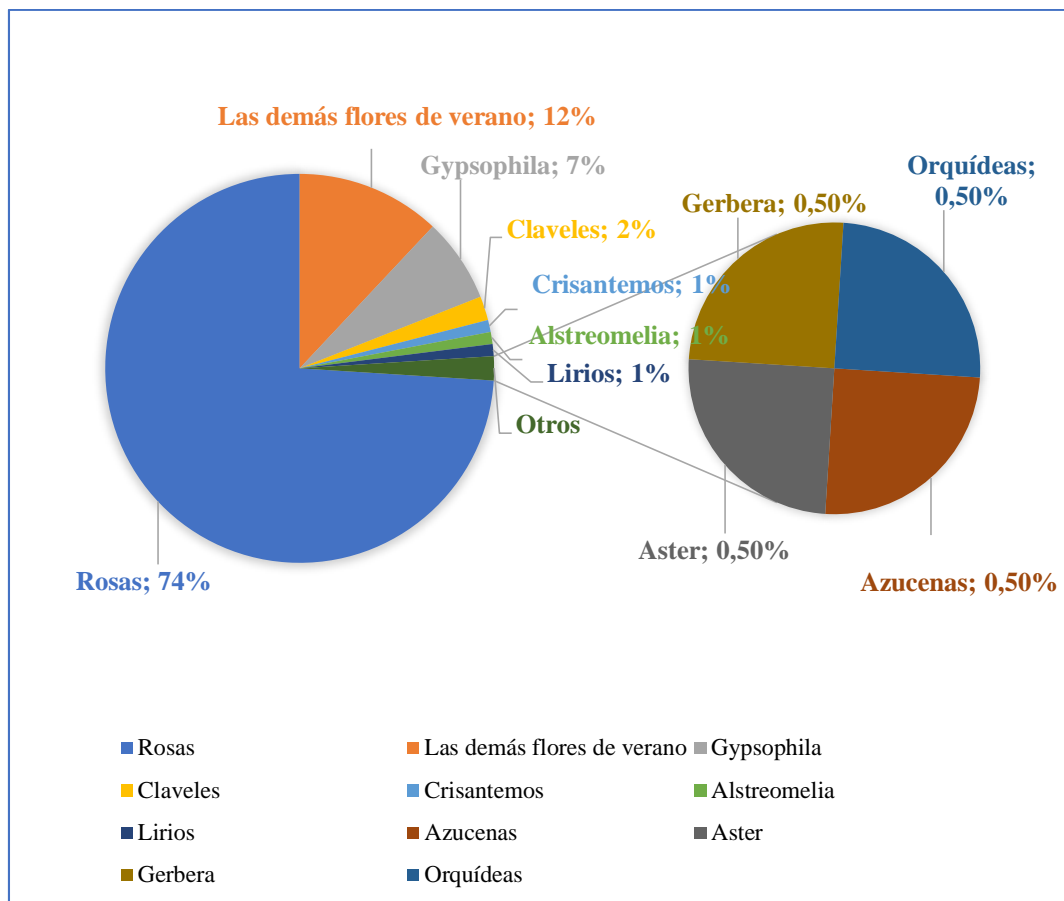


Gráfico 5 Participación de las exportaciones según el tipo de flor ecuatoriana 2017
Fuente: (EXPOFLORES, 2018)
Elaborado por: Edison López

3.4.2.5.4. Valor FOB miles de USD y toneladas métricas exportadas por tipo de flor en el año 2016-2017

Tabla 13 Exportaciones por tipo de flor Ecuador FOB-toneladas 2016-2017

Subpartida	Descripción	2016		2017		Variaciones del 2016 al 2017		Participación 2017	
		USD Miles	TON ELD AS	USD Miles	TM	USD Miles	TONE LDAS	USD Miles	TONE LDAS
603110000	Rosas	600.57	109.8	654.05	124.41	8,91%	13,25%	74,20	78,24%
603190900	Las demás flores de verano	90.545	15.49	105.25	16.314	16,24	5,32%	11,94	10,26%
603191000	Gypsophila	61.367	9.436	67.606	10.165	10,17	7,73%	7,67	6,39%
603120000	Claveles	14.942	3.562	16.455	3.574	10,13	0,34%	1,87	2,25%
603199010	Lirios	6.397	992	6.521	1.022	1,94%	3,02%	0,74	0,64%
603193000	Alstroemeria	4.518	1.177	5.760	1.277	27,49	8,50%	0,65	0,80%
603140000	Crisantemos	4.929	1.058	5.353	1.113	8,60%	5,20%	0,61	0,70%
603150000	Azucenas	2.603	493	2.283	440	-	-	0,26	0,28%
						12,29	10,75%	%	

60319 2000	Aster	1.106	283	1.310	249	18,44 %	- 12,01%	0,15 %	0,16%
60319 4000	Gerbera	552	107	430	85	- 22,10 %	- 20,56%	0,05 %	0,05%
60313 0000	Orquídeas	13,89	1,08	0,96	0,07	- 93,09 %	- 93,52%	0,00 %	0,00%
60390 0000	Las demás	14.919	732	16.448	360	10,25 %	- 50,82%	1,87 %	0,23%
	Total	802.46	143.1	881.47	159.00	9,85%	11,05%	100,0 0%	100,00 %
		1,89	86,08	0,96	9,07				

Fuente: (EXPOFLORES, 2018)

Elaborado por: Edisson López

Las rosas son las flores más apetecibles a nivel mundial, es por eso que para Ecuador representa el 74,20% de exportaciones en el año 2017, las flores de verano le siguen con un porcentaje muy bajo de 11,94%, las Gypsophila con 7,67% y cerrando entre las flores más vendidas por Ecuador los claveles con 1,87%, de esto se puede decir que la exportación de rosas del año 2017 superó a la del año 2016 en el 13,25% en comparación a las toneladas exportables totales ecuatorianas de flores.

A continuación, se analizará el comportamiento de las exportaciones de flores ecuatorianas, tomando en consideración los últimos 5 años, aplicando la fórmula de tasa media de crecimiento anual, se podrá identificar la variación de las exportaciones de un año a otro, esto permitirá saber si las exportaciones han ido creciendo o decreciendo en cada año analizado.

3.4.2.5.5. Análisis exportación de flores Tasa Media de Crecimiento Anual.

$$TMCA = \left(\left(\frac{VF}{VI} \right)^{1/n} - 1 \right) * 100$$

TMCA: Tasa Media de Crecimiento Anual

VF: Valor final

VI: Valor inicial

N: Número de períodos

Tabla 14 Tasa media de crecimiento anual 2013-2018 exportación de flores EC

Año	Exportaciones de flores naturales	Años de análisis	Tasa Media de Crecimiento Anual %
2013	830.251	2013-2014	10,60%
2014	918.242	2014-2015	-10,71%
2015	819.939	2015-2016	-2,13%
2016	802.461	2016-2017	9,84%

2.017	881.462	2017-2018*	-5,96%
2018*	828.943		

Para el año 2018* se obtuvo datos reales hasta julio, desde agosto hasta diciembre son datos proyectados y se calculó el valor total

Fuente: (BCE, 2018)

Elaborado por: Edison López

Aplicando la tasa media de crecimiento anual se estimó las variaciones que existieron en las exportaciones totales de flores ecuatorianas desde el año 2013 hasta el año 2018*, de acuerdo a la aplicación de La fórmula entre el 2013 y 2014 las exportaciones variaron e incrementando en un 10,60%, caso contrario lo que sucedió en el año 2015 donde las exportaciones fueron decreciendo tanto así que del 2014 al 2015 cayeron en 10,71%, seguido de la caída en 2016 de 2,13%, para llegar al año 2017 a incrementar en 9,84%.

Se estima que para el cierre del año 2018 las exportaciones sean de 828943 miles de dólares por lo tanto será un decrecimiento comparado con el año 2017 de 5,96%.

3.4.2.5.6. Exportaciones por destino de las flores ecuatorianas

Tabla 15 Principales destinos de las exportaciones de flores ecuatorianas 2017 (TM Y FOB miles)

Ene – Dic 2017			
TM; y valores FOB, en miles de USD			
Flores naturales	TM	FOB	Participación
EE. UU.	66.127,1	396.886,2	45,0%
Rusia	27.536,8	136.068,3	15,4%
Holanda	11.771,5	63.646,3	7,2%
Italia	5.280,2	30.536,2	3,5%
España	4.401,9	24.174,8	2,7%
Canadá	3.508,1	22.167,4	2,5%
Kazajistan	4.356,4	19.931,3	2,3%
Chile	3.444,3	15.432,2	1,8%
Ucrania	3.053,5	14.044,8	1,6%
Japón	1.659,1	12.603,2	1,4%
Otras	27.868,6	145.970,8	16,6%
Total	159.007,5	881.461,5	100,0%

Fuente: (BCE, 2018)

Elaborado por: Edison López

Las flores ecuatorianas se exportan a mercados como EE. UU., Rusia, Holanda, Italia, España, Canadá, otros. Para el país de los Estados Unidos en el año 2017 se exportó 66.127,1 toneladas de flores, el 45% de la oferta exportable, a Rusia se exportó 27536,8 toneladas que representan el 17,4%, los países que son parte de la Unión Europea y se encuentran entre los

países mayor importadores de flores ecuatorianas son Holanda, Italia y España con 11.771,5, 5.280,2 y 4.401,9 toneladas importadas respectivamente.

3.4.2.6. Normas generales aduaneras de ingreso para las flores en la UE

La Unión Europea es uno de los socios comerciales más importantes para el Ecuador, ocupando en los últimos años el primer lugar como destino de las exportaciones ecuatorianas no petroleras.

El Acuerdo entre la Unión Europea y el Ecuador norma el comercio de bienes y servicios desde y hacia dicho bloque, así como la participación de las Partes en licitaciones para la contratación pública, la protección de los derechos de propiedad intelectual, la cooperación en el ámbito del comercio y, en particular disposiciones precisas que establecen un trato especial y diferenciado a favor del Ecuador, en reconocimiento a las asimetrías existentes entre la UE y el Ecuador. (MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR , 2017)

Los productos ecuatorianos exportados al mercado europeo ingresan libres de aranceles y obstáculos económicos a una de las regiones de mayor poder adquisitivo del mundo. Esto se produjo inmediatamente después de la entrada de vigencia del Acuerdo.

Lo negociado en el Acuerdo permitirá el ingreso al mercado europeo sin aranceles de rosas, palmito, café, aceite de palma, margarinas, cacao, chocolate, jugos y confites de frutas tropicales, mermeladas, vegetales, cereales, entre otros productos.

Algunos de esos productos de exportación benefician directamente a pequeños productores tanto de la sierra como de la costa.

3.4.2.6.1. Requisitos fitosanitarios

Para lograr la exportación de flores y follajes hacia los países de la Unión Europea, se deben cumplir los siguientes requisitos de la normativa de la Comisión Europea:

Regulaciones relacionadas con medidas para prevenir el ingreso de organismos nocivos que se puedan esparcir sobre las plantas y cultivos locales. Para su ingreso al mercado es indispensable que el producto este acompañado del certificado fitosanitario. (PROCOLOMBIA, 2018)

Los certificados fitosanitarios son un requisito esencial con el cual justifica que un producto orgánico está libre de contaminación y plagas, de esta manera se evita que lleguen enfermedades o plagas a otros lugares del mundo.

3.4.2.6.2. Etiquetado

La siguiente información general debe estar impresa en la caja: variedad y descripción precisa del producto, número y longitud de las flores, entre otras especificaciones. Puede incluir la información del nombre del productor o de la granja, y el origen de la flor. (PROCOLOMBIA, 2018)

En la comercialización de un determinado producto lo esencial es mantener un claro señalamiento y tener una especificación correcta de que se trata y cuál es la manera correcta de manipulación, todo esto a fin de dar mayor accesibilidad y rapidez de clasificación, de esta manera será más eficiente el proceso, llevado a cabo una transacción comercial y por ende, la descripción que trae consigo mencionado cada uno de los productos que permite viabilizar el trato que se debe dar y poder evitar errores al momento de ingreso o salida.

Las cajas donde se empaquetan las flores deben estar señalizadas para tener un buen manejo y manipulación para que no existan inconvenientes a la hora de entregar el producto, suele pasar que por no etiquetar bien un producto este puede ser reembarcado por no cumplir las normas de las aduanas de otros países. Es importante para las flores siempre mantener el sello verde y control de plagas, estas son etiquetas que se les coloca al tallo de la flor.

3.4.2.6.3. Requisitos del mercado

Cada vez son más solicitadas por los consumidores europeos, las flores y follajes que cuenten con las siguientes certificaciones:

- The Milieu Programma Sierteelt (MPS)
- Global Gap
- Fair Flowers Fair Plants (FFP)
- Fair Trade
- The Flower Label Program (FLP)

Estas son certificaciones avaladas internacionalmente con el fin de mejorar la calidad de la producción, exportación y adquisición de productos, los documentos tienen un registro para plantas y medio ambiente, la manera de medir el impacto es mediante la composición del producto.

Según la última publicación de (Market Access Map, 2017), la partida “0603, Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.”, para ingresar a la UE cobra el 0% de arancel al Ecuador por ser considerado socio con el Acuerdo Comercial Multipartes, por lo tanto, no existe ningún tipo de barrera arancelaria para las flores.

En las últimas décadas ha aumentado de manera importante el número de normas y reglamentos técnicos a nivel global. Esta tendencia se puede atribuir por un lado al crecimiento del nivel de vida en general, que ha impulsado la demanda de productos seguros y de alta calidad por parte de los consumidores. Por otro lado, los problemas de contaminación del medio ambiente han llevado a los consumidores a solicitar productos menos nocivos para el ambiente.

El Acuerdo contempla disposiciones para eliminar los obstáculos técnicos o procedimientos innecesarios a través de una mayor cooperación y comunicación entre las partes, sin dejar de reconocer la importancia que la normalización internacional y la evaluación de conformidad puedan tener para aumentar la eficiencia de la producción y facilitar el comercio internacional. (Van Steen & Saurenbach, 2017, p. 22)

3.4.2.6.4. Requisitos admisibles para ingreso de productos agrícolas a la UE.

Requisito 1.- Requisitos de registro para los importadores (código NTM - A15)

Definición de medida. – Es un requisito en el que los importadores se registren antes de que puedan importar ciertos productos: para registrarse, los importadores pueden necesitar cumplir con ciertos requisitos, proporcionar documentación y pagar las tarifas de registro. Ejemplo: los importadores de un determinado producto alimenticio deben registrarse en el Ministerio de Salud

Requisito 2.- Prohibiciones / restricciones de las importaciones por razones sanitarias y fitosanitarias no especificadas en otra parte. (Código NTM - A19)

Nota sobre el producto. - Esta medida está específicamente relacionada con organismos peligrosos nocivos, enumerados en el Anexo I; II; III; IV, parte A de la Directiva del Consejo 200/29 / CE

Requisito 3.- Certificaciones (código NTM - A83)

Definición de medida. - Certificación de conformidad con una regulación dada: requerida por el país importador, pero puede ser emitida en el país exportador o importador. Ejemplo: Se requiere certificado de conformidad para materiales en contacto con alimentos (recipientes, papeles, plásticos, etc.).

Requisito 4.- Certificado de inspección (código NTM - A84)

Definición de medida. - Requisito para la inspección del producto en el país importador: puede ser realizado por entidades públicas o privadas. Es similar a las pruebas, pero no incluye pruebas de laboratorio. Ejemplo: Animales o partes de plantas deben ser inspeccionados antes de permitir la entrada.

Requisito 5.- Requisito de autorización por razones OTC (código NTM - B14)

Definición de medida. - Requisito de que el importador reciba autorización, permiso o aprobación de una agencia gubernamental relevante del país de destino, por razones tales como razones de seguridad nacional, protección del medio ambiente, etc. Ejemplo: Las importaciones deben autorizarse para drogas, desperdicios y desechos, armas de fuego, etc.

Nota sobre el producto. - Esta medida se refiere exclusivamente a productos orgánicos

Requisito 6.- Requisitos de etiquetado (código NTM - B31)

Definición de medida. - Medidas que regulan el tipo, el color y el tamaño de la impresión en paquetes y etiquetas y definen la información que se debe proporcionar al consumidor: el etiquetado es cualquier comunicación escrita, electrónica o gráfica en el empaque o en una etiqueta separada pero asociada, o en el producto en sí. Puede incluir requisitos sobre el idioma oficial que se utilizará, así como información técnica sobre el producto, como voltaje, componentes, instrucciones de uso, consejos de seguridad, etc. Ejemplo: Los refrigeradores deben llevar una etiqueta que indique su tamaño, peso, así como el nivel de consumo de electricidad.

Nota sobre el producto. - Esta medida se refiere exclusivamente a productos orgánicos.

3.4.2.7. Barreras arancelarias para ingreso de las flores ecuatorianas a la UE

“El 75% de los productos agrícolas de Ecuador como las flores, café, cacao, aceite de palma, la mayoría de las frutas y hortalizas, y el tabaco gozan de libre acceso al mercado europeo desde el 1 de enero de 2017” (Van Steen & Saurenbach, 2017, p. 21).

Gracias al Acuerdo Comercial, las flores y capullos, cortados para ramos o adornos, incluidas las rosas, ahora gozan de un acceso libre de aranceles. Los exportadores de países que no cuentan con un acuerdo comercial con la UE pagan una tasa de 8.5%. (Van Steen & Saurenbach, 2017, p. 12)

El Acuerdo Comercial constituye un hito en las relaciones entre Ecuador y la Unión Europea (UE). Crea un marco estable y previsible para reforzar el comercio y la inversión entre ambas partes. Las relaciones comerciales se tornan privilegiadas de manera que los mercados para el comercio de bienes, servicios, compras públicas e inversiones se abren recíprocamente. El acceso mejorado al mercado de cada parte se traduce en la liberalización total o parcial de los aranceles. Además, el Acuerdo también trata los obstáculos al comercio e introduce medidas que facilitan el comercio en general, como medidas sanitarias y fitosanitarias o procedimientos para la evaluación de la conformidad entre otros. (Van Steen & Saurenbach, 2017, p. 19)

Con la aceptación del acuerdo Multipartes hace que diferentes productos ecuatorianos ingresen bajo la modalidad de liberación de arancel lo que ayuda a dar impulso en la variedad de productos que por su restricción arancelaria no podían ingresar debido a que contaban con altos precios, haciendo de esto que la producción no sea acorde al mercado y no sea competitivo.

3.4.2.8. Diagnóstico y selección del mercado meta

Aspectos por los cuales Ecuador debería enfocarse en mercados europeos

Tabla 16 Diagnóstico mercado meta UE

Componente	Función
Beneficios del Acuerdo Multipartes	Acceso a mercados Defensa comercial Protección a la propiedad intelectual Comercio y desarrollo sostenible
Acceso inmediato libre de aranceles	Libre ingreso para productos agrícolas originarios de Ecuador, pesca y acuicultura, bienes industriales (manufacturas).

Fuente: (ACUERDO COMERCIAL, 2017)

Elaborado por: Edisson López

Con el acuerdo se asegurará acceso libre de aranceles en la EU prácticamente para toda la oferta exportable del Ecuador: 99.7% de los productos agrícolas (salvo el banano que gozará de un calendario de desgravación), y el 100% de los productos industriales y pesqueros.

3.4.2.8.1. Análisis comercial por país

Al ser Holanda, Italia y España los países de la Unión Europea a los cuales Ecuador exporta la mayor cantidad de flores, se analizará el estado situacional de cada uno.

Tomando en cuenta que el estudio va dirigido al mercado del bloque económico más grande del mundo, estos tres países son mercados que más demanda flores, por lo tanto, analizar sus variables económicas, sociales, culturales, religiosas, legales, políticas, tecnologías y ambientales permitirá seleccionar un solo destino para lograr cumplir con el objetivo de buscar oportunidades para la internacionalización del sector florícola del Carchi.

3.4.2.8.2. Holanda

3.4.2.8.3. Balanza comercial de Ecuador con Holanda

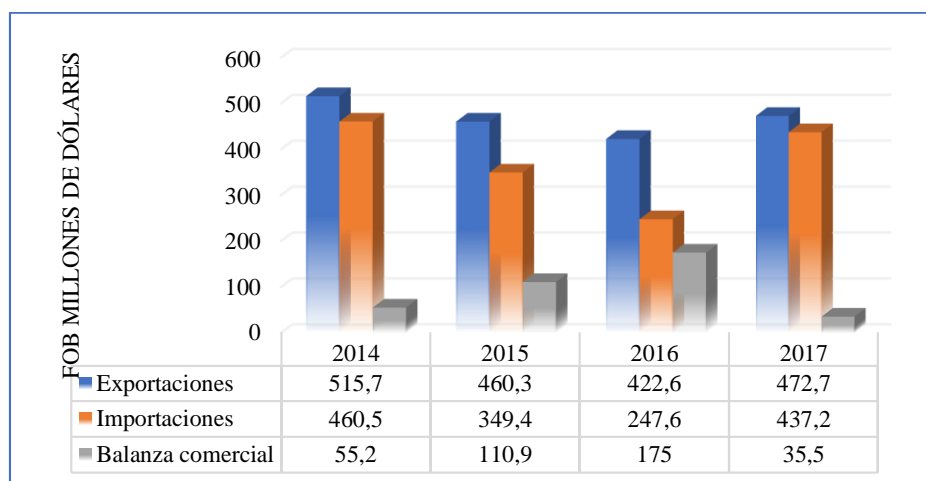


Gráfico 6 Balanza comercial Ecuador-Holanda 2014-2017

Fuente: (BCE, 2018)

Elaborado por: Edisson López

Ecuador durante los últimos cuatro años ha tenido una balanza comercial superávit con Holanda, es decir se compró menos y se exportó más, en la actualidad la balanza comercial con este país ha sido de 35,5 millones de dólares año 2017.

Así es como se encuentra la balanza comercial entre estos dos países, las relaciones comerciales son cada vez mejor para incrementar las exportaciones hacia este mercado. La economía de Holanda cada vez es más exigente en hacer partícipe a productos de alta calidad en el mercado, es por eso que las importaciones que realiza este país siempre están amparadas en normas de calidad.

De esta manera los habitantes del país siempre buscan productos de calidad, al tratarse de las flores también las compran tomando en cuenta el propósito, a continuación, se detallan los gustos y preferencias de los holandeses a la hora de adquirir flores.

“En general, en los Países Bajos el consumo de flores se divide de acuerdo al propósito bajo el cual las compran; es decir, unos las compran para obsequiarlas como detalle o para ocasiones especiales, y otras para su uso personal” (Centro de Información e Inteligencia Comercial, 2016).

En Holanda, más de la mitad de todas las flores son compradas con varios fines: darlas como obsequio de cumpleaños, para uso personal (40%), y en menor cantidad para funerales y cementerios (2%-5%). Una de las características del consumidor holandés al momento de elegir un obsequio es que él suele acompañar los regalos con un ramo de flores, a fin de convertir su obsequio tradicional en un detalle sorprendente. Para él, es muy importante que las flores cuenten con períodos largos de vida y durabilidad. (Centro de Información e Inteligencia Comercial, 2016)

El mercado holandés de flores cortadas fue el tercero más grande en la Unión Europea en el 2016. Fechas especiales como el día de la madre y san Valentín traen consigo siempre un efecto positivo en las ventas de flores, pues éstas tienden a incrementarse. Otras épocas importantes son la navidad y semana santa.

El consumo per cápita de flores fue en el 2016 de 60 euros y de 54 euros. La disminución del consumo fue el resultado de una mala situación económica holandesa, comparada con el año 2015. Sin embargo, 54 euros es todavía una cifra que está lejos de encontrarse entre las más altas de los países de la Unión Europea. Es necesario recalcar que, debido a que el mercado holandés se desenvuelve como el centro de comercio de flores de Europa, las flores suelen ser más baratas en comparación con las cifras de los países más cercanos. Esto significa que, con 54 euros, una persona puede comprar más flores que en otros países; por ejemplo, en Suecia, donde por la misma cantidad se compra menos.

Los Países Bajos juegan un papel muy importante en el mercado europeo para las flores debido a que este país se caracteriza por realizar subastas. Dichas subastas manejan aproximadamente el 82% del comercio en Holanda. Existen alrededor de 160 importadores y 900 mayoristas. Entre estos últimos están 45 locales que trabajan bajo el método de “Compre y Lleve” para ventas al por mayor; y alrededor de 40 mayoristas que distribuyen directamente desde sus camiones, conocidos como Flying Dutchmen o exportadores/proveedores holandeses.

3.4.2.8.4. Balanza comercial de Ecuador con Italia

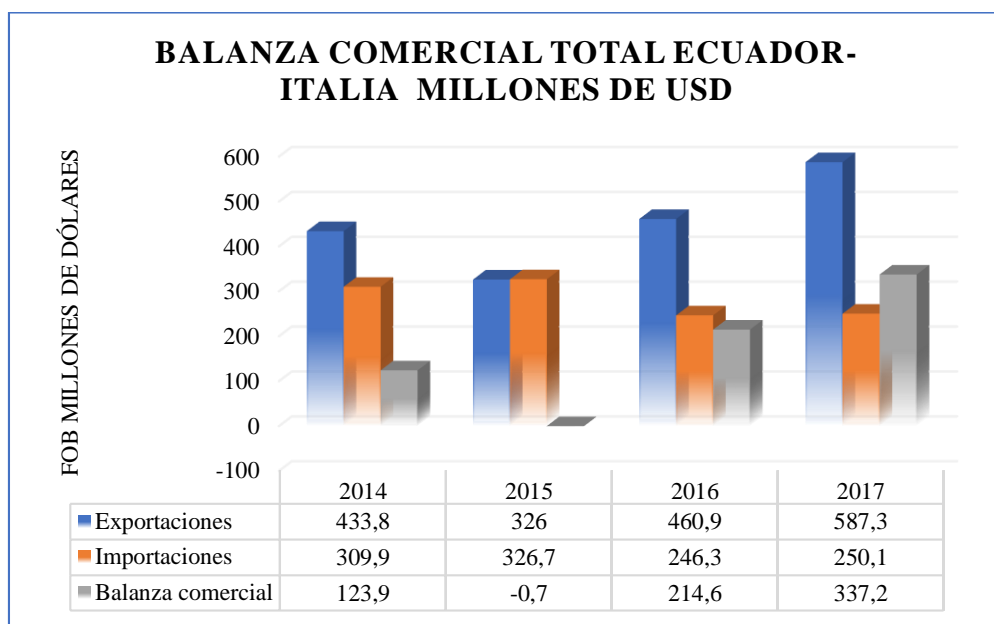


Gráfico 7 Balanza comercial Ecuador-Italia 2014-2017

Fuente: (BCE, 2018)

Elaborado por: Edison López

El comercio entre Ecuador e Italia ha sido favorable para Ecuador en los últimos 2 años, tras subir de -0,7 millones de dólares FOB del 2015 a 214,6 en 2016 y cerrar el año 2017 en 337,2 obteniendo un superávit, así como lo muestra el gráfico 7.

De este modo las exportaciones que se registran desde Ecuador hacia Italia tienen gran participación en los productos no petroleros, y cada vez las flores toman más fuerza dentro de las exportaciones de la balanza comercial para Ecuador, es así que los consumidores de flores en Italia presentan diferentes gustos y preferencias.

Los consumidores italianos buscan productos de calidad, pero se interesan menos por las horas de servicios, las ofertas especiales frecuentes, los programas de lealtad u ofertas de crédito. La calidad y el servicio post-venta son factores muy importantes en la decisión de compra. Al consumidor le gusta también que la información sobre el producto aparezca de manera clara. Si puede elegir, tiene tendencia a elegir productos "made in Italy". (Santander, 2018)

Se preocupa menos por conocer si el material ha sido **Elaborado** siguiendo criterios de respeto por el medio ambiente. Aunque los italianos han tenido tendencia a preferir el consumo al ahorro, la fuerte inflación de los últimos años ha disminuido el poder adquisitivo y ha rebajado la confianza de los consumidores. En 2017, las señales económicas positivas generaron un aumento de la confianza a nivel del consumo y los negocios. (Santander, 2018)

La intención con la cual se compran flores en Italia es en su mayoría para darlas como un obsequio (alrededor del 50-60%). Aproximadamente el 15% de las personas las compran

para funerales y cerca del 20% para uso personal. Sin embargo, estas cifras varían de acuerdo a las ciudades. En general, la compra de flores para uso personal es mayor en las ciudades donde los ingresos son altos. (Centro de Información e Inteligencia Comercial, 2016)

Los principales productos que son competencia para las flores: los libros, los chocolates y el vino, que se ubican en el mismo rango de precio de las flores. Si el precio de las flores es relativamente alto, o si las flores son de mala calidad, los consumidores tienden a cambiar sus preferencias hacia los productos antes mencionados.

El criterio para la intención de compra de flores se basa principalmente en la calidad, el precio, las especies de flores usadas en los bouquets, el color, la frescura y el tiempo de vida en el florero, estos criterios también dependen de cada persona.

3.4.2.8.5. Balanza comercial de Ecuador con España

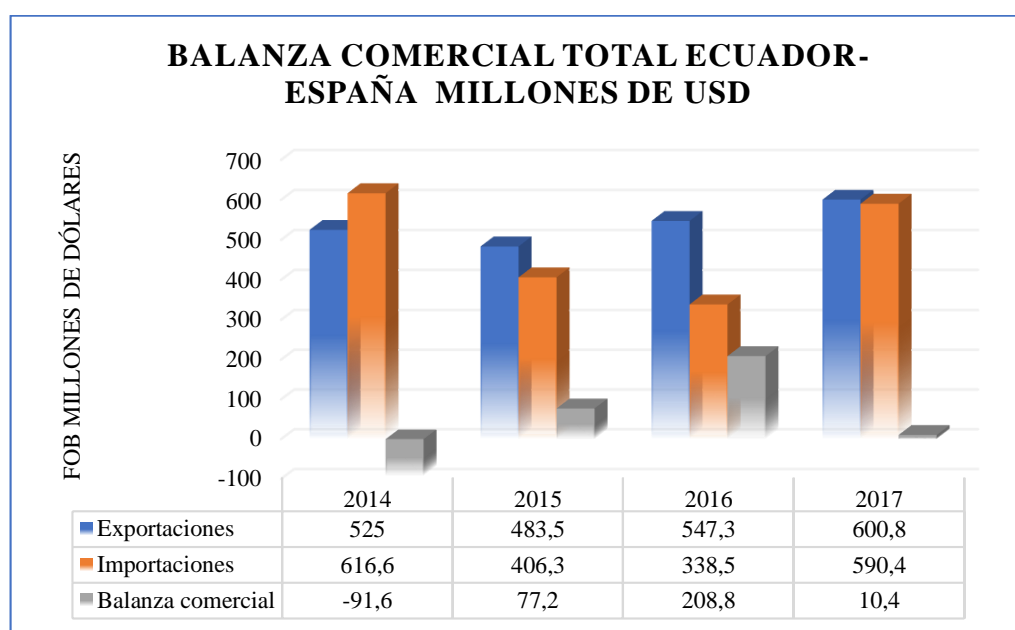


Gráfico 8 Balanza comercial Ecuador-España 2014-2017

Fuente: (BCE, 2018)

Elaborado por: Edisson López

El comercio entre Ecuador y España ha sido favorable para Ecuador en los últimos 3 años, tras subir de -91,6 millones de dólares FOB del 2014 a 77,2 en 2015, además se muestra un superávit en 2016 muy relevante en comparación con los últimos cuatro años con 208,8 millones de dólares FOB y cierra el año 2017 en 10,4 millones es decir se redujo en 198,4 millones en comparación con el anterior año.

De los tres países analizados el flujo comercial en dólares para las exportaciones ecuatorianas es mayor con España, con 600,8 millones de dólares, por lo que hace de este

mercado uno de los principales destinos para las exportaciones no petroleras no tradicionales ecuatorianas, por lo tanto, es necesario identificar los gustos y preferencias de los consumidores españoles.

El precio es un factor de decisión importante en el comportamiento adquisitivo de los consumidores españoles. Ya no son necesariamente fieles a una sola marca y las marcas de los distribuidores se están desarrollando rápidamente. Otros factores clave son las facilidades de pago y un servicio postventa eficaz. La nueva coyuntura socioeconómica (lento crecimiento y alto desempleo) empuja cada vez más al consumidor hacia las tiendas de descuento y los productos baratos que previamente evitaba. (Santander, 2018)

El consumidor español puede parecer exigente, pero cada vez concede menos importancia a la garantía de una marca conocida. Es conservador y prefiere los productos conocidos a los nuevos, aunque es curioso y dispuesto a realizar cambios en su estilo de vida. Muestra una ambivalencia: busca encontrar la mejor opción del mercado a nivel del precio, pero también se da gustos en su consumo. Tiene preferencia por los productos españoles o similares. Los jóvenes son cada vez menos fieles a las marcas y más abiertos a los nuevos productos. (Santander, 2018)

Según (MarketingNews, 2017) los españoles tienden a realizar compras dos o tres veces por semanas; casi la mitad de las compras se efectúan durante el fin de semana. Prefieren productos perecederos, lo que los lleva a visitar las tiendas más seguido. Siete de cada diez consumidores planifican sus compras, pero confiesa comprar más de lo que planificó inicialmente.

Los españoles se fijan más en el precio y no buscan una sola marca preferencial, en especial los jóvenes, cada vez más los españoles en general llevan hábitos de consumo muy personalizados, por lo que les gusta comprar mediante comercio electrónico.

Los habitantes de España prefieren productos de calidad, no les importa la procedencia del producto caso contrario lo que sucede con los habitantes de Italia que prefieren productos de origen italiano, cada uno de los españoles busca presentación y precios cómodos.

3.4.2.9. Factores PESTEL países seleccionados

Tabla 17 Factores PESTEL de Holanda, Italia y España

Factor	Países		
	Holanda	Italia	España
Tipo de gobierno	Monarquía constitucional parlamentaria; parte del Reino de los Países Bajos	República parlamentaria	Monarquía constitucional parlamentaria
Riesgo País	Bajo AA	Medio A	Medio A

Político y legal	Balanza comercial con Ecuador	Déficit de 35,5 millones de USD	Déficit 337,2 millones de USD	Déficit de 10,4 millones de USD
	Barreras arancelarias flores ecuatorianas	0%	0%	0%
	Estabilidad política	Economía número 18	Economía número 8	Economía número 13
	Índice de corrupción	82 puntos	50 puntos	57 puntos
	Impuesto nacional	21%	22%	21%
	Aceptación legal para Ecuador	80%	78%	90%
	Participación con Acuerdo Multipartes	90%	90%	90%
	Cobertura de normas de calidad para productos ecuatorianos	90%	93%	95%
	PIB	USD 867.066,95 millones	USD 13'782.115 millones	USD 1'419.930 millones
	PIB Per cápita	USD 50585	USD 33405	USD 30689
Población	17'118.003	59'952.043	46'698.569	
Superficie	41540 Km2	301340 km2	505940 km2	
Índice de crecimiento poblacional	0,39%	0.19%	0.78%	
Inflación	0,9%	1,01%	1,1%	
Deuda pública	416.067 millones de euros	2.263.056 millones de euros	1.292.714 millones de dólares	
Mano de obra - por ocupación	Agricultura: 1.2% Industria: 17.2% Servicios: 81.6%	Agricultura: 3,9% Industria: 28,3% Servicios: 67,8%	Agricultura: 4,2% Industria: 24% Servicios: 71,7%	
Población por debajo del umbral de pobreza	8.8%	29.9%	21.1%	
Social y económico	Impuestos y otros ingresos	41.8% del PIB	46% del PIB	37.7% del PIB
	Exportaciones	\$ 526,4 mil millones	\$ 499.1 mil millones	\$ 301.5 mil millones
	Importaciones	\$ 435.4 mil millones	\$ 426,7 mil millones	\$ 333.4 mil millones
	Deuda externa	\$ 4,063 billones (31 de diciembre de 2016)	\$ 2,444 billones (31 de marzo de 2016)	\$ 2,094 billones (31 de marzo de 2016)
	Tasa de desempleo	3,9%	10.9%	16,1%
	Urbanización	91.5% de la población	69.3% de la población	80% de la población
	Grupos étnicos	Turco, marroquí, indonesio, surinamés.	Albano-italianos y griegos-italianos	Compuestos de tipos mediterráneos y nórdicos
	Religiones	Católica Romana 23.7%, protestante 15.5%, Islam 4.9%, otro 5.7% (incluye Hindú, Budista,	Cristiano musulmán (aproximadamente 800,000 a 1 millón), ateo y agnóstico 20%	Católica romana 67.8%, atea 9.1%, otro 2.2%, no creyente 18.4%, no especificado 2.5%

		Judío), 50.1%.	ninguno	
Tecnológico	Desarrollo tecnológico	25%	35%	33%
	Índice de competitividad	4	43	34
	Compras por internet	20%	26%	32%
Ecológico	Aceptación de sello verde	100%	100%	100%
	Cumplimiento de normas ecológicas	Medio- alto	Alto	Alto
	Aceptación de productos orgánicos	79%	85%	87%

Fuente: (CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY (CIA), 2018), (indexmundi, 2018), (BANCO MUNDIAL, 2018)

Elaborado por: Edisson López

3.4.2.9.1. Población de los países seleccionados

Tabla 18 Análisis poblacional de Holanda, Italia y España

Indicador	País		
	Holanda	Italia	España
Población actual	17'118.003	59'952.043	46'698.569
Población masculina	49,6%	49%	49,4%
Población Femenina	50,4%	51%	50,6%
Tasa de crecimiento	0,39%	0.19%	0.78%
Edad media	42.6 años	45.5 años	42,7 años
Tasa de natalidad	10.9 nacimientos / 1,000 habitantes	8.6 nacimientos / 1,000 habitantes	9.2 nacimientos / 1,000 habitantes
Tasa de mortalidad	8.9 muertes / 1,000 habitantes	10.4 muertes / 1,000 habitantes	9.1 muertes / 1,000 habitantes
Tasa de desempleo	5.1%	11.4%	17.1%
PEA	53,137% = 9.096.107	42,465% = 25.458.955	50,108% = 22.966.950
Ciudades principales	Amsterdam, capital 1.091; Rotterdam 993,000; La Haya (sede del gobierno) 650,000 millones	Roma, capital 3.718; Milán 3.099; Nápoles 2.202; Turín 1.765 millones	Madrid (capital) 6,199 millones; Barcelona 5.258 millones; Valencia 810,000 habitantes
0-14 años	16,56%	13.65%	15.38%
15-24 años	12,11%	9.66%	9.58%
25-54 años	39,83%	42.16%	44.91%
55-64 años	13,14%	12.99%	12.14%
65 años y más	18,35%	21.53%	17.98%

Fuente: (CENTRAL INTELLIGENCE AGENCY (CIA), 2018), (indexmundi, 2018), (BANCO MUNDIAL, 2018)

Elaborado por: Edisson López

Al identificar a estos tres países como posibles mercado meta, en Holanda la población masculina se encuentra en un 49,6% precedido de su población femenina que consta de un 50,4%, por consiguiente, sus habitantes tienden a poseer una tasa de crecimiento del 0,39%

entre un rango de edad media de 42 años. En el caso de Italia su población masculina es de 49% y su población femenina de 51% estimando un crecimiento del 0,19%, asumiendo de un crecimiento de habitantes italianos se encuentren en 45 años, por otro lado, también España participa con un a población masculina del 49, % y su población femenina en 50,6%, de modo que su tasa de crecimiento se encuentra por 0,78% asumiendo un promedio de 42 años. Pero también existen rangos de cero hasta sesenta y cinco años en adelante clasificados según su etapa de crecimiento.

3.4.2.10. Selección del mercado meta

Según el análisis de los mercados meta, con los factores PESTEL se logró identificar que el país que tiene más oportunidades y estabilidad para internacionalizar las flores del Carchi es España, tomando en cuenta que Holanda e Italia también son mercados a los cuales ingresan muchas flores, pero lo diferente en España es que la mayoría de los habitantes quiere adquirir rosas, por lo que en el Carchi solo se producen ese tipo de flores.

El país meta para exportar las flores que se producen en la provincia del Carchi es España, donde existen más oportunidades de ingreso, tomando en cuenta que Holanda e Italia también son economías accesibles, en este caso se elige a España perteneciente al bloque Económico más grande del mundo que es la Unión Europea para internacionalizar las flores del Carchi.

En Holanda es preferible los tulipanes y es un mercado con muchos intermediarios, las flores llegan a este país mediante subastas que luego pueden ser vendidas a diferentes países, es decir la mayoría de las exportaciones de flores llega a Holanda, pero para ser reexportadas, por lo tanto, es preferible buscar mercados directos para reducciones de costos a la hora de exportar.

Del mismo modo Italia es un mercado que importa mucha cantidad de flores en especial de verano y rosas, pero los gustos y preferencias a la hora de adquirir las flores por parte de los habitantes de Italia son demasiado exigentes, ellos prefieren el producto nacional, por lo que las flores que importa Italia las reexporta. Y los consumidores locales prefieren las flores cosechadas en Italia.

Es así que España al no producir rosas, que es el producto en el que se especializa la florícola del Carchi, cuenta con oportunidades para incrementar el mercado internacional de las flores

de esta provincia y registró según la matriz POAM oportunidades de 3,9 puntos sobre 5, con 0,3 y 0,4 puntos más respecto a Italia y Holanda respectivamente.

Esté país en los últimos años fue el país de la UE que más ha venido incrementando las importaciones de flores ecuatorianas. La segmentación del mercado se la realiza tomando en cuenta la población total y la ciudad que tenga más afluencia de esta población.

3.4.2.10.1. Segmentación geografía

Ubicación: sudoeste de Europa, bordeando el mar Mediterráneo, el Océano Atlántico Norte, el Golfo de Vizcaya y las montañas de los Pirineos; suroeste de Francia.

Superficie total: 505.370 km²

Terreno: 498.980 km², agua: 6.390 km².

Ubicación estratégica a lo largo del Estrecho de Gibraltar; España controla una serie de territorios en el norte de Marruecos, incluidos los enclaves de Ceuta y Melilla, y las islas de Peñón de Vélez de la Gomera, Peñón de Alhucemas e Islas Chafarinas.

Países fronterizos (5): Andorra 63 km, Francia 646 km, Gibraltar 1.2 km, Portugal 1.224 km, Marruecos (Ceuta) 8 km, Marruecos (Melilla) 10.5 km.

Clima: templado; veranos claros y calurosos en el interior, más moderados y nublados a lo largo de la costa; inviernos nublados y fríos en el interior, parcialmente nublados y frescos a lo largo de la costa.

3.4.2.10.2. Segmentación psicográfica

3.4.2.10.2.1. Aspecto económico

Para poder hablar sobre el comportamiento económico este se ve reflejado en la fluidez del dinero sobre bienes y servicios de manera nacional o internacional, es así que como puntos importantes que se dan durante un periodo de transacciones comerciales influye el comportamiento de inflación, tasa de interés, crisis mundial, producto interno bruto (PIB), PIB per cápita.

Por ello tenemos que España su producto interno bruto (PIB) data de un valor de 28.156,82 USD correspondiente al año (2017), esto se debe a que sus principales sectores como la agricultura apporto con cerca del del 2,3% de su PIB, sector manufacturero con 16,1% entre

otros sectores importantes como tecnología y turismo siendo este el de mayor ingreso ya que es considerado como el tercer país como destino turístico, en cuanto a su inflación España nos proporciona que durante el 2017 se encontró con un 1,96%, que torna a ser la base de la regulación de precios al consumo, además de contar con su PIB precipita España provee de un 4,2% durante 2017 de tal manera que se maneja a forma trimestral de 6.494€ euros. (FMI & SANTANDER, 2017)

3.4.2.10.2.2. Aspecto Político

Reino. Monarquía constitucional basada en una democracia parlamentaria. El poder está muy descentralizado; las comunidades autónomas disponen de un alto nivel de autonomía legislativa, ejecutiva y fiscal (el País Vasco y Navarra tienen sus propios impuestos). El poder ejecutivo El Rey es el jefe del Estado y el comandante en jefe del Ejército; su papel es principalmente simbólico y representativo. Tras unas elecciones legislativas, el líder del partido mayoritario o de la coalición mayoritaria es designado presidente del Gobierno por el monarca y elegido por el Parlamento para un ejercicio de 4 años. El presidente del Gobierno es el jefe del Gobierno. Sus poderes ejecutivos incluyen la ejecución de las leyes y la gestión de los asuntos habituales del país. El Consejo de Ministros es designado por el Rey a recomendación del presidente del Gobierno. Existe también un Consejo de Estado, que ejerce el papel de órgano consultivo supremo del Gobierno. No obstante, sus recomendaciones no son vinculantes. (SANTANDER, 2017, págs. 2-3)

3.4.2.10.2.3. Aspecto cultural y social

El contexto cultural y social de un país determina la configuración de su Sistema Educativo. Las características sociales, demográficas y políticas de España, así como la organización territorial del Estado, son factores que influyen en él de manera directa. (EURYDICE, 2017)

La vida cultural española actual es el producto de las influencias externas que recibió en el transcurso de su historia, de allí su gran riqueza y diversidad. Pocas sociedades como la española poseen una cultura tan cercana a la realidad contemporánea y a la vez tan profundamente arraigada en la historia y la tradición popular. (EURYDICE, 2017)

España es un país plurilingüe donde, además del castellano como lengua oficial, existen en algunas Comunidades Autónomas otras lenguas con carácter cooficial: el catalán, el valenciano, el gallego y el euskera. El castellano es la lengua vehicular en todo el territorio español y las lenguas cooficiales lo son también en dichas Comunidades Autónomas. Por este motivo, existen cuatro modelos lingüísticos que organizan la enseñanza de las lenguas oficiales según el predominio lingüístico en cada una de las Comunidades Autónomas. (EURYDICE, 2017)

3.4.2.10.3. Segmentación de mercado.

3.4.2.10.3.1. Número poblacional

Distribución de la población: con la notable excepción de Madrid, Sevilla y Zaragoza, las aglomeraciones urbanas más grandes se encuentran a lo largo de las costas mediterránea y atlántica; numerosas ciudades más pequeñas se extienden por todo el interior y reflejan el patrimonio agrario de España; asentamiento denso se encuentra alrededor de la capital de Madrid, así como la ciudad portuaria de Barcelona

Tabla 19 Distribución de la población española por género

Sexo	Habitantes
Hombres	22'885.331
Mujeres	23'813.238
TOTAL	46'698.569

(del total de población, 4'719.418 son extranjeros, un 10,1%)

Fuente: (enterat, 2018)

Elaborado por: Edisson López

Tabla 20 Las provincias de España con más habitantes

Posición	Provincia	Habitantes
1	Madrid	6'421.236
2	Barcelona	5'576.037
3	Valencia/València	2'540.707
4	Sevilla	1'939.527
5	Alicante/Alacant	1'825.332
6	Málaga	1'630.615
7	Murcia	1'470.273
8	Cádiz	1'239.435
9	Bizkaia	1'148.302
10	Coruña, A	1'120.294
11	Balears, Illes	1'115.999
12	Palmas, Las	1'100.480
13	Asturias	1'034.960
14	Santa Cruz de Tenerife	1'007.641
15	Zaragoza	953.486

Fuente: (enterat, 2018)

Elaborado por: Edisson López

Tabla 21 Las ciudades de España con más habitantes

Posición	Población	Habitantes
1	Madrid	3'182.981
2	Barcelona	1'620.809
3	Valencia	787.808
4	Sevilla	689.434
5	Zaragoza	664.938
6	Málaga	569.002
7	Murcia	443.243
8	Palma de Mallorca	406.492
9	Palmas de Gran Canaria, Las	377.650
10	Bilbao	345.110
11	Alicante/Alacant	329.988
12	Córdoba	325.916
13	Valladolid	299.715
14	Vigo	292.986

15	Gijón	272.365
----	-------	---------

Fuente: (enterat, 2018)

Elaborado por: Edisson López

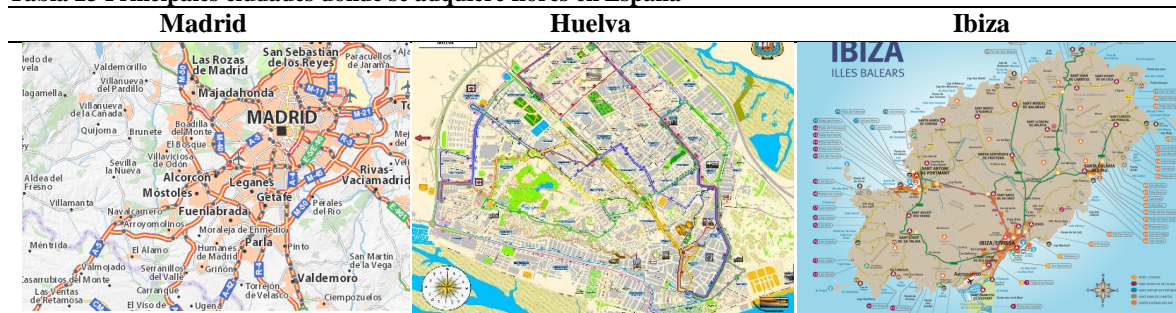
Tabla 22 Principales ciudades de España importadoras de flores ecuatorianas 2017

Ciudad	Nº de importaciones
Madrid	3.452
Huelva	251
Ibiza	111
Valencia (Vlc)	33
Las Palmas	24
Ceuta	24
Barcelona	21
Alicante	19
Menorca	15
Vigo	12
Valencia	11
Bilbao	9
La Coruña	7
Tenerife	6
Santa Cruz De La Palma	1
Zaragoza	1
Algeciras	1
Kiev-Kiev	1
Total	3.999

Fuente: (COBUSECUADOR, 2018)

Elaborado por: Edisson López

Tabla 23 Principales ciudades donde se adquiere flores en España



Fuente: (COBUSECUADOR, 2018)

Elaborado por: Edisson López

De acuerdo al transcurso de la investigación se puede ver que existen posibles ciudades de España donde la capacidad adquisitiva de flores es viable por tanto a datos encontrados se pudo determinar que Madrid es el segmento de mayor poder de compra lo que hace que la investigación se torne a llevar a cabo un análisis más minucioso según las herramientas de medición y selección de mercado meta para la búsqueda de oportunidades sobre la comercialización de flores.

3.4.2.10.4. Perfil del consumidor de Madrid

3.4.2.10.4.1. Segmentación demográfica

Tabla 24 Población de Madrid por edades y género 2017

Edad	Total (*)	Varón	Mujer
Menor de 16 años	1'085.478	51,40%	48,60%
16 - 19 años	243.260	51,23%	48,77%
20 - 24 años	307.743	49,91%	50,09%
25 - 34 años	779.356	48,73%	51,27%
35 - 44 años	1'115.754	49,25%	50,75%
45 - 54 años	1'020.651	48,68%	51,32%
55 - 64 años	770.027	46,74%	53,26%
65 o más años	1'098.966	42,21%	57,79%
Total	6'421.236	48,06%	51,94%

Fuente: (Instituto de Estadística, 2018)

Elaborado por: Edisson López

En la distribución de la población por grupos de edad, el grupo de 35 a 44 años es el que cuenta con más población, tanto femenina como masculina.

El 52% de la población ocupada tiene un nivel de formación equivalente a educación superior y la mayoría son mujeres (51,2%).

El 74,3% de las viviendas en las que solo reside un progenitor con hijos a su cargo corresponden a mujeres.

3.4.2.10.4.2. Población Económicamente Activa de Madrid

Tabla 25 Población Económicamente Activa de Madrid por género 2017

Edad	Total (*)	Varón	Mujer
16 - 19 años	27.209,5	57,19%	42,81%
20 - 24 años	171.129,7	51,61%	48,39%
25 - 34 años	688.709,1	49,97%	50,03%
35 - 44 años	1'038.670,4	50,91%	49,09%
45 - 54 años	897.892,0	52,59%	47,41%
55 - 64 años	503.223,3	51,70%	48,30%
65 o más años	27.866,0	55,70%	44,30%
Total	3'354.700,1	51,41%	48,59%

Fuente: (Instituto de Estadística, 2018)

Elaborado por: Edisson López

Tabla 26 Población EA por género según sector económico 2017

	Total (*)	No ha trabajado en el último año	Agricul tura y pesca	Indus tria	Constru cción	Come rcio	Hostel ería	Transporte y comunicac iones	Activid ades de los negocio s y financie ras	Otros servic ios
Total	3'354.700	10,2%	0,2%	8,0%	5,0%	13,0%	6,3%	9,9%	4,6%	42,8%
Hom bre	1'724.775	11,3%	0,3%	11,4%	8,5%	13,1%	6,1%	13,0%	4,5%	31,7%
Muje r	1'629.925	9,0%	0,1%	4,4%	1,2%	12,9%	6,5%	6,6%	4,7%	54,6%

Fuente: (Instituto de Estadística, 2018)

Elaborado por: Edisson López

Tabla 27 PEA Madrid según situación profesional. % 2017

	Total (*)	Han dejado su último empleo hace más de 1 año	Empresario	Asalariado	Otra situación
Total	3'354.700	7,5%	10,1%	82,0%	0,3%
16 - 19 años	27.209,51	38,4%	0,5%	58,9%	2,2%
20 - 24 años	171.129,7	18,5%	1,9%	78,7%	0,9%
25 - 34 años	688.709,1	6,4%	5,5%	88,0%	0,1%
35 - 44 años	1'038.670	5,3%	10,4%	84,0%	0,3%
45 - 54 años	897.892	7,4%	12,5%	79,9%	0,2%
55 - 64 años	503.223,3	8,7%	13,8%	77,4%	0,2%
65 o más años	27.865,99	3,5%	33,2%	58,2%	5,1%
Hombre	1'724.775	6,6%	13,7%	79,4%	0,3%
16 - 19 años	15.561,38	39,2%	1,0%	57,2%	2,7%
20 - 24 años	88.320,27	19,1%	2,1%	77,2%	1,5%
25 - 34 años	344.138,9	5,9%	6,6%	87,4%	0,1%
35 - 44 años	528.836,7	4,0%	14,5%	81,2%	0,3%
45 - 54 años	472.231,7	6,0%	16,8%	77,0%	0,2%
55 - 64 años	260.165,8	8,0%	18,9%	73,0%	0,1%
65 o más años	15.520,08	4,1%	35,2%	54,6%	6,0%
Mujer	1'629.925	8,5%	6,4%	84,8%	0,3%
16 - 19 años	11.648,13	37,2%	0,0%	61,3%	1,5%
20 - 24 años	82.809,46	17,9%	1,6%	80,2%	0,4%
25 - 34 años	344.570,3	6,9%	4,3%	88,7%	0,2%
35 - 44 años	509.833,7	6,7%	6,1%	86,9%	0,4%
45 - 54 años	425.660,3	8,9%	7,6%	83,2%	0,3%
55 - 64 años	243.057,4	9,4%	8,2%	82,0%	0,3%
65 o más años	12.345,91	2,7%	30,7%	62,8%	3,8%

Fuente: (Instituto de Estadística, 2018)

Elaborado por: Edisson López

El 82% de la PEA en Madrid es asalariada, seguida del 10,1% que son empresarios, el 7,5% han dejado el trabajo recientemente y el restante se especializa en otros servicios, por lo tanto, el poder adquisitivo de la población madrileña es asimétrica al salario básico establecido para la población, tomando en cuenta que los empresarios y otras personas no asalariadas también pueden adquirir flores.

3.4.2.10.4.3. Poder adquisitivo de los madrileños

Madrid es la ciudad española que cuenta con un mayor poder adquisitivo de este país en 2018, un estudio realizado por (NUMBEO, 2018) que permite confrontar el poder adquisitivo local de las ciudades europeas frente a Nueva York demuestra que Madrid es la ciudad española en la que sus residentes cuentan con un mayor poder adquisitivo en España. Los madrileños tienen en relación a los neoyorquinos un poder adquisitivo bajo de (96.36/100 puntos); es decir, los neoyorquinos con un sueldo medio pueden adquirir un 3,64% más de bienes y servicios que los habitantes de Madrid.

Detrás de Madrid se colocan Málaga con (94.71 puntos) y Granada (94.61 puntos), en ambos casos por debajo de Nueva York. Santa Cruz de Tenerife (93,75 puntos) y Bilbao (92.96 puntos) cierran el top cinco de ciudades españolas según poder adquisitivo. Entre las once ciudades españolas que toman en consideración, Barcelona es la peor parada con un poder adquisitivo local de 77.27 puntos.

A continuación, se muestra la tabla con las ciudades reflejando el poder adquisitivo de los madrileños.

Tabla 28 Ciudades españolas con mayor poder adquisitivo

Rango Europa	Ciudad	Índice de poder adquisitivo local	Índice de costo de vida
78	Madrid, España	96.36	67.63
81	Málaga, España	94.71	57.23
82	Granada, España	94.61	54.47
85	Santa Cruz de Tenerife, España	93.75	53.34
86	Bilbao, España	92.96	73.30
90	Valencia, España	90.71	60.33
103	Las Palmas de Gran Canaria, España	84.11	52.71
106	Sevilla (Sevilla), España	81.43	60.16
107	Palma de Mallorca, España	80.26	74.08
110	Zaragoza (Zaragoza), España	77.87	65.40
113	Barcelona, España	77.27	69.75

Fuente: (NUMBEO, 2018)

Elaborado por: Edisson López

3.4.2.10.4.4. Gustos y preferencias

Las rosas son el producto más demandado por las naciones europeas; aunque es un producto delicado existen oportunidades que incorporando conocimiento tecnológico y las facilidades de comunicación internacional se pueda favorecer la exportación.

Según un estudio realizado por la consultora NIELSEN (compañía global de gestión de información), a petición de la AECJ (Asociación Española de Centros de Jardinería), que trata de un informe sobre el consumidor de flores y plantas donde se incluye datos muy interesantes acerca de los hábitos de consumo de la población y del perfil de los compradores españoles. (IBERFLORA, 2017)

- El consumidor más frecuente de flores y plantas son mujeres (58% frente a un 42% de hombres) de entre 35 y 55 años que vive en pareja o en familia, con hijos pequeños y que viven en piso con terraza.
- Los motivos que mueven a la compra a este sector son, principalmente, “decorar la casa” con un 63%, seguido de “regalar” con un 40%.
- La zona de Levante es la que menos gasta en flores y plantas. Cataluña es la que más gasta en plantas, y Madrid en flores.

El informe también remarca que la crisis afectó considerablemente al sector verde, con importantes descensos del consumo de planta viva y flores cortadas en las economías de los hogares, pero que ya desde 2015 se apreció una recuperación en todo el sector hasta la actualidad. (IBERFLORA, 2017)

En general, los datos que muestran este estudio reflejan una actitud más positiva por parte del consumidor, y por consiguiente una mejora en cuanto al consumo y exportación de flores y plantas.

“El mercado de Madrid en línea ha crecido más lento que en otros países de la UE. 60% de la población hoy compra en línea” (Webinterpret, 2017).

El perfil del consumidor actual escoge el formato supermercado como lugar para realizar su compra de cada día y prima la compra de productos frescos y de gran calidad. Se trata de un consumidor crítico y exigente, ahorrador y preocupado por su salud. (América Retail, 2017)

Estas son las principales conclusiones de la ‘Encuesta sobre hábitos de consumo 2017’, realizada a más de 2.500 familias de toda España por parte de la Mesa de Participación, grupo de trabajo constituido por las asociaciones de consumidores CECU, FUCI, UNAE y Cauce, en colaboración con Mercadona.

“En concreto, el 61% de los consumidores elige el supermercado como su lugar de compra habitual, seguido del hipermercado y de tiendas especializadas” (América Retail, 2017).

Como parte importante en la búsqueda de satisfacer una necesidad ya sea por gustos o preferencias, recae en la calidad del artículo adquirido, pero como bien se conoce existen artículos que son de vida muy frágil, haciendo que su trato y cuidado sea con los mayores estándares de calidad para así poder cumplir con las expectativas de sus clientes, en sí para tener mayor amplitud las personas optan por comprar en lugares como supermercados

3.4.2.10.4.5. Formas de consumo

- Las plantas se suelen comprar en macetas y, normalmente, son trasplantadas en jardines o en maceteros. Se adquieren normalmente en los viveros o en los grandes almacenes de distribución (Leroy Merlin, Ikea, el grupo Corte Inglés, Carrefour, Alcampo, etc.).
- Las flores se suelen comprar en las floristerías: unidades sueltas, en ramos y en bouquet. Como norma, se pide a la floristería que “prepare un ramo” como sinónimo de bouquet.
- Las flores consumidas en ramo suelen ser el clavel, el crisantemo y la rosa. La rosa en ramo se prefiere reservar para un día especial como San Valentín. Ésta se suele consumir principalmente como flor suelta, al igual que la orquídea. (PROECUADOR, 2015)

Los habitantes de Madrid prefieren comprar flores naturales y en presentaciones como adornos o arreglos, estos las compran para celebrar diferentes ocasiones y fechas especiales, la mayoría de las personas compran las flores en floristerías las cuales son preservadas por su vida útil.

3.4.2.10.4.6. Estacionalidad del consumo

- El consumidor de flores madrileño presenta hábitos estacionarios, asociados a la celebración de acontecimientos vitales personales y familiares, o bien, a la celebración de fiestas religiosas.
- Las celebraciones personales son las ocasiones más comunes para comprar “ramos preparados” o bouquets. Por ejemplo, los cumpleaños, los santos, días especiales como el día de la madre o bien, San Valentín, son fechas señaladas donde se adquieren estos productos.
- Por tradición, a las pompas fúnebres se les acompañan coronas de flores, adornadas con el clavel como flor básica.
- La festividad en la que más flores se regalan es la del Día de la Madre, seguido de la Navidad, Todos los Santos y San Valentín. (PROECUADOR, 2015)

Tabla 29 Fechas estacionales donde más se consume flores en Madrid

Meses	Motivos
Enero	Navidad
Febrero	San Valentín
Marzo	Las Fallas de Valencia
Abr	Semana Santa, San Jordi en Cataluña
Mayo	Día de la Madre, Las Cruces de Mayo (Granada, Jaén)
Junio	Fiestas populares y fiestas de patronos de pueblos
Julio	Virgen del Carmen y fiestas populares y fiestas de patronos
Agosto	Fiestas populares y fiestas de patronos
Septiembre	Fiestas populares y fiestas de patronos
Octubre	La fiesta del Pilar en Zaragoza
Noviembre	1 noviembre, Todos los Santos
Diciembre	Navidad

Fuente: (PROECUADOR, 2015)

Elaborado por: Edisson López

3.4.2.10.4.7. Lugares de compra y sustitutos que prefieren los madrileños

Los lugares más frecuentes de compra para las flores son: Floristerías en primer lugar, Puestos en los mercados, segundo lugar, por último, kioscos. Los lugares más frecuentes para las plantas son los centros de jardinería (viveros) y los grandes almacenes. (PROECUADOR, 2015)

“Los hombres prefieren regalar las flores en los aniversarios y en el día de los enamorados. Mientras, las mujeres prefieren realizar los regalos en eventos señalados como nacimientos, bautizos, cumpleaños, defunciones” (PROECUADOR, 2015).

Las mujeres eligen como regalo las flores o bien, como sustitutivos productos de belleza, perfumería o complementos de moda. Los hombres eligen los productos tecnológicos como sustitutivos.

3.4.2.10.5. Demanda insatisfecha de las flores

Tomando en cuenta que el análisis del sector florícola de la provincia del Carchi arrojó como dato principal que en el Carchi todas las florícolas únicamente producen rosas situadas en la subpartida 0603.11.00.00 del Arancel Integrado como Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas, con este dato se procederá a calcular la demanda únicamente de rosas que son las flores que se producen el sector del Carchi.

Se realiza el cálculo de la demanda insatisfecha para el sector florícola del Carchi en el mercado de España-Madrid mediante la fórmula del consumo nacional aparente.

3.4.2.10.5.1. Consumo nacional aparente

CNA= Producción nacional+Importaciones-Exportaciones

CNA=Demanda

Producción nacional de rosas en España= 2.053 toneladas métricas

Importaciones de rosas en España= 7.154 toneladas métricas

Exportaciones de rosas desde España= 1.081 toneladas métricas

Demanda= 2.053+7.154-1.081

Demanda 2017 = 8.126 TM de rosas

Tabla 30 Proyección de la demanda insatisfecha mediante la aplicación de la fórmula de la CNA

Años	Producción nacional de rosas TM	Importaciones	Exportaciones	CNA
2013	1240	442,6	66,9	1615,7
2014	2017,5	867,0	131,0	2753,5
2015	1500	1696,6	256,4	2940,3
2016	2400,6	1893,4	286,1	4007,9
2017	2053	7154,0	1081,0	8126,0
2018	2445,0	6745,5	1019,3	8171,2
2019	2505,6	8835,6	1335,1	10006,1
2020	2797,5	11004,1	1662,8	12138,8
2021	2814,2	13097,4	1979,1	13932,5
2022	3085,5	14210,9	2147,3	15149,1

Fuente: (Trade Map, 2018)

Elaborado por: Edison López

El cálculo de la demanda insatisfecha mediante la aplicación de la fórmula de CNA permite identificar que para el año 2018 la demanda insatisfecha va aumentando en España, cada vez

las flores son un requerimiento de los habitantes de España, por lo tanto, las proyecciones indican que la demanda de rosas para cinco años será de 15.149,1 TM, esto da a entender que donde existe más demanda insatisfecha se abren más puertas para apertura el mercado y exportar más a este país.

3.4.2.11. Estudio Técnico

Provincia del Carchi

Ubicación: La Provincia del Carchi está ubicada en el extremo norte del callejón interandino; entre los paralelos 1° 12' 43'' y 0° 21' 50'' de Latitud Norte y entre los meridianos 77° 31' 36'' y 78 33' 12'' de Longitud Occidental; el relieve del terreno es bastante irregular y montañoso; la Provincia se extiende entre los nudos de Pasto hacia el norte, de Boliche, hacia el sur y en parte del valle del Chota.

Límites: Limita al norte con la República de Colombia; al Sur y Oeste con la Provincia de Imbabura; al Este con la Provincia de Sucumbíos y al Oeste con la Provincia de Esmeraldas.

Extensión: La Provincia del Carchi tiene una extensión de 3.604,33 Km².

Población: Su población alcanza un total de 184.136 habitantes que representan el 1.1 % de la población total del Ecuador. (PREFECTURA DEL CARCHI , 2016)

Se divide en 6 cantones: Bolívar, Espejo, Mira, Montúfar, San Pedro de Huaca y Tulcán. El análisis de la situación geográfica de Carchi es muy importante, por lo que se ha logrado identificar que las 23 florícolas únicamente se distribuyen por 3 de los 6 cantones con los que cuenta la provincia, 12 florícolas se encuentran ubicadas en Espejo, 6 en Bolívar y 5 en el cantón Mira.

3.4.2.11.1. Análisis de la situación de producción de las empresas florícolas de la provincia del Carchi.

3.4.2.11.1.1. Florícolas de la provincia y ubicación

Tabla 31 Florícolas del Carchi

Número de florícolas	Razón Social	Cantón	Parroquia
1	AGROTERRANORTE S.A	Espejo	El Ángel
2	EVERBLOOM ROSES ECUADOR	Espejo	La Libertad
3	EQUA GARDEN	Espejo	San Isidro
4	FLORES DE LA HACIENDA	Mira	Mira
5	THE NORTH FLOWERS (ROSAS DEL CARCHI)	Bolívar	Bolívar

6	TIERRA VERDE SOCIEDAD CIVL Y COMERCIAL	Bolívar	Bolívar
7	REALFLOWERS ECUADORIAN CIA. LTDA.	Bolívar	Bolívar
8	GREEN SOUL FLOR ETERNA CIA. LTDA.	Bolívar	Los Andes
9	STAMPSYBOX CIA LTDA.	Bolívar	García Moreno
10	ALTOS DEL NORTE	Espejo	El Ángel
11	FLORICOLAJARDINESELANGEL CIA. LTDA.	Espejo	El Ángel
12	AREVALO TANICUCHI JONATHAN JAVIER	Espejo	El Ángel
13	ALTAS CUMBRES FLOWERS	Espejo	27 de Septiembre
14	LUIS CARLOS ORTEGA-QUEEN FREEDOM	Espejo	27 de Septiembre
15	ENRIQUEZ MONTENEGRO ROBINSON GUILLERMO	Espejo	La Libertad
16	ALTA SIERRA ROSES ECUADOR	Espejo	La Libertad
17	FLORES HERRERA MARCO RENAN	Espejo	San Isidro
18	PABLO RENAN FLORES HERRERA (TERRA PACIFIC)	Espejo	San Isidro
19	ENRIQUEZ MONTENEGRO GANDHY VINICIO (LATINA FARMS)	Mira	Mira
20	FLORIPALM	Mira	Mira
21	GALÁRRAGA SALAZAR ATAHUALPA JULIO	Mira	Mira
22	HORTIJARDINES S.A.	Mira	La Concepción
23	LEON FLOWERS.	Bolívar	Bolívar

Fuente: (AGROCALIDAD, 2018)

Elaborado por: Edisson López

3.4.2.11.1.2. Producción del sector florícola de la provincia del Carchi

Para los cálculos de la producción del sector florícola de la provincia del Carchi se toma en cuenta las encuestas realizadas a 13 florícolas, tomando en cuenta que para el resto de florícolas no detalladas se va a realizar un cálculo aproximado de toneladas que se produce al mes y año, y su respectivo número de hectáreas.

Tabla 32 Producción florícola del cantón Espejo según encuestas realizadas

Razón Social	Cantón	Producción TM mensual	Producción TM anual	Número de Hectáreas
EVERBLOOM ROSES ECUADOR	Espejo	16,5	198	5
FLORICOLAJARDINESELANGE L CIA. LTDA.	Espejo	14,2	170,4	7
AREVALO TANICUCHI JONATHAN JAVIER	Espejo	3	36	1,5
LUIS CARLOS ORTEGA-QUEEN FREEDOM	Espejo	0,4	4,8	1
FLORES HERRERA MARCO RENAN	Espejo	9,5	114	4,5
Total		43,6	523,2	19

Fuente: Florícolas de Carchi

Elaborado por: Edisson López

La estimación para el cálculo de la producción mensual de las 7 florícolas restantes de las cuales no se obtuvo acceso a la información, se la realiza tomando en cuenta datos brindados por AGROCALIDAD, donde indica que el cantón Espejo cuenta con un total de 60 hectáreas de producción de rosas.

Es decir que, si se restan las 19 hectáreas obtenidas por las encuestas, las 7 florícolas restantes comparte un espacio de 41 hectáreas, las cuales si se divide entre 7 y daría como resultado promedio 5,8 hectáreas para cada una de las fincas que no se obtuvo información.

Y contrastando información primaria se pudo identificar que por cada hectárea cosechada se llega a producir un aproximado de 2 toneladas métricas, por lo tanto, se estima que para estas 7 florícolas la producción mensual total sería de 77 TM y 924 TM anual.

Tabla 33 Producción estimada de las florícolas del cantón Espejo

Razón Social	Cantón	Producción TM mensual	Producción TM anual	Número de Hectáreas
AGROTERRANORTE S.A	Espejo	11*	132	5,8
EQUA GARDEN	Espejo	11*	132	5,8
ALTOS DEL NORTE	Espejo	11*	132	5,8
ALTAS CUMBRES FLOWERS	Espejo	11*	132	5,8
ENRIQUEZ MONTENEGRO ROBINSON GUILLERMO	Espejo	11*	132	5,8
ALTA SIERRA ROSES ECUADOR	Espejo	11*	132	5,8
PABLO RENAN FLORES HERRERA (TERRA PACIFIC)	Espejo	11*	132	5,8
Total		77	924	40,6

Fuente: Florícolas de Carchi

Elaborado por: Edisson López

En consecuencia, la producción mensual total de rosas en el cantón Espejo es de 120,6 TM, y al año se producen 1.447,2 TM, en un espacio de 60 hectáreas.

Tabla 34 Producción florícola del cantón Bolívar y Mira según encuestas realizadas

Razón Social	Cantón	Producción TM mensual	Producción TM anual	Número de Hectáreas
FLORES DE LA HACIENDA	Mira	17,5	210	8
THE NORTH FLOWERS (ROSAS DEL CARCHI)	Bolívar	12,4	148,8	6
TIERRA VERDE SOCIEDAD CIVIL Y COMERCIAL	Bolívar	6,8	81,6	2
GREEN SOUL FLOR ETERNA CIA. LTDA.	Bolívar	12	144	5
STAMPSYBOX CIA LTDA.	Bolívar	25	300	11
ENRIQUEZ MONTENEGRO GANDHY VINICIO (LATINA FARMS)	Mira	23,6	283,2	9,8
GALÁRRAGA SALAZAR ATAHUALPA JULIO	Mira	10	120	5
LEON FLOWERS.	Bolívar	4,5	54	1,3
Total		97,8	1.341,6	48,1

Fuente: Florícolas de Carchi

Elaborado por: Edisson López

Del mismo modo entre los cantones Mira y Bolívar existen 11 florícolas de las cuales 8 fueron encuestadas y se obtuvo información primaria de la producción nacional. Para el caso

de las tres florícolas restantes se realizó el mismo cálculo de las anteriores florícolas de Espejo de las cuales no se obtuvo información.

Para este caso se toma en cuenta el total de hectáreas que cosechan flores en el Carchi que son 128 datos obtenidos por AGROCALIDAD, por tanto, de estas 128 hectáreas 60 están en Espejo, 48,1 se obtuvo de datos encuestados, por lo tanto 19,9 hectáreas se reparten para las 3 florícolas de las cuales no se obtuvo información ubicadas dos en Mira y una en Bolívar.

Dividiendo las 19,9 hectáreas para las 3 florícolas da como resultado 6,6 Ha, por lo tanto, entre las 3 florícolas producirían 39,6 TM mensual y al año 475,2 TM. Con un total de 19,9 Ha.

Tabla 35 Producción estimada de las florícolas de los cantones Mira y Bolívar

Razón Social	Cantón	Producción TM mensual	Producción TM anual	Número de Hectáreas
REALFLOWERS ECUADORIAN CIA. LTDA.	Bolívar	13,2	158,4	6,6
FLORIPALM	Mira	13,2	158,4	6,6
HORTIJARDINES S.A.	Mira	13,2	158,4	6,6
Total		39,6	475,2	19,8

Fuente: Florícolas de Carchi

Elaborado por: Edison López

De este modo la producción mensual de rosas en el cantón Bolívar y Mira son de 137,4 TM y al año de 1.816,8 TM con un total de 68 hectáreas. Siendo un gran aporte a la producción total de rosas en la provincia, Mira es uno de los cantones que más ha impulsado la producción de flores, tomando en cuenta que la inversión para crear nuevas florícolas en Mira ha sido privada e internacional, así cada año se irá incrementando el número de hectáreas para tener una mejor capacidad productiva del sector.

Tabla 36 Resumen de la producción de rosas por cantón en la Provincia del Carchi 2017

Cantón	Producción TM mensual	Producción TM anual	Número de Hectáreas
Bolívar	73,9	886,8	31,9
Mira	77,5	930	36
Espejo	120,6	1.447,2	59,6
Total	272	3.264	127,5

Fuente: Florícolas de Carchi

Elaborado por: Edison López

En resumen, la provincia del Carchi produce alrededor de 3.396 TM al año, y cuenta con 127,5 hectáreas de capacidad productiva, la mayoría de estas toneladas producidas son destinadas a la exportación, o venta en otras provincias, las 3.396 toneladas de rosas

producidas representan el 2,36% del total de toneladas de rosas exportadas por Ecuador en el año 2017 que es 143.806,77 TM.

3.4.2.11.1.3. Ventas nacionales e internacionales de rosas carchenses

Para calcular las ventas nacionales e internacionales de las flores producidas en la provincia del Carchi se toma en cuenta datos entregados por la Agencia de PROECUADOR ubicada en Tulcán. Donde se muestra una matriz con las exportaciones de rosas del Carchi año 2017.

Tabla 37 Ventas internacionales de rosas del Carchi 2017

Empresa	Número de exportaciones	Número de TM exportadas
GREEN SOUL FLOR ETERNA CIA. LTDA.	126	134,40
POZO MAYANQUER JUAN CARLOS	49	22,92
TIERRA VERDE SOCIEDAD CIVIL Y COMERCIAL	107	65,16
STAMPSYBOX CIA LTDA	248	290
GALARRAGA SALAZAR ATAHUALPA JULIO	100	118,05
ENRIQUEZ MONTENEGRO GANDHY VINICIO	156	283,01
EVERBLOOM ROSES ECUADOR	125	196,86
CHANDI ALVAREZ GONZALO JUAN	65	65,15
FLORES DE LA HACIENDA	146	208,71
ORTEGA BENALCAZAR LUIS CARLOS	27	4,24
FLORES HERRERA MARCO RENAN	114	110,62
HERRERA POZO CARLOS BOLIVAR	25	17,22
BACA MONTENEGRO MERY ENEYDA	28	9,78
THE NORTH FLOWERS S.C.A.	131	148,52
FLORICOLAJARDINESELANGEL CIA. LTDA.	114	170,16
MORA TRUJILLO CESAR GILBERTO	76	85,39
YEPEZ ROMO HOMERO TIBALDO	18	4,50
AREVALO TANICUCHI JONATHAN JAVIER	75	31,50
Total	1.730	1.966,22

Fuente: (PROECUADOR, 2017)

Elaborado por: Edisson López

Éstas son las empresas que han exportado rosas desde la provincia del Carchi, con un total de 1.730 exportaciones realizadas en el año 2017 y una cantidad de 1.966,22 toneladas vendidas a nivel internacional. La empresa que más exportó es STAMPSYBOX CIA LTDA con 422,69 toneladas métricas y realizó 248 exportaciones en el año.

Cabe señalar que en esta tabla se encuentran todas las empresas que registraron exportaciones de rosas desde la provincia del Carchi y todas no necesariamente son productoras de rosas, únicamente de las 18 exportadoras 12 son productores las demás solo

se dedican al comercio internacional y no a producir, por lo que compran las rosas a fincas que únicamente producen.

Tabla 38 Principales destinos de las rosas de la provincia del Carchi

País importador de rosas del Carchi	TM importadas 2017
RUSIA	1170,16
ESTADOS UNIDOS	210,45
UCRANIA	189,44
KAZAKHSTÁN	104,51
PAÍSES BAJOS	102,10
LETONIA	72,24
CHILE	26,14
ESPAÑA	26,14
MOLDOVA, REPÚBLICA DE	23,04
LITUANIA	21,61
BELARÚS	21,46
RUMANIA	17,45
ALEMANIA	17,34
GEORGIA	15,99
ITALIA	14,87
PORTUGAL	13,58
REPÚBLICA DOMINICANA	12,06
ESTONIA	11,75
URUGUAY	8,24
NICARAGUA	7,43

Fuente: (PROECUADOR, 2017)

Elaborado por: Edisson López

Al conocer la producción nacional y las exportaciones se puede deducir que el restante de rosas carchenses se comercializa a nivel nacional.

Producción nacional: 3.396 TM 2017

Exportaciones: 1.966,22TM 2017

Total, ventas nacionales del sector florícola del Carchi: 1.429,78 TM

Estas ventas nacionales se distribuyen entre floristerías de la provincia y del país en general y entre los compradores que son exportadores intermediarios, las 1429,78 TM de rosas que se venden desde Carchi es una de las cantidades más grandes en factores de productos vendidas hacia otras provincias, en relación a las 1966,22 TM de rosas exportadas por las florícolas del Carchi esta cantidad de producto es la más grande exportación en comparación con otros productos que se dan en esta zona.

3.4.2.11.1.4. Empresas florícolas del Carchi que cuentan con normas de calidad

Lista oficial de empresas certificadas en el "protocolo para el control obligatorio de ácaros en lugares y/o sitios de producción de rosas de exportación"

Tabla 39 Florícolas del Carchi con Certificación Fitosanitaria

Florícola	Actividad	Nombre Botánico Ornamental
QUEEN ROSES S.A.	Productor - Exportador	Rosa (Rosa spp.)
ASOCIACION DE CUENTAS EN PARTICIPACION RENACER	Productor - Exportador	Rosa (Rosa spp.)
PABLO RENAN FLORES HERRERA (TERRA PACIFIC)	Productor - Exportador	Rosa (Rosa spp.)
EVERBLOOM ROSES ECUADOR	Productor - Exportador	Rosa (Rosa spp.)
ENRIQUEZ MONTENEGRO GANDHY VINICIO (LATINA FARMS)	Productor - Exportador	Rosa (Rosa spp.)
TIERRA VERDE SOCIEDAD CIVIL Y COMERCIAL	Productor - Exportador	Rosa (Rosa spp.)
QUEEN FREEDOM	Productor - Exportador	Rosa (Rosa spp.)
FLORES HERRERA MARCO RENAN (JARDINOR)	Productor - Exportador	Rosa (Rosa spp.)
STAMPSYBOX CIA. LTDA	Productor - Exportador	Rosa (Rosa spp.)
ALTA SIERRA ROSES ECUADOR	Productor - Exportador	Rosa (Rosa spp.)
FLORES DE LA HACIENDA	Productor - Exportador	Rosa (Rosa spp.)
ALTOS DEL NORTE (MORA TRUJILLO CESAR GILBERTO)	Productor - Exportador	Rosa (Rosa spp.)
CARLOS EDUARDO ENRIQUEZ OBANDO	Productor - Exportador	Rosa (Rosa spp.)
REALFLOWERS ECUADORIAN CIA.LTDA	Productor - Exportador	Rosa (Rosa spp.)
ENRIQUEZ MONTENEGRO ROBINSON GUILLERMO	Productor - Exportador - Acopio	Rosa (Rosa spp.)
POZO MAYANQUER JUAN CARLOS	Productor - Exportador - Acopio	Rosa (Rosa spp.)

Fuente: (AGROCALIDAD, 2017)

Elaborado por: Edisson López

3.4.2.11.1.5. Número de trabajadores

Cada florícola cuenta con 10 trabajadores por hectárea de cosecha de rosas, por tanto, en todo el sector existen 127,5 Ha, es decir alrededor de 1275 empleados a nivel del Carchi, de las cuales el 51% son mujeres.

3.4.2.12. Análisis de competitividad

3.4.2.12.1. Matriz POAM de las empresas mejor ubicadas

Tabla 40 Matriz POAM

Florícolas mejor posicionadas	Factores							Total	Promedio
	Producción	Calidad	Mano de obra	Manipulación de las rosas	Procesos logísticos	Tecnología	Pre-cios		
STAMPSYBOX CIA LTDA.	5	5	5	5	5	5	5	35,00	5,00
ENRIQUEZ MONTENEGRO GANDHY VINICIO	4	5	5	5	5	4	5	33,00	4,71
FLORES DE LA HACIENDA	4	5	4	4,5	4	4	5	30,50	4,36
EVERBLOOM ROSES ECUADOR	3,5	5	5	5	5	5	5	33,50	4,79
FLORICOLAJARDINESEL ANGEL CIA. LTDA.	3	4	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	29,50	4,21
THE NORTH FLOWERS (ROSAS DEL CARCHI)	2,5	4	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	29,00	4,14

Fuente: Encuestas a florícolas

Elaborado por: Edisson López

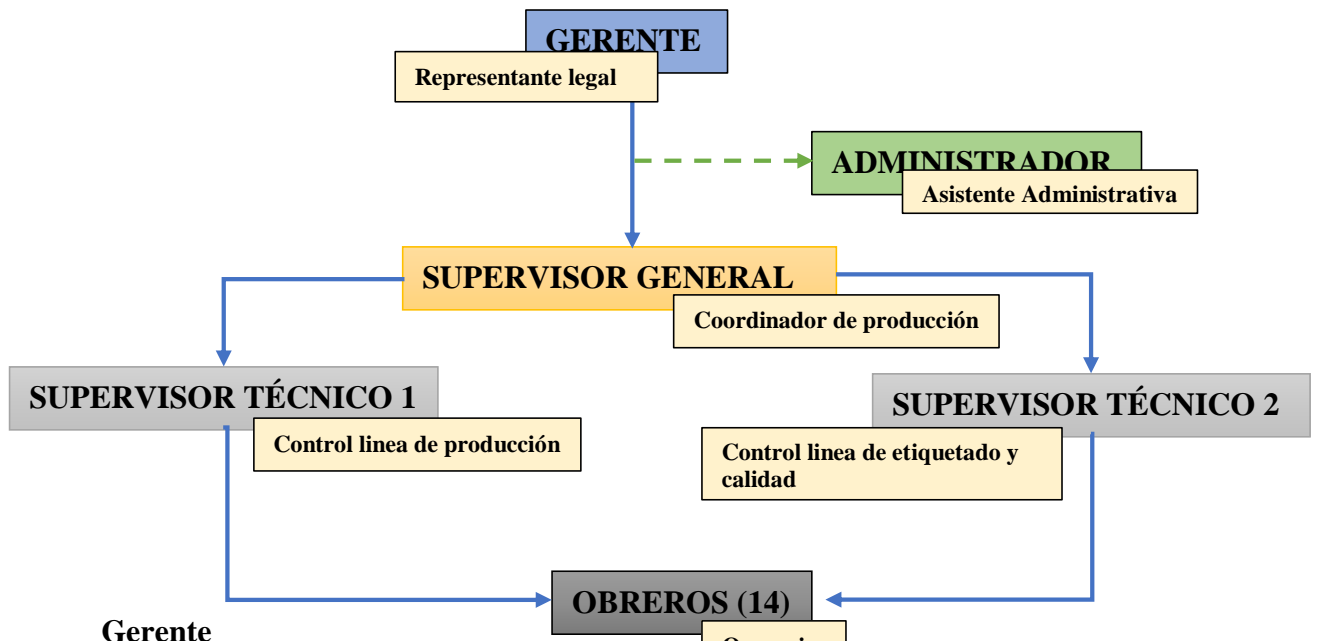
3.4.2.12.2. Análisis de la empresa mejor posicionada

StampsyBox CIA LTDA. Es la florícola que mejor puntaje tiene tomando en cuenta factores productivos y de comercialización en comparación con las otras florícolas, es la florícola que más producción tiene por año y así mismo sus exportaciones son las más altas, en la parte tecnológica cuenta con sistemas de enfriamiento automáticos, e implementa normas de manipulación de las flores, al tener ejecutivos de otros países que dirigen la florícola tienen nuevas prácticas de producción.

Cuenta con certificaciones Fitosanitarias, y tienen un sistema de control de calidad bien controlado y regulado, maneja los productos químicos amigables con el medio ambiente, esto permite que no dañe los suelos ni tengan impactos ambientales, no contaminan poblaciones cercanas y se evita contaminación del agua. Cuenta con área post cosecha y área de lavado. Esta finca no lleva mucho tiempo en el mercado tiene 5 años de existencia y ha venido mejorando y aplicando sus ventas nacionales e internacionales.

StampsyBox se encuentra en la provincia de Carchi ubicada en el cantón Bolívar y se la considera como una finca mediana-grande, a 2.950 metros de altura, el lugar ideal para producir las mejores rosas para diferentes mercados destinados a clientes exclusivos. En la actualidad produce 29 tipos de rosas.

3.4.2.12.3. Organigrama de la florícola StampseyBox CIA LTDA.



Gerente
Ilustración 1 Organigrama de la florícola StampseyBox
Elaborado por: Edisson López

El gerente controlará, planificará y organizará la empresa. Coordinará a las personas para lograr el cumplimiento de cada uno de sus objetivos.

El gerente también tiene la capacidad de dirigir y liderar equipos de trabajo, ya que el goza de importantes habilidades, tales como: adaptabilidad, conocimiento, inteligencia emocional, liderazgo y capacidad para delegar ciertas tareas.

Administrador

Asegurar que la organización opere con eficiencia. Esto requiere que tenga un grupo de características para que pueda administrar a diferentes personas y situaciones dentro de la organización. Las habilidades específicas, esenciales para un administrador efectivo, incluyen buena comunicación y que sea organizado.

Supervisor general

Tiene la responsabilidad de mejorar constantemente a su personal, desarrollando sus aptitudes en el trabajo, estudiando y analizando métodos de trabajo y elaborando planes de adiestramiento para el personal nuevo y antiguo, así elevará los niveles de eficiencia de sus colaboradores, motivará hacia el trabajo, aumentará la satisfacción laboral y se logrará un

trabajo de alta calidad y podrá conseguir una mayor productividad empresarial en la organización.

Supervisor Técnico

Cuenta con una gran experiencia dentro del campo laboral, así como también es indispensable que tenga la capacidad de llegar a los resultados planeados al intervenir con distintos actores involucrados en el proyecto de la obra, además de que también es su papel vigilar la calidad en el desarrollo de los trabajos y mantener al día los contratos y los programas del proyecto.

Obreros

Un trabajador manual contratado en un ámbito laboral de producción masiva, dedicándose a realizar una sola actividad a lo largo de toda su jornada, contando con una alta cantidad de material para tener el tiempo suficiente para terminar el trabajo.

3.4.2.12.4. Imagen de la empresa

La empresa cuenta con los elementos estratégicos básicos los cuales forman parte de la mecánica dentro del proceso administrativo de toda empresa, la misión y visión dentro del proceso de planificación juntamente con sus principios institucionales son necesarios para la correcta toma de decisiones.

Misión

Producir y comercializar rosas frescas de la más alta calidad, enmarcados en procesos estrictos de salud y seguridad hacia nuestros empleados y aplicando altos estándares en nuestros procesos de producción, ofreciendo de esta manera a nuestra distinguida clientela uno de los mejores y más bellos productos en el mercado internacional.

Visión

Nuestra Visión como empresa es crecer de una manera consistente mirando los requerimientos de mercado de nuestros clientes, cuidando y vigilando cada uno de nuestros procesos de tal manera que puedan ser mejorados o cambiados de acuerdo con la tecnología del momento y su eficiencia, esto hará que a un futuro de corto y largo plazo nos mantengamos como líderes en el mercado de la producción y exportación de rosas.

Valores Corporativos

Son considerados primordiales en el comportamiento individual y colectivo de los empleados.

Profesionalismo. - A través de una actitud de servicio.

Capacitación. - Como una herramienta de superación constante.

Honestidad. - Como rectora de nuestras acciones.

Ética. - Como forma de vida.

Acción y anticipación. - Adaptarse al cambio y encontrar siempre una oportuna solución.

3.4.2.12.5. Áreas de servicio en el campo floricultor

El área de servicio de StampBox CIA LTDA está enmarcada por la producción de rosas responsablemente hasta la venta nacional e internacional, requiriendo ayuda externa para las operaciones de comercio exterior y transporte internacional. Esto contribuye a cumplir los objetivos de la organización; ofreciendo rosas de calidad y buena presentación.

3.4.2.12.6. Descripción del servicio

StampBox CIA LTDA cuenta con una infraestructura adecuada, personal confiable y altamente calificado que garantiza el control y ejecución de las operaciones en producción de rosas tanto a nivel nacional como internacional.

3.4.2.12.7. Mapa de procesos de StampSyBox CIA LTDA

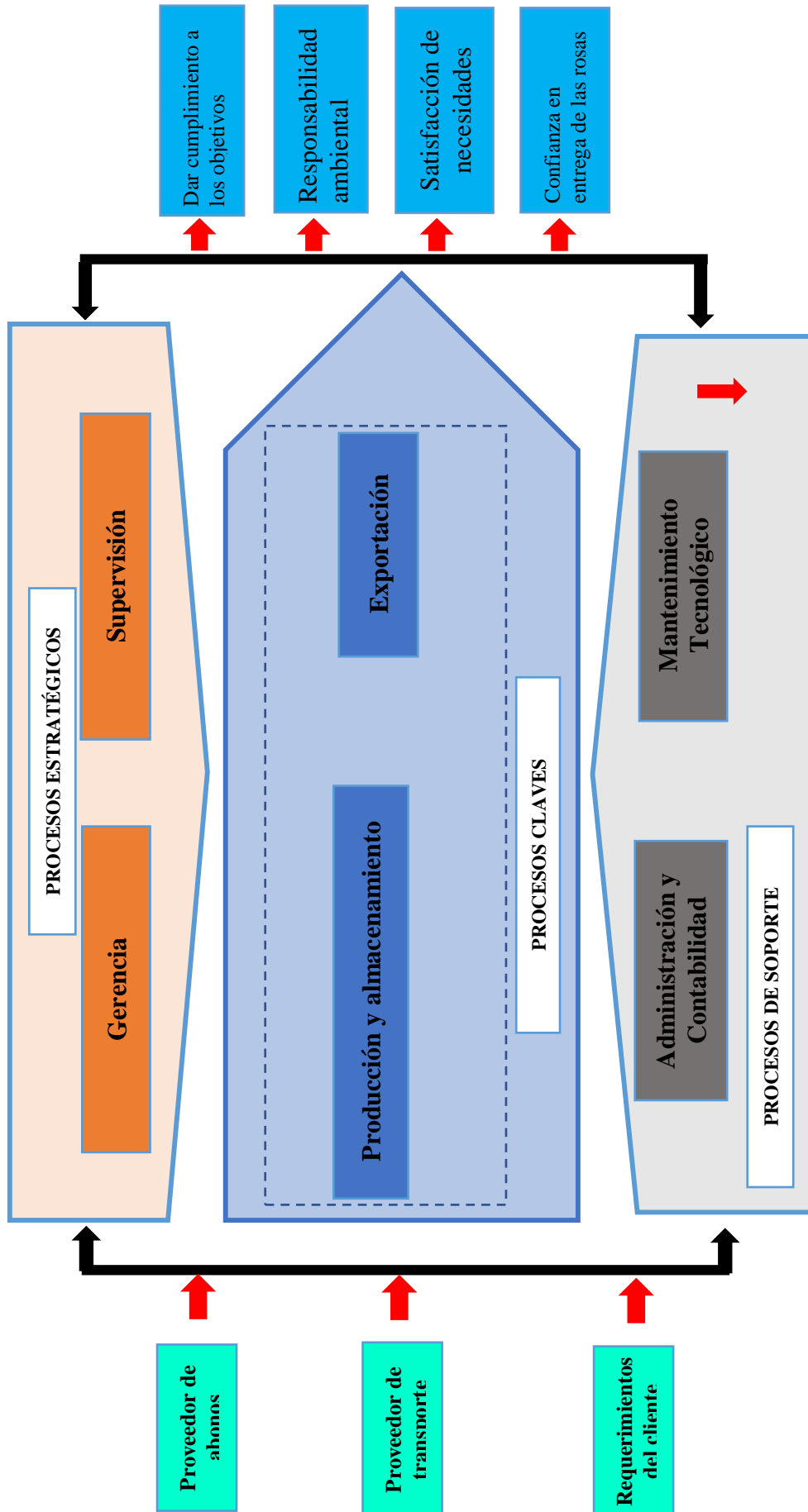


Ilustración 2 Mapa de procesos de StampSyBox
Elaborado por: Edisson López

3.4.2.12.8. Descripción de procesos

Gerencia

- Firmas con clientes nacionales e internacionales
- Coordinación de proceso de exportación
- Revisión de trámites para certificar la calidad de producción
- Coordinación de capital humano

Supervisión

- Manejo de calidad
- Mejoras en el proceso de cosecha
- Abastecimiento de insumos y abonos
- Control del proceso de producción

3.4.2.12.8.1. Procesos claves:

Producción y almacenamiento

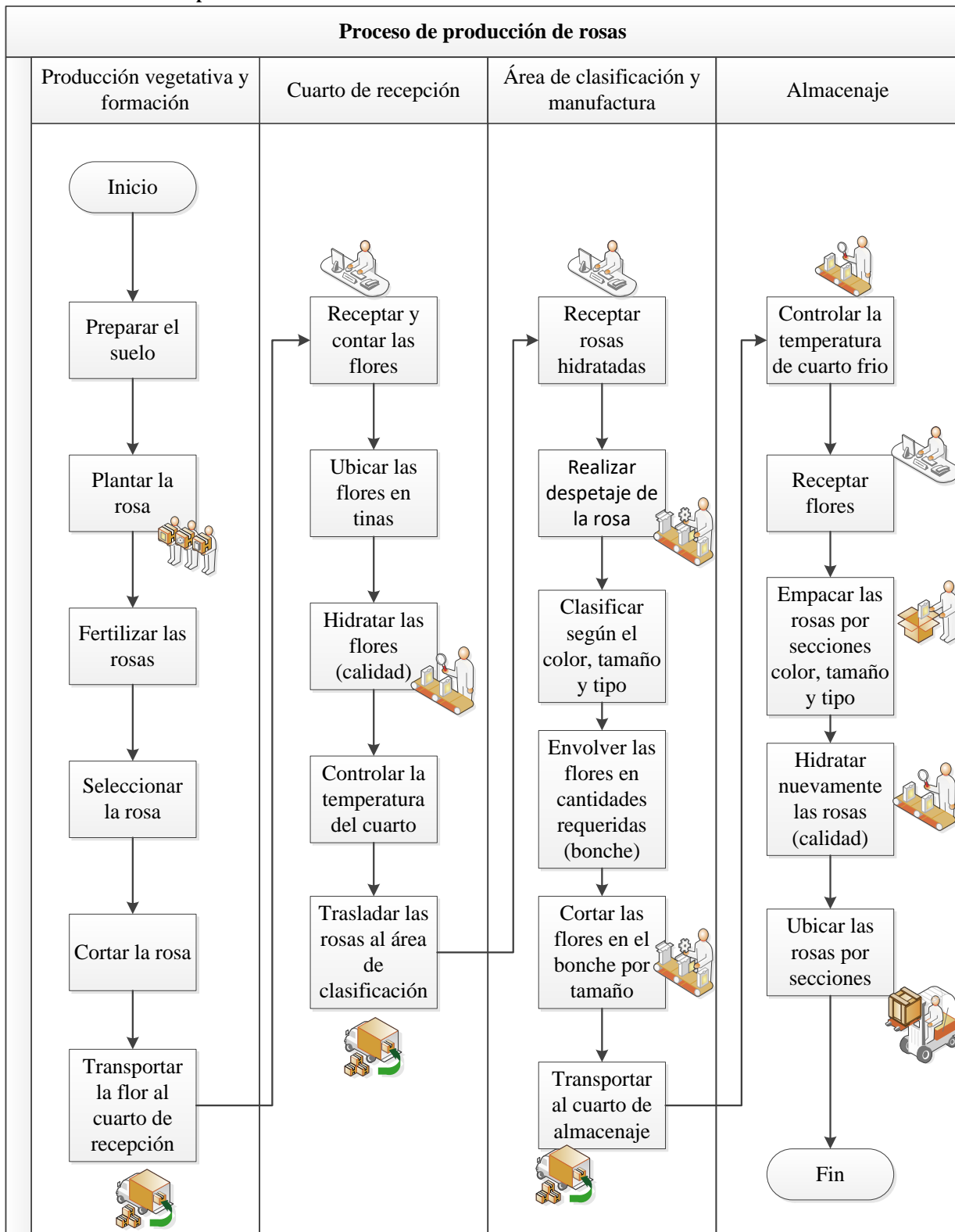
- Preparación de los suelos
- Siembra de las rosas
- Control de plagas y temperatura de las rosas
- Cosecha de flores
- Selección de flores
- Hidratación de las flores
- Empacamiento de flores
- Almacenamiento de flores

Exportación

- Obtención de requisitos para exportar
- Obtención de documentos para exportar
- Obtención de medidas para exportar
- Coordinación de trámites con agente de aduana
- Coordinación de transporte con la línea aérea
- Transportar la carga hasta la línea aérea

3.4.2.12.9. Flujos de procesos claves:

Ilustración 3 Proceso de producción de rosas

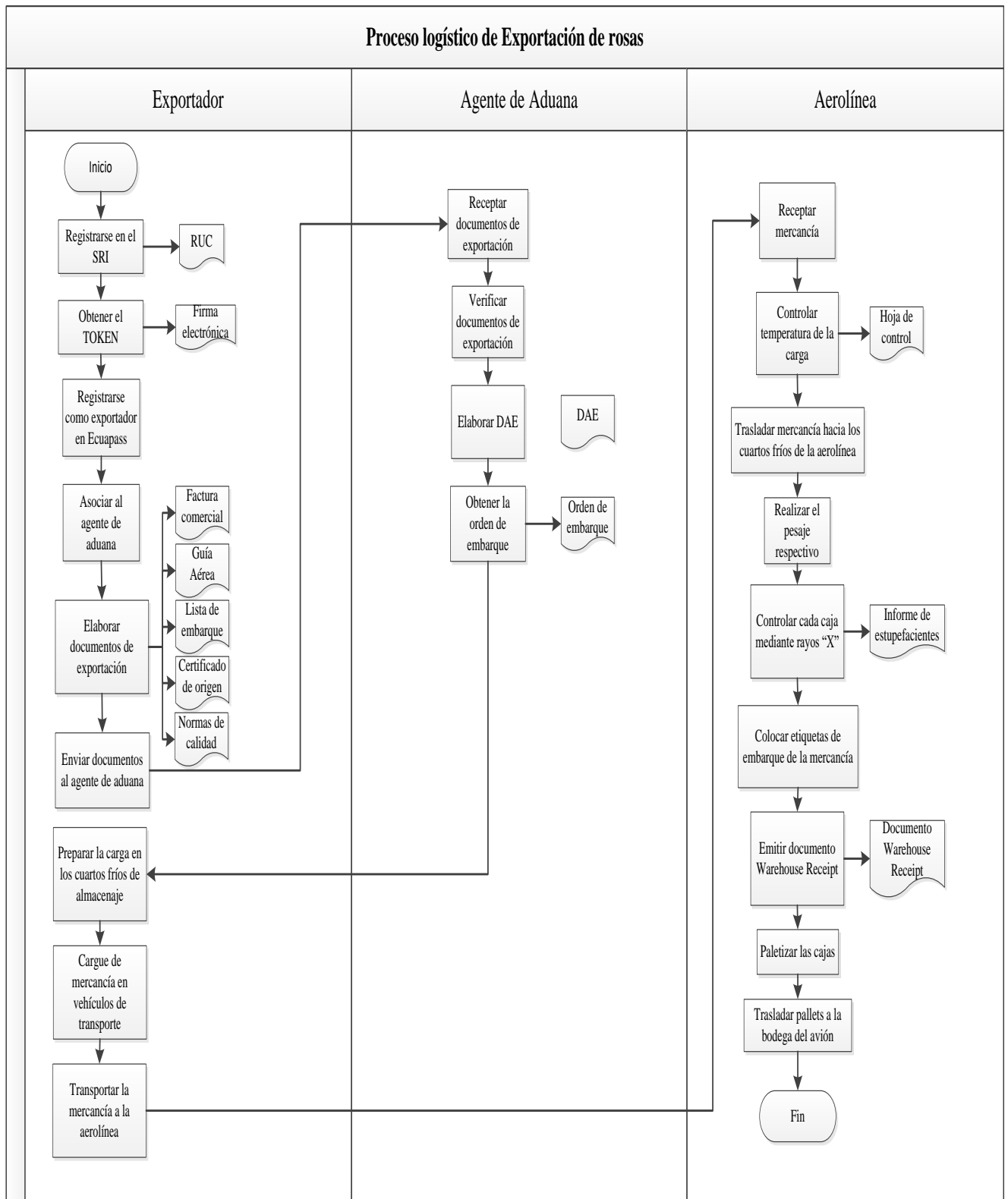


Elaborado por: Edisson López

Los procesos de producción de las florícolas deben ir mejorando poco a poco mediante las buenas prácticas de manufactura, gracias a los procesos logísticos de producción se puede lograr minimizar los tiempo y recursos, uno de los eslabones más importantes de la producción de rosas es preparar el suelo del cultivo y la refrigeración, gracias a estos dos eslabones se a lo grado dar más vida a las rosas.

No todos los procesos son manejados de la misma manera, existen procesos en la producción que llevan más tiempo y hay que invertir más en estos, no se debe olvidar que cada paso debe ir agrupado al siguiente.

Ilustración 4 Proceso de exportación de rosas



Elaborado por: Edison López

3.4.2.12.10. Cumplimiento de barreras no arancelarias y etiquetado, empaque y embalaje para la exportación.

3.4.2.12.10.1. Barreras no arancelarias

- Se debe cumplir los Requisitos fitosanitarios de la DIRECTIVA 2000/29/EC, relativa a las medidas de protección contra la introducción en la Comunidad de organismos nocivos para los vegetales o productos vegetales y contra su propagación en el interior de la Comunidad.
- Obtener la certificación de Thrips. – Certificación que deben cumplir los operadores de exportación de especies ornamentales registrados en AGROCALIDAD en los lugares de producción y centros de procesamiento de flores y follajes cortados para el control de Thrips, que son insectos con aspecto de arañuelas color marrón. Este certificado se lo emite con el fin de cumplir las exigencias de las Organizaciones Nacionales de Protección Fitosanitaria.
- Obtener certificado de anti-ácaros. – Certificación que avala el cumplimiento de mantener las instalaciones y las zonas productivas libre de ácaros.

Estos documentos certifican que las rosas cumplen con las condiciones de exportación, sin riesgo de contener animales e infecciones que afecten a países destino.

3.4.2.12.10.2. Etiquetado

Las cajas deben contar con las etiquetas de cada finca que produce las rosas para la exportación, la etiqueta debe contener los siguientes datos:

- Nombre del producto
- Numero de guía aérea madre
- Numero de guía aérea hija
- Código de barras del SENAE
- Etiqueta con el logo del SENAE (sobre el código de barras)
- Número de DAE en la parte inferior del código de barras
- Variedad y medida
- Información completa del exportador
- Información completa del destinatario

3.4.2.12.10.3. Empaque y embalaje

- La primera capa de protección es un capuchón de PCV, este sujeta el bonche de la parte superior

- Los bunches pueden contener 20 o 25 tallos dependiendo de cómo desea el cliente
- Los bunches son cubiertos por los corrugados de cartón donde se puede incluir el logo de la finca
- Se procesa a introducir los bunches en fundas plásticas flexibles
- Los tallos son amarrados conjuntamente con una liga plástica
- Finalmente, los bunches se los empaqueta en cajas largas, estas cajas contienen zunchos seguros.

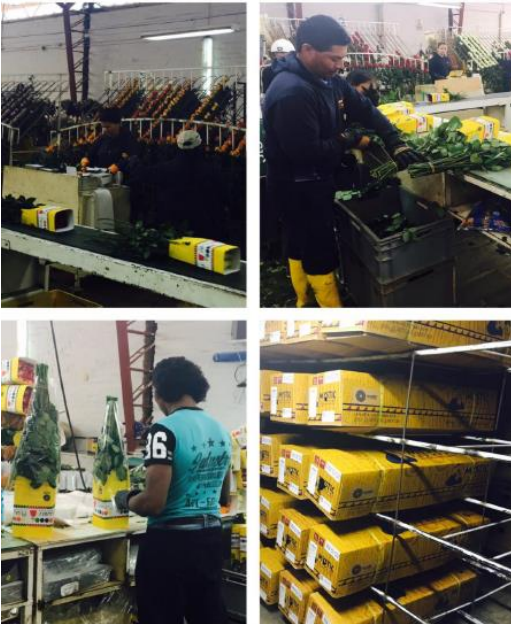


Ilustración 5 Proceso de empaque de las rosas
Tomado de: (Cabezas, 2017)

Concluido este proceso se continúa llevando las cajas una vez selladas al almacén de cuartos fríos en condiciones de temperatura de 2 a 4 grados C° hasta que ya sean transportadas.

3.4.2.12.10.4. Cubicaje StampyBox CIA LTDA.

Tabla 41 Cubicaje de la florícola StampyBox

Matriz para pallet	Calculo del cubicaje	Empaque/ Embalaje caja	Unidad de carga	Estimación de espacio
	N° de unidades	1	12	
	Largo metros	1,2	1,2	1
	Alto metros	0,35	2,25	6
	Ancho metros	0,35	1	2
	Volumen total del embarque m ³	0,15	2,7	18
	Peso por Unidad Kg	26	312	12
	Peso Total del embarque TM	0,026	0,312	12

Fuente: (StampyBox, 2018)

Elaborado por: Edison López

Tabla 42 Paletización de la carga

Paletización de la carga		
LARGO	Largo del pallet	1,2
	Largo de la caja	1,2
Total		1
ANCHO	Ancho del pallet	1
	Ancho de la caja	0,35
Total		2,86
ALTO	Alto del pallet	0,15
	Alto del avión	2,4
	Alto de la caja	0,35
Total	2,4-0,15 = 2,25/0,35	6

Elaborado por: Edisson López

Fuente: (StampsyBox, 2018)

3.4.2.12.10.5. Estimación de ventas para la empresa StampsyBox CIA LTDA.

Tabla 43 Estimación de ventas para la empresa StampsyBox CIA LTDA TM.

Datos	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Oferta Exportable TM	331,13	365,88	400,63	435,38	470,13	504,88
Demanda Insatisfecha TM	8833	9268	9704	10140	10576	11012
% de cobertura de la demanda TM	3,75%	3,95%	4,13%	4,29%	4,45%	4,58%
Frecuencia de envío	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual	Mensual
Número de envíos al año	12	12	12	12	12	12
Tamaño del embarque por envío (TM)	27,59	30,49	33,39	36,28	39,18	42,07
Nº de cajas al año	12736	14072	15409	16745	18082	19418
Nº de pallets al año	1061	1172	1284	1395	1506	1618
Estimación de ventas por (cajas) año	12736	14072	15409	16745	18082	19418
Estimación de ventas por cajas (Kg)	331130	365880	400630	435380	470130	504880
Estimación de ventas (bonches) al año	127358	140723	154088	167454	180819	194185
Estimación de ventas por bonches (kg)	318394	351808	385221	418635	452048	485462

Fuente: (StampsyBox, 2018)

Elaborado por: Edisson López

3.4.2.12.10.6. Término de negociación según INCOTERMS

Tabla 44 Término de negociación convenido para StampsyBox CIA LTDA.

INCOTERMS	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023
Valor de embarque	3091673	1300313	1443307	1592615	1748462	1911083
EXW	3091673	1300313	1443307	1592615	1748462	1911083
Manipulación local	38196	43260	48540	54054	59811	65820
Unitarización	3299	3722	4166	4628	5109	5615

FCA/FAS	3133168	1347295	1496013	1651296	1813382	1982517
Transporte interno	2400	2459	2582	2779	3064	3462
Manipuleo Embarque	5305	6005	6741	7505	8303	9140
Agentes	550	564	592	637	702	793
Documentación	1020	1045	1098	1181	1302	1471
Capital e Inversión país origen	1749	756	839	926	1017	1112
Bancarios	83656	35973	39944	44090	48417	52933
FOB	3227848	1394096	1547809	1708413	1876187	2051429
Flete Internacional	21220	24019	26965	30020	33210	36562
CFR	3249068	1418115	1574774	1738434	1909397	2087991
Seguro Internacional	64981	28362	31495	34769	38188	41760
CIF	3314049	1446478	1606269	1773202	1947585	2129750
Capital e inventario transito Internacional	3593,90	1568,62	1741,91	1922,94	2112,05	2309,60
Manipuleo desembarque	2122	2402	2697	3002	3321	3656
DAT	3319765	1450448	1610708	1778127	1953018	2135716
Almacenamiento temporal	100	102	104	106	108	110
Documentación	220	224	233	247	267	294
Agentes	350	359	377	405	447	505
Transporte interno	1200	120097	134826	150102	166050	182809
DAP	3321635	1571230	1746247	1928987	2119891	2319435
Aduaneros	882300	407328	452325	499334	548440	599738
Capital e inventario país destino	3264	118	133	148	163	180
DDP	4207200	1978676	2198705	2428469	2668494	2919352

Fuente: (StampsyBox, 2018)

Elaborado por: Edison López

El término de negociación que se va a utilizar para la comercialización internacional de flores desde la empresa hacia Madrid es FOB (Franco a bordo), tomando en cuenta que el transporte requerido es mediante vía aérea, la mercancía se la entrega a borde del buque en el aeropuerto designado por la línea aérea que va a trasportar la mercancía. La empresa se libra de responsabilidades luego de que la mercancía este a borde del avión, es decir el pago del transporte y seguro internacional va por cuenta del importador.

Para el año 2018 el valor FOB sería de 3´227.848 de dólares, las proyecciones para el 2019 son de 1´394.096 y para 2020 de 1´547.809 dólares esto depende de la estimación de las ventas por año. Por cada valor comercial unitario en valor FOB se incluye 15% de utilidad

Tabla 45 Valor unitario de una unidad comercial en valor FOB incluido la utilidad de 15%

ITEM	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	AÑO 2023
Costo FOB	253	99	100	102	104	106
Utilidad	38	15	15	15	16	16
Precio	291	114	116	117	119	121

Fuente: (StampsyBox, 2018)

Elaborado por: Edison López

En esta tabla se puede identificar que cada unidad comercial (caja de 20 a 25 unidades) costaría 253 dólares FOB sin tomar en cuenta la utilidad, lo cual sería de 38 USD más por lo tanto se la vendería en 291 dólares cada caja exportada año 2018, caso contrario lo que sucede en el año 2019 que la venta disminuiría en precio debido a las fuentes de financiamiento externas y se tendría un valor de exportación con utilidad de 114 USD por caja, para el 2020 cada caja costaría 116 dólares. Se estima que el precio de venta cada vez se va a ir incrementando, tanto así que para el año 2023 la venta por caja con el 15% de utilidad sería de 121 USD.

3.4.2.13. Proceso de documentación en Ecuador para la exportación

Se puede observar que en el flujo grama de exportación logística de las flores hacia Madrid es necesario incluir documentos que dan soporte a todo el proceso, por lo tanto para la obtención de esos documentos se debe incurrir en costos que se denominan costos de exportación, los documentos que habilitan el proceso de exportación son: factura comercial, lista de empaque, certificado de origen, certificados fitosanitarios, estos últimos son importantes porque las flores son consideradas como productos orgánicos por lo tanto son necesarios para ingreso al mercado de la UE, además se deben incurrir en otros gastos como es la obtención del permiso para ser exportador. El total de estos trámites de exportación es de 1.020 USD en este caso.

Tabla 46 Proceso de documentación en Ecuador para la exportación

DESCRIPCIÓN	Costo unitario	Cantidad	RR.HH.	Tiempo en Horas	Tiempo en Días	Costo total de operación
Factura Comercial	120	1	2	1	0,125	120
Lista de empaque	200	1		0,5	0,0625	200
Certificado de Origen	400	1		0	0	400
Certificados Fitosanitario	100	1		2	0,25	100
Registro de importador/exportador	100	1		0	0	100
Otros	100	1		0	0	100
Totales				3,5	0,4375	1020

Fuente: (StampsyBox, 2018)

Elaborado por: Edisson López

3.4.2.14. Costos bancarios

Se toma en cuenta el valor FCA porque es una responsabilidad del exportador pagar al banco que accede al crédito, la carta de crédito es un documento que hace parte del proceso de

negociación y por esta se debe tener en conocimiento los valores que se adeuda en el banco, estos son costos bancarios por crédito.

Tabla 47 Costos bancarios

Descripción	VALOR FCA	Tasa del banco	tiempo de contratación en horas	tiempo de contratación en días	COSTO FINAL USD
Costo carta de crédito	3'133.168	3%	2	0,25	83655,59

Fuente: (StampsyBox, 2018)

Elaborado por: Edison López

3.4.2.15. Manipulación de embarque

Estos son los costos por cargue y manipulación de mercancías, la manipulación se la realiza utilizando estibadores y posteriormente máquinas transitorias con cintas. Estas son recentadas por montacargas de aeropuerto e ingresan al avión.

Tabla 48 Manipuleo de embarque

Descripción	Costo por embarque	Cantidad	Tiempo en horas	Tiempo en días	Costo total de operación USD
Cargue del pallet al transporte internacional	5	1061	12	2	5305
Otros	0	1		0	0
Totales				1,50	5305

Fuente: (StampsyBox, 2018)

Elaborado por: Edison López

3.4.2.16. Costos agentes de aduana

Tabla 49 Costos agente de aduana

Descripción	Honorarios profesionales	RR.HH. de la empresa	Tiempo en horas	Tiempo en días	Costo total de operación USD
Agente de aduana	250	1	3	0,375	250

Fuente: (StampsyBox, 2018)

Elaborado por: Edison López

3.4.2.17. Estudio financiero

Activos fijos

Tabla 50 Activos fijos del estado financiero

Activos fijos-Inversión Fija				2018
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Total	
Infraestructura				97000
Estructura Mixta Incluido plástico	2	32000	64000	
Sistema de Riego	2	9000	18000	
Infraestructura Oficinas	1	15000	15000	

Maquinaria y equipos			18320
Cuarto Frio	1	10000	10000
Bomba de fumigar	6	250	1500
Transformador	3	1000	3000
Coche de transporte	4	25	100
Tijeras podadoras	15	10	150
Acometida	1	1200	1200
Selladora de Bonches	10	70	700
Grapadora Industrial	10	45	450
Gavetas plásticas	90	3	270
Guadaña	2	350	700
Mesa empacadora	5	50	250
Muebles y enseres			3345
Escritorio	6	200	1200
Sillón ejecutivo	3	200	600
Sillas	9	25	225
Archivador	2	300	600
Estantería de madera	1	400	400
Teléfono	3	40	120
Fax	1	50	50
Calculadoras	5	30	150
Equipo de Computo			3400
Computadora	4	600	2400
Impresora	2	500	1000
Intangible			6210
Patente	27000	0,23	6210
Total, Activos Fijos-Inversión Fija			128275

Fuente: (StampsyBox, 2018)

Elaborado por: Edison López

Inversión inicial

Tabla 51 Inversión inicial

Inversión Inicial	
Concepto	Valor
Inversión Fija	128275
Capital de Operación	1087906
Gasto de Constitución	500
Total, Inversión Inicial	1216681

Fuente: (StampsyBox, 2018)

Elaborado por: Edison López

Financiamiento

Tabla 52 Financiamiento

Estructura de Financiamiento		
Concepto	Participación	Valor
Capital propio	75%	916681

Capital Ajeno	25%	300000
Total	100%	1216681

Fuente: (StampsyBox, 2018)

Elaborado por: Edison López

Costos de producción

Tabla 53 Costos de producción

Costo de Producción			Total	Proyección Costo de Producción				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Materia Prima			891504	1009409	1132598	1261260	139559	153579
Rosas	12736	70	891504	1009409	1132598	1261260	139559	153579
							0	0
Mano de obra			1373055	101127	105135	109302	113634	118138
Empleados	15	9153	1373055	101127	105135	109302	113634	118138
		7						
Costos Indirectos de Fabricación			105048	125785	139255	153317	167994	183307
Envases	127358	0,25	31839	36841	41261	45876	50694	55722
Embalajes	12736	5,00	63679	72496	81305	90505	100111	110135
Agua Potable	12	200	2400	2459	2520	2582	2646	2712
Energía Eléctrica	12	200	2400	2459	2520	2582	2646	2712
Suministros y materiales			4730	4847	4967	5089	5215	5344
Depreciaciones			0	6682	6682	6682	6682	6682
Total, gastos de Producción			2369607	1236321	1376988	1523879	167721	183723
							9	5

Fuente: (StampsyBox, 2018)

Elaborado por: Edison López

Gastos administrativos

Tabla 54 Gastos administrativos

Gastos Administrativos			Total	Proyección de Gastos Administrativos				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Sueldo	15	47498	712467	52588	54672	56839	59092	61434
Servicio Básicos	12	650	7800	7993	8190	8393	8600	8813
Suministros de Oficina	221	122	1204	1233	1264	1295	1327	1360
Suministros de Limpieza	86	80	595,5	610	625	641	657	673
Depreciaciones	0	1468	1468	1468	1468	1468
Amortizaciones			0	100	100	100	100	100
Total, de Gastos Administrativos			722066	63992	66319	68736	71244	73848

Fuente: (StampsyBox, 2018)

Elaborado por: Edison López

Gastos de exportación

Tabla 55 Gastos de exportación

Gasto de Exportación (Ventas)			Total	Proyección de Gastos de Exportación (Ventas)				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2018	2019	2020	2021	2022	2023

Unitarización	1	3299	3299	3722	4166	4628	5109	5615
Manipuleo en el local de exportador	1	38196	3819	4326	4854	5405	5981	6582
Documentación	1	1020	1020	1045	1098	1181	1302	1471
Transporte Interno	1	2400	2400	2459	2582	2779	3064	3462
Manipuleo de embarque	1	5305	5305	6005	6741	7505	8303	9140
Agentes	1	550	550	564	592	637	702	793
Costos Bancarios	1	83656	8365	3597	3994	4409	4841	5293
Capital e Inventario-País de Origen	1	1749	1749	756	839	926	1017	1112
Flete Internacional	1	21220	2122	2401	2696	3002	3321	3656
Seguro Internacional	1	64981	6498	2836	3149	3476	3818	4176
Capital e Inventario- Transporte Internacional	1	3593,9	3593,	1568,	1741,	1922,	2112,	2309,
Almacenamiento	1	100	100	102	104	106	108	110
Manipuleo de desembarque	1	2122	2122	2402	2697	3002	3321	3656
Documentación	1	220	220	224	233	247	267	294
Agentes	1	350	350	359	377	405	447	505
Transporte Interno	1	1200	1200	1200	1348	1501	1660	1828
Aduaneros	1	882300	8823	4073	4523	4993	5484	5997
Capital e inventario en el país destino	1	3264	3264	118	133	148	163	180
Total, Gastos de Exportación (Ventas)			4149	4698	5270	5868	6492	7143
			5	2	6	2	0	5

Fuente: (StampsyBox, 2018)

Elaborado por: Edisson López

Estado de resultados

Tabla 56 Estado de resultados

Estado de Resultados - Con Financiamiento						
Detalle	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Ventas	3.712.025	1.603.210	1.779.980	1.964.675	2.157.615	2.359.143
Cantidad	12.736	14.072	15.409	16.745	18.082	19.418
Precio	291	114	116	117	119	121
- Costo de Ventas	2.369.607	1.236.321	1.376.988	1.523.879	1.677.219	1.837.235
Utilidad Bruta en Ventas	1.342.418	366.890	402.992	440.796	480.396	521.908
- Gastos Operacionales	763.561	110.974	119.026	127.417	136.164	145.282
Gastos Administrativos	722.066	63.992	66.319	68.736	71.244	73.848
Gastos de Exportación	41.495	46.982	52.706	58.682	64.920	71.435
Utilidad Operacional	578.857	255.916	283.967	313.379	344.233	376.626
- Gastos Financieros	0	28.404	23.218	17.477	11.122	4.087
Interés Bancario	0	28.404	23.218	17.477	11.122	4.087
U.A.T.I	578.857	227.512	260.748	295.901	333.110	372.538

- 15% Participación Trabajadores	86.829	34.127	39.112	44.385	49.967	55.881
Utilidad Antes de Impuestos	492.029	193.385	221.636	251.516	283.144	316.658
- 20% Impuesto a la Renta	98.406	38.677	44.327	50.303	56.629	63.332
Utilidad Neta	393.623	154.708	177.309	201.213	226.515	253.326

Fuente: (StampsyBox, 2018)

Elaborado por: Edison López

Flujo de efectivo neto con financiamiento VAN – TIR

Tabla 57 Flujo de efectivo neto con financiamiento VAN y TIR

Entradas de efectivo	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023
Utilidad Neta		154.708	177.309	201.213	226.515	253.326
+ Depreciaciones		8.150	8.150	8.150	8.150	8.150
+ Amortizaciones		100	100	100	100	100
Liquidación del Proyecto						84.716
Recuperación Capital de Operación						1.087.906
Préstamos Bancarios	300.000					
Total Entradas	300.000	162.958	185.559	209.463	234.765	1.434.197
Salidas de Efectivo	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Inicial	1.216.681					
Amortización de la Deuda		48.458	53.644	59.384	65.739	72.775
Reposición de Activos				2.323		
Total Salidas	1.216.681	48.458	53.644	61.707	65.739	72.775
= Flujo de efectivo Neto	-916.681	114.500	131.915	147.756	169.025	1.361.423

Fuente: (StampsyBox, 2018)

Elaborado por: Edison López

Tabla 58 Resumen VAN y TIR

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
2018	-		916.681,00
2019			114.499,95
2020		0,9102	104.213,12
2021		0,8284	109.277,06
2022		0,7540	111.402,72
2023		0,6862	115.989,91
		0,6246	850.312,38
		SFE	1.291.195,19
		- I.I.	916.681,00
		VAN	374.514,19
		TIR	19,49%
		PR	4,17
		C/B	1,41

Fuente: (StampsyBox, 2018)



Elaborado por: Edison López






El valor actual neto, también conocido como valor actualizado neto o valor presente neto, cuyo acrónimo es VAN (en inglés, NPV), es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La TIR o Tasa Interna de Retorno, es la tasa de interés o rentabilidad que genera un proyecto. Y se encarga de medir la rentabilidad de una inversión. Esto quiere decir, que el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá esta para los montos que no hayan sido retirados del proyecto. Y funciona como una herramienta complementaria del valor presente neto.

Es importante aclarar que en muchos casos las decisiones que se toman basándose en el Valor Presente Neto no son congruentes con las que se toman basándose en la Tasa Interna de Retorno, ya que los flujos de dinero son irregulares, y resulta necesario garantizar mediante diferentes mecanismos que el Valor Presente Neto es correcto, para así corroborarlo a través de la Tasa Interna de Retorno.

3.4.2.17.1. Principales variedades que produce.

Tabla 59 Principales variedades de rosas producidas por la florícola

Nombre	Descripción	Ilustración
Alba	<p>Es una rosa elegante que simboliza pureza, inocencia y amor espiritual. Alba significa luz, que hará brillar la vida de tus seres queridos.</p> <p>Color: Blanco Longitud: 50-90 Tamaño del botón: 7.5 Pétalos: 46</p>	
Bulevar	<p>Boulevard, representa la devoción y la gratitud, la mejor forma de agradecer a tus seres queridos, su color habla por sí mismo.</p> <p>Color: Crema rosa bicolor Longitud: 50-60 Tamaño del botón: 8.5 Pétalos: 41</p>	

Esperance	<p>Esperanza significa esperanza, su belleza es un símbolo clásico de gracia y elegancia. Color: Rosa claro Longitud: 50-60 Tamaño del botón: 6 Pétalos: 37</p>	
Mate	<p>El mate simboliza la pasión y el amor, conocido como la rosa de los amantes, es el regalo perfecto para decir "Te amo". Color: rojo Longitud: 50-100 Tamaño del botón: 7 Pétalos: 46</p>	
Felicidad de nieve	<p>Se congelará el momento en la memoria de cualquiera que esté en su presencia. Color: Blanco Longitud: 50-90 Tamaño del botón: 7 Pétalos: 35</p>	
Depp Purple	<p>Su belleza es encantadora y fascinante, ¡sentimiento de amor a primera vista! Color: Lavanda Blanco Bicolor Longitud: 50-80 Tamaño del botón: 6 Pétalos: 41</p>	
Kahala	<p>Una rosa con un toque otoñal te recuerda los hermosos colores de octubre. Color: melocotón Longitud: 50-80 Tamaño del botón: 6.7 Pétalos: 62</p>	

Fuente: (StampsyBox, 2018)
Elaborado por: Edisson López

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

En este capítulo se muestra los resultados obtenidos de toda la investigación y hallazgos importantes para posteriormente realizar la discusión respectiva mediante un análisis comparativo con las estadísticas de exportaciones de flores carchenses hacia el mercado de la Unión Europea.

4.1.1. Análisis de la situación actual

4.1.1.1. Número de florícolas en el Carchi

Se logró identificar que en la provincia del Carchi en la actualidad existen 23 florícolas, todas estas ubicadas en tres diferentes cantones los cuales se asemejan por tener una altura sobre el nivel del mar promedio de 2687,33 metros.

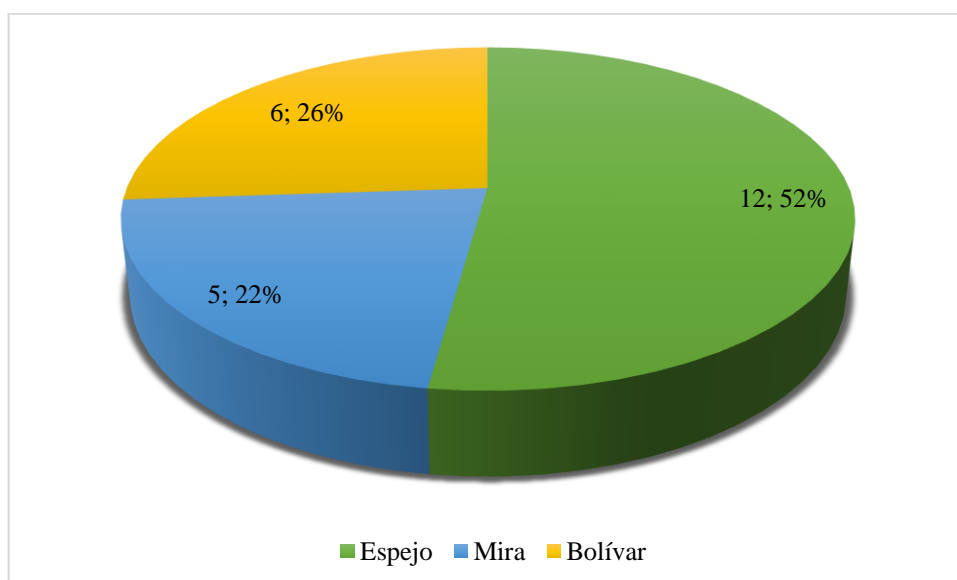


Gráfico 9 Florícolas del Carchi
Elaborado por: Edisson López

En esta figura se logra identificar las 23 florícolas distribuidas por cantón, la mayoría de estas (12) se encuentran en el cantón Espejo que representan el 52% del total, le sigue Bolívar con 6 florícolas representando el 26% y en Mira operan 5 fincas productoras de flores con el 22% de participación.

4.1.1.2. Variedad de flores producidas en la provincia del Carchi

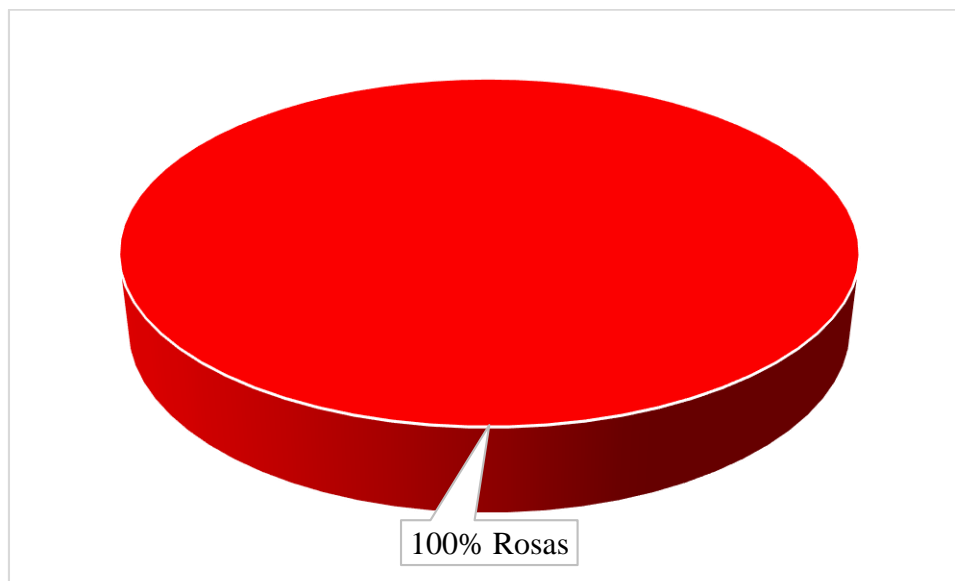






















Gráfico 10 Variedad de flores producidas en el Carchi
Elaborado por: Edison López

En la provincia del Carchi la única variedad de flores que se produce son las rosas, hay que tomar en cuenta que cada una de las florícolas surte la variedad de producción de rosas según el color por ende cada rosa con diferente color tiene su respectivo nombre, a continuación, se evidencia algunas de las rosas con su respectivo nombre:

Tabla 60 Variedad de rosas

				
Alba	Bulevar	Esperance	Depp Purple	La perla
				
Nena	Mate	Mondial rosa	Crepúsculo	Caballero gris
				
Tara	Carpe Diem	Nuevo destello	Mundial	Nectarina
				
Amor rosa	Pink Floyd	Cupido	Kahala	Estilete

Fuente: (StampsyBox, 2018) - Elaborado por: Edison López

4.1.2. Elección del mercado meta para identificar las oportunidades de internacionalizar el sector florícola del Carchi tomando en cuenta la aplicación del Acuerdo Multipartes

Debido a que este estudio está dirigido a todos los mercados que componen la UE, se aplicó el método del embudo con la finalidad de identificar el mercado óptimo para que una empresa carchense productora de flores pueda internacionalizar su producto, el método del embudo es parte del método deductivo donde se analizan variables macro para obtener resultados micro.

De esta manera se realizó un análisis de los principales países exportadores de flores entre los cuales se encuentra Ecuador en el tercer lugar con unas exportaciones de 881.462 miles de dólares en el año 2017.

Los países que más exportaron flores a nivel mundial fueron Países Bajos que obtuvo ingresos en miles de dólares de 4'388.863, seguido por Colombia con 1'399.600 y en tercer lugar se ubica Ecuador con 881.462 millones de dólares exportados en flores hacia diferentes partes del mundo. Kenia es el cuarto país con 540.895 millones.

Estos países se encuentran en el top de países más exportadores debido a que en el caso de Ecuador, Colombia y Kenia los climas son favorables para la producción y cuentan con suelos fértiles para la cosecha de flores mientras que Países Bajos cuenta con poca producción, pero existen empresas que importan flores con la finalidad volverlas a exportar. Aproximadamente se exportaron alrededor de 1'515.000 toneladas a nivel mundial en el año 2017.

Además, se obtuvo como resultado mediante el análisis estadístico que los países que más registran importaciones de flores son Estados Unidos, Países Bajos, Alemania, Reino Unido y Francia.

Como se lo mencionó anteriormente los Países Bajos son grandes exportadores, pero de igual manera son grandes importadores, en el caso de las demás economías se registran estas cifras tan altas debido a que son economías potenciales y van en constante crecimiento y su demanda es cada vez mayor para las flores.

4.1.2.3. Principales destinos de las flores ecuatorianas

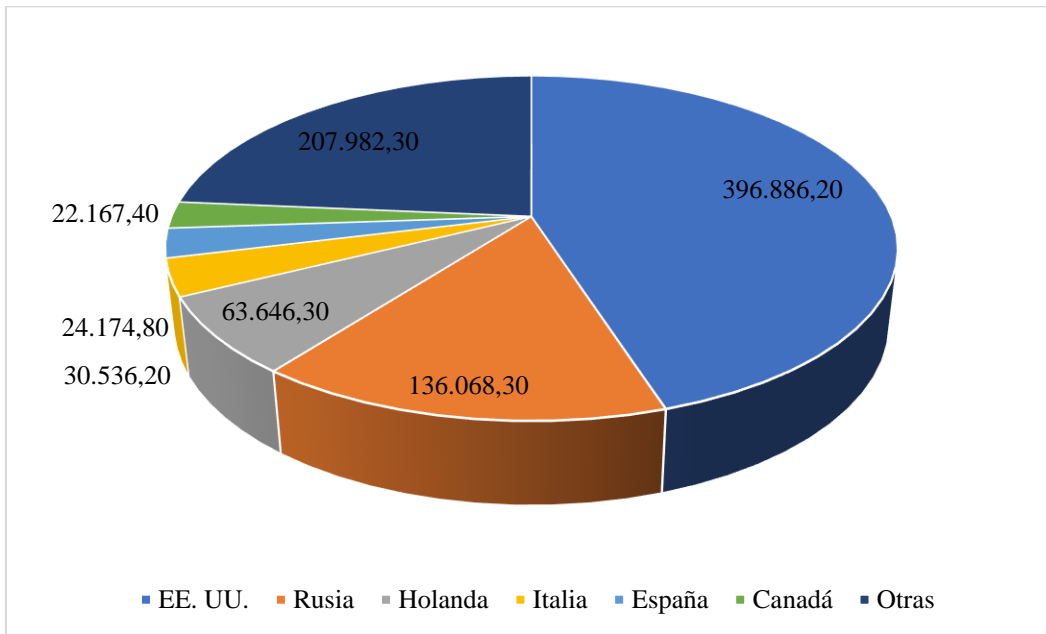


Gráfico 11 Principales destinos de las exportaciones de flores ecuatorianas FOB
Fuente: (BCE, 2018)
Elaborado por: Edison López

Las flores ecuatorianas se exportan a mercados como EE. UU., Rusia, Holanda, Italia, España, Canadá, otros. Para el país de los Estados Unidos en el año 2017 se exportó 66127,1 toneladas de flores, el 45% de la oferta exportable, a Rusia se exportó 27536,8 toneladas que representan el 17,4%, los países que son parte de la Unión Europea y se encuentran entre los países más importadores de flores ecuatorianas son Holanda, Italia y España con 11771,5, 5280,2 y 4401,9 toneladas importadas respectivamente.

Logrando identificar que los países de la UE a los que Ecuador más exporta flores son Holanda, Italia y España, se aplicó la herramienta PESTEL con el fin de seleccionar el país meta.

4.1.3. Análisis POAM

Tabla 61 Resultado POAM

FACTORES	HOLANDA		ITALIA		ESPAÑA	
	OPORTU NIDAD	AMEN AZA	OPORTU NIDAD	AMEN AZA	OPORTU NIDAD	AMEN AZA
FACTORES POLÍTICOS	3,5	0,8	3,6	0,5	3,2	0,3
FACTORES LEGALES	3,8	0,0	4,0	0,0	5,0	0,0
FACTORES SOCIALES Y ECONÓMICOS	3,1	0,1	3,2	1,0	3,4	1,1
FACTORES TECNOLÓGICOS Y ECOLÓGICOS	3,7	0,0	3,6	0,0	3,9	0,0
TOTAL	14,1	1,0	14,4	1,5	15,4	1,5
PROMEDIO	3,5	0,2	3,6	0,4	3,9	0,4

Elaborado por: Edisson López

El resultado final que se obtuvo con el análisis POAM fue una selección de mercado meta que sea óptimo para exportar las rosas del sector florícola de la provincia del Carchi, el mercado que tiene más oportunidades para las rosas carchenses es España, con 3,9 puntos sobre cinco, seguido de Italia con 3,6 puntos de oportunidad y Holanda con 3,5.

Estas oportunidades se las complementa analizando factores políticos, legales, sociales, económicos, tecnológicos y ambientales, es por eso que en el ámbito de exportación de rosas España tiene un mejor comportamiento en cada uno de los factores anteriormente mencionados, las amenazas son analizadas de la misma manera, los tres países al ser parte de la UE presentan el mismo puntaje en amenazas. Cabe recalcar que según el análisis POAM las amenazas de estos tres países no superan el 1 punto sobre 5.

4.1.4. Segmentación de mercado según el número poblacional.

Debido a que se logró identificar a España como mercado meta se puede describir sus características poblacionales como las provincias de España con más habitantes son Madrid con 6'421.236 habitantes, Barcelona con 5'576.037 habitantes y Valencia con 2'540.707 habitantes, de este modo el mercado con más población es Madrid, así mismo la ciudad con más habitantes es Madrid con 3'182.981, además se registra que el mayor número de importaciones de flores Ecuatorianas en España tuvieron destino Madrid con 3.452 importaciones, seguido de Huelva con 251 importaciones e Ibiza con 111 importaciones de flores ecuatorianas en el año 2017.

Tabla 62 Habitantes de España

Posición	Provincia	Habitantes
1	Madrid	6'421.236
2	Barcelona	5'576.037
3	Valencia/València	2'540.707
4	Sevilla	1'939.527
5	Alicante/Alacant	1'825.332
6	Málaga	1'630.615
7	Murcia	1'470.273
8	Cádiz	1'239.435
9	Bizkaia	1'148.302
10	Coruña, A	1'120.294
11	Balears, Illes	1'115.999
12	Palmas, Las	1'100.480
13	Asturias	1'034.960
14	Santa Cruz de Tenerife	1'007.641
15	Zaragoza	953.486

Fuente: (enterat, 2018)

Elaborado por: Edisson López

Tabla 63 Principales ciudades importadoras de flores ecuatorianas 2017

Ciudad	N° de importaciones
Madrid	3.452
Huelva	251
Ibiza	111
Valencia (Vlc)	33
Las Palmas	24
Ceuta	24
Barcelona	21
Alicante	19
Menorca	15
Vigo	12
Valencia	11
Bilbao	9
La Coruña	7
Tenerife	6
Santa Cruz De La Palma	1
Zaragoza	1
Algeciras	1
Kiev-Kiev	1
Total	3.999

Fuente: (COBUSECUADOR, 2018)

Elaborado por: Edisson López

4.1.4.1. Población de Madrid

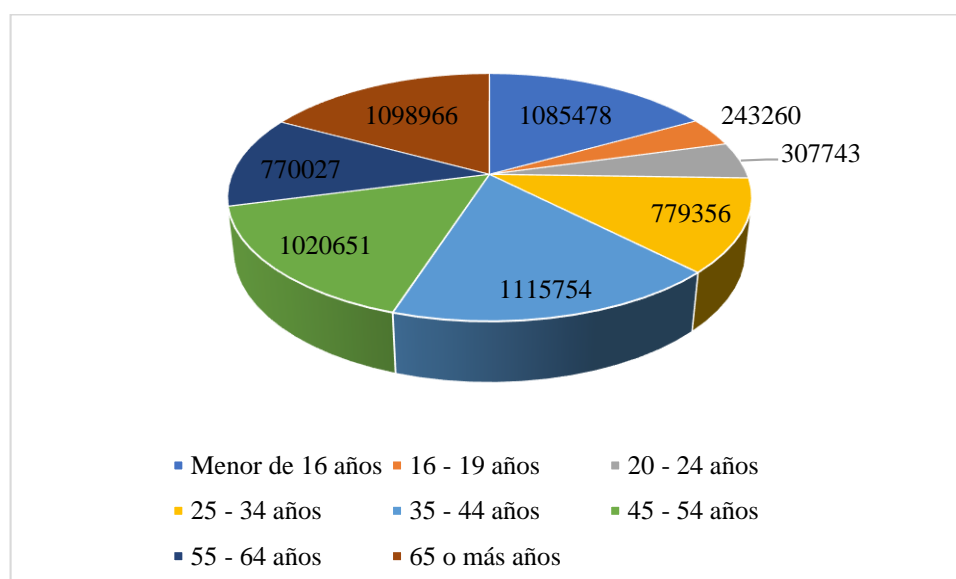


Gráfico 12 Número de pobladores de Madrid con edad

Fuente: (Instituto de Estadística, 2018)

Elaborado por: Edisson López

En la distribución de la población por grupos de edad, el grupo de 35 a 44 años es el que cuenta con más población, tanto femenina como masculina.

El 52% de la población ocupada tiene un nivel de formación equivalente a educación superior y la mayoría son mujeres (51,2%).

4.1.4.2. Población Económicamente Activa de Madrid

Tabla 64 PEA Madrid

	Total (*)	Varón	Mujer
16 - 19 años	27.209,5	57,19%	42,81%
20 - 24 años	171.129,7	51,61%	48,39%
25 - 34 años	688.709,1	49,97%	50,03%
35 - 44 años	1'038.670,4	50,91%	49,09%
45 - 54 años	897.892,0	52,59%	47,41%
55 - 64 años	503.223,3	51,70%	48,30%
65 o más años	27.866,0	55,70%	44,30%
Total	3'354.700,1	51,41%	48,59%

Fuente: (Instituto de Estadística, 2018)

Elaborado por: Edisson López

Las personas con más poder adquisitivo en Madrid son las que se encuentran entre los 35 a 44 años, por tal razón se aplicó una encuesta dirigida a estos habitantes de la ciudad de Madrid, la encuesta fue aplicada a 30 personas utilizando una de las redes sociales como es el Facebook donde se encuentra la herramienta denominada ENCUESTAS ONLI FACEBOOK.

4.1.5. Encuesta dirigida a los habitantes de Madrid

Esta herramienta fue aplicada mediante la utilización de Facebook, utilizando el sondeo denominado comunicación electrónica, esto permitió optimizar recursos y tiempo de la investigación.

Pregunta N° 1: Género

Tabla 65 Género

Indicador	Frecuencia	Participación %
Masculino	15	50%
Femenino	15	50%
Total	30	100%

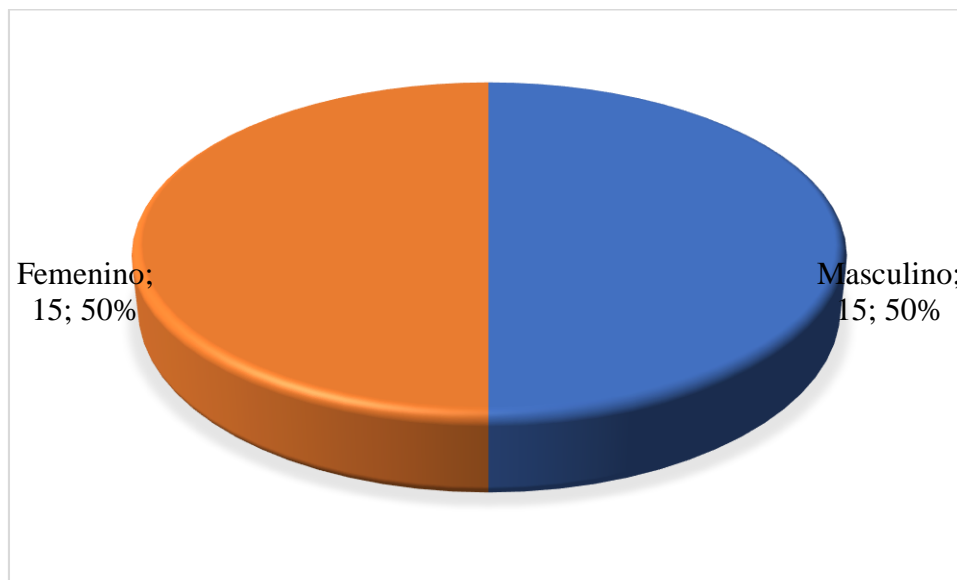


Gráfico 13 Participantes de encuesta por género

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edisson López

Interpretación de resultados

La encuesta dirigida a 30 personas de acuerdo al género la mitad fueron femenino y el otro parte masculino, dando como resultado que cada uno de los géneros tiene como participación el 50%, siendo muy importante porque nos permite conocer los gustos y preferencias por equidad de género de los madrileños.

Pregunta N° 2: Edad

Tabla 66 Edad de los encuestados

Indicador	Frecuencia	Participación %
56 o más años	4	13,3%
25-35 años	7	23,3%
46-55 años	3	10,0%
36-45 años	16	53,3%
16-24 años	0	0,0%
Total	30	100,0%

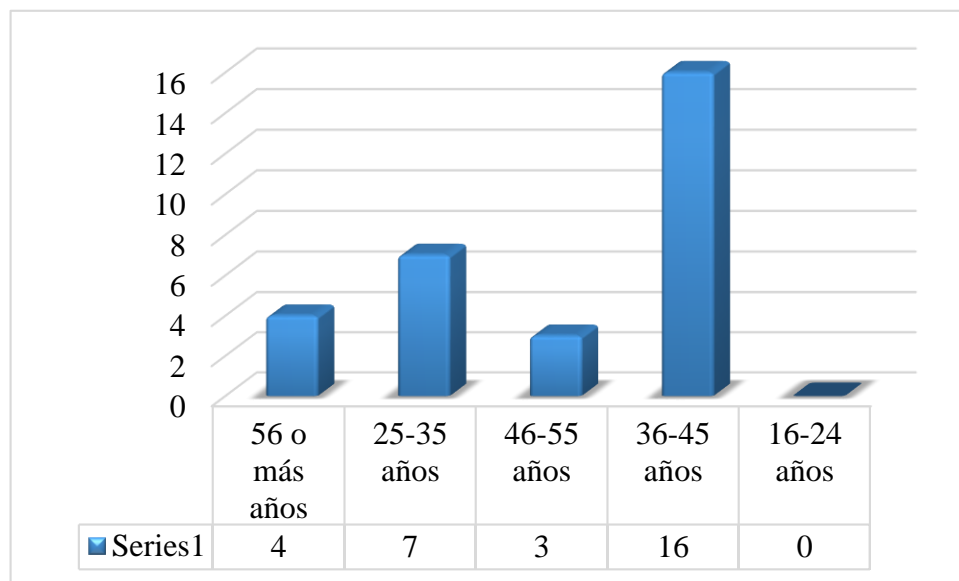


Gráfico 14 Participación de encuestados por edad

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edisson López

Interpretación de resultados

Debido a que la encuesta fue realizada mediante la aplicación de Facebook se reflejó datos sobre la edad de los participantes, la mayoría de ellos están dentro de las personas que tienen la edad que registra el mayor número de PEA en Madrid, es decir 16 personas que participaron en la encuesta son de edades entre 36 a 45 años, representando el 53,3% del total, 7 personas de entre los 25 y 35 años también llenaron la encuesta mediante la web, que representan el 23,3%, el restante de participantes se dividen 4 de 56 años en adelante y 3 entre el rango de edad de 46-55 años.

Pregunta N° 3: ¿Qué tipo de flores prefiere?

Tabla 67 Qué tipo de flor prefiere

Indicador	Frecuencia	Participación %
Claveles	4	13,33%
Rosas	22	73,33%
Flores de verano	4	13,33%
Gypsophila	0	0,00%
Total	30	100,00%

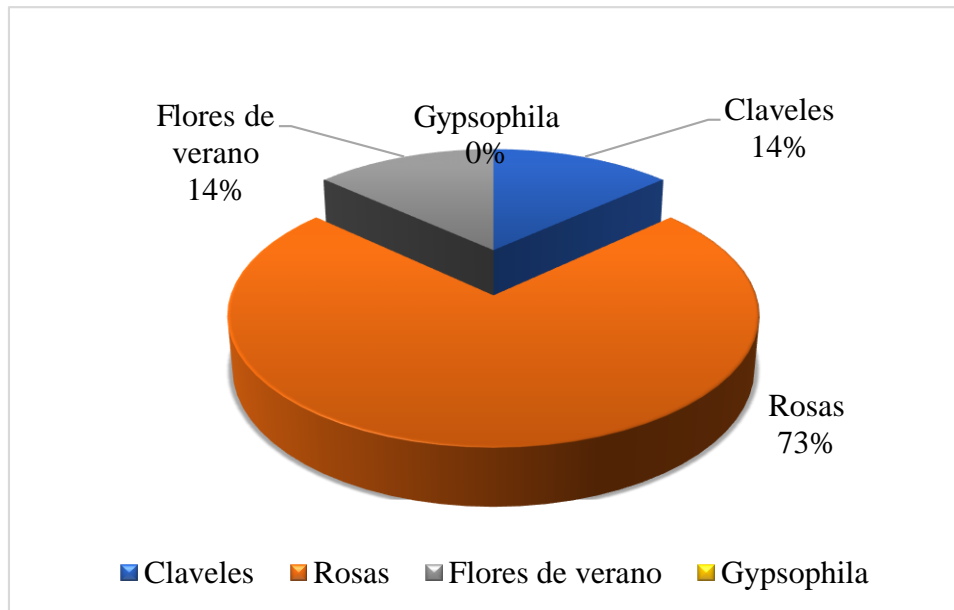


Gráfico 15 ¿Qué tipo de flores prefiere?

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison López

Interpretación de resultados

El 73,33% de los encuestados prefiere adquirir rosas, debido a que este tipo de flores son las más comercializadas en el mundo, las rosas al tener una contextura que inspira belleza son las flores que más le gusta a la mayoría de las personas, es por eso que en el mundo se comercializa más este tipo de flores, en Madrid 22 de cada 30 personas adquieren rosas, otras 4 personas prefieren claveles y simultáneamente otras 4 adquieren flores de verano.

Pregunta N° 4: ¿Para qué ocasiones compraría flores naturales?

Tabla 68 ¿Para qué ocasiones compraría flores naturales?

Indicador	Frecuencia	Participación %
Funerales	5	16,67%
Amor y amistad	20	66,67%
Matrimonios	1	3,33%
Otro	2	6,67%
Cumpleaños	2	6,67%
Nacimientos	0	0,00%
Total	30	100,00%

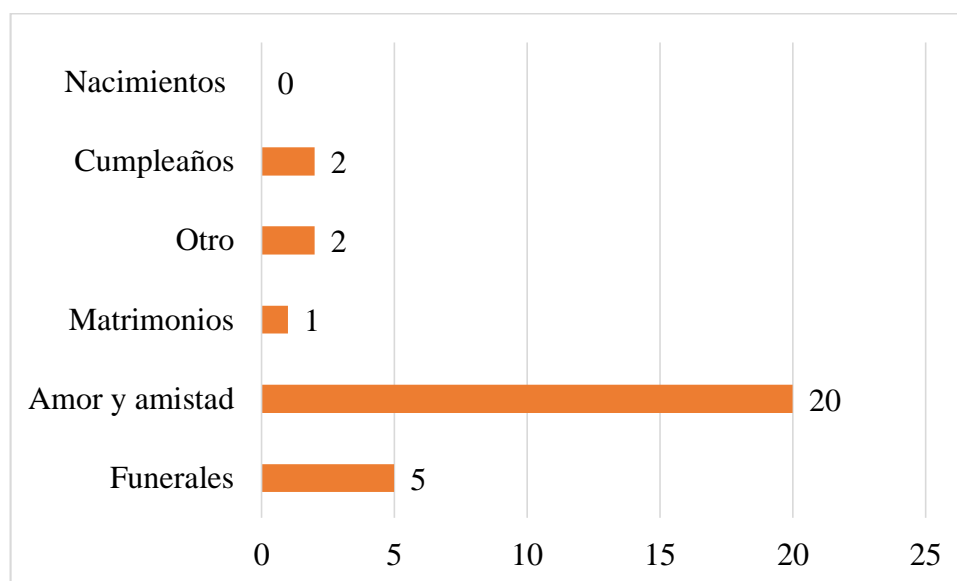


Gráfico 16 ¿Para qué ocasiones compraría flores naturales?

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edisson López

Interpretación de resultados

Las flores son un regalo perfecto para celebrar ocasiones de amor y amistad, tanto así que se las puede comprar para regalar en cualquier momento, de esta manera 20 personas que representan el 66,67% compran flores para celebrar momentos de amor y amistad, 5 personas dicen que compran las flores para funerales como ofrenda de una parida, 2 personas respondieron que para cumpleaños también se compran flores y se regala esto representa el 6,67%, el mismo número de personas respondió que compran flores para regalar en otro tipo de ocasiones y una persona de cada 30 decide comprar rosas para matrimonios, tomemos en cuenta que las rosas se las utiliza también para decorar lugares y para adornar el hogar.

Pregunta N° 5: ¿Qué toma en cuenta al momento de comprar un arreglo floral?

Tabla 69 ¿Qué toma en cuenta al momento de comprar un arreglo floral?

Indicador	Frecuencia	Participación %
El precio	7	23,33%
El tamaño del arreglo	4	13,33%
El tipo de flores	14	46,67%
Calidad	5	16,67%
Total	30	100,00%

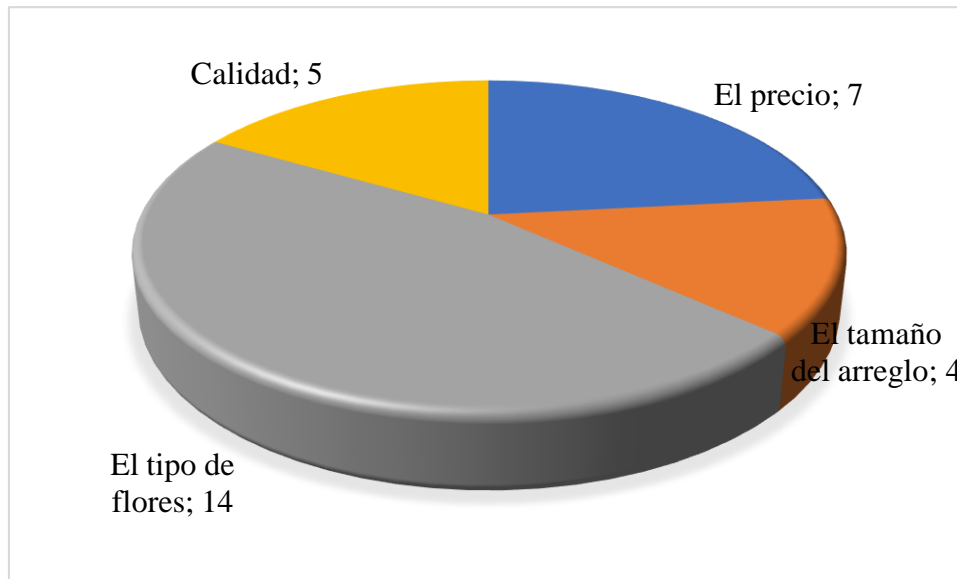


Gráfico 17 ¿Qué toma en cuenta al momento de comprar un arreglo floral?

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edisson López

Interpretación de resultados

El tipo de flor es lo que más toman en cuenta los habitantes de Madrid a la hora de comprar un arreglo, 14 personas se fijan en qué tipo de flor comprar, esto es el 45,67% del total de encuestados, 7 personas buscan arreglos florales de acuerdo al precio que estas tengan, es decir el 23,33%, otras 5 personas respondieron que depende de la calidad del arreglo floral para su adquisición y el restante que es de 4 personas representando al 13,33% respondieron que adquieren un arreglo floral de acuerdo al tamaño.

Pregunta N° 6: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un arreglo floral?

Tabla 70 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un arreglo floral?

Indicador	Frecuencia	Participación %
De 40 a más euros	6	20,00%
De 11-20 euros	10	33,33%
De 21-30 euros	9	30,00%
De 31-40 euros	3	10,00%
De 1-10 euros	2	6,67%
Total	30	100,00%

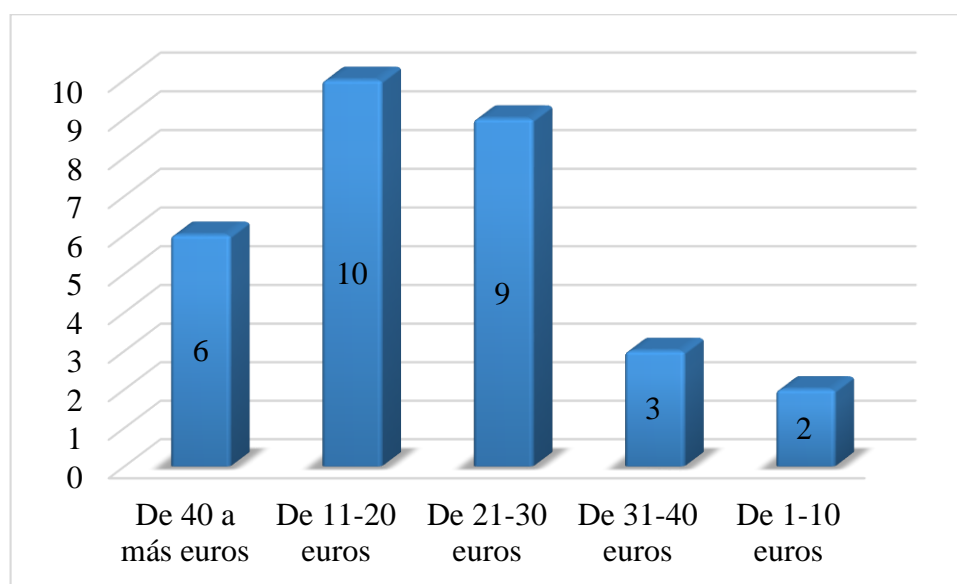


Gráfico 18 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un arreglo floral?

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison López

Interpretación de resultados

La mayoría de las personas están dispuestas a pagar de 11 a 20 euros por un arreglo floral, esto es aproximadamente de 12 a 22 dólares, 10 de cada 30 personas pagarían este precio, otras 9 personas que representa el 30% pagarían de 21 a 30 euros, correspondientes aproximadamente 24 a 34 dólares americanos, 6 personas pagarían de 40 a más euros que corresponden a 45 dólares o más, 3 manifestaron que pagarían de 31 a 40 euros y solo dos personas seleccionaron pagar de 1 a 10 euros que en dólares americanos sería de 1,10 a 11,30.

Pregunta N° 7: ¿En qué lugares adquiere sus arreglos florales?

Tabla 71 ¿En qué lugares adquiere sus arreglos florales?

Indicador	Frecuencia	Participación %
Floristerías	27	90,00%
Vía electrónica	1	3,33%
Mercado común	2	6,67%
Supermercado	0	0,00%
Total	30	100,00%

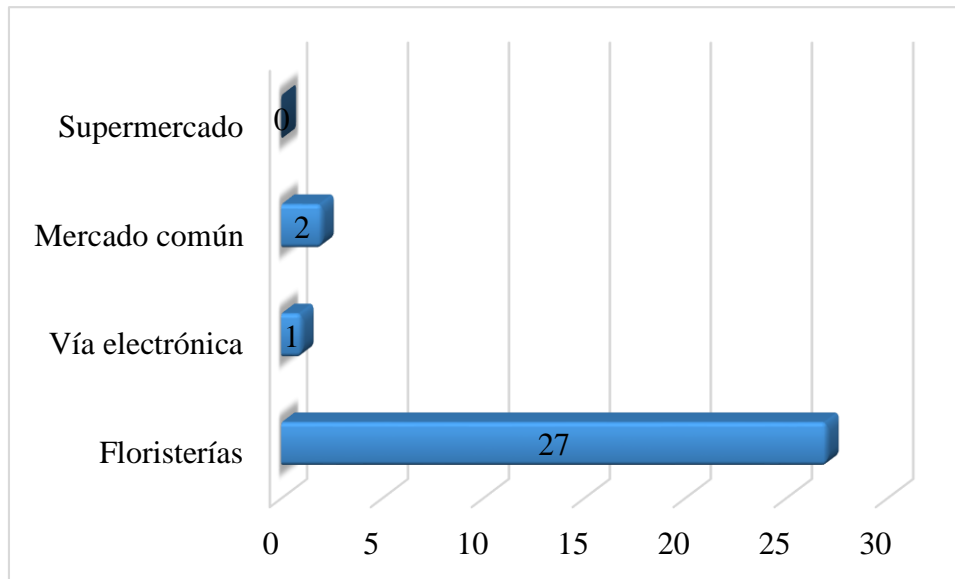


Gráfico 19 ¿En qué lugares adquiere sus arreglos florales?

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison López

Interpretación de resultados

Únicamente 1 de cada 30 personas adquiere sus arreglos florales por vía electrónica en Madrid, dos personas decidieron responder que adquieren flores en el mercado común, y 27 personas adquieren sus arreglos florales en floristerías, por lo tanto las floristerías en Madrid no tienen gran competencia masiva con otro canal y medio de comercialización de arreglos florales, el 90% de personas compran sus arreglos en floristerías porque estas están más surtidas y tienen más gamas de flores para diferentes gustos y preferencias.

Pregunta N° 8: ¿Con qué frecuencia compra flores?

Tabla 72 ¿Con qué frecuencia compra flores?

Indicador	Frecuencia	Participación %
De 1 a 5 veces al año	28	93,33%
De 6 a 10 veces al año	1	3,33%
De 11 o más veces al año	1	3,33%
Total	30	100,00%

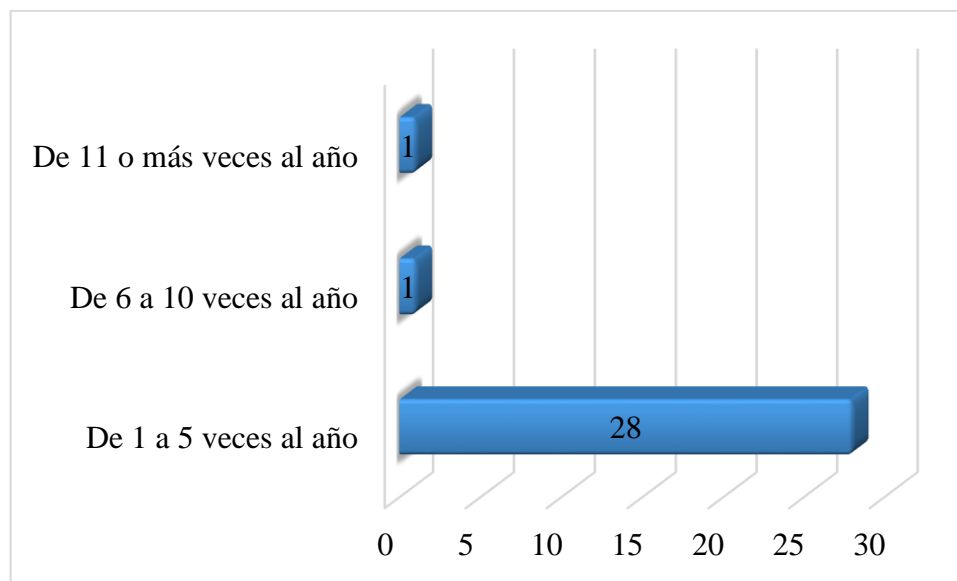


Gráfico 20 ¿Con qué frecuencia compra flores?

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edisson López

Interpretación de resultados

Todas las personas encuestadas adquieren flores en el año, ya sea una o más veces, 28 personas compran arreglos florales de 1 a 5 veces al año esto representa el 93,33% del total de encuestados, las veces que una de estas personas adquiere flores es en fechas especiales como día del amor y la amistad, navidad, cumpleaños u otras, una personas dice que adquiere de 6 a 10 veces al año y la persona restante adquiere flores más de 10 veces al año, esto depende también de la actividad a la que se dedican estas personas. Todas las personas encuestadas (30) son motivo de consumo de flores en todo el año, por lo tanto, este producto es tan apetecible que los consumidores con poder adquisitivo lo compran.

Pregunta N° 9: ¿Qué tan importante es para usted el lugar de procedencia de las flores que adquiere?

Tabla 73 ¿Qué tan importante es para usted el lugar de procedencia de las flores que adquiere?

Indicador	Frecuencia	Participación %	Promedio
1	8	26,67%	8
3	9	30,00%	27
5	10	33,33%	50
2	1	3,33%	2
4	2	6,67%	8
Total	30	100,00%	95

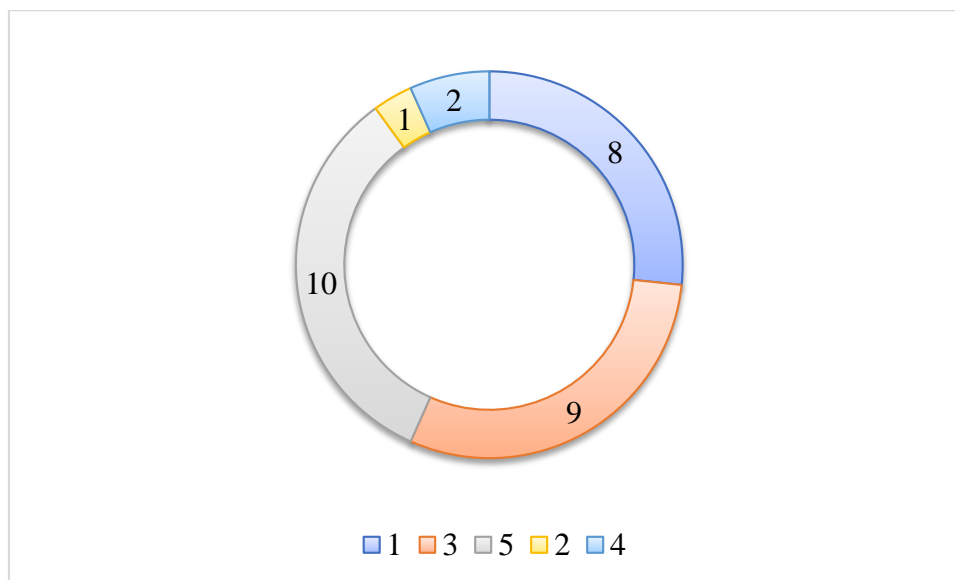


Gráfico 21 ¿Qué tan importante es para usted el lugar de procedencia de las flores que adquiere?

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edisson López

Interpretación de resultados

Esta pregunta se la realizó mediante una interpretación de importancia donde 1 es poco importante y 5 es demasiado importante, por lo tanto 10 personas respondieron que es demasiado importante el lugar de procedencia de las flores que adquieren, esto es el 33,33% de los encuestados, otras 9 personas respondieron que el nivel de importancia a la hora de adquirir las flores para ellos es 3, es decir el 30%, otras 8 personas respondieron que es poco importante para ellos la procedencia de las flores que compran, dos personas respondieron 4 en el nivel de importancia y 1 respondió que es 2 el nivel de importancia que le da al lugar de procedencia de las flores que adquiere, realizando un promedio de las respuestas se obtuvo que es de 3,2 el nivel de importancia de origen de las flores.

Pregunta N° 10: ¿Cuál es la principal característica que usted busca en las flores?

Tabla 74 ¿Cuál es la principal característica que usted busca en las flores?

Indicador	Frecuencia	Participación %
Presentación	6	20,00%
Color	12	40,00%
Fragancia	2	6,67%
Naturalidad	10	33,33%
Tamaño	0	0,00%
Total	30	100,00%

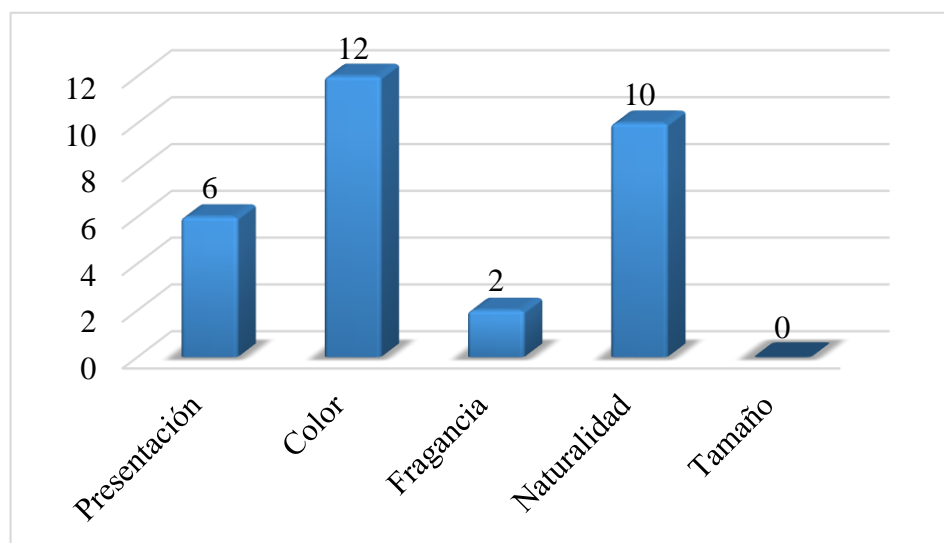


Gráfico 22 ¿Cuál es la principal característica que usted busca en las flores?

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edisson López

Interpretación de resultados

El color es la característica principal que buscan los consumidores de flores, 12 personas respondieron que esta es la principal característica es decir el 40% debido a que existen flores de muchos colores y estas se las compra según la ocasión, 10 personas respondieron que la naturalidad de las flores es muy importante, esto es el 33,33% de los encuestados, 6 personas consideran que la presentación de las flores es importante, la presentación se refiere a que las flores bien incluido con paquete, adornos y detalles, finalmente 2 personas toman en cuenta la fragancia del producto poder adquirirlo.

Pregunta N° 11: ¿Le gustaría adquirir flores naturales o artificiales?

Tabla 75 ¿Le gustaría adquirir flores naturales o artificiales?

Indicador	Frecuencia	Participación %
Naturales	29	96,67%
Artificiales	1	3,33%
Total	30	100,00%

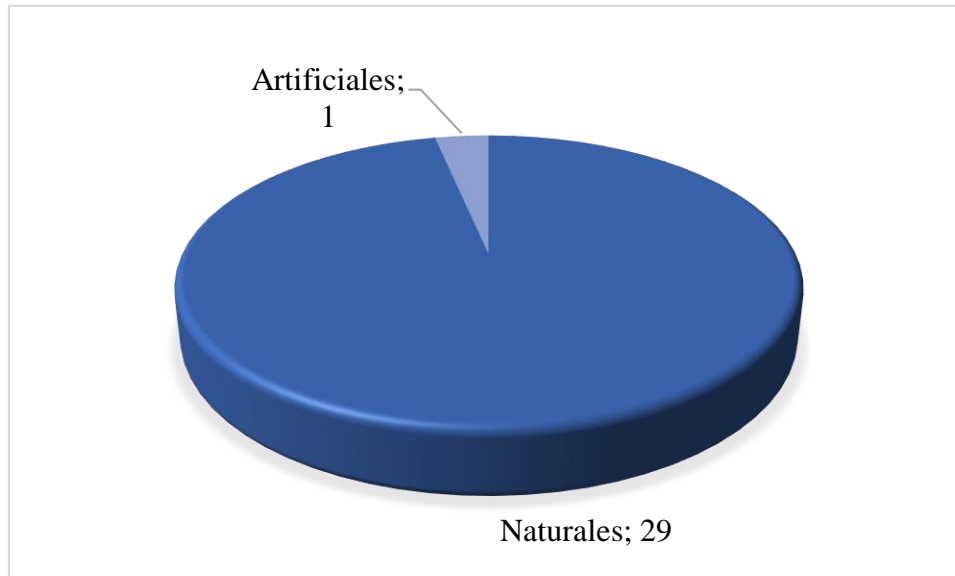


Gráfico 23 ¿Le gustaría adquirir flores naturales o artificiales?

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edisson López

Interpretación de resultados

Una de cada 30 personas respondió que prefiere las flores artificiales, que es un producto sustituto de las flores naturales, este tipo de flores se compra preferentemente para adornos de funerales, salas de oficina y otros, por otro lado 29 personas deciden comprar flores naturales, esto representa el 96,67% de la población encuestada, las flores naturales son adquiridas debido a que su belleza es única, las flores naturales tienen diferentes colores, olores y presentaciones, cada flor natural tiene su precio de acuerdo al tipo que se desee adquirir, las personas compran flores naturales cada vez más y así mismo se debe incrementar la producción de las mismas.

Pregunta N° 12: ¿Conoce usted las flores de procedencia ecuatoriana?

Tabla 76 ¿Conoce usted las flores de procedencia ecuatoriana?

Indicador	Frecuencia	Participación %
No	10	33,33%
Si	20	66,67%
Total	30	100,00%

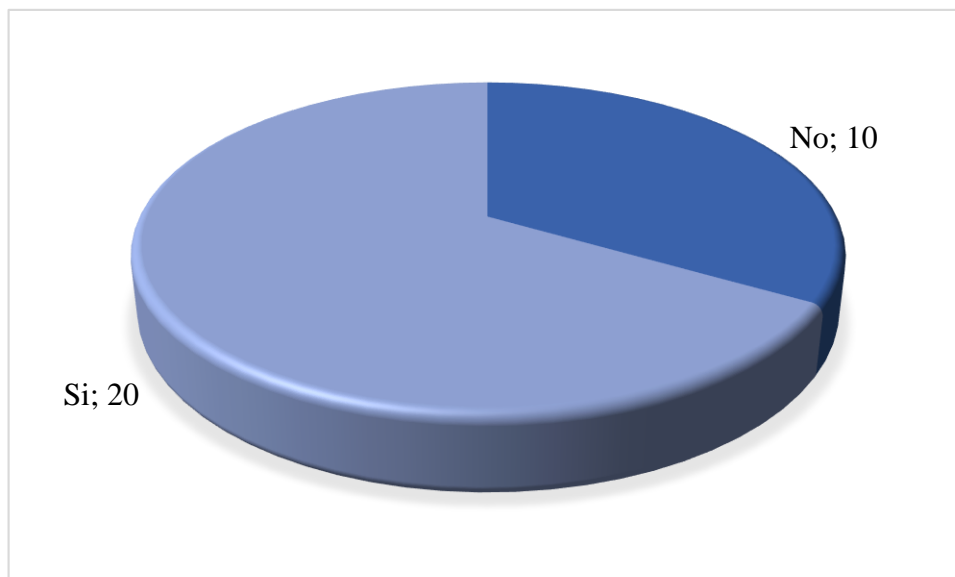


Gráfico 24 ¿Conoce usted las flores de procedencia ecuatoriana?

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edisson López

Interpretación de resultados

La mayoría de personas si conoce las flores de procedencia ecuatoriana que se comercializan en Madrid, 20 personas respondieron que las flores ecuatorianas si sin conocidas en el mercado madrileño, esto representa el 66,67%, las flores ecuatorianas son conocidas en el mundo por su calidad y belleza, Ecuador ha exportado a Madrid muchas variedades de flores de las cuales el mayor porcentaje es rosas, por otro lado 10 personas que representan el 33,33% no conocen las flores de procedencia ecuatoriana en Madrid, esto depende del canal de comercialización que se utilice.

Pregunta N° 13: ¿Ha adquirido flores ecuatorianas?

Tabla 77 ¿Ha adquirido flores ecuatorianas?

Indicador	Frecuencia	Participación %
No	12	40,00%
Si	18	60,00%
Total	30	100,00%

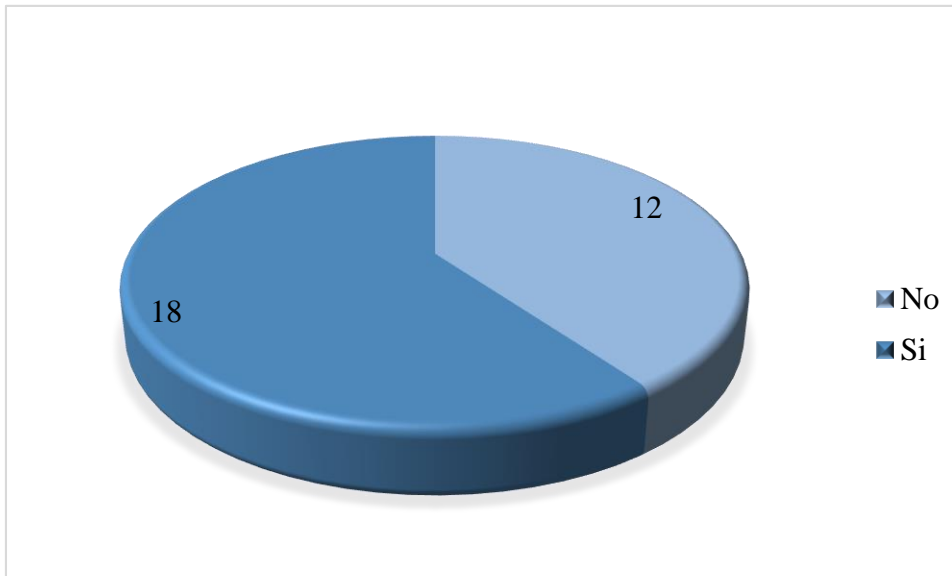


Gráfico 25 ¿Ha adquirido flores ecuatorianas?

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edisson López

Interpretación de resultados

El 60% de los encuestados si ha comprado flores ecuatorianas esto representa a 18 personas, con relación a la pregunta anterior pueda que 20 personas conozcan las flores de procedencia ecuatoriana pero únicamente 18 han comprado estas flores en Madrid, el restante de 12 personas no ha comprado las flores ecuatorianas, es decir el 40% de los encuestados no adquiere flores ecuatorianas porque hay más proveedores de flores en el mercado de España-Madrid.

4.1.6. Encuesta dirigida a los representantes de las florícolas del Carchi

Como se lo mencionó anteriormente en la provincia del Carchi existen en la actualidad (2018) 23 florícolas las cuales están ubicadas en tres cantones como es Mira, Espejo y Bolívar, por lo tanto 13 de estas fincas productoras proporcionaron información con la cual se puede realizar un análisis de producción, calidad, mano de obra y exportación del sector florícola de la provincia del Carchi.

Pregunta N° 1: Detalle la capacidad de producción por hectáreas de la florícola

Tabla 78 Capacidad productiva

Razón Social	Capacidad Productiva HECTÁREAS
EVERBLOOM ROSES ECUADOR	5
FLORES DE LA HACIENDA	8
THE NORTH FLOWERS (ROSAS DEL CARCHI)	6
TIERRA VERDE SOCIEDAD CIVL Y COMERCIAL	2
GREEN SOUL FLOR ETERNA CIA. LTDA.	5
STAMPSYBOX CIA LTDA.	11
FLORICOLAJARDINESELANGEL CIA. LTDA.	7
AREVALO TANICUCHI JONATHAN JAVIER	1,5
LUIS CARLOS ORTEGA-QUEEN FREEDOM	0,5
FLORES HERRERA MARCO RENAN	4,5
ENRIQUEZ MONTENEGRO GANDHY VINICIO (LATINA FARMS)	9,8
GALÁRRAGA SALAZAR ATAHUALPA JULIO	5
LEON FLOWERS.	1,3
Total	66,6

Según los representantes de las florícolas que proporcionaron información la capacidad productiva de flores por hectárea son de 66,6 hectáreas, estas 13 florícolas tienen un promedio de 5,12 de capacidad productiva en sus fincas, es decir cada una de ellas produce 5 hectáreas. Para el cálculo de las demás florícolas se realizó una estimación considerando el número de hectáreas. Por lo tanto, se obtuvo los siguientes resultados:

Producción estimada de las florícolas del cantón Espejo de las cuales no se obtuvo información

Tabla 79 Estimación de la producción

Razón Social	Cantón	Número de Hectáreas
AGROTERRANORTE S.A	Espejo	5,8
EQUA GARDEN	Espejo	5,8
ALTOS DEL NORTE	Espejo	5,8
ALTAS CUMBRES FLOWERS	Espejo	5,8
ENRIQUEZ MONTENEGRO ROBINSON GUILLERMO	Espejo	5,8
ALTA SIERRA ROSES ECUADOR	Espejo	5,8
PABLO RENAN FLORES HERRERA (TERRA PACIFIC)	Espejo	5,8
Total		40,6

Elaborado por: Edisson López

Fuente: Florícolas de Carchi

Producción estimada de las florícolas de los cantones Mira y Bolívar de las cuales no se obtuvo información

Tabla 80 Producción estimada de las florícolas de Mira y Bolívar

Razón Social	Cantón	Número de Hectáreas
REALFLOWERS ECUADORIAN CIA. LTDA.	Bolívar	6,6
FLORIPALM	Mira	6,6
HORTIJARDINES S.A.	Mira	6,6
Total		19,8

Elaborado por: Edison López

Fuente: Florícolas de Carchi

Resumen de la producción de rosas por cantón en la Provincia del Carchi 2017

Tabla 81 Tabla de resumen de producción

Cantón	Número de Hectáreas
Bolívar	31,9
Mira	36
Espejo	59,6
Total	127,5

Elaborado por: Edison López

Fuente: Florícolas de Carchi

En resumen, la provincia del Carchi cuenta con 127,5 hectáreas de producción de rosas.

La empresa florícola que cuenta con más capacidad productiva es STAMPSYBOX CIA LTDA con 11 hectáreas disponibles para la producción, esta florícola está ampliando su capacidad productiva, el Carchi es uno de los mayores productores de flores en el país, su capacidad de producción va mejorando de acuerdo al clima y la posición de las florícolas, cada una de estas fincas estima su producción tomando en cuenta los requerimientos del cliente en cada período o año.

Pregunta N° 2: ¿Cuáles son las variedades de flores más producidas por la finca?

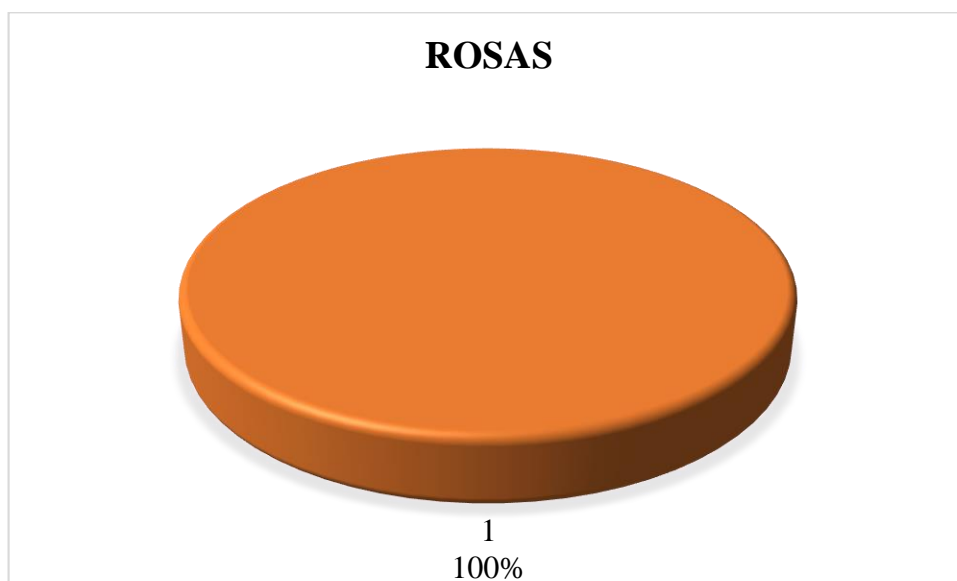


Gráfico 26 Variedades de rosas producidas

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edisson López

Todas las florícolas de la provincia del Carchi se dedican exclusiva y únicamente a la producción de una sola variedad de flores como son las rosas, las 13 florícolas que proporcionaron información manifestaron que los climas favorecen al crecimiento de las rosas, debido a que la provincia del Carchi se encuentra en una altura promedio de 3000 metros sobre el nivel del mar se puede producir más variedades de rosas jugando con colores únicos y tallos que superan los 2 metros.

Pregunta N° 3: ¿Qué materiales e insumos utiliza para la producción de las flores?

Zunchos, capuchón, cajas, químicos, abonos orgánicos, láminas, hidratantes, separador, etiquetas, fungicidas, fertilizantes, agroquímicos, cintas. Estos son los insumos y materiales más necesarios para poder producir y comercializar las rosas de las florícolas, los representantes de las 13 florícolas respondieron lo mismo, todos estos materiales e insumos son necesarios con el fin de obtener producto de calidad y apto para el ser humano.

Pregunta N° 4: De las flores que usted cosecha, ¿Cuál es la capacidad productiva mensual (toneladas)?

Tabla 82 Capacidad productiva

Florícola	Capacidad productiva mensual TM
EVERBLOOM ROSES ECUADOR	16,5

FLORES DE LA HACIENDA	17,5
THE NORTH FLOWERS (ROSAS DEL CARCHI)	12,4
TIERRA VERDE SOCIEDAD CIVL Y COMERCIAL	6,8
GREEN SOUL FLOR ETERNA CIA. LTDA.	12
STAMPSYBOX CIA LTDA.	25
FLORICOLAJARDINESELANGEL CIA. LTDA.	14,2
AREVALO TANICUCHI JONATHAN JAVIER	3
LUIS CARLOS ORTEGA-QUEEN FREEDOM	0,4
FLORES HERRERA MARCO RENAN	9,5
ENRIQUEZ MONTENEGRO GANDHY VINICIO (LATINA FARMS)	23,6
GALÁRRAGA SALAZAR ATAHUALPA JULIO	10
LEON FLOWERS.	4,5
Total	155,4

Elaborado por: Edison López

Fuente: Florícolas de Carchi

De las 13 florícolas encuestadas se obtuvo que la capacidad productiva mensual de rosas es de 169,4 TM, por lo tanto, la florícola que más apuesta en producción es STAMPSYBOX CIA LTDA con 25 TM, seguida de ENRIQUEZ MONTENEGRO GANDHY VINICIO (LATINA FARMS) con 23,6 TM, del mismo modo para lograr conseguir datos de las florícolas que no proporcionaron información se realizó una estimación de acuerdo con datos de AGROCALIDAD.

Producción mensual TM estimada de las florícolas del cantón Espejo de las cuales no se obtuvo información

Tabla 83 Capacidad productiva estimada

Razón Social	Cantón	Producción TM mensual
AGROTERRANORTE S.A	Espejo	11*
EQUA GARDEN	Espejo	11*
ALTOS DEL NORTE	Espejo	11*
ALTAS CUMBRES FLOWERS	Espejo	11*
ENRIQUEZ MONTENEGRO ROBINSON GUILLERMO	Espejo	11*
ALTA SIERRA ROSES ECUADOR	Espejo	11*
PABLO RENAN FLORES HERRERA (TERRA PACIFIC)	Espejo	11*
Total		77

Elaborado por: Edison López

Fuente: Florícolas de Carchi

Producción mensual TM estimada de las florícolas de los cantones Mira y Bolívar de las cuales no se obtuvo información

Tabla 84 Producción mensual estimada

Razón Social	Cantón	Producción TM mensual
REALFLOWERS ECUADORIAN CIA. LTDA.	Bolívar	13,2*
FLORIPALM	Mira	13,2*
HORTIJARDINES S.A.	Mira	13,2*
Total		39,6

Elaborado por: Edison López

Fuente: Florícolas de Carchi

Resumen de la producción de rosas por cantón en la Provincia del Carchi 2017

Tabla 85 Producción de rosas por cantón

Cantón	Producción TM mensual	Producción TM anual	Número de Hectáreas
Bolívar	73,9	886,8	31,9
Mira	77,5	930	36
Espejo	120,6	1.447,2	59,6
Total	272	3.264	127,5

Elaborado por: Edison López

Fuente: Florícolas de Carchi

En el cantón Espejo se encuentra la mayor producción de rosas, al mes se logra cosechar 120,6 TM, en el cantón Mira se cosechan al mes 77,5 TM y en Bolívar 73,9 TM.

Pregunta N° 5: ¿Qué factor toma en cuenta para vender el producto? Marque la casilla correspondiente dándole a conocer que 1 es poca importancia y 5 total importancia.

Tabla 86 Factores productivos para vender las flores

Razón Social	Segmentación de mercado	Gustos del consumidor	Preferencias del consumidor	Competencia	Calidad del producto	Precio del producto
EVERBLOOM ROSAS ECUADOR	5	4	4	5	5	5
FLORES DE LA HACIENDA	4	4	5	5	5	5
THE NORTH FLOWERS (ROSAS DEL CARCHI)	4	5	4	5	5	5
TIERRA VERDE SOCIEDAD CIVIL Y COMERCIAL	5	4	4	4	5	4
GREEN SOUL FLOR ETERNA CIA. LTDA.	5	5	5	4	5	5
STAMPSYBOX CIA LTDA.	5	5	5	5	5	5
FLORICOLAJARDINESELANGE L CIA. LTDA.	5	5	5	5	5	5
AREVALO TANICUCHI JONATHAN JAVIER	4	3	3	4	4	4
LUIS CARLOS ORTEGA-QUEEN FREEDOM	3	3	4	4	3	3
FLORES HERRERA MARCO RENAN	4	3	5	5	4	5
ENRIQUEZ MONTENEGRO GANDHY VINICIO (LATINA FARMS)	3	4	1	4	5	4

GALÁRRAGA ATAHUALPA JULIO	SALAZAR	5	5	5	5	5	5
LEON FLOWERS.		5	5	5	5	5	5
Total		57	55	55	60	61	60
Promedio		4,38	4,23	4,23	4,62	4,69	4,62

Elaborado por: Edison López

Fuente: Florícolas de Carchi

Uno de los factores de mayor relevancia al momento de vender las florícolas del Carchi es la calidad de este, por tanto, supieron manifestar la mayoría de los representantes de las fincas que la calidad es lo que buscan la mayoría de los clientes, de este modo el promedio de cada factor a tomar en cuenta a la hora de vender las rosas es el siguiente:

Tabla 87 Resumen de los factores

Factor	Puntaje
Calidad del producto	4,69
Competencia	4,62
Precio del producto	4,62
Segmentación de mercado	4,38
Gustos del consumidor	4,23
Preferencias del consumidor	4,23

Elaborado por: Edison López

Fuente: Florícolas de Carchi

La calidad del producto es la base de las ventas, la mayoría de la producción de rosas del Carchi es exportada a todas partes del mundo, por lo tanto, las exigencias de los consumidores en cada país es diferente y cada vez más exigentes en términos de calidad, es decir, las empresas que se dedican a la producción de rosas buscan mejorar cada vez la calidad de su producción, otro factor importante que se toma en cuenta por parte de las fincas es la competencia y el precio de venta, estos factores representan el 4,6 de importancia sobre 5.

Pregunta N° 6: Califique del 1 al 10 los siguientes factores según la aplicación de la florícola

Tabla 88 Factores productivos

Razón Social	Manipulación de las flores en la florícola	Mano de obra de capacitada	Procesos logísticos de la florícola	Maquinaria y tecnología adecuada	Calidad del producto
EVERBLOOM ECUADOR	ROSES	10	10	10	10
FLORES DE LA HACIENDA		9	8	8	9
THE NORTH FLOWERS (ROSAS DEL CARCHI)		9	9	9	9
TIERRA VERDE SOCIEDAD CIVL Y COMERCIAL		10	10	10	10
GREEN SOUL FLOR ETERNA CIA. LTDA.		10	6	8	5
STAMPSYBOX CIA LTDA.		10	10	10	10

FLORICOLAJARDINESELAN GEL CIA. LTDA.	9	9	9	9	9
AREVALO TANICUCHI JONATHAN JAVIER	9	8	9	8	9
LUIS CARLOS ORTEGA- QUEEN FREEDOM	8	9	8	9	10
FLORES HERRERA MARCO RENAN	9	8	10	9	10
ENRIQUEZ MONTENEGRO GANDHY VINICIO (LATINA FARMS)	10	10	10	8	10
GALÁRRAGA SALAZAR ATAHUALPA JULIO	10	9	9	10	10
LEON FLOWERS.	10	8	8	8	9
Total	123	114	118	113	125
Promedio	9,46	8,77	9,08	8,69	9,62

Elaborado por: Edisson López

Fuente: Florícolas de Carchi

Cada una de las florícolas le da importancia a uno u otro factor según su capacidad productiva y el nivel de inversión que tenga para mejorar los procesos internos y productivos de la empresa, en este caso la florícola que considera importante todos los factores es TIERRA VERDE SOCIEDAD CIVL Y COMERCIAL y STAMPSYBOX CIA LTDA. Estas empresas consideran importantes y aplican todos estos factores y se encuentran posicionadas en mercados internacionales, pero aún no han incrementado su mercado en la UE.

A continuación, se muestra el promedio de cada uno de los factores de manera general que toman en cuenta las florícolas encuestadas:

Tabla 89 Resumen factores productivos

Factor	Puntuación
Calidad del producto	9,62
Manipulación de las flores en la florícola	9,46
Procesos logísticos de la florícola	9,08
Mano de obra capacitada	8,77
Maquinaria y tecnología adecuada	8,69

Elaborado por: Edisson López

Fuente: Florícolas de Carchi

Así mismo como en la pregunta anterior la calidad fue el factor más relevante que consideran las florícolas a la hora de vender su producto, también es el factor que más relevancia tiene dentro de los procesos internos de las empresas, acompañado de la manipulación de las rosas por lo que el empaquetamiento, despetaje y deshoje se lo realiza manualmente. Y como en toda empresa es necesario mantener bien coordinado y controlado los procesos logísticos las

fincas productoras también consideran importante este factor especialmente para la exportación.

Pregunta N° 7: ¿Cuál es el costo de producción aproximado de cada kilo de flores?

Tabla 90 Costo de producción por kilo

Indicador	Frecuencia
Menos de 5 USD	0
De 5 a 10 USD	13
De 10 a 15 USD	0
Más de 15 USD	0
Total	13

Elaborado por: Edison López

Fuente: Florícolas de Carchi

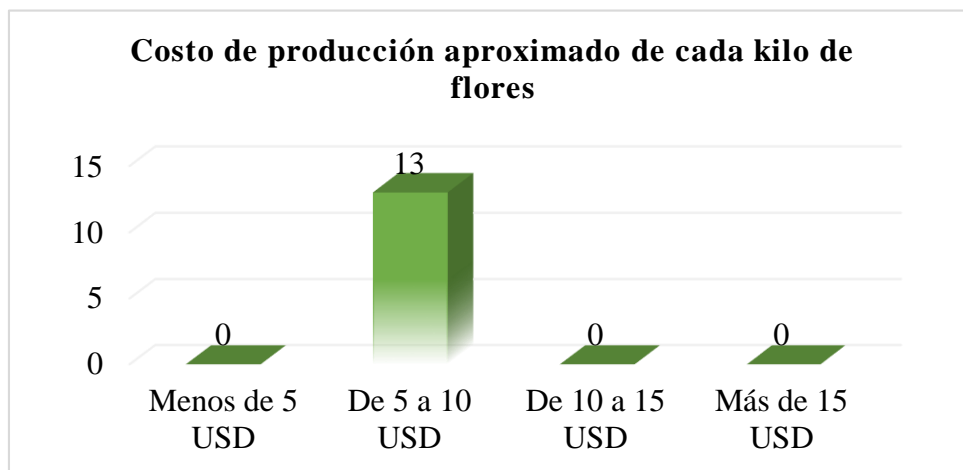


Gráfico 27 Costo de producción por kilo

Fuente: Investigación - Elaborado por: Edison López

El costo aproximado de cada kilo de flores es de 5 a 10 dólares, cada kilo puede constar de 10 a 30 tallos dependiendo del tipo de rosa que tienen diferentes características en los pétalos y tallos, unas pesan más y otras pesan menos. El costo de cada kilo es de 6 o 7 USD.

Pregunta N° 8: ¿A qué precio comercializa cada Kilo de flores?

Tabla 91 Precio de venta por kilo

Indicador	Frecuencia
Menos de 5 USD	0
De 5 a 10 USD	13
De 10 a 15 USD	0
Más de 15 USD	0
Total	13

Elaborado por: Edison López

Fuente: Florícolas de Carchi

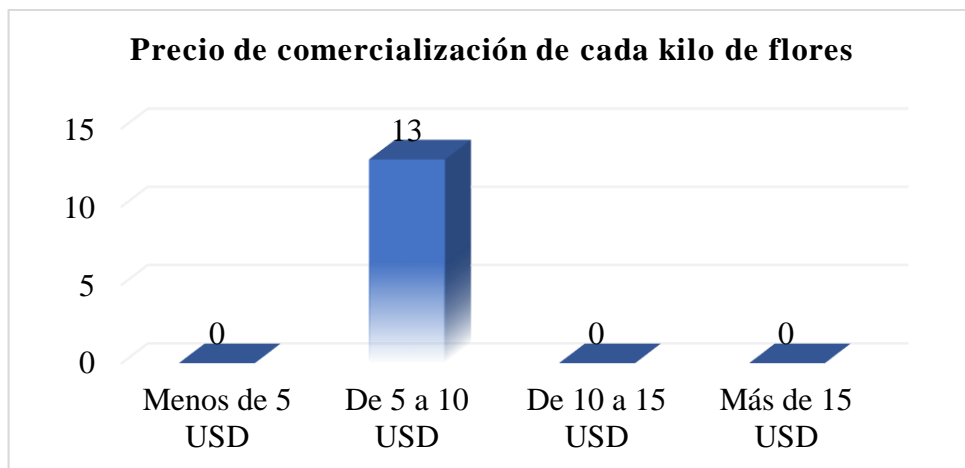


Gráfico 28 Precio de venta por kilo

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edisson López

Los representantes de las florícolas supieron manifestar que un kilo de flores cuesta entre 9 a 10 USD. Todas las florícolas producen a menos de 8 dólares cada kilo y lo venden con el 15 por ciento de utilidad, existen clientes que compran a menor precio, pero son clientes específicos que siempre han tenido sus compras en las fincas del Carchi, estos clientes son nacionales e internacionales, cada empresa tiene su lista de clientes a los cuales les realiza sus respectivos descuentos, pero en sí la base de comercialización está entre los 10 USD el kilo de rosas.

Pregunta N° 9: Su canal de distribución ¿Hasta qué punto llega?

Tabla 92 Canal de distribución

Razón Social	Intermediarios	Consumidor Final	Otros
EVERBLOOM ROSES ECUADOR	1		
FLORES DE LA HACIENDA	1		
THE NORTH FLOWERS (ROSAS DEL CARCHI)	1	1	
TIERRA VERDE SOCIEDAD CIVL Y COMERCIAL	1		
GREEN SOUL FLOR ETERNA CIA. LTDA.	1	1	
STAMPSYBOX CIA LTDA.	1	1	
FLORICOLAJARDINESELANGEL CIA. LTDA.	1		
AREVALO TANICUCHI JONATHAN JAVIER	1		
LUIS CARLOS ORTEGA-QUEEN FREEDOM	1		
FLORES HERRERA MARCO RENAN	1		
ENRIQUEZ MONTENEGRO GANDHY VINICIO (LATINA FARMS)	1		
GALÁRRAGA SALAZAR ATAHUALPA JULIO	1		
LEON FLOWERS.	1		
Total	13	3	0

Elaborado por: Edisson López

Fuente: Florícolas de Carchi

Todas las florícolas de la provincia del Carchi venden a intermediarios algunas de estas empresas florícolas venden a empresas nacionales y estas exportan el productos, en cambio

otras venden el producto a importadores de otros países los cuales lo distribuyen hasta que llega al consumidor final, únicamente 3 de las 13 florícolas del Carchi encuestadas han vendido sus productos directamente hacia el consumidor final en el año 2017, esto se lo ha realizado por medio de ferias internacionales las cuales se las realiza cada año y estas empresas son invitadas.

Pregunta N° 10: De las siguientes actividades económicas ¿En cuál se desempeña?

Tabla 93 Actividades económicas de las florícolas

Razón Social	Productor	Centro de acopio	Proveedor	Exportador
EVERBLOOM ROSES ECUADOR	1		1	1
FLORES DE LA HACIENDA	1			1
THE NORTH FLOWERS (ROSAS DEL CARCHI)	1		1	1
TIERRA VERDE SOCIEDAD CIVL Y COMERCIAL	1			1
GREEN SOUL FLOR ETERNA CIA. LTDA.	1	1		1
STAMPSYBOX CIA LTDA.	1	1	1	1
FLORICOLAJARDINESELANGEL CIA. LTDA.	1		1	1
AREVALO TANICUCHI JONATHAN JAVIER	1		1	1
LUIS CARLOS ORTEGA-QUEEN FREEDOM	1		1	1
FLORES HERRERA MARCO RENAN	1			1
ENRIQUEZ MONTENEGRO GANDHY VINICIO (LATINA FARMS)	1	1		1
GALÁRRAGA SALAZAR ATAHUALPA JULIO	1			1
LEON FLOWERS.	1	1		1
Total	13	4	6	13

Elaborado por: Edison López

Fuente: Florícolas de Carchi

Todas la florícolas se desempeñan como productores y exportadores, 6 de estas son proveedoras ya sea a tiendas, super mercados, floristerías, etc. 4 representantes de estas 13 florícolas encuestadas manifestaron que tienen centro de acopio que sirve como almacenaje, las florícolas que no tienen centro de acopio muchas veces lo alquilan a otras, para poder realizar el proceso de exportación debido a que las rosas deben permanecer en cuartos refrigerados antes de su exportación.

Pregunta N° 11: ¿Ha recibido incentivos a la producción y comercialización de flores por parte de los GAD?

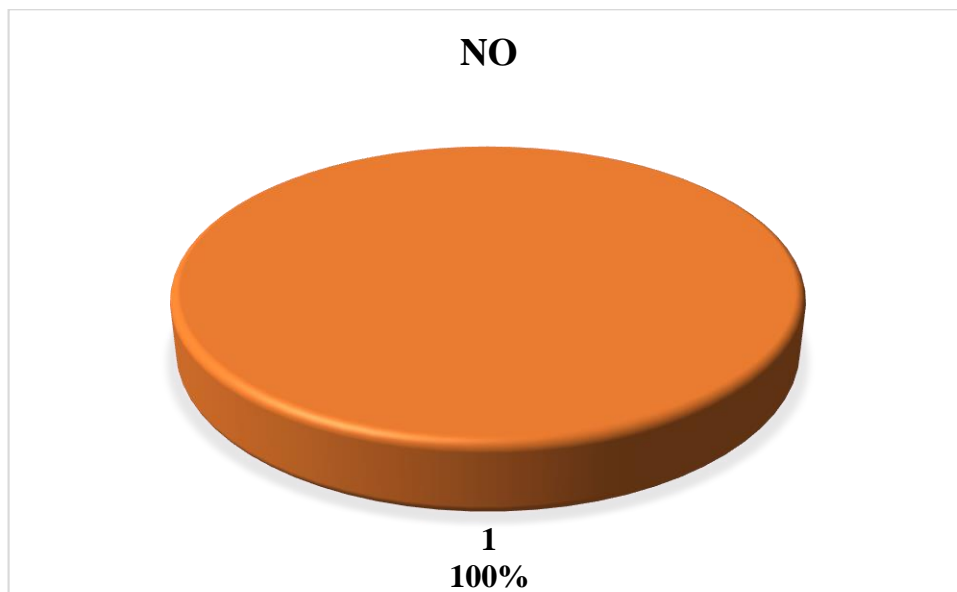


Gráfico 29 Incentivos de inversión

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edisson López

Ninguna de las florícolas está vinculada con los Gobiernos autónomos, esto quiere decir que el Estado no ayuda a la promoción e inversión dentro del sector, todas las florícolas tienen inversión privada, y no ha existido apoyo por parte de las autoridades competentes en la producción de rosas para estas florícolas.

Pregunta N° 12: Cómo ha aportado el Acuerdo Multipartes al desarrollo del sector florícola

Tabla 94 Aporte del Acuerdo Multipartes en las florícolas

Razón Social	Eliminación de impuestos	Inversión	Desarrollo tecnológico	Fomento a las exportaciones
EVERBLOOM ROSES ECUADOR	1			1
FLORES DE LA HACIENDA	1			1
THE NORTH FLOWERS (ROSAS DEL CARCHI)	1			1
TIERRA VERDE SOCIEDAD CIVIL Y COMERCIAL	1			1
GREEN SOUL FLOR ETERNA CIA. LTDA.	1			1
STAMPSYBOX CIA LTDA.	1			1
FLORICOLAJARDINESELANGEL CIA. LTDA.	1		1	1
AREVALO TANICUCHI JONATHAN JAVIER	1		1	1
LUIS CARLOS ORTEGA-QUEEN FREEDOM	1		1	1
FLORES HERRERA MARCO RENAN	1			1
ENRIQUEZ MONTENEGRO GANDHY VINICIO (LATINA FARMS)	1			1

GALÁRRAGA SALAZAR ATAHUALPA JULIO LEON FLOWERS.	1			1
Total	13	0	6	13

Elaborado por: Edison López

Fuente: Florícolas de Carchi

La eliminación de los impuestos a la hora de ingresar las rosas a la UE es el gran aporte que ha realizado la firma del Acuerdo Multipartes, como bien se conoce que el Acuerdo actúa como tratado del Libre Comercio para el sector florícola ayudándole a incrementar las importaciones hacia el mercado europeo, las flores ingresan con el 0% de arancel al bloque económico más grande del mundo, esto permite que cada vez más se incrementen las capacidades productivas y se busque nuevas alternativas de mercado.

Pregunta N° 13: En el caso de que se encuentre una oportunidad para apertura de mercado con la implementación del Acuerdo comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea. ¿Estaría en la capacidad de incrementar su producción?

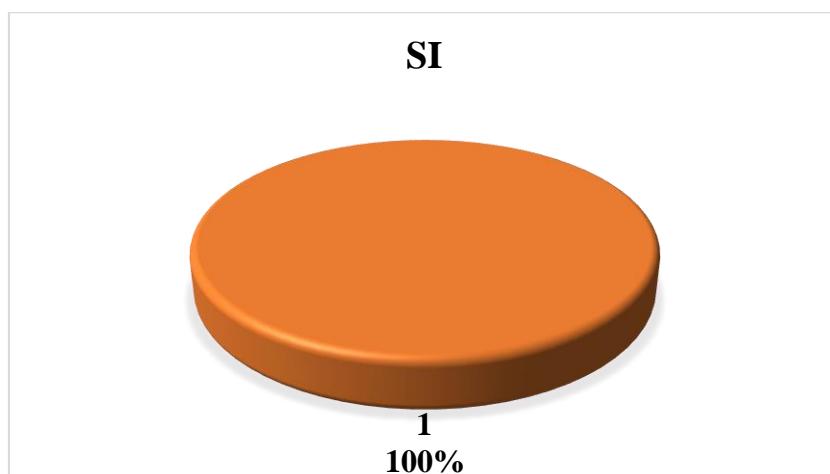


Gráfico 30 Capacidad de ampliar la producción

Fuente: Investigación

Elaborado por: Edison López

Todas las empresas florícolas están en la capacidad económica y financiera de incrementar su capacidad productiva si se diera el caso que se llegue a concretar oportunidades de apertura de mercado en la UE.

4.1.7. Entrevista dirigida a productor, exportador y promotor del sector florícola

Esta entrevista se la realizó a Oscar Ruano como representante y coordinador de PROECUADOR del Carchi y a Thalía Vera como representante de la florícola STAMPSYBOX CIA LTDA dedicada a producir y exportar rosas.

Pregunta N° 1: ¿Considera usted que el sector florícola de la provincia del Carchi cuenta con apoyo nacional y de qué manera se lo ejecuta dicho apoyo?

(Ruano, 2018) manifestó que como representante de PROECUADOR en Carchi, la institución si apoya a todos los sectores, el apoyo que se ha realizado con las florícolas del Carchi es incentivo a la exportación, enviando a representantes de las florícolas a diversas ferias en países europeos, por otro lado, el gobierno provincial del Carchi debe ser la institución que se acredite invertir en este sector.

Mientras tanto (Vera, 2018) respondió que el único apoyo ha recibido como productores y exportadores de flores es la facilidad aduanera, porque los trámites se los realiza vía electrónica, en la parte de inversión no ha existido ningún pronunciamiento del Estado, los dueños de la mayoría de florícolas son colombianos y estadounidenses, la inversión es del sector privado.

De este modo se deja en claro que la inversión de todas las florícolas del Carchi es privada, en unos casos internacionales y en otros nacionales el Gobierno y las instituciones competentes deberían apoyar más a este sector en el Carchi, PROECUADOR fomenta la exportación de estos productos mediante las ferias internacionales, pero esto se debería hacer a menudo.

Los trámites aduaneros se los debe cumplir por ley, la eliminación de impuesto a la exportación de rosas también ha sido favorable para el sector, gracias al sistema ECUAPASS se ha logrado agilizar tiempos para la exportación de rosas producidas en el Carchi.

Pregunta N° 2: ¿Considera usted que la producción de flores del Carchi está a la par para competir en calidad con otros oferentes internacionales?

(Ruano, 2018) manifestó que si, las flores del Carchi son consideradas en todo el país como las más bellas por sus diversos colores y tamaños, hablando de la competencia nacional se puede decir que en Cayambe también existen florícolas bien posicionadas pero estas se dedican a producir otro tipo de flores diferentes a las del Carchi, en el Carchi se producen rosas de hasta 2 metros de altura y eso es lo que buscan los compradores internacionales, la competencia internacional son las florícolas de Colombia, pero éstas florícolas se dedican a cosechar más orquídeas, girasoles, tulipanes, claveles. En cambio, Carchi tiene ventajas por el clima y la ubicación.

La respuesta de (Vera, 2018) fue: claro, en el Carchi todas las florícolas producimos rosas, las rosas del Carchi tienen gran acogida en los mercados. Estados Unidos, Canadá, Kenia y Colombia son grandes productores de flores, pero el Carchi lleva ventaja por la naturalidad de su clima y suelo, es una de las pocas provincias mejor ubicadas para la producción de estas rosas y por consiguiente se han experimentado muchas variedades de rosas.

Por lo tanto no hay nada más claro que la competencia y ventaja competitiva con la que cuenta el sector florícola del Carchi, debido a que se encuentra ubicada a más de 3000 metros sobre el nivel del mar aproximadamente, esta ubicación permite que las rosas crezcan más y sean los tallos más gruesos, los capuchones de las rosas cambian de color y esto es la parte investigativa que buscan los mercados que van a consumir este producto, en comparación con otras productoras de rosas en el Carchi se aprovecha la parte climática.

Pregunta N° 3: ¿El Acuerdo comercial Multipartes firmado entre Ecuador y la Unión Europea brinda oportunidades para ampliar el mercado de consumo de flores?

(Ruano, 2018) Respondió: si, este acuerdo se lo firma con ese fin, de que todas las pequeñas y medianas empresas busquen oportunidades de mercado para poder internacionalizar sus productos, de esta manera el apoyo de este acuerdo a este sector es la eliminación de impuestos. Carchi debe estar preparado para incrementar su producción.

(Vera, 2018) Dijo que: el Acuerdo es un documento que se debe cumplir a cabalidad y desde enero del 2017 se ha dado cumplimiento a lo establecido, que los productos agrícolas de origen ecuatoriano pueden ingresar a cualquier mercado de la UE sin impuestos, existiendo más oportunidades comerciales para mejorar y ampliar las relaciones con estos mercados.

Por las manifestaciones de estos dos expertos en el tema de exportación y producción de rosas en el Carchi, se puede afirmar que la eliminación de los aranceles a la hora de ingresar este producto al mercado europeo es el beneficio que brinda oportunidades de apertura y búsqueda de nuevos mercados debido a que el producto llega a menor precio al consumidor final y por ende se incrementa la demanda.

De este modo el Acuerdo es una fuente que apoya en mayor parte a las pequeñas y medianas empresas, tomando en cuenta que las florícolas del Carchi están en ese rango de pequeñas y medianas empresas y la aplicación de este acuerdo desde el año 2017 ha sido favorable para incrementar la productividad y mejorar la economía del sector.

Pregunta N° 4: ¿Cuáles son las oportunidades que brinda el Acuerdo Multipartes Ecuador-UE para internacionalizar el sector florícola de la provincia del Carchi?

(Ruano, 2018), manifestó que las oportunidades son la eliminación de impuestos para las rosas para cualquier país que quiera importar desde Ecuador, aperturas de mercado, intercambio tecnológico y propiedad intelectual.

(Vera, 2018), considera que eliminando los aranceles para la exportación es la mejor oportunidad que uno busca para ingresar a cualquier mercado, la eliminación de barreras arancelarias en el comercio exterior permite incrementar más la producción debido a que se van a ampliar los mercados y se puede buscar nuevos mercados y nuevas oportunidades de abrirse a nuevos mercados.

Las oportunidades se basan en la eliminación de los aranceles, las facilidades aduaneras se dan por la simplificación de las barreras arancelarias, las exportaciones irán incrementándose gradualmente según vaya transcurriendo la aplicación del acuerdo, y la apertura de mercados para el sector florícola del Carchi con el acuerdo se mejorará.

Pregunta N° 5: ¿Qué requisito se debe cumplir para realizar la exportación de flores al mercado europeo?

(Ruano, 2018) Dijo que los requisitos que se debe cumplir para realizar la exportación de rosas al mercado europeo son: ser exportador, obtener certificados de origen, obtener certificación fitosanitario, luego de esto el exportador debe contratar un agente de aduana que le realice los trámites respectivos.

Mientras tanto (Vera, 2018) manifestó que para exportar se debe cumplir los siguientes requisitos: primero un registro en el sistema ecuatoriano, luego obtenemos la factura comercial para que nuestro representante de aduanas realice los trámites correspondientes y nos ayude a obtener la notificación de despacho de mercancías, la adquisición del transporte es interno y el envío aéreo es parte del importador.

Pregunta N° 6: ¿De qué manera ha evolucionado el sector florícola de la Provincia del Carchi?

(Ruano, 2018), considera que, en los últimos años, hablando de hace 3 años existían 15 florícolas y en la actualidad se ha incrementado ese número con más de 20 florícolas y la

mayoría de estas son exportadores, entonces la evolución es en número debido a que existe mucha demanda de flores

(Vera, 2018), la evolución del sector florícola del Carchi se refleja mediante el incremento de nuevas fincas, no recuerdo bien cuántas florícolas son en total, pero hace dos años cerró la florícola más grande del Carchi y mediante este cierre se pensó que el sector iba a decaer, pero como sorpresa se implantaron más florícolas en la zona.

En la actualidad existen 23 florícolas las cuales van incrementando su producción cada año, el número de florícolas ha evolucionado, así como los procesos internos y la calidad de los productos, cada vez las florícolas buscan ser productores y exportadores al mismo tiempo, por lo tanto, la evolución del sector ha sido considerable en los últimos años.

Pregunta N° 7: ¿Cree usted que es necesario fomentar la asociatividad del sector florícola del Carchi?

Eso ya se debería haber implementado hace muchos años, creo que la falta de asociatividad es el factor más importante para mejorar las zonas productivas de rosas en Carchi, se mejoraría la calidad y los procesos productivos.

Una asociatividad no solo permitiría mejorar el sector sino toda la provincia.

Si, la asociatividad la estamos buscando junto con otros representantes de las demás florícolas, pero es muy difícil porque los dueños de las florícolas no se los encuentra en el país por lo tanto es difícil coordinar reuniones, pero si se está trabajando en eso.

4.2. DISCUSIÓN

4.2.1. Análisis de Objetivos

La base principal de esta investigación es analizar las oportunidades comerciales internacionales para la oferta exportable del sector florícola de la provincia del Carchi, mediante el acuerdo de Ecuador con la Unión Europea, las oportunidades comerciales se las analiza tomando en cuenta un muestreo de los países que más importan flores desde Ecuador, es así que gracias a la metodología se logró identificar un solo mercado destino y una sola empresa como referencia para la exportación, España es un mercado óptimo para exportar las rosas producidas en la provincia del Carchi.

Para cumplir con el análisis de las oportunidades comerciales se realizó un estudio de mercado del país destino dónde se fue descartando la población mediante los gustos y preferencias de los consumidores, también se tomó en cuenta la variable del poder adquisitivo y las fechas en las cuales se adquiriría las rosas por lo tanto gracias al estudio de mercado se puede identificar oportunidades para muchas empresas que aún no están registradas como exportadoras de flores en la provincia del Carchi.

También se diagnosticó la situación actual del sector florícola de la provincia del Carchi tomando en cuenta datos primarios y secundarios, como datos primarios se tiene la elaboración de entrevistas y encuestas realizadas a los representantes de cada florícola y a personas expertas que están involucradas en el sector, además gracias al aporte de PROECUADOR y AGROCALIDAD se obtuvo datos estadísticos como el número de florícolas, hectáreas producidas y exportación total de rosas.

4.2.2. Análisis comparativo referencia bibliográfica

En este apartado se realiza un contraste de datos originarios de esta investigación con otras que previamente se realizaron, con el fin de obtener hallazgos que sirven para aportar a la investigación presente y futuras.

Una de las referencia la investigación realizada es la de (Corrales, 2016) titulada: “Análisis del sector florícola ecuatoriano periodo 2005-2015 caso Cayambe.”, de la cual se considera partes específicas para su posterior discusión.

Esta investigación que se toma como referencia habla que la floricultura ecuatoriana que empezó desde los años 80 siendo las rosas su principal producto, en la provincia del Carchi únicamente se producen rosas por tanto las rosas ecuatorianas son consideradas y reconocidas por su calidad y belleza en todo el mundo, por esto existe mucha demanda de este producto en el resto de países dando así una aportación significativa en el PIB dado el caso de exportación.

Además, en esta investigación realizada por (Corrales, 2016) se nombra que las flores ecuatorianas son una de las más cotizadas a nivel mundial debido a que existe una mayor diversidad de flores, en esta investigación se nombra más de 300 variedades de flores, en la investigación que se está realizando se toma en cuenta qué existe gran variedad de rosas que se identifican por su tamaño y color en la provincia del Carchi.

Entre las variedades de rosas que produce la empresa tomada como ejemplo para el estudio técnico se puede identificar la variedad Alba, Boulevard, Esperanza, Tarra, Mundial, Nuevo Destello, Cupido, etcétera. Cada una de estas tiene su diferente color y tamaño depende de los gustos y preferencias de la demanda para su adquisición.

La calidad, los tallos gruesos, la gran extensión, botines grandes, variedad de colores en todos los tipos de flores, colores llamativos y la característica principal de la flor ecuatoriana la prolongada vida en el florero después del corte, es lo que manifiesta el autor de la tesis sobre las características del sector florícola de Cayambe. En la provincia del Carchi se pudo identificar que gracias a la ubicación tomando en cuenta la altura y el clima se puede producir rosas con este tipo de características lo que permite tener una ventaja comparativa y competitiva con los demás productores.

En la investigación tomada como referencia se citan datos de Expoflores donde manifiesta que la mayor expansión productiva se produjo en la provincia de Pichincha en los sectores de Cayambe, Tabacundo y Pedro Moncayo, seguidos por las provincias de Cotopaxi, Imbabura, Carchi y Azuay. De las áreas productivas del país, Pichincha abarca el 65% de la producción de flores de exportación seguido de la provincia de Cotopaxi con el 20%, Carchi e Imbabura ocupan el 4% de las áreas productivas de exportación de flores y Azuay representa el 2%, es decir que a nivel nacional se debe tomar en cuenta que la provincia del Carchi únicamente produce rosas y son las más reconocidas en casi todo el país; en las demás provincias se produce otro tipo de variedad de flores como girasoles, claveles, orquídeas, etcétera.

Además, en la información entregada por PROECUADOR se registra que existen 629 fincas en todo el territorio nacional, estas unidades productivas se reparten en un total de 3821,22 hectáreas produciendo anualmente 179.812.089 unidades de flores, de las 629 fincas 23 están ubicadas en la provincia del Carchi.

Otro punto importante que se toma de la tesis en referencia es el número de hectáreas cultivadas por las provincias de Pichincha que cuenta con 3720 hectáreas cultivadas, Cotopaxi con 1542, Chimborazo con 130, Imbabura con 128 y Carchi con 115, pero en los datos reflejados por las encuestas realizadas a los representantes de cada florícola de la provincia del Carchi se obtuvo que el número de hectáreas cultivadas en el año 2017 fue de

127 repartidas en los tres cantones donde se encuentran ubicadas las florícolas, Bolívar 31.9 hectáreas, Mira 36 y Espejo 59.6 hectáreas.

La generación de empleo es una variable muy importante dentro de esta investigación, por lo que el empleo en el sector florícola ha dado apertura a plazas para las personas que se encuentran cerca de las fincas productoras, hay que tomar en cuenta que en la encuesta realizada a cada representante de las florícolas y verificando datos se logró constatar que en la provincia del Carchi todas las florícolas cuentan con seguridad laboral, realizando así una estimación de que cada florícola cuenta con 10 trabajadores por hectárea de cosecha de rosas y en todo el sector existen 127 hectáreas es decir alrededor de 1275 personas empleadas a nivel del sector florícola del Carchi, de las cuales el 51% son mujeres.

En la investigación como referencia bibliográfica se puede identificar el porcentaje de empleo del sector florícola ecuatoriano del cual la provincia del Carchi ocupa el 5% del porcentaje total de empleados en las fincas florícolas, el 66% lo ocupa pichincha el 20% Cotopaxi el 8% Imbabura.

Es por esta razón que es importante impulsar este sector productivo debido a que no sólo genera ingresos económicos para la empresa, sino que aporta a mejorar la calidad de vida de las personas, dándoles una plaza de trabajo siempre y cuando existe inversión y fomento para que se produzca y exporte más rosas desde el Carchi, ahora bien la inversión de la mayoría de las florícolas en mención es internacional y algunos gerentes son dueños de florícolas ubicadas en la provincia de Pichincha, es necesario que se aproveche de mejor manera los recursos naturales para mantener la calidad de rosas de calidad que pueden competir a nivel internacional.

Además en la investigación analizada se puede identificar la demanda internacional donde se exportan flores ecuatorianas, los mercados internacionales son altamente entendidos y exigentes en cuanto al cumplimiento de normas y parámetros de calidad y aspectos fitosanitarios que aseguren la inocuidad de los productos que entran al país, se toma como ejemplo la exportación hacia Estados Unidos, las flores ecuatorianas deben cumplir con criterio y ciertos parámetros que establecen, como es el cuidado de una bacteria de flor que puede afectar a la producción de maíz que ellos tienen, a pesar que durante los últimos años se han ido cambiando los estándares de calidad en Ecuador, ha tenido un crecimiento significativo en cuanto se trata de este sector y esto se debe a la dinamización del sector al

tratar de internacionalizar el sector florícola de la provincia del Carchi hacia los mercados europeos se hablan de normas y sistemas de calidad, todas las florícolas que quieran exportar su producto hacia el mercado europeo deben cumplir con requisitos fitosanitarios que certifiquen que las rosas exportadas estén en buen estado y no tengan ninguna plaga que afecten al país destino.

Se puede concluir mediante el análisis de la investigación tomada como referencia y la investigación en curso que el sector florícola de la provincia del Carchi si es reconocido a nivel nacional e internacional debido a que es el único sector en el cual se produce rosas de muchas variedades que son adquiridas por compradores nacionales e internacionales, es necesario que cada florícola cuente con más apoyo y fomento, con el fin de mejorar los procesos productivos y que todo el sector pueda tener una asociatividad para exportar directamente hacia la Unión Europea debido a que Ecuador cuenta con un acuerdo que favorece a las pequeñas y medianas fincas, gracias a la eliminación de los aranceles para el ingreso de rosas hacia países europeos.

4.2.3. Análisis teórico

La teoría marxista sobre el comercio internacional relata que el comercio es el que hace que un producto se convierta en mercancía, creándole un mercado e introduciendo nuevos equivalentes de mercancías y haciendo afluir a la producción nuevas materias primas y materias auxiliares y abriendo con ello ramas de producción basadas de antemano en el comercio.

Esta teoría ha ido evolucionando poco a poco hasta llegar a un punto donde la situación teórica explica que a pesar del libre comercio una estrategia capitalista habla que si existen motivos para que la clase obrera apoye a esta y no al proteccionismo, por esta razón el libre comercio permite un mayor desarrollo del propio capitalismo y con este mayor desarrollo se fortalece también el crecimiento de la clase obrera.

Por tanto, esta teoría es fundamental debido a que gracias al Acuerdo Comercial Multipartes de una u otra manera se está aplicando el libre comercio donde se declara la eliminación de barreras, en este acuerdo existen pequeñas y medianas empresas que pueden incursionar sus productos en otros mercados internacionales desde luego pertenecientes a la Unión Europea dando apertura a satisfacción de la demanda.

Esta teoría lo que busca en sí es que se incremente el flujo de comercio internacional y que no exista restricciones para el mismo, en el sector florícola de la provincia del Carchi hay que tomar en cuenta que el acuerdo es una oportunidad, debido a que se elimina los aranceles para ingresar las flores hacia el mercado europeo y no únicamente este producto es favorecido si no la mayoría de productos originarios del Ecuador.

4.2.4. Exportaciones antes y después de la firma del Acuerdo Multipartes Valor FOB miles de USD y toneladas métricas

Tabla 95 Exportaciones antes y después del Acuerdo

Subpartida	Descripción	2016		2017	
		USD Miles	TONELDAS	USD Miles	TONELDAS
Arancelaria					
603110000	Rosas	600.570	109.855	654.053	124.410
603199090	Las demás flores de verano	90.545	15.490	105.251	16.314
603191000	Gypsophila	61.367	9.436	67.606	10.165
603120000	Claveles	14.942	3.562	16.455	3.574
603199010	Lirios	6.397	992	6.521	1.022
603193000	Alstroemeria	4.518	1.177	5.760	1.277
603140000	Crisantemos	4.929	1.058	5.353	1.113
603150000	Azucenas	2.603	493	2.283	440
603192000	Aster	1.106	283	1.310	249
603194000	Gerbera	552	107	430	85
603130000	Orquídeas	13,89	1,08	0,96	0,07
603900000	Las demás	14.919	732	16.448	360
	Total	802.461,89	143.186,08	881.470,96	159.009,07

Elaborado por: Edison López
Fuente: (EXPOFLORES, 2018)

Las rosas es la variedad de flores más exportadas a nivel nacional, en el 2016 se exportó 109.855 toneladas, en comparación con el 2017 donde se empezó a aplicar el acuerdo entre Ecuador y la Unión Europea que fueron de 124.410 TM dando como resultado el incremento de la oferta exportable y así mismo se amplió nuevos mercados para las rosas ecuatorianas debido a la eliminación arancelaria.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- Gracias al muestreo no probabilístico se logró identificar que en la provincia del Carchi en la actualidad están constituidas 23 florícolas, de las cuales 12 están ubicadas en el cantón Espejo, 5 en el cantón Mira y 6 en el cantón Bolívar.
- Las exportaciones de flores en el año 2017 representaron el 4,61% de participación en la balanza comercial total del país, tomando en consideración que para ese año las importaciones fueron de 19.031,1 millones y las exportaciones de 19122,5 millones de dólares.
- Ecuador se encuentra dentro de 5 principales países exportadores de flores a nivel mundial, esto se debe a que existen zonas productivas que cuentan con procesos logísticos de producción en masa y de alta calidad que han aprovechado los recursos naturales y la ubicación geográfica del País.
- Las rosas tienen la mayor participación dentro de las exportaciones por tipo de flor del Ecuador, es así como el 74% exportado de flores pertenece a las rosas, seguido del 12% que son flores de verano y gypsophila con 7%, el restante ocupa los claveles, crisantemos, lirios, etc.
- Las fincas florícolas de la provincia del Carchi producen alrededor de 3.396 TM al año, y cuentan con 127,5 hectáreas de capacidad productiva, la mayoría de la producción se la destina al mercado internacional y refleja que la capacidad productiva representa el 2.36% del total de rosas exportadas por Ecuador.
- Dieciocho son las empresas florícolas del Carchi que han registrado movimiento de exportación en el año 2017, la empresa que más exportaciones registró fue STAMPSYBOX CIA LTDA, con 248 despachos internacionales que incluyen 290 TM exportadas.
- Con el acuerdo se asegurará acceso libre de aranceles en la EU para prácticamente toda la oferta exportable del Ecuador: 99.7% de los productos agrícolas (salvo el banano que gozará de un calendario de desgravación), y el 100% de los productos industriales y pesqueros.

- Las flores ecuatorianas pueden ingresar a los mercados europeos libre de aranceles gracias al Acuerdo, esta es una oportunidad que brinda apertura de mercado, además con el acuerdo Multipartes también se pueden beneficiar las empresas florícolas tomando en cuenta que pueden importar maquinaria a futuro con 0 arancel.

5.2. RECOMENDACIONES

- Es necesario que las florícolas del Carchi realicen estudios de apertura de mercado hacia los países europeos aprovechando las oportunidades que brinda el Acuerdo comercial Multipartes, con el fin de mejorar todo el sector económicamente.
- Los gobiernos autónomos deben involucrarse más en las zonas productivas del Carchi, especialmente en el sector florícola debido a que es uno de los sectores agrícolas que más genera flujo de comercio internacional amplía las plazas de trabajo para muchas personas.
- Se recomienda que se incentive a la asociatividad del sector florícola del Carchi con el fin de crear una competencia leal y única que puedan regularizar mediante una normativa, con el único fin de incrementar las exportaciones de rosas e innovar en la producción.
- Todas las florícolas del Carchi especialmente las pequeñas deben aplicar un manual de procesos donde se identifique funciones y responsables, esto con el fin de garantizar la calidad en procesos de producción y que se optimice tiempos y recursos para las florícolas.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bibliografía

- AGROCALIDAD. (12 de Septiembre de 2017). <http://www.agrocalidad.gob.ec>. (MAGAP, Ed.) Recuperado el 7 de Octubre de 2018, de <http://www.agrocalidad.gob.ec>: <http://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2016/12/LISTA-OFICIAL-PROTOCOLO-ACAROS-20-12-2016.pdf>
- AGROCALIDAD. (2018). *ENTREGA DE INFORMACIÓN DE FLORÍCOLAS DE LA PROVINCIA DEL CARCHI*. AGROCALIDAD. Tulcán: Nro. AGR-AGC/ZI/CARCHI-2018-000211-OF.
- América Retail. (20 de Octubre de 2017). www.america-retail.com. Recuperado el 1 de Octubre de 2018, de www.america-retail.com: <https://www.america-retail.com/estudios-consumidores/estudios-nuevo-perfil-del-consumidor-espanol/>
- Cabezas, D. (2017). *Exportación de flores*. Quito: UDLA.
- Centro de Información e Inteligencia Comercial. (7 de Junio de 2016). www.puce.edu.ec. (CORPEI, Ed.) Recuperado el 6 de Octubre de 2018, de www.puce.edu.ec: https://www.puce.edu.ec/documentos/perfil_de_flores_2009.pdf
- CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL. (2017). *FICHA SECTORIAL: Cultivo de flores*. CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL, SECTOR AGRICULTURA, GANADERÍA, SIVICULTURA Y PESCA . QUITO: GDGE – SUBG. DE ANÁLISIS E INFORMACIÓN. Recuperado el 21 de Agosto de 2018, de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2017/10/FS-Cultivo-de-Flores-octubre-2017.pdf>
- EL UNIVERSO . (14 de Enero de 2017). <https://www.eluniverso.com>. Obtenido de <https://www.eluniverso.com>: <https://www.eluniverso.com/2012/03/22/1/1356/acuerdos-multipartes-encajan-como-libre-comercio.html>
- EURYDICE. (2017). eacea.ec.europa.eu. Obtenido de eacea.ec.europa.eu: https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/eurydice/content/political-social-and-economic-background-and-trends-79_es
- FMI, & SANTANDER. (2017). *INTERNATIONAL MONETARY FUND*. Obtenido de PORTAL.SANTANDERTRADE.: <https://www.imf.org/en/Countries/ESP>
- IBERFLORA. (9 de Junio de 2017). <https://iberflora.feriavalencia.com>. (F. VALENCIA, Editor) Recuperado el 1 de Octubre de 2018, de <https://iberflora.feriavalencia.com>: <https://iberflora.feriavalencia.com/consumidor-flores-plantas/>
- Instituto de Estadística. (13 de Abril de 2018). www.madrid.org/iestadis, 1 . (E. y. Dirección General de Economía, Editor) Recuperado el 30 de Septiembre de 2018, de www.madrid.org/iestadis: <http://www.madrid.org/iestadis/fijas/estructu/sociales/estructuinsocaepa.htm>
- Jara, G., & Rodas, K. (Julio de 2016). <http://www.dspace.espol.edu.ec>. Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec>: <http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/7860/1/D-38557.pdf>
- Korovkin, T., & Valderrama, O. (Enero de 2016). <http://www.redalyc.org>. Obtenido de <http://www.redalyc.org>: http://www.redalyc.org/pdf/509/Resumenes/Resumen_50902902_1.pdf
- MarketingNews. (22 de Abril de 2017). <http://www.marketingnews.es>. Recuperado el 1 de Octubre de 2018, de <http://www.marketingnews.es>: <http://www.marketingnews.es/tendencias/noticia/1097713029005/asi-son-las-tendencias-del-consumidor-espanol.1.html>

- Marvin, S., & Andrade, V. (Septiembre de 2016). <http://ojs.unemi.edu.ec>. Obtenido de <http://ojs.unemi.edu.ec>: <http://ojs.unemi.edu.ec/index.php/cienciaunemi/article/view/323>
- Mora, G. (26 de Agosto de 2016). <http://repositorio.ucsg.edu.ec>. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec>: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/6214>
- NUMBEO. (30 de Marzo de 2018). <https://www.numbeo.com>. (Numbeo, Editor) Recuperado el 30 de Septiembre de 2018, de <https://www.numbeo.com>: https://www.numbeo.com/cost-of-living/region_rankings.jsp?title=2018®ion=150
- Plan Nacional de Desarrollo. (26 de Octubre de 2017). <http://www.planificacion.gob.ec>. (S. N. Senplades, Ed.) Recuperado el 3 de Octubre de 2018, de <http://www.planificacion.gob.ec>: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf
- PREFECTURA DEL CARCHI . (20 de Junio de 2016). <http://www.carchi.gob.ec>. (C. Prefectura, Editor) Recuperado el 13 de Agosto de 2018, de <http://www.carchi.gob.ec>: <http://www.carchi.gob.ec/2016f/index.php/carchi/informacion-provincial.html>
- PROCOLOMBIA. (19 de Junio de 2018). <http://ue.procolombia.co>. (PROCOLOMBIA, Editor) Recuperado el 1 de Octubre de 2018, de <http://ue.procolombia.co>: <http://ue.procolombia.co/oportunidad-por-sector/agroindustria/flores-y-follajes>
- PROECUADOR. (29 de Septiembre de 2015). <https://docplayer.es>. (PROECUADOR, Ed.) Recuperado el 1 de Octubre de 2018, de <https://docplayer.es>: <https://docplayer.es/6245899-Flores-en-espana-parte-uno-informacion-de-mercado.html>
- PROECUADOR. (20 de Mayo de 2017). ROSAS Y FLORES EXPO. Tulcán, Carchi, Ecuador.
- Pullas, E. A. (26 de Febrero de 2014). *Economía y Finanzas Internacionales* [puce.edu.ec](http://www.puce.edu.ec). Obtenido de *Economía y Finanzas Internacionales* [puce.edu.ec](http://www.puce.edu.ec): <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/163-vistazo-a-un-pais-sector-floricola>
- Quistanchala, C. (2016). <http://repositorio.ute.edu.ec>. Obtenido de <http://repositorio.ute.edu.ec>: <http://repositorio.ute.edu.ec/xmlui/handle/123456789/8407>
- Real Academia Española. (3 de Junio de 2017). <https://boletinagrario.com>. Recuperado el 06 de Septiembre de 2018, de <https://boletinagrario.com>: <https://boletinagrario.com/ap-6,floricultura,418.html>
- Ruano, O. (Agosto de 2018). Entrevista dirigida a un promotor del sector florícola del Carchi. (E. López, Entrevistador) Tulcán , Carchi, Ecuador .
- SANTANDER. (2017). *Portal.santandertrade.com*. Obtenido de *Portal.santandertrade.com*: https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/espana/politica-y-economia?&actualiser_id_banque=oui&id_banque=17&memoriser_choix=memoriser
- Santander. (20 de Julio de 2018). <https://es.portal.santandertrade.com>. (E. E. SA, Editor) Recuperado el 1 de Octubre de 2018, de <https://es.portal.santandertrade.com>: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/espana/llegar-al-consumidor>
- StampsyBox. (3 de Febreo de 2018). <http://stampsybox.com.ec/>. (StampsyBox, Editor) Recuperado el 7 de Octubre de 2018, de <http://stampsybox.com.ec/>: <http://stampsybox.com.ec/>

- Trade Map. (17 de Abril de 2018). <https://www.trademap.org>. (ITC, Editor, & ITC, Productor) Recuperado el 29 de Junio de 2018, de <https://www.trademap.org>: https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3||||0603|||4|1|1|2|2|1|2|1|1
- UNION EUROPEA. (08 de Junio de 2017). eeas.europa.eu. (D. d. Ecuador, Editor) Recuperado el 23 de Agosto de 2018, de eeas.europa.eu: https://eeas.europa.eu/delegations/ecuador_es/1146/Ecuador%20y%20la%20Uni%C3%B3n%20Europea
- Vera, T. (Septiembre de 2018). Entrevista dirigida a un representante de una florícola productora y exportadora de rosas en Carchi. (E. López, Entrevistador) Bolívar, Carchi, Ecuador .
- Webinterpret. (18 de Agosto de 2017). <https://www.webinterpret.com>. (Webinterpret, Editor) Recuperado el 1 de Octubre de 2018, de <https://www.webinterpret.com>: <https://www.webinterpret.com/us/blog/spain-ecommerce-market/>

VII. ANEXOS

Anexo 1 Encuesta dirigida a los representantes de las florícolas del Carchi

Tema: “Oportunidades para la internacionalización del sector florícola de la Provincia del Carchi según acuerdo comercial entre Ecuador-Unión Europea”

NOMBRE DE LA EMPRESA-FLORÍCOLA:.....

NOMBRE DEL ENCUESTADO:

Objetivo: Determinar la capacidad productiva florícola del Carchi. La información proporcionada en la presente encuesta será utilizada únicamente para la realización del trabajo de titulación solicitado por la Universidad.

1. Detalle la capacidad de producción por hectáreas de la florícola

.....

2. ¿Cuáles son las variedades de flores más producidas por la finca?

Variedad	Marque con X la variedad producida	Hectáreas producidas
Rosas		
Claveles		
Crisantemos		
Azucenas		
Gypsophila		
Aster		
Alstromelia		
Gerbera		
Lirios		
Orquídeas		
Otras		

¿Otras?.....

3. ¿Qué materiales e insumos utiliza para la producción de las flores?

.....

.....

4. De las flores que usted cosecha, ¿Cuál es la capacidad productiva mensual (toneladas)?

.....

.....

.....

5. ¿Qué factor toma en cuenta para vender el producto? Marque la casilla correspondiente dándole a conocer que 1 es poca importancia y 5 total importancia.

Factores	Nivel de importancia					
	0	1	2	3	4	5
Segmentación de mercado						
Gustos del consumidor						
Preferencias del consumidor						
Competencia						
Calidad del producto						
Precio del producto						

6. Califique del 1 al 10 los siguientes factores según la aplicación de la florícola a la cual representa. Tomando en cuenta que 1 es malo y 10 es excelente.

Factores	Puntuación de 1-10
Manipulación de las flores dentro de la florícola	
Mano de obra capacitada	
Procesos logísticos de la florícola	
Maquinaria y tecnología adecuada	
Calidad del producto	

7. ¿Cuál es el costo de producción aproximado de cada kilo de flores?

Menos de 5 dólares	
De 5 a 10 dólares	
De 10 a 15 dólares	
Más de 15 dólares	

8. ¿A qué precio comercializa cada Kilo de flores?

Menos de 5 dólares	
De 5 a 10 dólares	
De 10 a 15 dólares	
Más de 15 dólares	

9. ¿Quiénes son los compradores más frecuentes de su producción?

Nacionales	
Internacionales	

10. Su canal de distribución ¿Hasta qué punto llega?

Intermediarios	
Consumidor final	
Otros	

¿Cuáles?.....

11. De las siguientes actividades económicas ¿En cuál se desempeña?

Productor	
Centro de acopio	
Proveedor	
Exportador	

12. ¿Ha recibido incentivos a la producción y comercialización de flores por parte de los GAD?

SI	
NO	

En caso de que la respuesta sea si detalle que tipos de incentivos ha recibido

.....

13. En el caso de que se encuentre una oportunidad para apertura de mercado con la implementación del Acuerdo comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea. ¿estaría en la capacidad de incrementar su producción?

SI	
NO	

Gracias por su colaboración

Anexo 2 Entrevista dirigida a expertos del sector

GUÍA DE ENTREVISTA Oscar Ruano promotor del sector comercio exterior

1. ¿Considera usted que el sector florícola de la provincia del Carchi cuenta con apoyo nacional y de qué manera se lo ejecuta dicho apoyo?

Como representante de PROECUADOR en Carchi, esta institución si hemos apoyado a todos los sectores, el apoyo que hemos realizado con las florícolas del Carchi es incentivo a la exportación, enviando a representantes de las florícolas a diversas ferias en países europeos, por otro lado, el gobierno provincial del Carchi debe ser la institución que se acredite invertir en este sector.

2. ¿Considera usted que la producción de flores del Carchi está a la par para competir en calidad con otros oferentes internacionales?

Si, las flores del Carchi son consideradas en todo el país como las más bellas por sus diversos colores y tamaños, hablando de la competencia nacional se puede decir que en Cayambe también existen florícolas bien posicionadas pero estas se dedican a producir otro tipo de flores diferentes a las del Carchi, en la provincia del Carchi se producen rosas de hasta 2 metros de altura y eso es lo que buscan los compradores internacionales, la competencia internacional son las florícolas de Colombia, pero éstas florícolas se dedican a cosechar más orquídeas, girasoles, tulipanes, claveles. En cambio, Carchi tiene ventajas por el clima y la ubicación.

3. ¿El Acuerdo comercial Multipartes firmado entre Ecuador y la Unión Europea brinda oportunidades para ampliar el mercado de consumo de flores?

Si, este acuerdo se lo firma con ese fin, de que todas las pequeñas y medianas empresas busquen oportunidades de mercado para poder internacionalizar sus productos, de esta manera el apoyo de este acuerdo a este sector es la eliminación de impuestos. Es por eso que se va a incrementar la demanda en otros países y Carchi debe estar preparado para incrementar su producción.

4. ¿Cuáles son las oportunidades que brinda el Acuerdo Multipartes Ecuador-UE para internacionalizar el sector florícola de la provincia del Carchi?

Eliminación de impuestos para las rosas para cualquier país que quiera importar desde Ecuador, aperturas de mercado, intercambio tecnológico y propiedad intelectual.

5. ¿Qué requisito se debe cumplir para realizar la exportación de flores al mercado europeo?

Ser exportador, obtener certificados de origen, obtener certificación fitosanitaria, luego de esto el exportador debe contratar un agente de aduana que le realice los trámites respectivos.

6. ¿De qué manera ha evolucionado el sector florícola de la Provincia del Carchi?

Se considera que, en los últimos años, hablando de hace 3 años existían 15 florícolas y en la actualidad se ha incrementado ese número con más de 20 florícolas y la mayoría de estas son exportadores, entonces la evolución es en número debido a que existe mucha demanda de flores.

7. ¿Cree usted que es necesario fomentar la asociatividad del sector florícola del Carchi?

Eso ya se debería haber implementado hace muchos años, creo que la falta de asociatividad es el factor más importante para mejorar las zonas productivas de rosas en Carchi, se mejoraría la calidad y los procesos productivos.

Una asociatividad no solo permitiría mejorar el sector sino toda la provincia.

GUÍA DE ENTREVISTA Thalía Vera representante de una florícola productora y exportadora

1. ¿Considera usted que el sector florícola de la provincia del Carchi cuenta con apoyo nacional y de qué manera se lo ejecuta dicho apoyo?

El único apoyo que nos dan a nosotros como productores y exportadores de flores es la facilidad aduanera, porque los trámites se los realiza vía electrónica, en la parte de inversión no ha existido ningún pronunciamiento del Estado, los dueños de la mayoría de florícolas son colombianos y estadounidenses, la inversión es del sector privado.

2. ¿Considera usted que la producción de flores del Carchi está a la par para competir en calidad con otros oferentes internacionales?

Claro, en el Carchi todas las florícolas producimos rosas, las rosas del Carchi tienen gran acogida en los mercados, llevando ventajas por la naturalidad de su clima y suelo, es una de las pocas Provincias mejor ubicadas para la producción de estas rosas y por lo tanto se han experimentado muchas variedades de rosas.

3. ¿El Acuerdo comercial Multipartes firmado entre Ecuador y la Unión Europea brinda oportunidades para ampliar el mercado de consumo de flores?

El Acuerdo es un documento que se debe cumplir a cabalidad y desde enero del 2017 si se ha cumplido lo que se estableció, que los productos agrícolas de origen ecuatoriano pueden ingresar a cualquier mercado de la UE sin impuestos existiendo oportunidades comerciales para mejorar y ampliar las relaciones con estos mercados.

4. ¿Cuáles son las oportunidades que brinda el Acuerdo Multipartes Ecuador-UE para internacionalizar el sector florícola de la provincia del Carchi?

Considero que eliminando los aranceles para la exportación es la mejor oportunidad que uno busca para ingresar a cualquier mercado, la eliminación de barreras arancelarias en el comercio exterior permite incrementar más la producción debido a que se van a ampliar los mercados y se puede buscar nuevos mercados, por lo tanto, la oportunidad que brinda este acuerdo es la ampliación de mercados.

5. ¿Qué requisito se debe cumplir para realizar la exportación de flores al mercado europeo?

Nosotros como exportadores lo que hacemos es primero un registro en el sistema ecuatoriano, luego obtenemos la factura comercial para que nuestro representante de aduanas realice los trámites correspondientes y nos ayude a obtener la notificación de despacho de mercancías, la adquisición del transporte es interno y el envío aéreo es parte del importador.

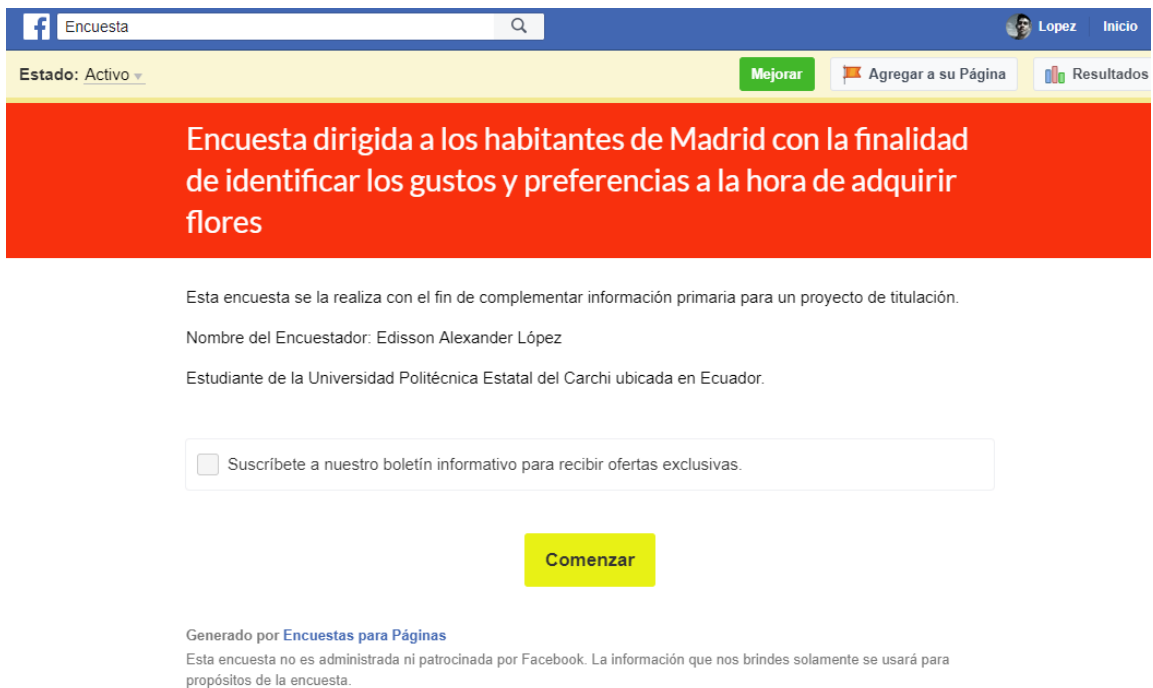
6. ¿De qué manera ha evolucionado el sector florícola de la Provincia del Carchi?

La evolución del sector florícola del Carchi se refleja mediante el incremento de nuevas fincas, no recuerdo bien cuántas florícolas son en total, pero hace dos años cerró la florícola más grande del Carchi y mediante este cierre se pensó que el sector iba a decaer, pero como sorpresa se implantaron más florícolas en la zona.

7. ¿Cree usted que es necesario fomentar la asociatividad del sector florícola del Carchi?

Si, la asociatividad la estamos buscando junto con otros representantes de las demás florícolas, pero es muy difícil porque los dueños de las florícolas no se los encuentra en el país por lo tanto es difícil coordinar reuniones, pero si se está trabajando en eso.

Anexo 3 Encuesta realizada por FACEBOOK a los habitantes de Madrid



Encuesta

Estado: Activo

Mejorar

Agregar a su Página

Resultados

Encuesta dirigida a los habitantes de Madrid con la finalidad de identificar los gustos y preferencias a la hora de adquirir flores

Esta encuesta se la realiza con el fin de complementar información primaria para un proyecto de titulación.

Nombre del Encuestador: Edison Alexander López

Estudiante de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi ubicada en Ecuador.

Suscríbete a nuestro boletín informativo para recibir ofertas exclusivas.

Comenzar

Generado por [Encuestas para Páginas](#)

Esta encuesta no es administrada ni patrocinada por Facebook. La información que nos brindes solamente se usará para propósitos de la encuesta.

Se muestran 34 respuestas. Añadir filtro

1- Seleccione su género

34 respuestas

[Ver en gráfica circular](#)



2- Seleccione su edad

34 respuestas

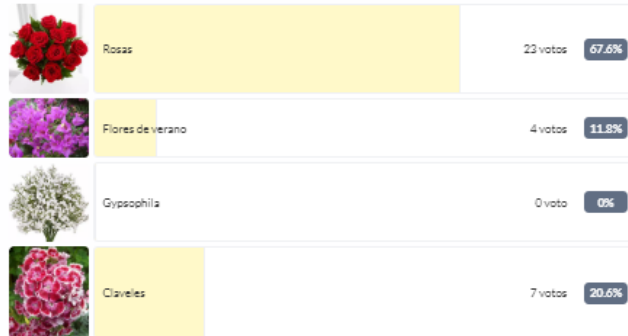
[Ver en gráfica circular](#)



3- ¿Qué tipo de flores prefiere?

34 respuestas

[Ver en gráfica circular](#)



4- ¿Para qué ocasiones compraría flores naturales?

33 respuestas

[Ver en gráfica circular](#)



5- ¿Qué toma en cuenta al momento de comprar un arreglo floral?

33 respuestas

[Ver en gráfica circular](#)

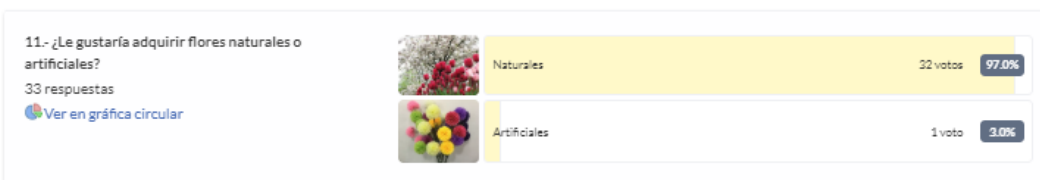
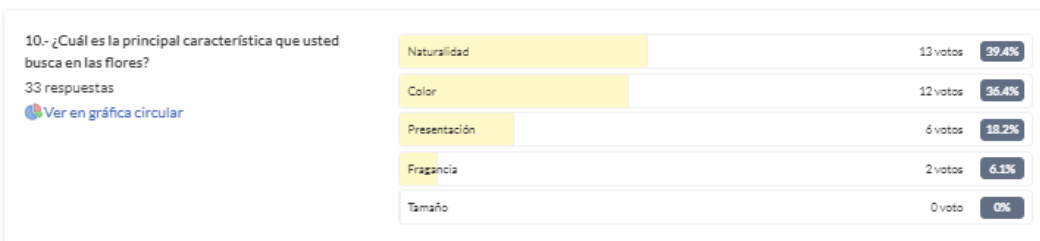
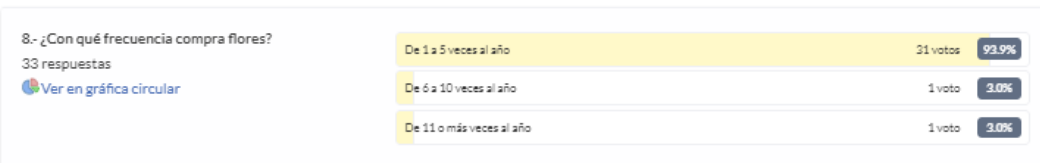


6- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un arreglo floral?

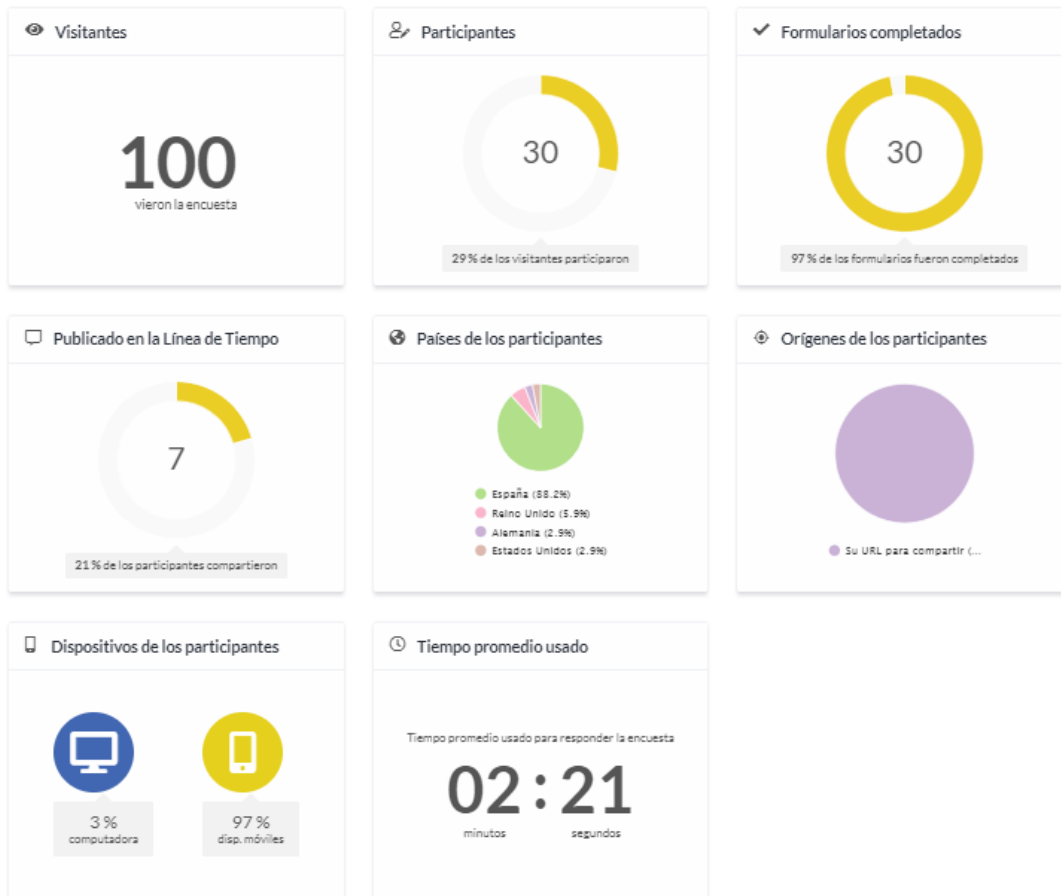
33 respuestas

[Ver en gráfica circular](#)





Anexo 4 Estadísticas de la encuesta realizada por FACEBOOK



Anexo 5 Registro fotográfico florícolas







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: Edisson López

CÉDULA DE IDENTIDAD: 0401740071

NIVEL/PARALELO: Egresado

PERIODO ACADÉMICO: tubre 2018- Febrero 20

TEMA DE

"OPORTUNIDADES PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DEL SECTOR FLORÍCOLA DE LA PROVINCIA DEL CARCHI SEGÚN ACUERDO COMERCIAL ENTRE ECUADOR - UNION EUROPEA"

INVESTIGACIÓN:

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

PRESIDENTE: MSC. LORENA ELIZABETH RUANO ENRIQUEZ

LECTOR: MSC. JOSE LUIS VALLEJO AYALA

ASESOR: MSC. DIANA PATRICIA MONTENEGRO AYALA

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

EDIFICIO DE AULAS: 3 **AULA:** OVISUALES

FECHA: miércoles, 30 de enero de 2019

HORA: 16h:20

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa: 4,90

2) Trabajo escrito 2,10

Nota final de PRE DEFENSA 7,00

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

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

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **miércoles, 30 de enero de 2019**

MSC. LORENA ELIZABETH RUANO ENRIQUEZ
PRESIDENTE

MSC. DIANA PATRICIA MONTENEGRO AYALA
TUTOR

MSC. JOSE LUIS VALLEJO AYALA
LECTOR

Adj.: Observaciones y recomendaciones