



# **UNIVERSIDAD DE OTAVALO**

## **CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y FINANZAS**

### **PLAN DE EXPORTACIÓN DE ROSAS PARA LA EMPRESA FLORIECOLOGIC S.A. HACIA ESTADOS UNIDOS**

#### **TRABAJO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y FINANZAS**

**ANTONIO VINICIO TOLEDO DUQUE**

**TUTOR:**

Msc. Edgar Llovani Sotomayor

**OTAVALO, AGOSTO, 2019**

# DECLARACIÓN

Yo, Antonio Vinicio Toledo Duque, declaro que este trabajo es de mi total autoría, que no ha sido previamente presentado para grado alguno o calificación profesional.

La Universidad de Otavalo puede hacer uso de los derechos correspondientes, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

---

Antonio Vinicio Toledo Duque  
C. I. 1718487307

## CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Certifico que el proyecto de investigación titulado “**PLAN DE EXPORTACIÓN DE LA FLORÍCOLA FLORIECOLOGIC S.A. HACIA ESTADOS UNIDOS**”, bajo mi dirección y supervisión, constituye el trabajo de titulación para aspirar al título de **Ingeniería en Comercio Exterior y Finanzas**, de la estudiante Antonio Vinicio Toledo Duque, y cumple con las condiciones requeridas por el Reglamento de Trabajos de Titulación (Arts. 16 y 25).

---

Msc. Edgar Llovani Sotomayor

C.I. N° 1707382535

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco de manera muy especial mis tutores: Msc. Edgar Soto Mayor, Msc. Santiago Núñez y Dr. Jesús González por haberme guiado con sus conocimientos para el trabajo de investigación bajo su direccionamiento y experiencias, a todos los docentes que formaron parte de mi preparación y a la Universidad de Otavalo por permitirme cumplir mi sueño de continuar mi mis estudios superiores.

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo de investigación a Dios por darme una oportunidad vida; a mi padres Olga Duque y Antonio Toledo por su amor, sacrificio, por confiar en mí, por sus consejos, por darme esa fuerza para seguir cumpliendo con mis sueños más deseados, a mi hija Kamila Toledo por ser la inspiración de mi vida, a mis hermanos, familia, amigos, a la Sote que han estado presentes en cada momento de mi vida siempre brindado ese apoyo sin olvidarme del Retoño por ser mi compañero fiel.

# INDICE DE CONTENIDO

RESUMEN.....	xi
ABSTRAC.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	1
ANTECEDENTES Y SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	1
PROBLEMA CIENTIFICO .....	3
OBJETIVO GENERAL.....	3
OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	4
HIPOTESIS .....	4
DECLARACIÓN DE VARIABLES.....	4
MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN .....	5
ESTRUCTURA CAPITULAR.....	5
JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
CAPÍTULO I.....	9
MARCO TEÓRICO.....	9
1.1. ANÁLISIS DEL SECTOR FLORÍCOLA EN EL ECUADOR .....	9
1.1.1. EL SECTOR FLORÍCOLA EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA .....	9
1.1.2 IMPORTANCIA DEL SECTOR EN LA ECONOMÍA .....	10
1.2. PRODUCCIÓN DE ROSAS EN ECUADOR.....	11
1.3. REGULACIONES DEL SECTOR FLORÍCOLA.....	12
1.4 EXPORTACIÓN DE ROSAS.....	12
1.5. TRÁMITES Y PROCEDIMIENTOS PARA EXPORTAR .....	13
1.6. TIPOS DE EXPORTACIÓN.....	13
1.6.1. LA EXPORTACIÓN COMO RÉGIMEN .....	14
1.6.2. EXPORTACIONES DEFINITIVAS.....	14
1.6.3. EXPORTACIÓN TEMPORAL PARA REIMPORTACIÓN EN EL MISMO ESTADO.....	15
1.6.4. EXPORTACIÓN TEMPORAL PARA PERFECCIONAMIENTO PASIVO ....	16
1.7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN .....	17
1.8. SISTEMA ARMONIZADO DE DESIGNACIÓN Y CODIFICACIÓN DE MERCANCÍAS.....	17
1.9. EMBALAJES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL .....	17
1.9.2. ENVASE.....	18
1.9.3. EMBALAJE.....	18

1.10. LOGÍSTICA INTERNACIONAL Y EL SISTEMA DE TRANSPORTE .....	18
1.10.1. LOGÍSTICA INTERNACIONAL.....	18
1.10.2. TRANSPORTE INTERNACIONAL.....	18
1.11. ANÁLISIS DE LOS PLANES DE EXPORTACIÓN .....	19
1.12. TEORÍAS.....	22
1.13. DESARROLLO DEL PLAN DE EXPORTACIÓN A TRAVÉS DEL MODELO DE JOHN DANIELS .....	23
1.14. INCOTERMS.....	24
CAPITULO II.....	26
MARCO METODOLÓGICO.....	26
2.1. PARADIGMA DE LA INVESTIGACIÓN .....	26
2.1.1. ENFOQUE MIXTO.....	26
2.2. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN .....	27
2.2.1. DISEÑO .....	27
2.2.2. TIPO .....	27
2.2.2.1. INVESTIGACIÓN DE CAMPO .....	27
2.2.2.2. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA.....	28
2.2.2.3. INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA.....	28
2.2.2.4 NIVEL PROYECTIVO.....	29
2.3 METODOLOGÍA.....	29
2.3.1 MÉTODO HISTÓRICO LÓGICO .....	29
2.3.2 MÉTODO DEDUCTIVO.....	30
2.3.3. MÉTODO INDUCTIVO .....	30
2.3.4. MÉTODO ANALÍTICO SINTÉTICO.....	30
2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	31
2.5. CONFIABILIDAD Y VALIDEZ.....	32
2.6. TECNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN .....	33
CAPÍTULO III.....	34
ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	34
3.1. ANALISIS DE LA ENTREVISTA.....	34
3.2. PLAN DE EXPORTACIÓN ATRAVÉS DEL MODELO JOHN DANIELS .....	35
3.2.1. HISTORIA.....	35
3.2.2. MISIÓN DE LA EMPRESA FLORIECOLOGIC. S.A.....	35
3.2.3. VISIÓN DE LA EMPRESA FLORIECOLOGIC. S.A .....	35
3.2.4. VALORES.....	36
3.2.5. LOGOTIPO.....	36

3.2.6. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	36
3.2.7. UBICACIÓN GEOGRÁFICA.....	37
3.2.8. MACRO LOCALIZACIÓN Y MICRO LOCALIZACIÓN.....	38
3.2.9. MICRO LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA “FLORIECOLOGIC S.A.” .....	38
3.2.10. ASPECTO LEGAL DE LA EMPRESA .....	39
3.3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	39
3.3.1. MERCADO OBJETIVO.....	39
3.3.2. ESTUDIO DE MERCADO .....	41
3.3.3. FICHA TÉCNICA DEL PAÍS DE DESTINO .....	44
3.3.4. ACUERDO COMERCIAL ENTRE ECUADOR Y ESTADOS UNIDOS .....	45
3.3.5. MERCADO META .....	46
3.3.6. POSIBLES CLIENTES .....	47
L&B FLOWERS S.A. ....	48
3.4 PRODUCTO.....	48
3.4.1 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO.....	48
3.4.2. PROCESO PRODUCTIVO.....	49
3.4.3. EMPAQUE.....	50
3.4.4. ETIQUETA.....	52
3.5. MATRIZ BCG .....	53
3.7. PRECIO.....	55
3.7.1. DETERMINACIÓN DEL COSTO .....	55
3.8. ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	57
3.9. CUBICAJE.....	58
3.10. TERMINO DE NEGOCIACIÓN.....	60
3.11. FLUJOGRAMA PROCESO DE EXPORTACIÓN .....	61
3.12. COMUNICACIÓN COMERCIAL .....	66
3.12.1. PUBLICIDAD.....	66
3.12.2. PROMOCIÓN DE VENTAS.....	66
3.13.3. FUERZA DE VENTAS .....	66
CONCLUSIONES.....	67
RECOMENDACIONES .....	68



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operalización de las variables .....	4
Tabla 2 Ejemplos de países y demanda de rosas .....	11
Tabla 3 Pasos para calificarse como exportador .....	12
Tabla 4 Incoterm.....	24
Tabla 5 Matriz de selección de mercado .....	40
Tabla 6 Países importadores de rosas .....	42
Tabla 7 Ficha País.....	44
Tabla 8 Cliente .....	47
Tabla 9 Ficha Técnica .....	48
Tabla 10 Proceso productivo de la rosa en FloriecológicS.A.....	49
Tabla 11 Envase.....	51
Tabla 12: Participación del mercado .....	54
Tabla 13 Crecimiento del mercado .....	54
Tabla 14 Precio del producto.....	55
Tabla 15 Precio de exportación .....	57
Tabla 16 Cálculo de fulles de exportación .....	59
Tabla 17 Cálculo de peso volumétrico.....	59
Tabla 18 Paletización de la carga.....	60
Tabla 19 FCA Obligaciones.....	61

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Logotipo de la empresa Floriecológic. S.A. ....	36
Figura 2 Organigrama estructural.....	37
Figura 3 Macro localización.....	38
Figura 4 Micro localización de la empresa Floriecológic. S.A.....	39
Figura 5 Países importadores de rosas.....	42
Figura 6 Proveedores de rosas a Estados Unidos.....	43
Figura 7 Lista de mercados importadores de rosas de Ecuador.....	43
Figura 8 Mapa de Miami. Estados Unidos.....	46
Figura 9 Empaque.....	51
Figura 10 Envase.....	52
Figura 11 Etiqueta.....	52
Figura 12 Matriz BCG.....	54
Figura 14 Punto de Equilibrio.....	58
Figura 15 Flujoograma Proceso de Exportación de rosas.....	65

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Entrevista .....	74
Anexo 2 Carta de Validación .....	75
Anexo 3 Asistencia a la Feria De Flores Agriflor .....	76
Anexo 4 Busca de Posibles Clientes en la Feria De Flores Agriflor 2018 .....	77
Anexo 5 Busca de Agencias de Carga en la Feria De Flores Agriflor 2018.....	78
Anexo 6 DAE .....	79
Anexo 7 Packing List .....	80
Anexo 8 Commercial Invoice .....	81
Anexo 9 Invoice .....	82
Anexo 10 Termoking .....	83
Anexo 11 Carguera .....	84

## RESUMEN

El Ecuador cuenta con una amplia gama de productos para la exportación es muy fundamental aprovechar las ventaja competitiva que posee las rosas consideradas las mejores en el mundo.

El presente trabajo de titulación tiene por objetivo realizar un plan de exportación de rosas de la empresa Floriecológic S.A a Estados Unidos. Para lograr este objetivo es aumenta la competitividad en el mercado, posesionando en nuevos mercados y en el estadounidense generando mayores ingresos económicos a la empresa.

Se inicia la investigación recolectando antecedentes del sector florícola ecuatoriano y su exportación. Por consiguiente se da a conocer la metodología a utilizarse que es de un enfoque mixto para recolectar mayor información, está sustentado por citas bibliográficas, base teóricas se realiza un entrevista a tres florícolas de la zona norte del Ecuador y con ello se realiza la triangulación de la información que nos ayuda a dar mayor veracidad a los datos presentados. Además mediante la Matriz John Daniels se determinó el mercado destino y su cliente L&B Flowers.

Este estudio del plan de exportación está planteado tiene como finalidad ayudara a mejorar desde la producción y la comercialización de las rosas, y mejorar cada una de estas áreas. Luego de realizar un examen interno y externo, para acrecentar sus fortalezas

## **ABSTRAC**

Ecuador has a wide range of products for export, it is very essential to take advantage of the competitive advantage of roses considered the best in the world.

The purpose of this titling work is to carry out an export plan for roses from Floriecológic S.A to the United States. To achieve this goal is to increase competitiveness in the market, possessing in new markets and in the US generating greater economic income to the company.

The investigation begins by collecting background information on the Ecuadorian flower sector and its exportation. Therefore, the methodology to be used is known, which is of a mixed approach to gather more information, is supported by bibliographic citations, theoretical basis, an interview is conducted with three floriculturalists in the northern part of Ecuador and with it the triangulation of the information that helps us to give greater accuracy to the data presented. In addition, the Target Market and its client L&B Flowers were determined through the John Daniels Matrix.

This study of the export plan is proposed to help improve from the production and marketing of roses, and improve each of these areas. After conducting an internal and external examination, to increase their strengths

# INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de titulación consiste en una “PLAN DE EXPORTACIÓN DE LA FLORÍCOLA FLORIECOLOGIC S.A. HACIA ESTADOS UNIDOS” para la elaboración de la investigación primero se dan a conocer datos importantes del sector florícola en el Ecuador y a nivel mundial. Por consiguiente se describe el producto, se habla sobre las distintas teorías, modelo de exportación a utilizarse, sin olvidar los trámites y procedimientos para calificarse como exportador.

Para continuar se detalla la metodología que se emplea para la realización del plan de exportación se inicia con un enfoque mixto puesto que para la investigación se tendrá que buscar información cualitativa y datos cuantitativos de las diferentes estadísticas, obtención de costos entre otros datos que ayudaron a la generación del presente plan.

Para finalizar se expone los resultados obtenidos en las entrevistas realizadas a los gerentes de tres empresas florícolas las cuales fueron parte esencial para la realización del plan de exportación. Por consiguiente se describe la empresa Floriecológic S.A, se realiza la matriz Jhon Daniels para seleccionar el país destino que es Estados Unidos a la empresa L&B Flowers y además se detalla las características de la rosa a exportar y los pasos que la empresa seguirá hasta obtener la exportación definitiva del producto.

## ANTECEDENTES Y SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Hoy en día las flores ecuatorianas son consideradas como una de las mejores del mundo, reconocidas por su calidad y belleza. Cuentan con características únicas que las hace muy apetecidas: tallos gruesos y largos, botones grandes y colores vivos; además tienen una vida prolongada en los floreros después del corte.

Este reconocimiento se logra después de más de 30 años de desarrollo de su producción y en especial de sus exportaciones. Gracias a esto, actualmente las

exportaciones de flores son clave en la economía del país y compiten codo a codo en los principales mercados mundiales. (Expoflores, 2018)

El sector inició su desarrollo en el país desde mediados de los años setenta, mientras que las exportaciones empezaron mayormente en los años ochenta y noventa. Hoy el sector cuenta con más de 200 empresas que emplean a 30 mil personas, especialmente en las provincias de Pichincha y Cotopaxi y cuenta con una participación en el PIB del 0.71%.

En un inicio se producían claveles y crisantemos, luego vendría la producción de rosas que eventualmente se convirtieron en la principal flor de exportación del país y han jugado un papel clave en consolidar a Ecuador como uno de los principales productores y exportadores de flores en el mundo. Actualmente el país cuenta con el 9% de la cuota de mercado mundial, detrás de Colombia (15%) y Países Bajos (52%).

Las exportaciones de flores de Ecuador han crecido en general de manera sostenida desde los años 90, con algunos descensos recientes en 2008 y 2014-2016. Las exportaciones de los 10 últimos años muestran el crecimiento: el país pasó de exportar 27.895 t en el primer trimestre de 2007 a 46.352 t en el primer trimestre de 2017. (Expoflores, 2018)

La presente investigación tiene como finalidad definir el proceso de exportación de rosas hacia los Estados Unidos, se pretende exponer la logística de exportación y dar a conocer más sobre la exportación florícola ecuatoriana. Se analizó datos en un periodo de 3 años, tanto en el mercado origen como en el mercado destino, datos de producción local, países destino, estacionalidad de exportaciones

El problema a investigar hace referencia a los motivos por los cuales la exportación de rosas ecuatorianas ha decaído notablemente en los últimos años

Los principales factores que influyen en el consumo y venta de rosas son: Precio por variedad, costo de transporte, costo logístico, promoción e innovación del producto, temporada: fechas en el año donde la demanda de rosas es mayor, como en San Valentín y día de las Madres. Este es el factor más influyente en la compra de rosa.

La notable baja en la exportación florícola ecuatoriana está ligada especialmente a los altos costos aplicados por el Gobierno Ecuatoriano tomando en cuenta que los costos de la exportación no solo afectan a las fincas productoras, sino también a las empresas de carga y a las proveedoras de insumos para el suelo.

Clientes extranjeros han optado por preferir nuevas y mejores propuestas para la exportación de rosas de países productores de flor como: Colombia, Haití, Sudáfrica, etc.

La rosa ecuatoriana se ha mantenido gracias a su calidad reconocida a nivel mundial. Ecuador es considerado el país con condiciones óptimas para la producción de las mejores y más novedosas variedades para la exportación internacional.

El declive del mercado florícola ha causado pérdida a los productores florícolas, y por ende ha afectado a los trabajadores y sus familias. Una investigación clara sobre costos de exportación serán clave para determinar los niveles de competitividad y ganancia, explicar el porqué de la permanencia en el mercado; y mostrar la activación economía y social del país y las familias ecuatorianas durante estos años.

## **PROBLEMA CIENTIFICO**

¿Cómo contribuir a la exportación de rosas hacia Estados Unidos de la empresa Floriecológic S.A. Cayambe - Ecuador?

## **OBJETIVO GENERAL**

- Desarrollar un plan de exportación para la empresa FLORECOLOGC S.A. a Estados Unidos.



## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar los antecedentes y tendencias de la exportación de rosas
- Desarrollar una metodología que le permita a la empresa la exportación de rosas.
- Diseñar un plan de exportación para mercado de los Estados Unidos.

## HIPOTESIS

El diseño de un plan de exportación contribuye a la comercialización internacional de rosas de la empresa Floriecológic S.A Cayambe-Ecuador hacia el mercado estadounidense.

## DECLARACIÓN DE VARIABLES

### VARIABLE INDEPENDIENTE:

Plan de exportación

### VARIABLE DEPENDIENTE:

Comercialización internacional de rosas de la empresa Floriecológic S.A en el mercado de los Estados Unidos.

**Tabla 1** Operalización de las variables

<b>Variables</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medios De Verificación</b>
<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b>	Diagnóstico de la Empresa	Empresa Producto Precio Plaza Promoción	Investigación y Entrevista
Plan de exportación y comercialización	Procedimientos de exportación	Pasos para exportar	Existencia de un documento del proceso de exportación

	Formalidades aduaneras para la exportación	Barreras arancelarias Barrera no arancelarias	Investigación
<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>  Comercialización internacional de rosas	Análisis de mercado internacional	-Tendencia de consumo -Identificación de mercado -Preferencias del producto	Matriz de selección de mercados
	Estrategias de comercialización internacional	-Modalidades de exportación -Implantación de canales de distribución -Marketing mix	Modelo de negocios de John Daniels

**Fuente:** Propia

## MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Para la presente investigación se utiliza un enfoque mixto que nos permite la recolección de datos tanto cualitativos como cuantitativos. Con varios tipos de investigación como la descriptiva de campo y exploratoria ya que se utiliza la investigación bibliográfica como también el análisis de campo al acudir a otra empresa a realizar las entrevistas con preguntas abiertas de tipo estructurada. Además para validar que estas entrevistas estén realizadas de una forma correcta se acude a la carta de validación realizada a tres expertos de la carrera de comercio exterior de la Universidad de Otavalo.

## ESTRUCTURA CAPITULAR

En el presente trabajo de titulación está dividido en tres capítulos el primero hace referencia a los antecedentes del sector florícola a nivel nacional, pasos para ser exportador, terminología, ICOTERMS y como realizar una exportación. El segundo capítulo contempla el desarrollo metodológico de la investigación fundamentándose en la metodología y técnicas que se emplearon en la investigación. Para finalizar se presenta los resultados de las entrevistas y se procede con la realización del plan de exportación de rosas a Estados Unidos.

## **JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

Ecuador es un país beneficiado por su ubicación geográfica, al poseer las condiciones necesarias e ideales le ha permitido contar con una excelente materia prima. La excelente calidad de los productos los ha hecho merecedores de una importante y gran aceptación en los mercados internacionales.

Ecuador se posiciona como primer productor de florícola, considerando a sus rosas las mejores del mundo. La adecuada luminosidad que reciben y su suelo fértil son factores vitales para el crecimiento y desarrollo de las mismas.

Las rosas ecuatorianas son comercializadas a todo el mundo en especial al mercado estadounidense; en donde cuentan con una elevada aceptación. Gracias a la producción florícola Ecuador recibe una gran suma de dinero la cual es destinada para la ejecución de obras públicas, este ha traído un sin número de beneficios para el país, principalmente generando una gran cantidad de plazas de trabajo.

Nuestro principal consumidor Estados Unidos, constantemente exige mejoras dirigidas a la protección ambiental por lo que los floricultores se han unido a un programa voluntario de calidad para que a través de este el cliente pueda reconocer a los agricultores responsables. Este certificado da fe que el agricultor es responsable y dota a su personal de los equipos especializados y los capacita en el uso.

Ecuador depende significativamente de la exportación de productos primarios por esto, es necesario que cuenten con una excelente calidad esto nos facilitara su exportación a mercados internacionales.

La rosa en este caso fortalecida por su excelente calidad ha hecho que el país se vea beneficiado de sus ventas y distribución al mundo. Actualmente el país se encuentra cruzando un proceso de renovación de la matriz productiva lo que nos motiva a continuar mejorando los lazos comerciales con nuestros socios internacionales.

La exportación de rosas ecuatorianas a otros países genera grandes ingresos para la economía en Cayambe y el Ecuador en general. Constituyéndose como una fuente de empleo e ingresos para el país. Para la realización de los trámites correspondientes al comercio internacional es importante que tanto dueños como socios estén de acuerdo con la elaboración de un plan de exportación para así acceder hacia el mercado de estados unidos, además de abrir nuevos mercados dando a conocer su producto.

Con ello se mejorara las ventas y así los ingresos económicos, al mismo tiempo que se proporciona al consumidor un producto de buena calidad. La empresa deberá adquirir un préstamo para poder satisfacer las necesidades de la misma.

El presente proyecto tiene como finalidad la capacitación del personal administrativo de la empresa. Ampliación de invernaderos utilización de hectáreas sin utilizar para con ello aumentar la producción y rentabilidad de la misma. Así mismo logrando ganar más mercado internacional dando a conocer a la empresa Floriecollogic S.A., como a Cayambe capital de la rosa.

Con la ayuda de una inversión financiera se pueden solucionar la mayoría de los problemas por los que está atravesando la empresa, lo importante la ampliación y reactivar la economía de la finca para mejorar la vida de los empleados he indirectamente mejor la calidad de vida de Cayambe.

Los beneficiarios en este proceso son directamente la empresa Floriecollogic .S.A. y los autores del presente proyecto. He indirectamente los trabajadores y la ciudad de Cayambe al darse a conocer como exportador de rosas. Ayudando así a mejorar la

matriz productiva del país al existir mayor exportación y mayores ingresos para el mismo.

# **CAPÍTULO I**

## **MARCO TEÓRICO**

En el presente capítulo se realizará una recopilación de los antecedentes y la evolución que ha sufrido el sector florícola a nivel mundial y nacional, posteriormente se analizarán las bases teóricas del comercio

### **1.1. ANÁLISIS DEL SECTOR FLORÍCOLA EN EL ECUADOR**

El sector florícola se instaura en el Ecuador desde la década de los ochentas, cambiando áreas dedicadas a la agricultura, ganadería de la sierra ecuatoriana por el sector florícola que genera empleo en la mayoría de sus habitantes.

Con el pasar de los años el ingreso de nueva tecnología al país, los nuevos conocimientos implementados en el sector florícola hacen que este responda de mejor manera y se logre exportar rosas a más de 108 países a nivel mundial. Asimismo se diversifica la demanda y oferta de exportación de producto antes mencionado.

El esfuerzo de los productores por perfeccionar procesos de producción, ha logrado que las rosas ecuatorianas sean caracterizadas como exclusivas y de alta calidad a nivel internacional, ganando competitividad en el exigente mercado externo. (Expoflores, 2017)

#### **1.1.1. EL SECTOR FLORÍCOLA EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA**

Ecuador posee una situación geográfica que le ha beneficiado en cuanto a la producción de materia prima por lo tanto al poseer las condiciones necesarias e ideales sus productos tienen una gran aceptación en el mercado internacional por su excelente calidad. Ecuador es un gran productor de rosas, las cuales son muy hermosas y son consideradas las mejores del mundo por sus gruesos tallos, botones grandes, colores vivos y también porque tiene una vida prolongada después del corte; lo que las hace más atractivas a los ojos de los demandantes en otros países.

La mayor parte de rosas en el Ecuador se producen en Cayambe debido a la suficiente luminosidad y suelo fértil; los cuales son factores muy importantes para el crecimiento y desarrollo de las mismas.

Las rosas ecuatorianas son vendidas a todo el mundo en especial a Estados Unidos, Rusia, Los Países Bajos, Canadá, Italia, Ucrania y España; en donde tienen bastante aceptación. El Ecuador gracias a las rosas recibe una gran cantidad de dinero que es destinado para la realización de obra pública, ha traído diversos beneficios para el país, ha provocado un incremento de la población de Cayambe y principalmente ha generado una gran cantidad de puestos de trabajo; es así que la Asociación de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador sostienen que hasta junio del 2013 hay un promedio de trabajadores por hectárea de 11,8 trabajadores y el 51% de empleados en el sector floricultor son mujeres, también tenemos que hay alrededor de 48 000 trabajadores directos y 55 000 trabajadores indirectos.

### **1.1.2 IMPORTANCIA DEL SECTOR EN LA ECONOMÍA**

El sector florícola en el Ecuador es parte vital de su economía, ya que en el “país más de 110.000 personas trabajan directamente o indirectamente en el cultivo de flores, la mayoría mujeres”. (Cluster Flor, 2018)

Un aspecto importante que se debe rescatar del sector de las rosas es de suma importancia para el Ecuador debido a que es uno de los principales productores a mundial de rosas. Con esta excepcional reputación, Ecuador ocupa el tercer puesto como exportador del mundo en cultivos de flor cortada, de los cuales 73 por ciento son rosas.

No obstante, para mantener este liderazgo, el sector florícola cada año debe cumplir los estándares más altos del mercado, y los hábitos de consumo marcados por las fechas especiales de San Valentín y Día de la Madre. (BAYER, 2018)

Las exportaciones de flores de Ecuador han crecido en general de manera sostenida desde los años 90, con algunos descensos recientes en 2008 y 2014-

2016. Las exportaciones de los 10 últimos años muestran el crecimiento: el país pasó de exportar 27.895 t en el primer trimestre de 2007 a 46.352 t en el primer trimestre de 2017.

El sector está enfocado casi en su totalidad a las exportaciones. Mientras las ventas domésticas de flores fueron solo USD\$43 millones en 2016, se exportaron USD\$802 millones en el mismo año; es decir, las ventas internas fueron solo el 5.3% del total.

En las exportaciones de flores predominan las rosas con el 77% de las exportaciones totales, seguidas por flores de verano (10.2%), gypsophila (7%), clavel (1.6%), lirios (0.7%) y otras (3.5%). (CFN, 2017)

## 1.2. PRODUCCIÓN DE ROSAS EN ECUADOR

Las rosas ecuatorianas se cultivan por lo general en los andes en alturas mayores a los 200 metros, con temperaturas que bordean los 14 grados centígrados. La producción de la misma se da todo el año.

Alrededor de 629 fincas florícolas cuentan con certificaciones, de las cuales 471 se dedican a la siembra de rosa. Estas fincas florícolas se encuentran ubicadas principalmente en el norte del país en las cercanías de Quito y Cayambe. (Clerque Pérez , 2019)

Cada cliente de los diferentes lugares a nivel mundial y nacional; difieren al momento de solicitar una variedad de rosas es por ello que a continuación detallo varios ejemplos.

**Tabla 2** Ejemplos de países y demanda de rosas

PAÍS	DEMANDA
Estados Unidos	Rosas rojas, amarillas o rosadas
Rusia	Rosas con colores llamativos y con tallos largos (100 cm)
China	Rosas multicolor de tallos cortos

**Fuente:** Clúster Flor

**Elaborado por:** Autor



### 1.3. REGULACIONES DEL SECTOR FLORÍCOLA

Ecuador la floricultura como un sector de producción tiene sus inicios en la década de los 70. La Asociación de Productores y/o Exportadores de Flores del Ecuador hoy conocida como Expoflores, es inscrito en el Registro General de Asociaciones del Ministerio de Agricultura y Ganadería en el año 1984. El sector florícola empieza a desarrollarse en Ecuador a partir de la década de los 90; esto derivado de un mayor apoyo estatal tanto financiera como comercialmente, las políticas de apertura comercial y la firma de la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas en los Estados Unidos (ATPDEA) permitieron que a partir de 1994 los cultivos de producción de flores para exportación tuvieran un mayor dinamismo. Es este sentido se da el aumento de las hectáreas destinadas a la producción; (Pullas, 2014)

### 1.4 EXPORTACIÓN DE ROSAS

Para el Servicio Nacional de aduanas del Ecuador exportar es: “el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente” (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, 2017). La exportación se entiende como el intercambio en este caso de bienes que son las rosas con otro país. Además la misma página nos remite a los pasos para calificarse como exportador que continuación detallo en la siguiente tabla.

**Tabla 3** Pasos para calificarse como exportador

Paso	Proceso
Primero	Obtener el Ruc
Segundo	Sacar la firma electrónica en el Banco central del Ecuador o Security Data
Tercero	Registrarse en el portal de ECUAPASS

**Fuente:** SENA

La exportación brinda muchos aporte positivos a las personas, una empresa y por ende al país, a través de la venta de los bienes y servicios producidos en un país y que son comercializados hacia países externos a cambio de un beneficio comercia o económico, por lo cual es necesario realizar un análisis de los tipos de exportación existentes pasos a seguir como los requisitos que se requiere para llevar a cabo la exportación del producto.

Por consiguiente doy a conocer la definición de rosa: “es una flor perteneciente a la familia de las Rosáceas que tiene gran popularidad en todo el mundo.” (Hana Flowers, 2019) . Es por ello que esta flor que se da en el Ecuador específicamente en la sierra es tan cotizada a nivel mundial por calidad, sus características únicas como son: tallos gruesos y de gran extensión, follaje limpio de color verde claro, botones grandes y colores vivos. Además de tener una prolongada vida después de su corte. La mayoría de rosas viven siete días a veinte días en el florero.

## **1.5. TRÁMITES Y PROCEDIMIENTOS PARA EXPORTAR**

### **Procedimientos para la exportación**

Una vez determinado el producto a exportar es muy importante conocer los procedimientos que se requieren para la exportación del mismo, al régimen al cual estará sometido, además es necesario conocer las normas y regulaciones del país de destino.

### **Trámites para una exportación definitiva**

La exportación definitiva es aquella que permite la salida de mercancías en libre circulación del territorio aduanero con la finalidad de ser consumidos definitivamente en el exterior.

## **1.6. TIPOS DE EXPORTACIÓN**

Según el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) nos muestra que existen tres tipos de regímenes de exportación de los cuales las rosas al ser un producto perecedero se opta por seguir el régimen de exportación definitiva que a continuación señalo. (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2019)

### **1.6.1. LA EXPORTACIÓN COMO RÉGIMEN**

Los regímenes aduaneros de exportación están determinados en los Art. 154, 155 y 156 del capítulo VII, sección II del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

### **1.6.2. EXPORTACIONES DEFINITIVAS**

El Art. 154 Exportación definitiva. Según el COPCI (2016) afirma que:

Este régimen aduanero permite la salida definitiva de mercancías que están en libre circulación, fuera del territorio aduanero comunitario o a una Zona Especial de Desarrollo Económico establecida dentro del territorio aduanero ecuatoriano, sujetas a las disposiciones establecidas en el presente Código y otras normas vigentes. (pág. 49)

El reglamento COPCI (2016) expresa que:

Este régimen está relacionado con el Art. 158 del Reglamento en el cual manifiesta que la salida de mercancías se establecerá dentro de los 30 días posteriores a la aceptación de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE), para lo cual deberá realizar el registro electrónico tanto del ingreso a la zona primaria como la salida de las mercancías hacia el exterior, y en caso de no cumplir con el plazo establecido las autoridades aduaneras podrán prorrogarlo por una sola vez con la debida justificación. (pág. 51)

El principal destino de las mercancías nacionales que salen del territorio aduanero, no regresarán porque su consumo final será en el exterior. La salida de mercancías se ejecuta mediante un registro de entrada y salida de la zona primaria en un periodo hasta 30 días después de la aceptación de la DAE.

Este régimen permite extender sus mercancías a un país internacional además de beneficiar económicamente al exportador ya que le brinda mejores oportunidades.

### **1.6.3. EXPORTACIÓN TEMPORAL PARA REIMPORTACIÓN EN EL MISMO ESTADO**

El Art. 155 del COPCI (2016) determina:

Éste régimen aduanero permite la salida temporal del territorio aduanero de mercancías que estén en libre circulación, con un propósito en un periodo establecido, durante el cual deberán ser reimportadas sin ninguna modificación, con excepción del deterioro normal por el uso correspondiente. (pág. 49)

El reglamento COPCI (2016) expresa que:

Éste régimen aduanero está relacionado con el Art. 159 del Reglamento, en el cual expresa que aquellas mercancías que salieron del territorio aduanero deben ser susceptibles de identificación, de manera que la Autoridad Aduanera pueda comprobar que la mercancía que salió al exterior es la misma que será reimportada al país, pueden ser ejecutados en cualquier distrito aduanero exceptuándose del cumplimiento de defensa comercial, de la presentación de los documentos de acompañamiento y los documentos de soporte, salvo el de transporte. (pág. 51)

El régimen aduanero beneficia a un exportador ya que pueden exportar sus mercancías nacionales o nacionalizadas hacia un país externo por un tiempo definido, con el finalidad de que pueden ser utilizados allá en proyectos definidos, y al momento de culminar su periodo pueda ser reimportados nuevamente en las mismas condiciones en las que salieron del país. Estas mercancías deben ser fáciles de identificación para cuando sea reimportada del exterior, no exista contratiempos con la autoridad aduanera.

#### **1.6.4. EXPORTACIÓN TEMPORAL PARA PERFECCIONAMIENTO PASIVO**

En el Art. 156 del COPCI (2016) manifiesta:

Que las mercancías que están en libre circulación en la región aduanera pueden ser exportadas temporalmente fuera del territorio aduanero o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, ubicada dentro de esta zona para su transformación, elaboración o reparación y después volverlas a importar como productos compensadores con la exención de los tributos procedentes. (pág. 49)

El reglamento COPCI (2016) pronuncia que:

Este régimen está relacionado con el Art. 164 del Reglamento donde detalla que podrá autorizarse para el cumplimiento de los siguientes fines en el exterior:

- a) La reparación de mercancías, incluidas su restauración o acondicionamiento
- b) La transformación de las mercancías
- c) La elaboración de las mercancías, incluidos su montaje, incorporación, ensamble o adaptación a otras mercancías. (pág. 51)

En este régimen aduanero se beneficia a los exportadores ya que cuando necesiten que sus mercancías cumplan con un proceso productivo de transformación, reparación o elaboración en el exterior, se les permita sacarlas del territorio aduanero del país, y en cierto tiempo determinado ser reimportadas nuevamente como un producto compensador con la exención de los tributos.

Con análisis realizado anteriormente nos permite determinar el régimen de exportación que se aplicará en la exportación de rosas, es decir el régimen 40 debido a que el producto será enviado para su consumo definitivo en el exterior

## **1.7. CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

La Universidad (ICESI) afirma que canales de distribución “Es una estructura de negocios y de organizaciones interdependientes que va desde el punto del origen del producto hasta el consumidor”. (pág. 2)

Los canales de distribución es un conjunto de personas o empresas que en la mayoría de los casos son ajenos al fabricante e intervienen para transferir cierto producto desde el productor hasta llegar al consumidor final, muy pocas veces se realizan negociaciones directamente entre ambas partes, por lo que aparecen estos intermediarios que efectivamente realizan esta labor de una manera más eficiente, pero de la misma manera requiere de un costo más elevado para la exportación.

## **1.8. SISTEMA ARMONIZADO DE DESIGNACIÓN Y CODIFICACIÓN DE MERCANCÍAS**

La OMC expresa que el sistema armonizado es:

Nomenclatura internacional establecida por la Organización Mundial de Aduanas, basada en una clasificación de las mercancías conforme a un sistema de códigos de 6 dígitos aceptado por todos los países participantes. Éstos pueden establecer sus propias sub clasificaciones de más de 6 dígitos con fines arancelarios o de otra clase. (OMC, 2017)

Cada producto existente tiene su clasificación arancelaria a través de un código aplicable a nivel mundial, el cual sirve reconocer al producto fácil y así poder investigar los impuestos, preferencias arancelarias, tarifas, y restricciones.

## **1.9. EMBALAJES EN EL COMERCIO INTERNACIONAL**

Dentro de las estrategias internacional los envases y embalaje les son de alta importancia puesto que en necesario envolver al producto, empacarlo

correctamente y atraer al cliente desde de la presentación del producto

### **1.9.2. ENVASE**

Estrada Heredia & Estrada Cevallos (2013) define al envase “Es un material o un recipiente que permite proteger, mantener sus características y presentar el producto al consumidor final”. (pág. 135)

### **1.9.3. EMBALAJE**

Estrada & Estrada (2013) define al embalaje como el “material que permite contener o envolver temporalmente los productos que han sido envasados, los protege y a la vez permite su manipulación, transporte y almacenamiento o presentación”. (pág. 136)

.

## **1.10. LOGÍSTICA INTERNACIONAL Y EL SISTEMA DE TRANSPORTE**

### **1.10.1. LOGÍSTICA INTERNACIONAL**

Estrada Heredia (2016) expresa que:

La Logística Internacional, se refiere a todo movimiento y almacenamiento que facilita el flujo de los productos e información desde que se fabrica hasta que el comprador recibe o adquiere los productos en el exterior. Entonces, inicialmente vamos a decir que la logística es la producción, envase, almacenaje, embalaje, distribución y transporte de mercaderías y servicios que van desde el productor hasta el consumidor final. (pág. 337)

La logística internacional permite establecer los procesos que se necesita llevar a cabo la negociación internacional, desde que se produce hasta que llegue a las manos del cliente final en el exterior.

### **1.10.2. TRANSPORTE INTERNACIONAL**

Estrada (2016) expresa que:

Es un elemento muy visible en la logística del comercio exterior. Los clientes están acostumbrados a ver buques, contenedores, aviones,

camiones y trenes, transportando productos, estacionados en las terminales aéreas, de contenedores o en las plantas industriales o de negocios. Pero, pocas son las personas que comprenden el poder económico que tiene un transporte confiable, accesible y seguro. (pág. 348)

Es un conjunto de transacciones al que son sometidas las mercancías, desde el momento que parte de la terminal del país de origen hasta llegar a la terminal del país de destino convenido entre el importador y el exportador.

Es sumamente importante determinar cuál es el medio de transporte se va a emplear en toda negociación comercial dependiendo del producto que se esté negociando, ya que una mala elección del medio de transporte puede ocasionar problemas futuros como, daños al producto, no llegue a tiempo y costo muy altos

Estos medios de transporte que pueden ser:

- Marítimo
- Aéreo
- Por carretera
- Ferroviario
- Fluvial
- Multimodal

## **1.11. ANÁLISIS DE LOS PLANES DE EXPORTACIÓN**

El Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas define a un plan de exportación como “un requisito que permite realizar la exportación correctamente, ya que asiste en la planeación de la viabilidad del negocio, en la determinación de mercados, competencia, precios del mercado internacional, productos en demanda, logística, y otras actividades necesarias durante la exportación”. (INCEA, 2015)

La plataforma online Connect Americas, dedicada a promover el comercio exterior y la inversión internacional define a un plan de exportación como:



Una herramienta útil que le permite al empresario conocer cómo está parado frente a los mercados externos, sirve como instrumento para analizar con qué riesgos puede llegar a encontrarse y permite conocer mejor los mercados de destino, no es más que una forma organizada de exponer: lo qué queremos exportar, a dónde queremos exportar, cómo lo vamos hacer y con qué recursos contamos para hacerlo. (Connect Americas, 2015)

Un plan de exportación no presenta una estructura determinada ya que puede variar según el producto, servicio y características de cada empresa.

A continuación, se presenta la estructura del plan de exportación establecida por Connect Americas que cita los elementos básicos:

- Descripción del negocio
- Análisis de mercado
- Recursos humanos
- Operativa
- Riesgos
- Proyecciones financieras
- Sumario

Una investigación realizada propone un modelo de plan de exportación que consta de los siguientes puntos: (Castaño, E., & Juan, B., 2010)

- Diagnostico empresarial
- Inteligencia de mercados
- Plan estratégico.

John Daniels (2010) plantea la siguiente estructura en su plan de exportación:

- Resumen ejecutivo
- Descripción de la empresa
- Descripción del producto o servicio

- Análisis del mercado extranjero
- Estrategias de ingreso al mercado
- Derecho internacional
- Análisis financiero
- Administración de riesgos
- Asistencia externa
- Programa de puesta en marcha.

Mientras que en una investigación realizada por Juan Carlos García cita los siguientes aspectos que debe tener un plan de exportación:

- Objetivo del plan de exportación
- Gestión administrativa
- Formalidades administrativas
- Marketing mix de exportación
- Factores de negociación
- Incoterms
- Contrato internacional de compra-venta de mercancías
- Registro de exportación
- Procesos de exportación
- Comercialización del producto
- Análisis financieros
- Estudios financieros. (García, 2015)

Evidentemente un plan de exportación es un documento que muestra de forma detallada la planificación de cada una de las actividades que una persona o empresa debe realizar para que pueda integrarse con su producto en un mercado

internacional, a través de su aplicación se puede comprobar si el proyecto de exportación es viable y si es conveniente realizar la inversión.

Los puntos anteriormente mencionados referentes a la estructura de cualquier plan de exportación son informaciones que toda empresa posee y muchas veces tan solo hace falta organizarlas mejor, lo cual a través de la elaboración de un plan de exportación les ayudaría comercialmente, también para que la empresa se autoevalúe a sí misma y pueda mejorar en algunas falencias que puede presentar.

En base a todos los análisis de los planes de exportaciones, en este proyecto de investigación se tomará de referencia el modelo planteado por John Daniels, que constará de los siguientes puntos:

- Descripción de la empresa
- Descripción del producto
- Análisis del mercado extranjero
- Estrategias de ingreso al mercado
- Análisis financiero

## **1.12. TEORÍAS**

Esta teoría fue anunciada por Adam Smith (1723-1790); postuló que, bajo libre cambio, cada nación debe especializarse en producir esas mercancías que podrían ser lo más eficientemente posible. Algunos de éstos serían exportados a la paga para las importaciones de las mercancías que se podrían producir más eficientemente a otra parte.

Trata de que cada país se especializa en producir mercancías para las que tenga ventaja absoluta, medida ésta por el menor coste medio de la producción en términos de trabajo con respecto a los demás países. De este modo, al seguir este principio todos los países saldrían ganando con el comercio y se lograría la misma eficiencia a nivel internacional.

Su idea principal fue la de que para que exista comercio entre dos países, uno de ellos debe tener una ventaja absoluta en la producción de alguno de los bienes que se comercian.

Que un país tenga ventaja absoluta en la producción de un bien, significa que ese país puede producir una unidad de ese bien con una menor cantidad de trabajo que la usada por el otro país para producir el mismo bien.

Los países exportan aquellos viene, cuya producción requieren menos trabajo que otros países, e importan aquellos bienes en cuya producción requieren más trabajo que otras naciones.

De ahí que, desde esta perspectiva, el libre comercio internacional es mutuamente beneficioso para los países participantes.

#### **1.12.1. TEORÍA DEL EQUILIBRIO Y EL COMERCIO INTERNACIONAL.**

El estudio del mercado y de los precios de las mercancías en declive, concentrando su mayor interés en la obtención de la ganancia sin importar mucho como se obtenga.

#### **1.12.2. TEORÍA DE LA LOCALIZACIÓN**

Arranca del hecho básico de que los recursos naturales son limitados y están distribuidos en forma desigual en el globo terrestre.

#### **1.12.3. TEORÍA DE LA VENTAJA COMPARATIVA.**

David Ricardo, reconoce que las fuerzas del mercado asignarán los recursos de una nación a aquellos sectores donde sea relativamente más productivo.

### **1.13. DESARROLLO DEL PLAN DE EXPORTACIÓN A TRAVÉS DEL MODELO DE JOHN DANIELS**

El objetivo principal de este modelo de negociación se basa ayudar a la empresa a obtener una ventaja competitiva que permita la exportación de sus productos, los

cuales realizan el proceso de exportación reduciendo tiempo, costos y gastos, debido a ello se vio la necesidad de emplear una guía de comercialización pues esta vía permite un crecimiento rápido en el mercado internacional.

Según el modelo de Daniels (2010) el plan de exportación facilitara la exportación de rosas a nivel internacional. En este capítulo se realizó la estructura organizacional, y se plantea la misión y visión de la empresa, logrando obtener de la investigación de la empresa cuenta con sus procesos estructurales y funcionales. Para así lograr un mejor manejo por lo cual cumplir sus metas y objetivos.

### 1.14. INCOTERMS

Los incoterms son términos de negociación en los cuales se estipula las condiciones de entrega de mercancía, además nos muestra la responsabilidad tanto de vendedor como del comprador.

**Tabla 4 Incoterm**

<b>Incoterm</b>	<b>Descripción</b>
<b>EXW = EX FÁBRICA</b>	Significa que la única responsabilidad del vendedor, es poner su mercancía a disposición del comprador en su propio local.
<b>FCA = FRANCO EN EL MEDIO DE TRANSPORTE</b>	El vendedor debe entregar la mercancía lista para su exportación al transportista en el lugar indicado en las condiciones de embarque
<b>FAS = FRANCO AL COSTADO DE LA NAVE</b>	El vendedor se hace responsable de colocar la mercancía al costado de la nave en el muelle o en las barcasas, en el lugar indicado en la cotización.
<b>FOB = FRANCO A BORDO</b>	Cuando el vendedor se responsabiliza de colocar la mercancía a bordo de una nave en el puerto indicado en el contrato de venta.
<b>CFR = COSTO Y FLETE</b>	El vendedor debe hacer el despacho de la mercancía para su exportación y pagar los Costos y el Flete necesario para transportarla al destino indicado.
<b>CIF = COSTO, SEGURO Y FLETE</b>	Es un término similar al CFR, pero en este caso, el vendedor también debe contratar un seguro marítimo para la mercancía del comprador.

<b>CPT = TRANSPORTE PAGADO HASTA</b>	Es un término equivalente al CFR, pero que se utiliza para el transporte que no sea marítimo.
<b>CIP = TRANSPORTE Y SEGURO PAGADO HASTA</b>	Es un término equivalente a CIF, pero se utiliza para el transporte que no sea marítimo.
<b>DDP = ENTREGADO CON LOS DERECHOS ADUANEROS PAGADOS</b>	Significa que el vendedor se hace cargo de todo, incluyendo los procedimientos necesarios para el despacho de la mercancía y el pago de los derechos aduaneros.
<b>DAT = ENTREGADO EN TERMINAL</b>	En el nuevo término DAT el momento de entrega se produce en una terminal de carga del país de destino, una vez la mercancía ha sido descargada.
<b>DAP = ENTREGADO EN UN PUNTO</b>	Se utiliza para entregar en el punto o lugar de destino

**Fuente:** Siatigroup

**Elaborado por:** Autor

## **CAPITULO II**

### **MARCO METODOLÓGICO**

Este capítulo se orienta a los métodos de investigación que se emplearan en el transcurso de la investigación, es por ello que se inicia definiendo el paradigma con un enfoque mixto, para continuar se incorpora el alcance, tipo, métodos y técnicas e instrumentos de investigación. Utilizando como técnica la entrevista e instrumento la guía de la entrevista y la misma se validará mediante una carta de validación. Para tener resultados fidedignos de la investigación se aplica la triangulación de la información.

#### **2.1. PARADIGMA DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **2.1.1. ENFOQUE MIXTO**

En el presente trabajo se busca emplear un enfoque mixto, que es necesario ya que demuestra orden y lógica lo que da modelo al uso de técnicas e instrumentos, con la finalidad de agrupar información obtenida de la empresa florícola Floriecológic S.A. según Hernández, Fernández, y Batista, (2014) mencionan, “Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías.” (p.4).

Además al unir este enfoque con el cuantitativo que se define como “Los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos” (Hernández, Fernández, y Batista, 2014, p. 7)

Fundamentando lo expuesto, la recolección de datos pretende analizar las dichas hipótesis en donde se tomaran a consideración las estadísticas establecidas, con la finalidad de desarrollar la investigación estableciendo parámetros cuantitativos y cualitativos como son el diseño de las técnicas e instrumentos, tomando en cuenta sus teorías se reflejara su validez , se tomara a consideración las estadísticas sobre capacidad de producción, la inversión, la materia prima y el personal empleado por cada socio para la interpretación de la información numérica recolectada, así como

también se presentara datos numéricos que permitan conocer la producción general de toda la red asociativa y el aporte de cada socio para sustento de la investigación, los resultados que se obtendrán las respuestas halladas ayudaran a notar la relación que existe entre variables para luego dar a conocer conclusiones.

## **2.2. ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.2.1. DISEÑO**

El diseño de investigación que se ha empleado es experimental al observar que se trabajara con las variables. En donde la variable independiente es un plan estratégico de desarrollo institucional y comercial y la variable dependiente es el fortalecimiento de la asociación de la empresa florícola Floriecológic S.A., se trabajará con las variables con la finalidad de conocer qué consecuencias generan estas variables. Según Baena, (2014), “La investigación experimental se presenta mediante la manipulación de una variable experimental no comprobada, en condiciones rigurosamente controladas, con el fin de describir de qué modo o por que causa se produce una situación o acontecimiento particular”. (p.14)

En concordancia, la experimentación consiste en manipular intencionalmente para conocer lo que genera y sus consecuencias, es decir es un estudio de una acción mediante pruebas para conocer lo que ocasiona en los campos que se lo estudia y que presenta como consecuencia, lo que ayudara a la toma de decisiones y saber de qué manera proceder ante la investigación a fin de brindar una solución o un resultado

### **2.2.2. TIPO**

#### **2.2.2.1. INVESTIGACIÓN DE CAMPO**

El tipo de investigación es de campo al tener como objetivo la recolección de información directamente de los productores de la empresa florícola Floriecológic S.A., de esta manera se obtendrá datos de las direcciones de administraciones y de los procesos productivos de la organización. Baena, (2014) mencionan, “Las técnicas específicas de la investigación de campo, tienen como finalidad recoger y registrar



ordenadamente los datos relativos al tema escogido como objeto de estudio. La observación y la interrogación son las principales técnicas que usaremos en la investigación”. (p.12).

En otras palabras, para realizar un experimento o investigación de campo es necesario estar presente en el lugar donde se ejecutará, de tal manera que sea posible la manipulación de las variables, al relacionar este concepto y lo que se realizara en la práctica se logra identificar que hay concordancia, al recolectar la información desde el lugar donde están pasando las cosas.

#### **2.2.2.2. INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA**

Al realizar una investigación descriptiva su función principal es identificar el fenómeno con el objetivo de describir los problemas que presenta el objeto de estudio, como lo afirma Coral (2013), “Consiste en describir, analizar e interpretar sistemáticamente un conjunto de hechos, fenómenos y variables que lo caracterizan de forma tal y como se presenta. Apunta a estudiar el fenómeno en su estado natural”. (p.74)

Fundamentando lo expuesto, la aplicación de esta investigación descriptiva en el desarrollo del plan de exportación, tiene como prioridad describir las complicaciones que se manifiestan en esta asociación de tal manera que se pueda examinar todos los datos que se suscitan en los problemas del objeto de estudio, datos que se recopilaran por medio de una técnica que esté acorde a la investigación.

#### **2.2.2.3. INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA**

Este tipo de investigación exploratoria se basa en recopilar información en base herramientas de asistencia se utilizarán grabaciones de video y audio, cuadros estadísticos, equipos de computación, internet, teléfonos, según Hernández, Fernández, y Batista, (2014) “los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes”. (p.91)

Estas herramientas se las empleará en el momento de recolectar la información primaria cuando se realicen las entrevistas y encuestas a los respectivos socios y trabajadores de la red asociativa, así como también en el momento de investigar y recoger información secundaria la que se extraerá de libros, estadísticas de la empresa e internet.

#### **2.2.2.4 NIVEL PROYECTIVO**

El tipo de investigación es de campo al tener como objetivo la recolección de información directamente de los de la empre Floriecológic S.A., de esta manera se obtendrá datos de las direcciones de administraciones y de los procesos productivos de la organización, según Hernández, Fernández, y Batista (2014), “es proyectivo para recolectar los datos. Lo correcto sería que la misma teoría sustente los planteamientos hipotéticos y teóricos, así como fundamente el instrumento”. (p.267)

En concordancia con el argumento citado, la investigación tiene un nivel proyectivo ya que se basa en sus objetivos, que serán ejecutados en el transcurso de la indagación y recopilación de información de las diferentes fuentes tanto páginas web oficiales como Trade Map, Fedexpor; Expoflores entre otras.

### **2.3 METODOLOGÍA**

El método de investigación ejecutado en esta tesis se basada a la metodología de la investigación de César Bernal, donde menciona que la investigación científica han predominado varios métodos como: el Inductivo, deductivo, inductivo-deductivo, hipotético-deductivo, analítico, sintético, analítico-sintético, histórico-comparativo, cualitativos y cuantitativos; de los cuales para esta investigación se considera que se utilizaran.

#### **2.3.1 MÉTODO HISTÓRICO LÓGICO**

Es el método a partir del cual se analizara los antecedentes y tendencias que permitieron fundamentar el marco teórico de la investigación.

### **2.3.2 MÉTODO DEDUCTIVO**

El método deductivo es todo lo contrario al método inductivo, este método reside en obtener conclusiones generales para llegar a una explicación específica. Este método inicia con el estudio de las conclusiones universales para llegar a respuestas particulares. (Bernal, 2010) Consiste en realizar una investigación que parte de lo general a lo particular; es decir recolectando información existente de las exportaciones de rosas a nivel mundial para conocer la situación que presenta y cómo ésta situación representa una oportunidad para la empresa Floriecológic S.A.

### **2.3.3. MÉTODO INDUCTIVO**

El método inductivo parte de hechos particulares, para llegar a conclusiones que van a ser aplicados de manera general. Se utiliza este método cuando se tiene hechos específicos para obtener información generalizada. También es cuando se inicia con un estudio individual de los datos formulados y se crea conclusiones universales. (Bernal, 2010)

Parte con la recopilación de información a través de la observación directa del entorno, es decir se analizó los precios de las rosas en la empresa Floriecológic S.A. para poder establecer los precios a utilizar a nivel internacional.

### **2.3.4. MÉTODO ANALÍTICO SINTÉTICO**

El método analítico – sintético va desde la desintegración de los hechos ya identificados, para de esta manera estudiar y analizar cada una de las partes ya desintegradas, e integrar las partes ya estudiadas de una manera resumida. (Bernal, 2010)

se inicia a través de un análisis de la situación actual que presenta la empresa Floriecológic S.A, es decir analizando las principales causas que le impiden mayores exportaciones hacia Estados Unidos, para luego de conocer el estado actual buscar posibles soluciones a tales causas y lograr la comercialización de rosas cayambeñas en un mercado internacional.

## **2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN**

### **Entrevista**

Las técnicas que se emplean en la investigación para la recolección de datos se consideran la encuesta cuyo instrumento corresponde al uso del cuestionario y la entrevista siendo su instrumento la guía de entrevista, a partir de esta explicación Hernández, Fernández y Baptista (2014) nos dice que “las entrevistas implican que una persona calificada (entrevistador) aplica el cuestionario a los participantes; el primero hace las preguntas a cada entrevistado y anota las respuestas. Su papel es crucial, resulta una especie de filtro”. Con los conceptos antes expuestos puedo identificar que para la realización de la presente investigación se utilizará la entrevista.

Por ende a continuación expongo el concepto de “recolección de datos implica en obtener información pertinente sobre los atributos, conceptos o variables de las unidades de análisis” (Sampieri, 2010). Es por ello que la información recolectada en el transcurso y desarrollo del plan será tabulada, organizada y analizada aplicando los conocimientos adquiridos durante el aprendizaje en la Universidad. Se aplicarán las entrevistas al Gerente de la empresa FLORIECOLOGIC S.A: Nancy Elizabeth Toledo Castillo; Gerente de la empresa LAND MAGIC: Olga Cacuango; Agrónomo de la empresa FLORIECOLOGIC S.A: Antonio Toledo, RENACER entrevista realizada al gerente propietario.

Entrevistas que serán de tipo estructurado con preguntas abiertas en la cual el entrevistado puede aportar con su experiencia y sus conocimientos académicos.

Además la presente entrevista será validada por tres expertos en materia de comercio exterior de la Universidad de Otavalo. Ver Anexo 1 al final del documento

## **2.5. CONFIABILIDAD Y VALIDEZ**

### **2.5.1. VALIDEZ**

La validez se basa principalmente en elaborar un cuestionario que debe ser sometido a un juicio de expertos, quienes tienen como función principal basarse en sus estudios y experiencia adquirida en el medio que se han desenvuelto en los últimos tiempos. Los especialistas se centrarán principalmente en la verificación de la relación de las variables, objetivos, marco teórico e indicadores con el cuestionario elaborado, además determinar si la información recolectada es de calidad y si es objetiva, precisa y consistente; como también se someterá a la validez de la técnica de recolección de datos y la aplicación del instrumento pertinente. Hernández, Fernández, y Batista, (2014) menciona, “Un experimento debe buscar, ante todo, validez interna, es decir, confianza en los resultados. Si no se logra, no hay experimento puro.” (p.148)

Por consecuencia, es evidente que un experimento debe presentar entera confianza en sus resultados lo que llevara a practicar una experimentación pura, en el actual proceso se buscara experimentar lo máximo que sea posible con respecto a los datos recolectados y acciones realizadas, de esta manera obtener resultados confiables, además incluyendo el juicio de expertos, con la finalidad de que este proyecto presente un propósito sólido y sustentado.

La validación del presente trabajo de titulación se realizó mediante carta de validación realizada a tres expertos en materia de comercio exterior de la Universidad de Otavalo que son: DrC. Jesús Francisco González Alonso, Msc. Santiago Núñez mismos que son docentes a tiempo completo de la Carrera Comercio Exterior y Finanzas, y Mg. Johanna Morocho directora de la carrera antes mencionada. Ver Anexo 2 al final del documento

### **2.5.2. CONFIABILIDAD**

Se podrá realizar un análisis de confiabilidad en el instrumento que es el cuestionario donde se aplica la técnica de encuesta para esta investigación cuantitativa, tal como lo mencionan Hernández, Fernández, y Batista, (2014). “hay diversos procedimientos para calcular la confiabilidad de un instrumento de medición. Todos utilizan procedimientos y fórmulas que producen coeficientes de fiabilidad.

## **2.6. TECNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN**

### **2.6.1. TRIANGULACIÓN DE LA INFORMACIÓN**

La triangulación es una técnica de análisis de información que se centra en discrepar visiones o enfoques a partir de datos ya obtenidos con anterioridad. Es por ello que para aplicar este concepto en el presente trabajo titulación se comparara los datos recolectados en el capítulo uno denominado marco teórico con el criterio de los entrevistados y los conocimientos del autor.

## **2.7. FASES DE LA INVESTIGACIÓN**

Para la realización de la presente investigación se iniciará con la recolección de antecedentes de exportación e importación de rosas. Para luego investigar diversos datos de la empresa Floriecológic.S.A Buscar un mercado adecuado de acuerdo a los diferentes parámetros. Distinguir la variedad de rosa que se enviara al mercado meta. Realizar un mapa que describa los pasos a realizarse hasta exportar las rosas.

## **CAPÍTULO III**

### **ANÁLISIS DE RESULTADOS**

Al aplicar la entrevista a las diferentes personas, puedo dar paso a la realización del análisis de resultados. Mismos que me servirán como base para la realización del presente plan de exportación. Que iniciara con datos de la empresa Floriecológic S.A.; descripción del producto como es la ficha técnica, empaque, embalaje y etiqueta. Por consiguiente determina el mercado meta.

#### **3.1. ANALISIS DE LA ENTREVISTA**

De las tres entrevistas realizadas a los diversos floricultores pude obtener los siguientes datos, que indican que la actividad florícola en estas tres empresas tuvo inicio entre los años 2000 a 2011. En cuanto al tema de sus colaboradores la empresa que cuenta con mayor número de empleados es Renacer con cien personas a su cargo seguida de Lan Magic con veinte personas, Floriecológic S.A. es una pequeña empresa que apenas cuenta con diez personas. Además, puede notar que las variedades que más se cultivan son: Explorer, Mondial, Pink Floyd. Las características por las cuales se venden más rápidamente la flor ecuatoriana son por su vida larga después del corte y su buena calidad. La calidad de las rosas de la zona norte del Ecuador es buena ya que sus suelos no se encuentran explotados y cuentan con muchos minerales que ayudan a que la rosa pueda crecer con un tallo grueso y su botón sea grande. También se puede observar que el nivel de exportación de cada una de las empresas florícolas iniciando con la empresa Floriecológic S. A que ha exportado 277628 tallos, la empresa Lan Magic 280628, y Renacer por ser la más grande tiene mayor índice de exportación con un aproximado de 34277235. Los tres gerentes concuerdan con que no hay como fijar un precio estándar para las cajas de rosas ya que cada variedad tiene un valor distinto. Este producto por lo general se envía a mercados como: estadounidense, ruso, Ucrania, Holanda, Bielorrusia, China etc. Un dato importante es que las empresas antes mencionadas utilizan intermediarios para realizar sus exportaciones. Estas empresas se manejan con dos tipos de pago uno de eso es Prepago en este el cliente debe hacer el

pago antes del envío del pedido mediante una transferencia, el otro pago de los consiste en que se le puede dar hasta quince días para el pago, este pago se lo realiza enviando un estado de cuenta y lo pueden pagar hasta en cheque, pero a clientes de buenas referencias.

## **3.2. PLAN DE EXPORTACIÓN ATRAVÉS DEL MODELO JOHN DANIELS**

### **3.2.1. HISTORIA**

El Ingeniero Antonio Toledo, gerente técnico de la Empresa Floriecológic S.A., nos narra que la empresa inicio en marzo del año 2011, en el cantón Cayambe-Ecuador con el objetivo de producir flores frescas, esta empresa cuenta con 3 hectáreas en producción agroexportable. Sus inicios de exportaciones al exterior fueron a inicios del año 2013, la empresa cuenta con una misión y visión, teniendo en claro que el objetivo de la empresa es tener productividad y competitividad para mantenerse en el mercado internacional. En la actualidad la empresa exporta anualmente entre 700.000 y 800.000 tallos de rosas por hectárea, principalmente en Rusia, China, Europa y otros países hasta la actualidad.

### **3.2.2. MISIÓN DE LA EMPRESA FLORIECOLOGIC. S.A**

Producimos y exportamos rosas de calidad, con responsabilidad social y ambiental. Cumpliendo con estándares de calidad internacional, garantizando la satisfacción a nuestros clientes. Fomentando valores éticos y morales como pilares de nuestra organización y cumpliendo con las reglas, políticas fiscales, laborales y empresariales.

### **3.2.3. VISIÓN DE LA EMPRESA FLORIECOLOGIC. S.A**

Posesionarnos en corto plazo como una Empresa líder en la producción de rosas en la provincia de Pichincha. Incursionar en mercados actuales y alternativos, produciendo rosas de calidad aplicando nuevas tecnologías.



### 3.2.4. VALORES

**Responsabilidad:** Es entender que se deben respetar una serie de lineamientos y reglas, además de contribuir en el crecimiento y la armonía del entorno en el que nos desenvolvemos y con las personas que interactuamos.

**Honestidad:** Orientado tanto para los miembros de la empresa entre sí, como con los clientes. Se promueve la verdad como una herramienta elemental para generar confianza y la credibilidad de la empresa.

### 3.2.5. LOGOTIPO

El logotipo de la empresa Floriecológic S.A., se concibió con el concepto de la producción de rosas de calidad agroexportables, con la utilización de técnicas agroecológicas en la mitad del mundo, con responsabilidad social y ecológica.

**Figura 1** Logotipo de la empresa Floriecológic. S.A.



Fuente: Floriecológic. S.A.

### 3.2.6. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

El organigrama estructural de la empresa está conformado por las siguientes áreas:

**Gerencia general:** Se encarga de la representación legal de empresa y de esta área nace la toma de decisiones.

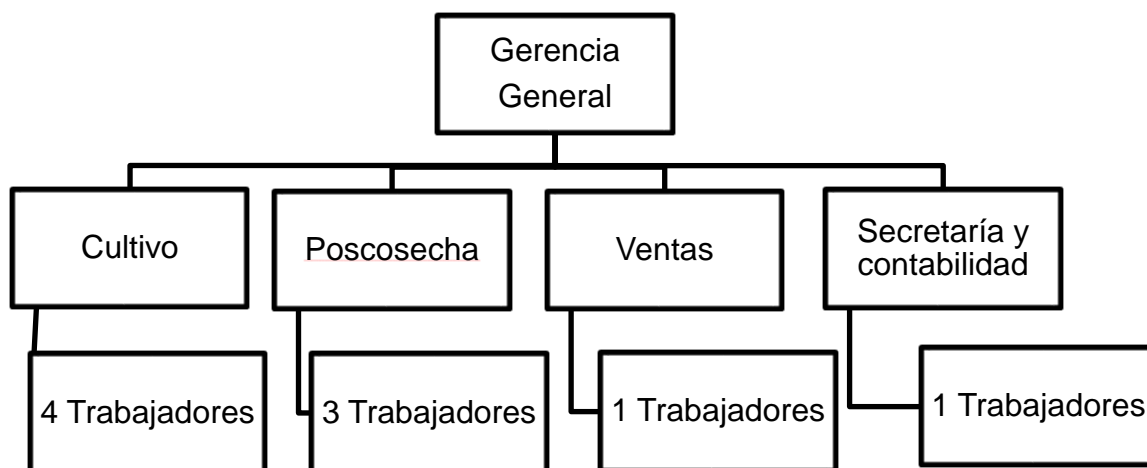
**Cultivo:** Se encarga de la producción y cuidados de las rosas hasta su cosecha y la presente área está conformada por cuatro trabajadores.

**Pocosecha:** Esta área se encuentra formada por tres trabajadores los cuales se encargan del proceso de clasificación, embonchado y empaque.

**Ventas:** Se encarga de la venta del producto agroexportable.

**Secretaría y contabilidad:** Se encarga del registro de asientos contables de la empresa.

**Figura 2** Organigrama estructural



**Elaborado por:** Autor

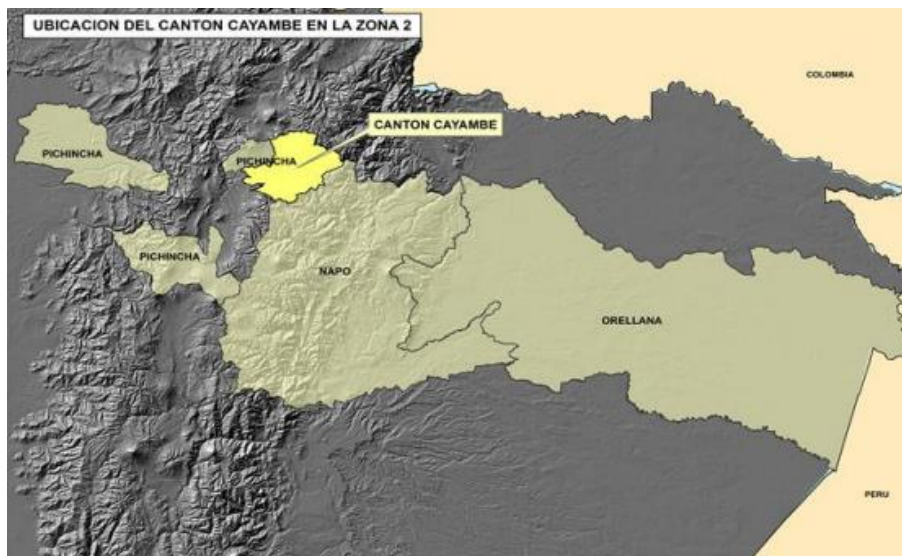
### 3.2.7. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

El cantón Cayambe está ubicado al noreste de la provincia de Pichincha, es la cabecera del cantón del mismo nombre, localizado en las faldas del nevado Cayambe (5.790 m). (ANDINO, 2019)

### 3.2.8. MACRO LOCALIZACIÓN Y MICRO LOCALIZACIÓN

Sus límites son al norte Provincia de Imbabura, al sur Cantón Quito y la Provincia de Napo, al este Provincia de Napo y Sucumbíos y al oeste Cantones Quito y Pedro Moncayo (ANDINO, 2019)

**Figura 3 Macro localización**

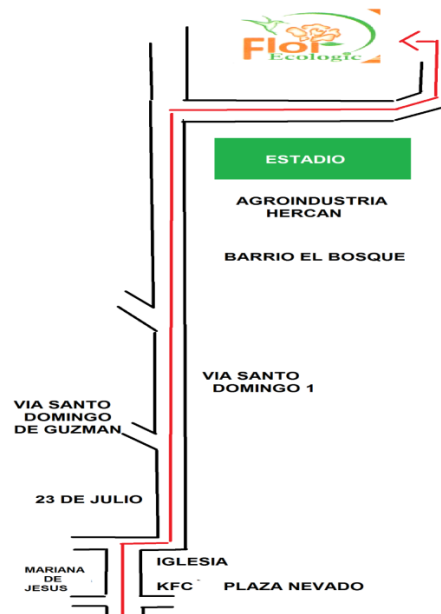


**Fuente:** Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo

### 3.2.9. MICRO LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA “FLORIECOLOGIC S.A.”

Al norte de la capital del Ecuador se encuentra situada la ciudad de Cayambe al llegar a la misma nos recibe el parque Yaznan siguiendo así la Panamericana Norte E35 llegamos a Plaza el Nevado en cuyo lugar giramos derecha y llegamos a la parroquia de Santo Domingo 1, en donde se encuentra el barrio denominado El Bosque barrio que alberga a la empresa “Floriecologic.S:A.”

**Figura 4** Micro localización de la empresa Floriecológic. S.A.



Fuente: Propia

### 3.2.10. ASPECTO LEGAL DE LA EMPRESA

La empresa Floriecológic S.A. cuenta con el Registro Único de Contribuyente RUC N°1792306736001 que es uno de los requisitos para calificarse como exportador en el ECUAPASS. Además, cumple con las diferentes formalidades que el Estado ecuatoriano solicita a las sociedades para su buen funcionamiento la misma cuenta con patente municipal, calificación como Sociedad Anónima.

## 3.3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

### 3.3.1. MERCADO OBJETIVO

Para la selección del mercado destino se toma como referencia tres países a los cuales Ecuador ha exportado con mayor índice de ganancias en los últimos años, datos que fueron recabados de las siguientes fuentes: Trade map, Pro Ecuador y Banco Mundial.

Posterior al análisis de los indicadores se procede a realizar la calificación correspondiente.

**Tabla 5** Matriz de selección de mercado

<b>Criterios</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Calificación</b>	<b>Alemania</b>	<b>Calificación</b>	<b>Países Bajos</b>	<b>Calificación</b>	<b>Estados Unidos</b>
<b>Accesibilidad de mercado</b>	100%		3		2,50		3,50
Barreras arancelarias	25%	3	0,75	3	0,75	4	1
Barreras para-arancelarias	25%	3	0,75	3	0,75	4	1
Normas técnicas	50%	3	1,50	2	1	3	1,50

<b>Potencialidad del mercado</b>	100%		3,40		3		4,30
Factores físicos	40%	4	1,60	3	1,20	4	1,60
Factores económicos-políticos	30%	3	0,90	3	0,90	4	1,20
Apertura internacional del mercado	30%	3	0,90	3	0,90	5	1,50
<b>Indicadores cualitativos</b>	100%		3,40		2,70		3,70
Seguridad de las inversiones	30%	3	0,90	2	0,60	4	1,20
Problemas de financiamiento	30%	3	0,90	3	0,90	3	0,90
Seguridad en las transacciones	40%	4	1,60	3	1,20	4	1,60
<b>TOTAL</b>			<b>9,80</b>		<b>8,20</b>		<b>11,50</b>

	<b>Ponderación</b>	<b>Alemania</b>	<b>Países Bajos</b>	<b>Estados Unidos</b>
<b>Accesibilidad de mercado</b>	50%	3	2,50	3,50
<b>Potencialidad del mercado</b>	30%	3,40	3	4,30
<b>Indicadores cualitativos</b>	20%	3,40	2,70	3,70
		3,20	2,69	3,78

**Fuente:** John Daniels, Trade Map, Pro Ecuador, Banco Mundial, Expoflores **Elaborado:** Autor

Estados Unidos es el principal mercado para exportación de rosas de la empresa Floriecológic S.A. por las siguientes razones: En la presente matriz de mercados he escogido tres países como muestra que son: Estados Unidos, Países Bajos y Alemania. La principal razón es que Holanda y Alemania se encuentran alejadas del país además las barreras comerciales dificultan el ingreso a estos países. Tomado en cuenta que Holanda es uno de los mayores productores de rosas y a la vez importadores de este codiciado producto. Siendo conocedor que la exportación de rosas ocupa el quinto lugar entre los productos más exportado a EE. UU con un porcentaje de (8.43%) y a la vez siendo parte del 53,55% de las exportaciones totales a EE.UU.

### **3.3.2. ESTUDIO DE MERCADO**

En el primer trimestre del presente año las exportaciones de rosas fueron enviadas con mayor porcentaje a Estados Unidos como se puede apreciar en la gráfica con un 38%. Como segundo mercado que prefiere las rosas ecuatorianas se puede apreciar al mercado europeo, el cual representa el 21% del total. Rusia representa el tercer país con un 18% de participación. Ucrania es uno de los mercados que más ha crecido durante este periodo, alcanzando el 6%, seguido por Kazajistán y Canadá con 3% de participación respectivamente. El resto de mercados a los que nuestro país envía rosas representan el 11%.

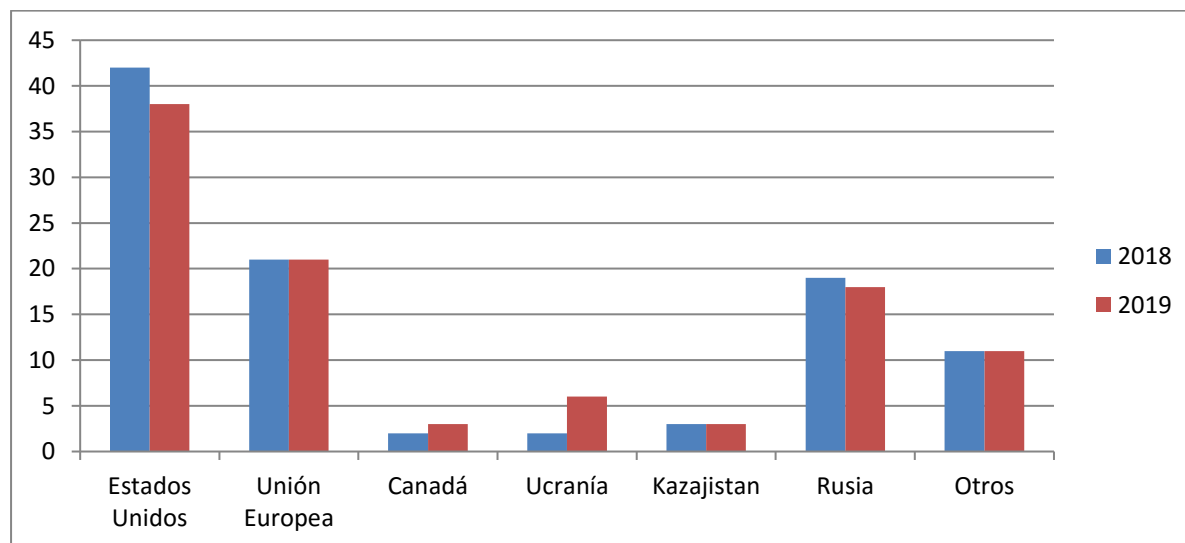
**Tabla 6** Países importadores de rosas

Países	2018	2019
Estados Unidos	42	38
Unión Europea	21	21
Canadá	2	3
Ucrania	2	6
Kazajistan	3	3
Rusia	19	18
Otros	11	11

**Fuente:** Expoflores

**Elaborado por:** Autor

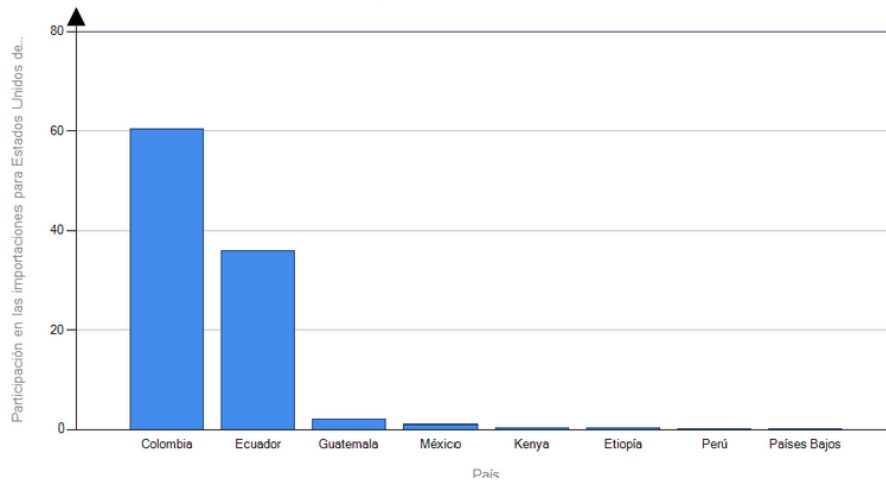
**Figura 5** Países importadores de rosas



**Fuente:** Expoflores

**Elaborado por:** Autor

**Figura 6** Proveedores de rosas a Estados Unidos



**Elaborado por:** La autor

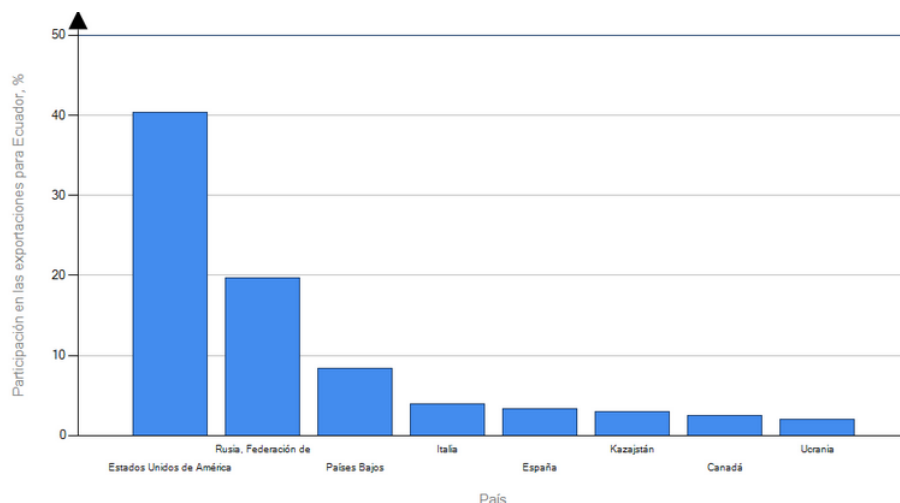
**Fuente:** Trade Map

### **Análisis**

Como se puede observar en la figura el principal país que provee rosas a Estados Unidos es Colombia, seguido por nuestro país Ecuador ha importado, específicamente de la partida 060311 (Rosas”Flores y capullos”, cortadas para ramos o adornos, frescas) .

**Figura 7** Lista de mercados importadores de rosas de Ecuador





**Elaborado por:** La autor

**Fuente:** Trade Map

Según datos obtenidos en Trade Map las exportaciones de rosas ecuatorianas son destinadas más hacia los Estados Unidos, debido a que es el mercado más grande del mundo, además su gran población y el gran poder económico que manejan superando a todos los países como Rusia, Países Bajos, Italia y etc.

### 3.3.3. FICHA TÉCNICA DEL PAÍS DE DESTINO

**Tabla 7** Ficha País

Acceso físico de E	Aeropuerto Internacional de Miami es uno de los centros aéreos más grandes de los Estados Unidos, debido a su proximidad a atracciones turísticas, crecimiento económico local, poblaciones y ubicación estratégica para manejar el tráfico de conexión entre América del Norte, América Latina y Europa.
"Doing Business" facilidad para hacer negocios	Estados Unidos se encuentra en el 8º puesto del "Doing Business" de 190 países
Capital	Washington, D.C.
Población ( 2018)	308.745.538 habitantes
Superficie	Incluyendo territorios y agua totalizan 9.826.675 Km <sup>2</sup> (9.161.966 Km <sup>2</sup> de territorio - contando solamente los 50 Estados y el Distrito de Columbia 664.709 Km <sup>2</sup> de agua y unas fronteras de 12.034 Km.
Moneda	El dólar \$
Religión	Católicos, judíos, budistas, musulmanes, entre otros

Límites territoriales	La mayor parte del país se ubica en el centro de América del Norte donde se encuentran sus 48 estados contiguos y Washington D.C.-, entre los océanos Pacífico y el Atlántico, limitando con Canadá al norte y con México al sur. .
Idioma	El inglés es el idioma oficial nacional El español es el segundo idioma más hablado en EEUU
Exportaciones (2017)	1.553.383
Importaciones (2017)	2.360.878
Documentos para exportar en Estados Unidos	Certificado de origen Factura comercial Declaración aduanera de exportación Lista de empaque Documento de transporte por carretera Certificado de impuestos

**Fuente:** Ministerio de asuntos exteriores, Unión Europea y cooperación

**Elaborado Por:** El autor

### 3.3.4. ACUERDO COMERCIAL ENTRE ECUADOR Y ESTADOS UNIDOS

Ecuador y Estados Unidos reactivarán un organismo económico bilateral que permitirá abrirá las puertas a la negociación de un acuerdo comercial, Estados Unidos es el principal socio comercial de Ecuador del mundo. De los cuales ambos países superaron una década de tensas relaciones diplomáticas con la visita del vicepresidente estadounidense, Mike Pence, a Quito.

Donde se aseguró que el país busca "un acuerdo comercial justo, equitativo para ambas partes" y esperando que empiecen las negociaciones.

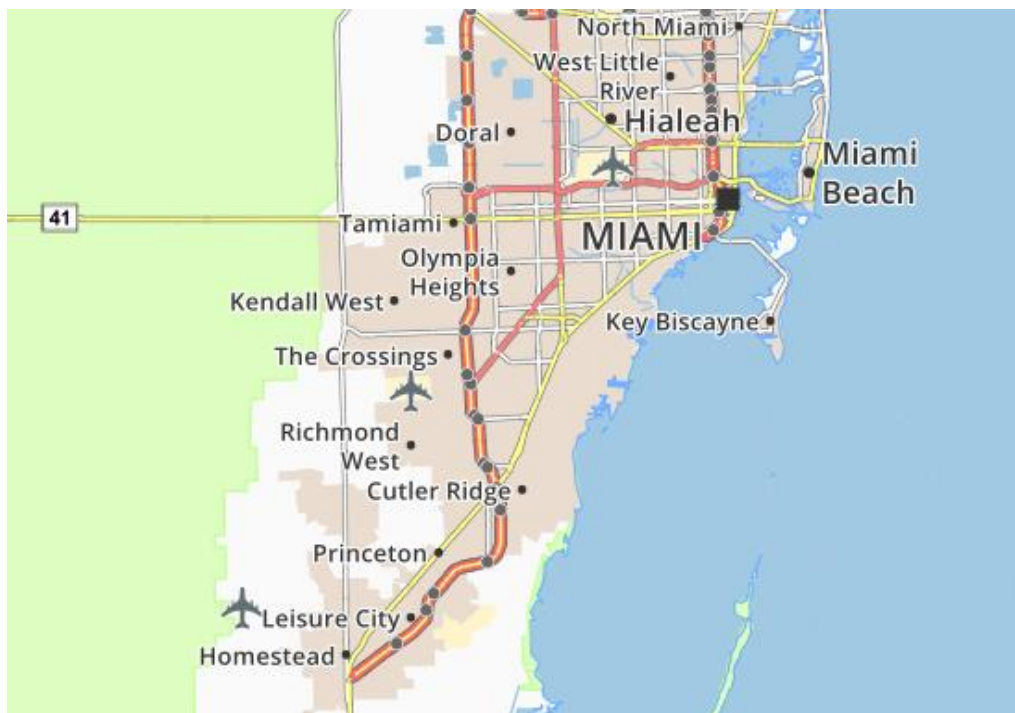
El presidente Lenín Moreno, está abierto a negociar con Estados Unidos, a diferencia de su anterior presidente Rafael Correa (2007-2017), quien fue el que expulsó a una embajadora estadounidense y retiró una base militar desde donde Washington realizaba operaciones antidrogas.

En 2017, Ecuador exportó por 6.057 millones de dólares a Estados Unidos (del total de 19.123 millones) y las importaciones desde la nación llegaron a 4.532 millones (de 20.010 millones), según el Banco Central.

### 3.3.5. MERCADO META

Miami se ha convertido en los últimos años y por méritos propios en la capital económica y cultural más importante del mundo. Cuenta con 2, 744,878 Habitantes. La superficie es de 143.1 km<sup>2</sup>. Esta ciudad cuenta con El aeropuerto internacional de Miami tiene vuelos de pasajeros y de carga a las ciudades a lo largo de las Américas y Europa. Es uno de los centros aéreos más grandes de los Estados Unidos, debido a su proximidad a atracciones turísticas, crecimiento económico local.

**Figura 8** Mapa de Miami. Estados Unidos.



Fuente: Michellin

### 3.2.5. SEGMENTACIÓN Y NICHO DE MERCADO

Se determina que el segmento de mercado en relación al consumo de rosas en Miami es la empresa HERAFLOR, S.A que se dedica a la realización de diferentes arreglos florares y venta.

### 3.3.6. POSIBLES CLIENTES

Al acudir a la feria AGRIFLOR realizada en Centro de Exposiciones Quito el 21 de septiembre del 2018 pude encontrar a varios empresarios y potenciales clientes extranjeros y nacionales. Entre los que encontré a tres empresas estadounidenses interesadas en consumir rosas frescas. Ver Anexo 3 al final del documento

**Tabla 8** Cliente

Empresa	Teléfono/ celular	Correo electrónico
HERAFLOR, S.A.	739497 <b>CEL:</b> 0995667316	<u>Skype:</u> <u>heraforsa.sa</u>  <u>Email:</u> <u>heraforsa@hotmail.com</u> <u>sani2218@hotmail.com</u>
	+1 786-757-2426 <b>Dirección:</b> 7810 NW 52nd St #101, Doral, FL 33166, EE. UU.	vanessa@excellentfarms.com

<b>L&amp;B FLOWERS S.A.</b>	23804809 / 099450031 0991897543	<u>Skype:</u> <u>lbflowersleo</u>
-------------------------------------	---------------------------------------	--------------------------------------

Fuente: Propia

### 3.4 PRODUCTO

#### 3.4.1 FICHA TÉCNICA DEL PRODUCTO

**Tabla 9** Ficha Técnica

<b>FICHA TÉCNICA DE LA ROSA</b>	
	
<b>Familia</b>	Rosaceae
<b>Especie</b>	<i>Rosa</i>
<b>Género</b>	<i>R.chinensis</i> <i>R. gigantea</i>
<b>Nombre común</b>	Rosa
<b>Variedad</b>	Explorer
<b>Color</b>	Rojo

<b>Tamaño de Botón</b>	8
<b>Largo de tallos</b>	60-70-80-90-100-110-120-130
<b>Días en el florero</b>	12-14
<b>Follaje</b>	Verde brillante
<b>Partida Arancelaria</b>	060311
<b>Peso</b>	1KILO
<b>Costo</b>	USD 6.05

**Fuente:** Floriecológic S.A.

**Elaborado por:** Autor

### 3.4.2. PROCESO PRODUCTIVO

**Tabla 10** Proceso productivo de la rosa en FloriecológicS.A.

<b>Paso</b>	<b>Detalle</b>	<b>Imagen</b>
Preparación de suelo	Se limpia el suelo de impurezas y se abona el suelo con humus, elaboración de camas.	
Siembra	Se procede a plantar los patrones.	

Instalación de riego	Mediante sistema de goteo.	
Enjertación	Preselección de varetas e hidratación, para obtener yemas para hacer injertos en los patrones.	
Cultivo	Cuidado de cultivo nuevo.(fumigación, peinar, deschuponar)	
Cosecha	Según el punto de corte, se corta la variedad para mandar a proceso.	

**Elaborado:** Autor

### 3.4.3. EMPAQUE

El empaquetado es una parte importante del proceso de exportación debido a que se debe tener precaución al momento de elegir el empaque de las rosas ya que es un producto sensible. Es por ello que el empaque adecuado para las rosas de la empresa Florecologic S.A. es de un material denominado cartón prensado. Además las cajas que se enviaran al mercado estadounidense son HB de la siguiente medida. 135cm x25cm.

**Figura 9** Empaque



Fuente: Floriecológic. S.A.

### 3.3.4. ENVASE

Para realizar el embonche se necesita ciertos materiales: lámina de cartón corrugado con logotipo de la empresa, separadores (18x18), papel (20x15) (15x30).

**Tabla 11** Envase

<b>Paso</b>	<b>Detalle</b>
Puntos de corte	Se revisa que la flor está correctamente clasificada.
Laminado	Se extiende la lámina de cartón corrugado sobre la mesa de trabajo para ubicar los 25 tallos, que se encuentran armados por pisos y divididos por separadores.
Control de calidad	Se revisa que el bounch se encuentre bien sellado, no este flojo y alineado a la línea guía. Con fecha de elaboración

**Elaborado:** Autor



**Figura 10** Envase



**Fuente:** Floriecológic S.A.

**Elaborado por:** Autor

#### **3.4.4. ETIQUETA**

Previo a la generación de la factura se procede con la coordinación de las cajas vendidas por la agencia de carga que el cliente utilice, en donde asignan una guía aérea madre y una guía aérea hija para cada marcación (etiquetas, marcadores, cinta de embalaje, etc.), información que se utiliza para la elaboración de la factura y etiquetas tanto de contenido como de Agrocalidad.

**Figura 11** Etiqueta



FRESHLOGISTIC

Pz 1/2

**Fuente:** Floriecológic S.A.

**Elaborado por:** Autor

### 3.5. MATRIZ BCG

La Matriz BCG se divide en cuatro partes, la cual nos habla en referencia a la comparación con el mercado o con otras referencias de la misma empresa. La línea divisoria que separa la mitad superior de la inferior es la media de ventas en el sector en el que la empresa compite u entre la derecha e izquierda de dicha línea son líderes frente a la competencia.

En la aplicación de la Matriz BCG en las empresas nos permitirá determinar la tasa de crecimiento del mercado y tasa de participación del mercado, así se podrá identificar en qué cuadrante se encuentra ubicada el producto a exportar, en este caso las rosas.

**Empresa Floriecológic S.A.**

<b>Producto</b>	<b>Ventas 2018</b>	<b>%</b>
Rosas	\$ 277628.55	10,45%

**Tabla 12:** Participación del mercado

**Fuente:** Floriecológic S.A.

**Editado por:** Autor

Para obtener el porcentaje de participación de las rosas en el mercado se ejecutó la siguiente fórmula Ventas anuales 2018/ ventas anuales 2017.  $277628,55 / \underline{265.654,62} = 10.45\%$ .

**Tabla 13** Crecimiento del mercado

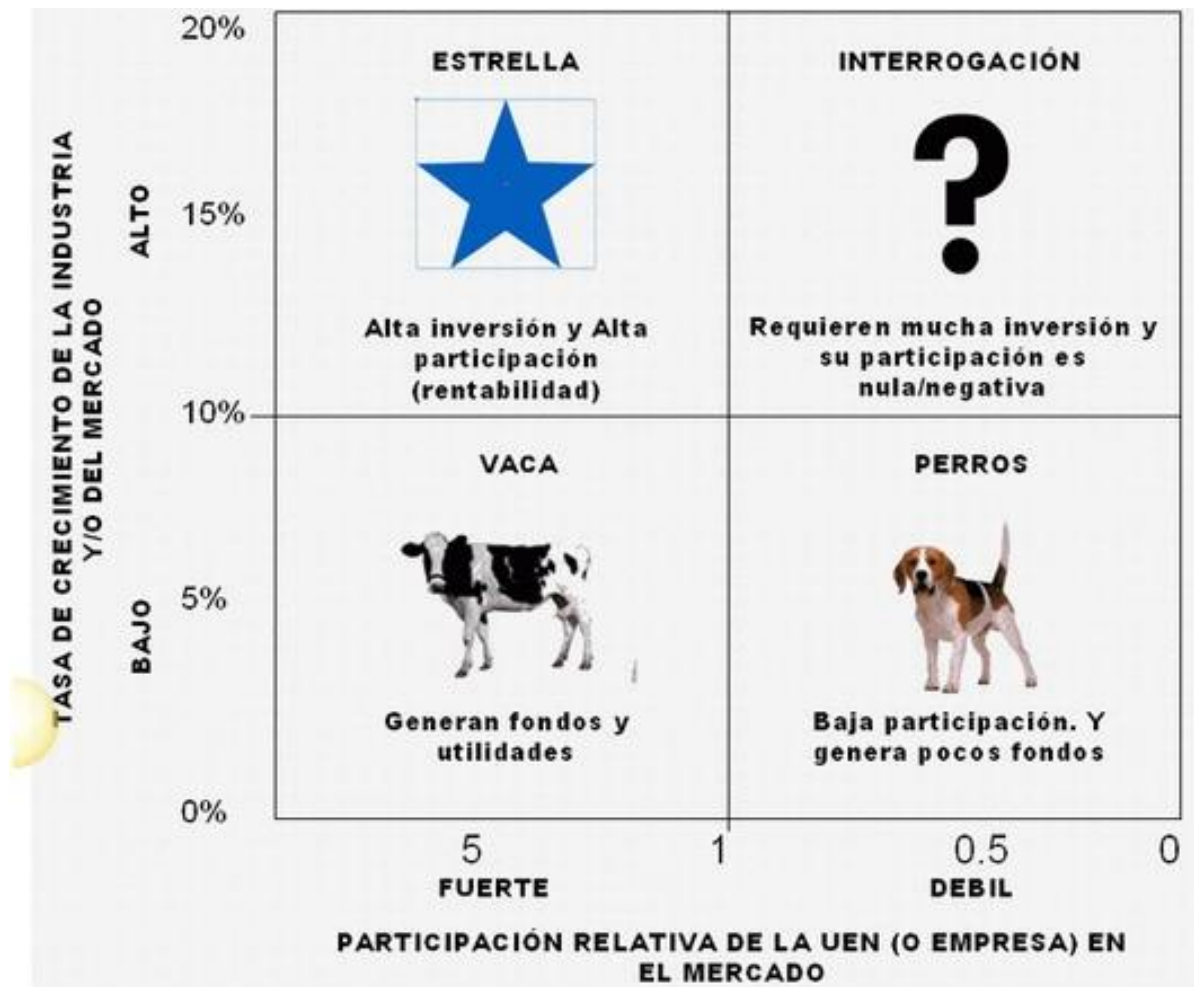
<b>Mercado total</b>			
<b>Producto</b>	<b>Año 2017</b>	<b>Año 2018</b>	<b>%</b>
	<b>\$</b>	<b>\$</b>	
Rosas	265.654,62	277628,55	4.50%

**Fuente:** Floriecológic S.A.

**Editado por:** Autor

Una vez el realizado el análisis se ha llegado a la conclusión de que las rosas se encuentran en el cuadrante de la vaca, es decir, que tiene una participación del mercado con un porcentaje de 10, % además tiene un crecimiento del mercado con un porcentaje del 5%. En la situación actual de la empresa debe invertir más en las rosas para lograr mayor crecimiento en el mercado por medio crear nuevos invernaderos con siembra de rosas, del mejoramiento de empaque, estrategias adecuadas de mercadeo, análisis profundo del mercado y sobre todo optimizar el proceso productivo, con la finalidad de convertirse en producto estrella.

**Figura 12** Matriz BCG



Fuente: Marketing in Spanish

### 3.7. PRECIO

#### 3.7.1. DETERMINACIÓN DEL COSTO

Para obtención del costo de producción corresponde a muchos factores entre los cuales tenemos la compra de materia prima, pago honorarios a empleados. Publicidad transporte, pago de servicios básicos, etc.

Tabla 14 Precio del producto

<b>VARIEDAD</b>	<b>COSTO DE PRODUCCIÓN</b>	<b>COSTOS OPERATIVOS</b>
EXPLORER	0,10	0,10
<b>PRECIO DE VENTA EXPORTABLE</b>		
<b>VARIEDAD</b>	<b>100CM</b>	
EXPLORER	0,53	
<b>RENTABILIDAD X TALLO EXPORTADO</b>		
<b>VARIEDAD</b>	<b>100CM</b>	
EXPLORER	0,35	
<b>RENTABILIDAD X BONCH 25 TALLOS</b>		
<b>VARIEDAD</b>	<b>100CM</b>	
EXPLORER	8,75	
<b>RENTABILIDAD DEL PROYECTO X CAJA HB</b>		
<b>VARIEDAD</b>	<b>100CM</b>	
EXPLORER	70,00	

**Fuente:** Floriecológic S.A.

**Elaborado por:** Autor

**Tabla 15** Precio de exportación

<b>Descripción</b>	<b>Costo de producción por tallo</b>	<b>Precio para exportación por tallo</b>	<b>Precio hb de rosas</b>
Rosas	0.20	\$0.53	132.50

**Fuente:** Floriecológic S.A.

**Elaborado por:** Autor

### **3.8. ANÁLISIS DEL PUNTO DE EQUILIBRIO**

Florícola Floriecológic S.A. vende 1 hb de 45 kg a un precio de \$132.50, el costo de cada bonche es de \$8.75 y sus gastos fijos (alquiler, salarios, servicios, etc.) ascienden a \$5,000.

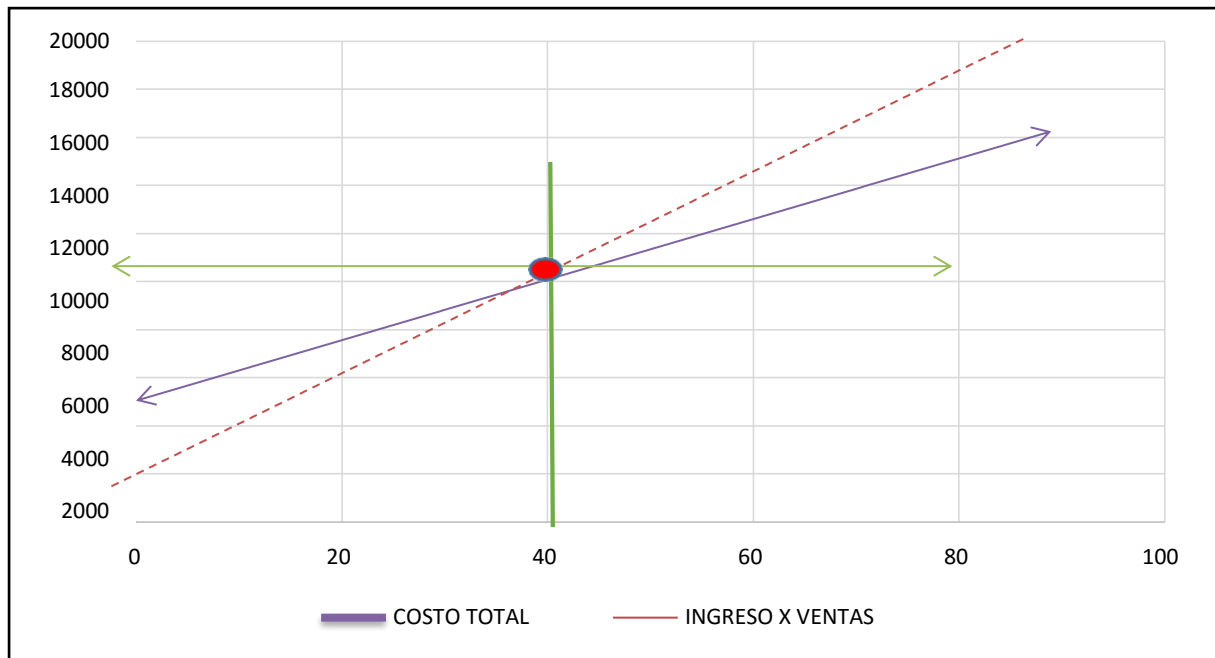
**Fórmula:**  $PE = CF / (PVU - CVU)$

$PE = 5.000 / (132.50 - 8.75)$

$PE = 5040.00 / 123.75$

$PE = 40$  Unidades

**Figura 13** Punto de Equilibrio



Fuente: Propia

### 3.9. CUBICAJE

Para calcular la tarifa, las aerolíneas se manejan con el peso bruto de carga y el de volumen.

**PESO BRUTO (gross):** Es el peso del producto (neto) incluyendo el peso del contenedor o empaque (REVUELTA, 2019).

**PESO NETO (net):** Es el peso del producto sin incluir el peso del contenedor o empaque (REVUELTA, 2019)

#### El cálculo del peso volumen

El cálculo del peso volumen es el producto de:

$$\frac{\text{Largo} \times \text{Ancho} \times \text{Alto}}{6000}$$

Para la presente investigación, se ha tomado como referencia el envío de: 5000 tallos empacados en 20 cajas half box (10 cajas full box).

Datos del empaque

25 tallos = 1 Bonche

10 Bonches = 1 Half Box

20 Half Box x 10 Bonches = 200 bonches

200 bonches x 25 tallos = 5000 tallos

Para realizar el cálculo del volumen y peso, tomando en cuenta que el peso más alto es el que se considera cuando se utiliza para el transporte aéreo. A continuación procedemos a realizar el cálculo del peso y volumen, tomando en cuenta que el peso más alto es el que se considera cuando se utiliza transporte aéreo. Paletización de una carga para exportación de 10 FULLES HB

**Tabla 16** Cálculo de fulles de exportación

CÁLCULO DE UNA EXPORTACIÓN DE 10 FULLES			
DATOS CAJA =	<b>LARGO</b>	<b>ANCHO</b>	<b>ALTO</b>
	125 cm	35 cm	35 cm
DATOS PALLET =	120 cm	100 cm	15 cm

**Tabla 17** Cálculo de peso volumétrico

CÁLCULO DEL PESO VOLUMÉTRICO	
PV=	(Largo x ancho x alto)/6000
PV=	(125x35x 35)/6000
PV=	(153,25)/6000 = 25Kg
PV=	25Kg X 10 FULLES
PV=	500Kg



**Tabla 18** Paletización de la carga

<b>PALETIZACIÓN DE LA CARGA</b>			
<b>LARGO</b>	=	Largo Pallet Largo Caja	<b>ALTO</b> = 2,40 altura transporte aéreo
LARGO	=	1,25 1,20	<b>ALTO</b> = 2,40 - 0,15 (altura pallet)
		<b>= 1</b>	<b>ALTO</b> = 2.25 cm utilizable
<b>ANCHO</b>	=	Ancho Pallet Ancho Caja	<b>ALTO</b> = 2,25/0,35 = 6,42
ANCHO	=	1 0,35	<b>ALTO</b> =
		<b>= 2,86</b>	<b>= 6 pisos</b>
	BASE =	Largo x Ancho	Pallet = 6 pisos de 2 cajas
	BASE =	2,8 6	Pallet = 12 cajas
			Peso = 12 x 17 kg (peso caja)
			Peso = 204 kg

Al cálculo de la paletización volumétrica y bruta con las fórmulas establecidas por las aerolíneas, se ha podido determinar los valores que genera. Una vez realizado los cálculos respectivos, las aerolíneas se acogerán al valor más alto para la cotización del vuelo, logrando obtener mayor rentabilidad.

Para este caso se aplicará el peso volumétrico de 500kg que en comparación con el peso bruto de 204kg, por motivo que casi se llega doblar valores. Por lo tanto la aerolínea si toma en cuenta el peso bruto llegaría perder más de la mitad del valor a cobrar, lo cual no sería un negocio que genere rentabilidad.

### **3.10. TERMINO DE NEGOCIACIÓN**

El término a emplearse durante la negociación con la empresa L&B Flowers es FCA un término multimodal que significa (Free Carrier) - Libre Transportista y el lugar convenido entre las dos empresas es la carguera Fresh Logistic ubicada en Tababela.

**Tabla 19** FCA Obligaciones

Obligaciones del vendedor	Obligaciones del comprador
Entrega de la Mercadería y documentos necesarios	Pagos de la mercadería
Empaque y embalaje	Flete (de lugar de exportación al lugar de importación)
Flete (de fábrica al lugar de exportación)	Seguro
Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)	Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes)
Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)	Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
	Flete y seguro (lugar de importación a planta)

**Fuente:** Businesscol.com

### 3.11. FLUJOGRAMA PROCESO DE EXPORTACIÓN

#### Inicio

Es esta etapa de inicio es donde se empieza la creación de la empresa, para empezar se registra el Servicio de Rentas Interna para la obtención del ruc, permiso de Bomberos mediante inspección de bomberos, pago de patente, permiso de funcionamiento, posteriormente hay que sacar la firma electrónica para poder exportar, etc.

#### Cultivo

En el área de cultivo es la encargada de la preparación del suelo, a su vez de la limpieza de malezas, piedras, etc., fertilización del suelo con materia orgánica y levantamiento de camas donde se realiza siembra, también brinda los cuidados que necesita la rosas, para posteriormente encargarse de la cosecha que es una parte

sumamente importante porque hay que saber exactamente qué punto es el indicado para cortar para mandar a la pos cosecha.

### **Poscosecha**

La función que tiene es la recepción de cada malla de rosas, donde se las fumiga mediante aspersión para trip, ácaros entre otros, se pone en tinas para cada malla con el fin de hidratar la flor para que no se marchite las rosas. Al momento de clasificar se escoge por medidas, tamaño de botón, calidad (nacional o de exportación) puntos (abiertos y cerrados), después se ubica cada rosa en el árbol según lo clasificado. Se procede el embonche utilizando lámina de cartón corrugado con el logotipo de la empresa, consiste de 25 tallos, se los ubica por pisos con papel además de separadores según el tamaño de botón ya que existen separadores de (16x18 y 18x18). Luego pasa los bonches al cortador de tallos, allí se degrada los tallos según la medida que se encuentra en la lámina que marco la embonchadora, se dese deshoja y se pone liga para sujetar los tallos además de la antigüedad y se pone el ramo en una tina a hidratar en el cuarto frío para pase para ser tomado para la disponibilidad con antigüedad.

### **Disponibilidad**

En esta parte del trabajo es donde se contabiliza los bonches de rosas por variedad y medidas, luego de la obtención de esta información se envía al departamento de ventas,

### **Realización de pedido**

El siguiente paso es pasar la disponibilidad a los clientes con el fin de poder confirmar alguna orden o pedido entre los puntos a confirmar es: variedad de la rosas, cantidad, precio, destino, marcación, agencia y fecha de entrega. Es una de las fases más primordiales y delicadas ya que aquí hay que manejar excelencia al cliente. Existen varios puntos a tratar con el cliente Accesibles con los clientes; Estar bien informados, actuar con cortesía y amabilidad, tener habilidades de escucha y paciencia, voluntad de resolver los problemas o quejas de los clientes. Dar un buen servicio y para dar un

buen servicio al cliente debe haber un vínculo con él, así lograr una relación duradera, dar confianza, lograr que el cliente sea leal al producto de la empresa. Lo más importante del negocio es que el cliente salga satisfecho y cumplir sus necesidades.

### **Cliente de la empresa Floriecollogic S.A.**

El cliente que he encontrado mediante el análisis de la matriz de Jhon Daniels y al acudir a la feria Agriflor 2018 en la que pude conocer a posibles compradores de los cuales he seleccionado a la empresa L&B Flowers. Con la cual he iniciado la exportación al mercado estadounidense desde el mes de julio del presente año. Además, con el cliente acordamos que el lugar convenido para la exportación de rosas será la carguera Fresh Logistic Ver Anexo 4y5 al final del documento

### **Solicitud DAE**

El Ecuapass es el que genera la DAE se nos otorga un número que se conforma de la siguiente manera 055 – 2019 – 40 - 0001234 que es Distrito- Año – Régimen - Secuencial Ver Anexo 6 al final del documento

### **Autorización de DAE**

Una vez el DAE se encuentra autorizado tiene la vigencia de treinta días, este se apertura uno por destino, este sirve para hacer todas las exportaciones que se requiera, pero solo durante su vigencia.

### **Coordinación de Embarque**

Una vez que se conoce la marcación y agencia se procede a la investigación para la apertura de DAES el mismo que se debe ingresar a la carguera.

### **Coordinación de Vuelo**

Se ingresa el número de piezas en la página web de la carguera y se confirma la fecha de vuelo; se procede a coordinar para obtener guía madre y guía hija.

### **Coordinación de Empaque**

Se envía el packing list al jefe de empaque para que el empacador revise la composición y proceda al empaque. Ver Anexo 7 al final del documento

### **Factura de exportación**

Se realiza el comercial invoice y se le adjunta el packing list imprime para la entrega a la carguera. Por último, la factura se envía al cliente. Ver Anexo 8y9 al final del documento

### **Generación de etiquetas**

Se imprime la etiqueta de agrocalidad y la de composición de ramos posterior a ello se pega en su respectiva caja.

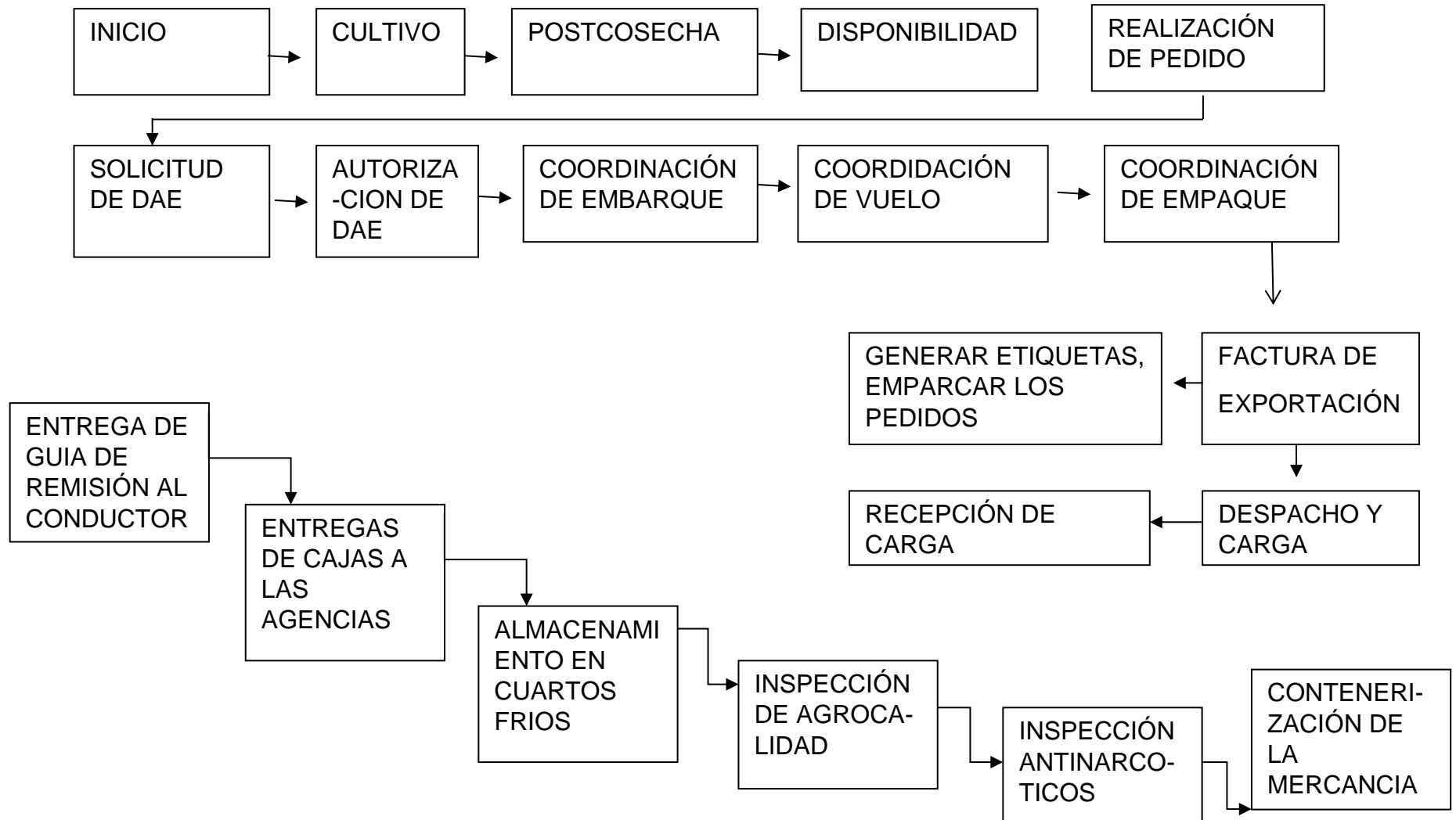
### **Despacho y carga**

Se procede a cargar el producto al termoking y se envían en el transporte terrestre toda la documentación para la exportación. Ver Anexo 10 al final del documento

### **Recepción de la carga**

La agencia de carga (Fresh Logistic) recibe el producto final. Ver Anexo 11 al final del documento

Figura 14 Flujoograma Proceso de Exportación de rosas



## **3.12. COMUNICACIÓN COMERCIAL**

### **3.12.1. PUBLICIDAD**

- Marketing digital mediante la creación de una página web
- Exponer el producto por los principales medios de comunicación.
- Exhibir el producto en las diferentes ferias nacionales e internacionales.

### **3.12.2. PROMOCIÓN DE VENTAS**

- Envío de muestras gratuitas a los compradores para que conozcan el producto

### **3.13.3. FUERZA DE VENTAS**

- Atraer recursos humanos capacitados y motivados
- Incentivar al personal

## CONCLUSIONES

Al analizar antecedentes, definiciones y teorías con respecto al sector florícola ecuatoriano, y el comercio exterior se opta por llevar a cabo un plan de exportación basado en la matriz de John Daniels y seguir los distintos procedimientos que nos da el SENA E.

Al continuar con la presente investigación se elaboró el marco metodológico con un enfoque mixto, para investigar las cualidades de la empresa y del producto. Desde el punto de vista cuantitativo establecí el precio del producto, matrices y estadísticas. Además por medio de la entrevista estructurada con preguntas abiertas. Obtuve información de tres empresas florícolas datos que fueron de vital importancia para la elaboración del tercer capítulo.

Con los datos obtenidos a lo largo de esta investigación se procede a la realización del plan de exportación mismo que contiene: Una breve reseña histórica de la empresa Floriecológic S.A, misión, visión, valores, ubicación geográfica. Por consiguiente un estudio de mercado en el que se determinó que el mercado meta es Estados Unidos y el cliente que es la empresa L&B Flowers a la cual he realizado envíos desde el mes de julio del presente año con resultados positivos para la empresa Floriecológic. S.A.



## **RECOMENDACIONES**

Se recomienda la participación de ferias nacionales tanto como internaciones con el fin de darse a conocer más, apreciar nuevas tecnologías, técnicas, variedades, conocer clientes para tratar de concretar alguna negociación futura.

Aplicar el marketing que existen, envió de muestras de rosas con el fin de dar a conocer el producto.

La empresa debe estar en constante innovación, cambio del producto a través de la creatividad, necesidad, así creando mayor competitividad en el mercado.

Poner en práctica el plan de exportación de rosas para que pueda exportar hacia Estados Unidos.

## BIBIOGRAFÍA

- Aduanas, S. N. (5 de 5 de 2019). *Servicio Nacional de Aduanas*. Obtenido de Servicio Nacional de Aduanas: <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- Aguilar, A. S. (2008). *Construcción e interpretación estadística*.
- Amaya, F. C. (2015). *Guía técnica institucional para elaborar un plan de negocios*. Politécnico Grancolombia.
- Andino, T. (10 de 06 de 2019). *TREN ANDINO*. Obtenido de TREN ANDINO: <http://www.trenandino.com/rehabilitacion-del-tren/cayambe.php>
- Balanko, G. (2015). *Como preparara un buen plan de negocios*. McGraw-Hill.
- Bayer. (22 de 01 de 2018). *Países Andinos*. Obtenido de BAYER: <https://andina.bayer.com/es/sala-de-prensa/rosa-ecuatoriana-importancia-del-cuidado-para-el-producto-mas-exclusivo-de-exportacion.php>
- Borello, A. (2015). *El plan de negocios: de herramienta de evaluación de una inversión a elaboración de un plan estratégico y operativo*. McGraw-Hill.
- Bryson, J. M. (2017). *Strategic Planing a guide Sustaning organization achievement*. Chicago: Wiley Honsike.
- Cardozo, L. (2013). *Analisis de la función de un plan de negocios en una microy macroempresa*. Universidad de Fermin Toro.
- Carlos Prieto. (2017). *Emprendimiento Concepto y plan de Negocios*. Pearson.
- Cepal. (2009). *Manual para una Planificación Estratégica*.
- CFN. (OCTUBRE de 2017). *Cultivo de Flores*. Obtenido de Corporación Financiera Nacional: <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2017/10/FS-Cultivo-de-Flores-octubre-2017.pdf>
- Cidoncha, A. (2001). *Libertad de empresa*. España.
- Cidoncha, A. (2012). *La Libertad de Empresa en el marco de la Economía*.

- Clerque Pérez , K. (12 de abril de 2019). *Economía y Finanzas Internacionales*. Obtenido de <http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/171-la-industria-de-las-rosas-en-el-ecuador>
- Cluster Flor. (6 de Mayo de 2018). *Cluster Flor*. Obtenido de <http://flor.ebizar.com/rosas-ecuatorianas/>
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (2019). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Ecuador.
- Comercio, O. M. (2002). *Organización Mundial del Comercio.org*. Recuperado el Enero de 2017, de [https://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/minist\\_s/min99\\_s/spanish/state\\_s/d5243s.pdf](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/minist_s/min99_s/spanish/state_s/d5243s.pdf)
- COPCI. (18 de 06 de 2019). ADUNA DEL ECUADOR. *COPCI*.
- Córdova, R. (2014). *Biblioteca Internacional*. Recuperado el 19 de Abril de 2018, de <https://wol.jw.org/es/wol/d/r4/lp-s/1200001234>
- Daniels, J. (2010). *Negocios Internacionales*.
- Diana Treviño Jimenez. (2009). *La contabilidad en los diferentes tipos de empresas*. El Cid Editor.
- Dinners, R. (Octubre de 2017). *Revista Mundo Dinners*. Recuperado el Diciembre de 2017, de <http://www.revistamundodinners.com/?p=7495>
- Echavarría, Laura Gonzales. (junio de 2014). *ScieloColombia*. Recuperado el Abril de 2018, de <http://www.scielo.org.co/pdf/prosp/v12n1/v12n1a01.pdf>
- Escalona, M. (2009). *La planificación estratégica en la Universidad*.
- Estrada Heredia, P. (2016). *Comercio Exterior y Negocios Internacionales*. Quito.
- Estrada Heredia, P., & Estrada Cevallos, R. (2013). *Como hacer exportaciones*. Quito: Empredane.
- Estrada, P. (2013). *Cómo Hacer Exportaciones*. Quito: Empredane Gráficas Cía Ltda.

- Estrada, R. (2016). Creación de una microempresa comercial de productos gamers. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Expoflores. (21 de Mayo de 2017). *Expoflores*. Obtenido de <http://flor.ebizar.com/flores-ejemplo-cambio-de-matriz-productiva-ecuador-y-sus-flores/>
- Expoflores. (12 de FEBRERO de 2018). *Expoflores*. Obtenido de Expoflores: <http://flor.ebizar.com/como-van-las-exportaciones-de-flores-de-ecuador/>
- Fernando Lafuente. (2012). *Aspectos del Comercio Exterior*. B-EUMED.
- Finch, B. (2016). *How to write a bussines plan*. London: KoganPage.
- Gaitan, R. L. (1977). La teoria del Comercio Internacional de Adam Smith.
- Gonzales, E. M. (2009). *Colorantes Naturales*. Instituto de Investigaciones.
- Guitarra, M. D. (05 de Octubre de 2017). *floricultura en el ecuador- PREZI*. Obtenido de FLORICULTURA EN EL ECUADOR- PREZI: <https://prezi.com/7humbvmaqezs/floricultura-en-el-ecuador/>
- Hana Flowers. (2019). *Hana Flowers*. Obtenido de <https://hanaflores.com.pe/flores/rosas>
- Hernandes, F. y. (2010). *Metodologia de la investigaciòn*.
- Hurtado, J. (2013). *El proyectode la Investigación*. Sypal.
- Indigo Quimica. (OCTUBRE de 2017). *INDIGO QUIMICA*. Recuperado el OCTUBRE de 2017, de <http://www.indigoquímica.com>
- Iván Escalona. (2009). *Aplicación de la PLaneación Estratégica en la Empresa*. El Cid Editor.
- Jordi Fortuny . (2014). *Planteamientos metodologicos sobre el analisis estructural del sector*. Obtenido de <http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/8371/Tjfs02de23.pdf?sequence=2>
- Juares, I. L. (2001). *Libertad economica y crecimiento economico*.

- Lafuente, F. (2013). *biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros*. Recuperado el Febrero de 2018, de [http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros\\_internet/55760.pdf](http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55760.pdf)
- Líderes Express Ecuador. (Mayo de 2017). *Ecuador Confeccion*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/pelileo-viste-ecuador-confeccion-jean.html>
- Loja, U. T. (2012). *Administración Estratégica y Conceptos Basicos*. Mcbook.
- Lopez, M. R. (2012). *Planeación Estratégica y Casos*. Ediciones de la U.
- Manuel Blanca and Miguel Cuervo. (2006). *Perspectivas de la Globalización*. Dykinson.
- Ordoñez, H. (2014). *Corporación Nacional Financiera*. Recuperado el 2018, de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2018/04/Ficha-Sectorial-Hiladura-Tejedura-y-Acabados-de-Productos-Textiles.pdf>
- Palich, M. L. (2013). *Administración de pequeñas empresas*. Ceancy.
- Pérez, K. C. (2018). *La industria de las rosas en el Ecuador*. Obtenido de EFI-Economía Pontificia Universidad Católica del Ecuador: <http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/171-la-industria-de-las-rosas-en-el-ecuador>
- Pullas, E. A. (26 de febrero de 2014). *Vistazo a un país; sector florícola*. Obtenido de Pontificia Universidad Católica del Ecuador: <http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/163-vistazo-a-un-pais-sector-floricola>
- Renato Estrada. (2016). *Pasos para Exportar*. Quito.
- Revuelta. (16 de 06 de 2019). *Revuelta*. Obtenido de REVUELTA: <http://www.revuelta.com.mx/basculas-y-soluciones-de-pesaje/centro-de-informacion/peso-bruto,-tara-y-neto>
- Ricardo Cordova, L. C. (2011). *Tintorería y Medicina en la Valencia del siglo XV*. Editorial CSIC Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- Rodriguez, P. (2012). *Análisis de los Colorantes de un grupo de tejidos hispanomusulmanes*.

Sampieri, R. H. (2010). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. MEXICO.

Sanchez, E. (2016). *La planeación Estratégica y su impacto en la Dirección*.

SENAE. (2019). *SENAE*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>

Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. (14 de Abril de 2017). *Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>

Smith, A. (1776). *Libre Economía*.

sri.gob.ec. (06 de 05 de 2019). *sri.gob.ec*. Obtenido de sri.gob.ec:  
<http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC>

Terry, G. (2001). *Introducción a la planeación estratégica*. Pearson.

Thompson, A. (2012). *Dirección y Administración estratégica*.

Tito Huamani. (2003). *Planes Estartegicos y su Importancia*. Obtenido de [http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2554/1/2003\\_Tito\\_Importancia-del-planeamiento%20estrategico-para-el-desarrollo-organizacional.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2554/1/2003_Tito_Importancia-del-planeamiento%20estrategico-para-el-desarrollo-organizacional.pdf)

# **ANEXOS**

## **Anexo 1 Entrevista**

- 1. ¿Desde cuándo se inicia esta actividad?**
- 2. ¿Cuántos colaboradores posee la empresa actualmente?**
- 3. ¿Actualmente que variedades de rosas posee la empresa Floriecológic S.A.?**
- 4. ¿Cuáles son las principales características que tiene la rosa de exportación?**
- 5. ¿Cómo considera la calidad de su producto? ¿Por qué?**
- 6. ¿Cuántos tallos de rosas ha exportado mensualmente durante el año 2018?**
- 7. ¿Cuál es el precio de cada caja de rosas?**
- 8. ¿Cuántos bonches contiene cada caja de rosas de exportación?**
- 9. ¿Actualmente usted ha comercializado con el exterior su producto?**
- 10. ¿A qué mercados ha exportado su producto? ¿Por qué?**
- 11. ¿Cuáles son los mercados que usted considera ha tenido mayor aceptación su producto? ¿Por qué?**
- 12. ¿Para realizar sus exportaciones trabaja con intermediarios?**
- 13. Su producto cuenta con todos los certificados y documentos para la exportación. ¿Cuáles son?**
- 14. ¿Su empresa cuenta con certificado de origen para su producto?**
- 15. Ha utilizado mecanismos de promoción para dar a conocer su producto a nivel internacional ¿Cuáles?**
- 16. ¿Estaría en capacidad de producir en mayor cantidad las rosas si el mercado exterior lo demanda?**
- 17. ¿Con que forma de pago se manejaría para la realización de sus ventas con el exterior?**

## Anexo 2 Carta de Validación

### Carta de Validación.

Yo, Mg.Sc: Johanna Elizabeth Morocho Terán , titular de la cédula de identidad No. 100315722-7, Directora de la Carrera Comercio Exterior y Finanzas , mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para el desarrollo del Proyecto de Titulación.", elaborado por la estudiante de la Universidad Otavalo:

Nombres y Apellidos	No de Cédula

La estudiante antes mencionada se considera aspirante al título de Ingeniería en Comercio Exterior y Finanzas ; Una vez efectuada la revisión correspondiente expresamos que el Proyecto de Investigación reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos, y por lo tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos propuestos que se plantean.

items	Deficiente 20%	Aceptable 40% al 60%	Bueno 61 al 80%	Muy Bueno 81 al 90%	Excelente 91% al 100%
Congruencia de ítems					
Amplitud de Contenidos					
Redacción de ítems					
Claridad y Precisión					
Pertinencia					

Promedio de la valoración:

Observaciones y/o Comentarios:

Y para la constancia de la presente misiva, se firma en la Ciudad de Otavalo a los 08 días del mes de junio año 2019.

---

Mg.Sc: Johanna Elizabeth Morocho Terán.  
Directora Carrera Comercio Exterior y Finanzas.  
Universidad Otavalo.



**Anexo 3** Asistencia a la Feria De Flores Agriflor



**Anexo 4** Busca de Posibles Clientes en la Feria De Flores Agriflor 2018



**Anexo 5** Busca de Agencias de Carga en la Feria De Flores Agriflor 2018



## Anexo 6 DAE



REPÚBLICA DEL ECUADOR  
DECLARACION ADUANERA DE EXPORTACION



### Consulta del detalle de la declaración de exportación

Número de DAE	055-2019-40-00473857
---------------	----------------------

#### Información de general

Código del distrito	QUITO	Código de régimen	EXPORTACION DEFINITIVA
Tipo de Despacho	DESPACHO NORMAL	Código del declarante	15000195
Fecha de Aceptación	25/06/2019 16:54:56		

#### Información de Exportador

Nombre del exportador	FLORECOLOGIC S.A.	Teléfono del exportador	
Dirección del exportador	CALLE FRANCISCO ZAPATA N067 Y SERGIO MELIA		
Número de documento de	RUC-1792006736001	Ciudad del exportador	CAYAMBE
CIUU	CULTIVO DE CEREALES Y OTROS CULTIVOS N.C.P.	Número de documento de declarante	RUC-1792006736001
Nombre del declarante	FLORECOLOGIC S.A.		
Dirección del declarante	CALLE FRANCISCO ZAPATA N067 Y SERGIO MELIA		
Código de forma de pago	A CONSIGNACION	Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE

#### Información de carga

Puerto de carga	QUITO-MARISCAL SUCRE AIRPORT	Puerto privado desde donde embarca	--NULL--
Puerto de llegada o de destino	MIAMI (MIA)-MIAMI DOWNTOWN HELIPOINT	Fecha de la carta de	25/06/2019
Nombre del consignatario	USABOCA INC		
Dirección del	US		
Ciudad del contribuyente	MIAMI	Tipo de carga	CARGA SUELTA
Almacén de lugar de	31000004 ZPE QUITO	Medio de transporte	AEREO
País de destino final	ESTADOS UNIDOS		

#### Totales

Código de moneda	DOLAR ESTADOUNIDENSE	Tipo de cambio	1
Total moneda transacción	50000	Cantidad de ítem	1
Peso neto total	150	Peso total	170
Cantidad total de bultos	5	Cantidad de contenedores	0
Cantidad total de unidades físicas	10000	Cantidad total de unidades comerciales	10000
Código de la mercancía de despacho urgente		Código de solicitud de aforo	
Fecha de primer ingreso		Fecha de primer embarque	

Firma del Contribuyente

1 de hoja /2 total de hojas

Firma del Declarante



## Anexo 8 Commercial Invoice

### COMMERCIAL INVOICE

00007322

Shipper Name and Address

**FLORIECOLOGIC S.A. 2019**  
 EL BARRIO EL BOSQUE  
 CAYAMBE - ECUADOR  
 PHONE: -- 593 - 2127198 593- 2127198  
 EMAIL: 593- 2127198

Country Code

**EC**      Date: **17/07/2019**

AWB:

**865-1181 1041**

HAWB:

**309 0099 7308**

Marketing name

**FLORIECOLOGIC S.A. 2019**

AIRLINE

FREIGHT FORWARDER

**FRESHLOGISTIC**

Consignee Name and Address

**SILVA FLOWERS**  
 AVENIDA SANTA ISABEL 269 Y KALLE K  
 MIAMI-ESTADOS UNIDOS  
 PHONE:

T. OF SALE

**FIXE PRICE**

ADD CASE

R.U.C. No.

**1792306736001**

DAE No.

**05520194000473857**

**1792306736001-17040802**

BOX CAJAS	PIECE PIEZAS	DESCRIPTION DESCRIPCION	STEMS	ATPA	HTS #	BUNCH BONCHES	PRICE PRECIO	TOTAL
	<b>3</b>							
		ROSAS	250	X		10	0.53	132.50
	<b>PIEZAS</b>	<b>FULL BOXES</b>	0.50	250			<b>\$</b>	<b>132.50</b>

Name and Title of Person Preparing Invoice

**JORGE TORRES**

CUSTOM USE ONLY

USDA, APHIS, F.P.Q. Use Only

## Anexo 9 Invoice

	<b>FLORIECOLOGIC S.A. 2019</b> <small>EL BARRIO EL BOSQUE -- 593 - 2127198 593-2127198</small>	INVOICE: <b>001001</b> <b>00007322</b>
Page 1 of 1		

<b>CUSTOMER</b> L&B FLOWERS S.A. LEONARDO	<b>M.A.W.B</b> 865-1181 1041	<b>DATE</b> 17/07/2019
<b>CONSIGNEE</b> SILVA FLOWERS	<b>H.A.W.B</b> 309 0099 7308	<b>DUE</b> 01/08/2019
<b>ADDRESS</b> AVENIDA SANTA ISABEL 269 Y KALLE K	<b>CARRIER</b> FRESHLOGISTIC	<b>DAYS</b> 15
	<b>COUNTRY</b> ESTADOS UNIDOS	

# BOX	BOX	VARIEDAD	STXB	SIZE STEMS / GRADO															T. STEAM	PRECIO	TOTAL			
		VARIEDAD		30	40	50	60	70	80	90	100	110	120	130	140	150	T. TALLOS	UNIT. \$						
1		EXPLORER	250	.00											10						250.00	0.53	132.50	
				.00											10							250		

TOT. BOX	0.50	SUB TOTAL	132.50
TOT. BUNCH.	10	DISCOUNT	0.00
TOT. STEMS	250	IVA	.00
		TOTAL USD DOLLAR	132.50

PLEASE BE SO KIND TO WIRE TRANSFER THE TOTAL AMOUNT OF THIS INVOICE UNDER THE FOLLOWING INSTRUCTIONS:  
 BENEFICIARY NAME: FLORIECOLOGIC S.A. 2019

**Anexo 10** Termoking





## Anexo 11 Carguera

