



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ESCUELA: INGENIERÍA DE FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR**

**CARRERA: INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR**

## **TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previo a la obtención del título de:

**INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR**

TEMA:

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE  
ROSAS ORGÁNICAS DE LA EMPRESA NEVADO ECUADOR HACIA  
EL MERCADO DE PARIS – FRANCIA EN EL PERIODO 2015

AUTOR:

MORALES MIRANDA ALEX ISRAEL

RIOBAMBA - ECUADOR

2016

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo de investigación previo a la obtención del título de Ingeniera en Comercio Exterior, ha sido desarrollado por la Sr. ALEX ISRAEL MORALES MIRANDA, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Norberto Hernán Morales Merchán

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Ing. Jorge Iván Carrillo Hernández

**MIEMBRO DEL TRIBUNAL**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, ALEX ISRAEL MORALES MIRANDA, estudiante de la Escuela de Ingeniería de Finanzas y Comercio Exterior de la Facultad de Administración de Empresas, declaro que el Trabajo de Titulación que presento es auténtico y original. Soy responsable de las ideas expuestas y los derechos de autoría corresponden a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

**ALEX ISRAEL MORALES MIRANDA**

**C.I.: 1803600897**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo lo dedico principalmente a Dios, por haberme dado la vida. A mi madre y padre, por ser el pilar fundamental de mi vida y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional.

A mis amigos y hermanos, por compartir momentos significativos conmigo, y que me han apoyado a lo largo del tiempo y quiénes son y serán mi motivación e inspiración, y sobre todo mi felicidad.

## **AGRADECIMIENTO**

Mi sincero agradecimiento a Dios, por ser el forjador de mi camino y brindarme la oportunidad de obtener otro triunfo personal.

A mis padres y hermanos, por su amor, trabajo y sacrificios en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy.

A mis amigos, por hacer este tiempo de estudio más corto y divertido.

A la ESPOCH por todos los conocimientos y por ser mi segunda casa.

A mis tutores, por su paciencia, ayuda y aportes en la realización del trabajo.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

Portada.....	i
Certificación del tribunal.....	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice de contenido.....	vi
Índice de gráficos.....	ix
Índice de anexos.....	x
Resumen ejecutivo.....	x
Summary.....	xii
Introducción.....	1
<b>CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....</b>	<b>2</b>
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1 Formulación del Problema.....	3
1.1.2 Delimitación del Problema.....	3
1.2 JUSTIFICACIÓN.....	4
1.3 OBJETIVOS.....	6
1.3.1 Objetivo General.....	6
1.3.2Objetivos Específicos.....	6
<b>CAPITULO II: MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>7</b>
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	7
2.1.1 Antecedentes De Investigaciones Anteriores.....	7
2.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS.....	7
2.3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	10
2.4 La Empresa.....	22
2.4.1 Reseña Histórica De La Empresa.....	22
2.4.2 Misión.....	24
2.4.3 Visión.....	24
2.4.4 Objetivo General.....	24
2.4.5 Estructura Organizacional.....	25
2.4.6 Organigrama Funcional.....	26
2.4.7 Valores Corporativos.....	27
2.4.8 Política.....	27

2.5 MARCO LEGAL.....	27
2.5.1 Constitución política del Ecuador.....	27
2.5.2 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI).....	28
2.5.3 Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE).....	29
2.5.4 Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI).....	29
2.5.5 Expoflores.....	29
2.5.6 Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO).....	30
2.5.7 Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana.....	30
2.5.8 Servicio de Rentas Internas (SRI).....	30
2.5.9 Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR) .....	31
2.5.10 Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD) .....	31
2.6 IDEA A DEFENDER.....	31
2.6.1 IDEA A DEFENDER .....	31
2.7 VARIABLES.....	32
2.7.1 Variable Independiente .....	32
2.7.2 Variable Dependiente .....	32
2.8 ANÁLISIS FODA.....	32
2.7.1 FODA Cruzado o Cruce de Variables.....	33
CAPITULO III: ESTUDIO DE MERCADO.....	34
3.1 DEFINICIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO.....	34
3.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	35
3.3 RELACIONES COMERCIALES ENTRE ECUADOR Y FRANCIA.....	36
3.4 COMERCIO BILATERAL ENTRE ECUADOR Y FRANCIA.....	37
3.4.1 Rosas exportadas de Ecuador a Francia.....	40
3.5 La Oferta.....	41
3.6 LA DEMANDA.....	43
3.6.1 Metodología para cuantificar la demanda.....	43
3.6.2 Factores que afectan la demanda .....	44
3.6.3 Análisis de la producción interna de flores en Francia.....	44
3.6.5 Análisis de la Producción Nacional de Rosas.....	47
3.7 Consumo Aparente.....	48
3.7.1 Población económicamente activa en Francia.....	49
3.7.2 Consumo per cápita .....	50
3.7.3 Consumo Recomendado .....	51

3.7.4 Déficit por Habitante .....	51
3.8 Demanda Insatisfecha .....	52
<b>CAPITULO IV: PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN .....</b>	<b>54</b>
4.1 NOMBRE DE LA PROPUESTA.....	54
4.2 ESPACIO FÍSICO.....	54
4.2.1 Proceso de Producción.....	54
4.3 localización de los oferentes.....	67
4.4 localización de los demandantes.....	67
4.4.1 Definición del Mercado Meta.....	67
4.5 Segmentación de mercado.....	73
4.6 REQUISITOS PARA LA EXPORTACIÓN.....	74
4.6.1 Requisitos para ser Exportador.....	75
4.6.2 Documentos Necesarios para la Exportación de Rosas Orgánicas.....	75
4.6.3 Requisitos Previos.....	77
4.7 Logística de Exportación.....	80
4.7.1 Cadena Comercial.....	80
4.7.2 Incoterms.....	81
4.7.3 Selección del Transporte.....	84
4.8. Condiciones de Pago.....	86
4.9 COSTOS DE DERECHOS ARANCELARIOS.....	87
4.10 TRÁMITES PRELIMINARES PREVIO AL EMBARQUE.....	87
4.11 PRECIO DE EXPORTACIÓN.....	89
4.12 estudio financiero.....	90
4.12.1 Estados Financieros.....	90
4.12.2 Balance General.....	90
4.12.3 Estado de Resultados.....	93
4.12.4 Flujo de Efectivo.....	96
4.12.5 Valor Actual Neto.....	100
4.12.6 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	101
4.12.7 RELACIÓN BENEFICIO – COSTO.....	101
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>104</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>105</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>106</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>109</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Exportaciones Ecuatorianas de flores de verano por variedad .....	16
Gráfico N° 2: Principales exportadores de flores de verano .....	17
Gráfico N° 3: Exportaciones no Petroleras, Principales grupos de productos.....	17
Gráfico N° 4: Balanza comercial total Ecuador - Francia .....	38
Gráfico N° 5: Camas y Caminos .....	55
Gráfico N° 6: Invernaderos.....	56
Gráfico N° 7: Reservorio de Agua.....	57
Gráfico N° 8: Cosecha de Rosas.....	59
Gráfico N° 9: Transporte de Rosas .....	59
Gráfico N° 10: Recepción de Rosas .....	61
Gráfico N° 11: Clasificación y Selección .....	62
Gráfico N° 12: Elaboración de Ramos .....	63
Gráfico N° 13: Hidratación y Frío .....	63
Gráfico N° 14: Empaque y Etiquetado .....	64
Gráfico N° 15: Localización Nevado Ecuador .....	67
Gráfico N° 16: Mercado Meta .....	68
Gráfico N° 17: Puerto Dunkerque .....	70
Gráfico N° 18: Aeropuerto Charles de Gaulle.....	71
Gráfico N° 19: Aeropuerto de Orly .....	72
Gráfico N° 20: Normas de Etiquetado.....	78
Gráfico N° 21: Normas de Embalaje .....	79
Gráfico N° 22: Incoterms.....	81
Gráfico N° 23: Incoterms FOB .....	82
Gráfico N° 24: Contenedor Reefer HC 20 pies .....	89

## **ÍNDICE DE DIAGRAMAS**

Diagrama N° 1: Proceso de Producción .....	60
Diagrama N° 2: Post - Cosecha .....	66

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

Anexo N° 1: Producto a Exportar .....	109
Anexo N° 2: Empresa Nevado Ecuador .....	109
Anexo N° 3: Factura Comercial Nevado Ecuador.....	110

## **ÍNDICE DE FLUJOGRAMAS**

Flujograma N° 1: Organigrama Estructural.....	25
Flujograma N° 2: Organigrama Funcional .....	26

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El objetivo general de la presente investigación es desarrollar un Proyecto de Exportación de rosas orgánica de la empresa Nevado Ecuador hacia el mercado de Francia- París; durante el periodo 2015.

El estudio de mercado realizado en el presente proyecto, dio a conocer que Francia es un país con alta demanda potencial de este producto; debido a sus estrictos controles de calidad y su alta demanda de productos orgánicos.

Dentro de la propuesta de comercialización se tomarán en cuenta los siguientes aspectos, los cuales son relevantes para la exportación: transporte, contenedores, condiciones de pago. El producir orgánicamente una rosa proporciona una característica diferente, y con este valor agregado se vuelva más competitivo en el mercado internacional, que cada vez demanda productos certificados y amigables con el medio ambiente.

En el análisis financiero se tomó como referencia los estados financieros de entidad como: balance general, estado de resultados y el flujo del efectivo, a través de estos reportes financieros se logró obtener los siguientes costos: la proyección es de 5 años posteriores, un TIR de 52,06% y un beneficio costo de 1,48 y 1,55 Con dichos resultados se comprobó la factibilidad del proyecto de exportación.

Palabras claves: Proyecto de exportación, rosas orgánicas, certificaciones

Ing. Norberto Hernán Morales Merchán

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

## **SUMMARY**

The overall objectives of this research is to develop an organic roses Export Project Nevado Ecuador company to market in France – Paris; during the 2015 period.

The market survey carried out in this project, announced that France is a country with high potential demand for this product; because of its strict quality controls and high demand for organic products.

In the marketing proposal the following aspects are taken into account, which are revelant for export: transport, containers, payment terms. The organically produce a rose provides a different characteristic, and this added value become more competitive in the international market, which increasingly demand products certified and friendly enviroment.

In the financial analysis reference was made to the financial statements of entity as: balance sheet, income statement and the flow of cash trough these financial reports will be able to obtain the following costs: the projections is 5 years later, a TIR of 52.06% and a cost of 1.48 and 1.55 benefit with these results the export project feasibility was checked.

Keywords: Export project, organic roses, certifications.

## INTRODUCCIÓN

Las flores ecuatorianas se encuentran entre las mejores del mundo por su calidad y belleza inigualables.

La situación geográfica del país ha permitido contar con micro climas y una excelente luminosidad que proporcionan características únicas a las flores como son: tallos gruesos, largos y totalmente verticales, botones grandes y colores sumamente vivos y con mayor durabilidad.

Entre los principales mercados importadores del sector floricultor ecuatoriano (rosas) están: Alemania, Reino Unido, Estados Unidos de América, Países Bajos (Holanda) , Francia, Federación de Rusia ,Japón, Italia, Suiza y Liechtenstein y Bélgica, España, Canadá, debido a que las flores ecuatorianas son reconocidas y consideradas como las mejores del mundo por su calidad y belleza incomparables.

El Ecuador cuenta con una enorme variedad de productos no tradicionales para exportar a mercados internacionales, entre los que sobresalen las rosas, ya que nuestro país cuenta con más de 300 variedades entre rojas y de colores, razón por la cual somos considerados como el país que tiene más variedades y hectáreas cultivadas de esta hermosa flor. La rosa ecuatoriana es el producto más cotizado y de mayor demanda a nivel mundial, se posicionó desde sus inicios a finales de los años 80 como una flor diferenciada por su excelente calidad principalmente en el mercado norteamericano.

Ecuador busca incrementar sus exportaciones al mercado mundial, a través de la producción de rosas orgánicas, una nueva variedad que posee un valor agregado cada vez más demandado a nivel internacional, especialmente europeo. Las rosas orgánicas tienen un tratamiento diferente a las normales, pues carece de pesticidas y abonos tóxicos. Sus cuidados son más rigurosos y con fertilizantes totalmente naturales; igualmente sus costos de producción son un 25 por ciento más que las tradicionales. En la Unión Europea la preferencia por las flores no solo es para regalos en fechas especiales sino también para adornar el hogar.

# **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA**

## **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

A nivel mundial durante los últimos años varios países han optado por la producción y exportación de productos no petroleros para mejorar sustancialmente su economía, siendo así el sector florícola uno de los que ha logrado alcanzar un gran interés, por su dinamismo y alto índice de comercialización. En Latinoamérica los principales exportadores de flores son Colombia y Ecuador, para estos dos países la floricultura ha llegado a convertirse en una parte fundamental de su economía, convirtiéndose en sus exportaciones agrícolas no tradicionales más importantes.

Ecuador es el segundo país exportador de flores en la región, esto se debe en gran parte a su clima y ubicación geográfica, los cuales generan el estado perfecto para cultivar todo tipo de flores, en especial rosas orgánicas de gran calidad. El alto interés de la floricultura se evidencia, según PROECUADOR, en las cerca de 2.500 hectáreas de rosas que existen en el país, siendo las principales provincias donde se centra la floricultura Pichincha, Cotopaxi, Imbabura y Azuay.

Según datos estadísticos del Banco Central del Ecuador, en las exportaciones de bienes, se destaca el incremento de las ventas externas de productos como las flores naturales en 73.7%, al pasar de USD 165.1 millones en el cuarto trimestre de 2014 a USD 286.8 millones en el primer trimestre de 2015, siendo los principales destinos de exportación Estados Unidos, Rusia, Venezuela, Vietnam, Alemania, Holanda, entre otros.

Considerando que Rusia es uno de los destinos para la exportación de rosas del Ecuador y teniendo presente que durante el año 2014, la moneda Rusa se devaluó cerca del 80%, lo que acarreó que los productos importados se vuelvan más caros para Rusia.

Alejandro Martínez, presidente de Expoflores, menciona que las ventas a Rusia y hacia los países de la ex Unión Soviética bajaron en el último semestre del año pasado en relación con el 2013 y que la principal reducción se produjo en los meses de octubre, noviembre y diciembre.

Teniendo presente lo antes mencionado es indispensable buscar nuevos mercados hacia donde poder exportar flores ornamentales, en el presente caso para mejorar la expansión

del mercado internacional en la empresa Nevado Ecuador, es sumamente necesario la incursión en países estables económicamente e importadores de rosas ornamentales, razón por la cual se ha considerado a París como el país de mayor interés para la comercialización de este producto, siendo este un país Gourmet y que aprecia las flores ornamentales de alta calidad como las que Ecuador produce.

### **1.1.1 Formulación del Problema**

¿Es factible la exportación de rosas orgánicas de la empresa Nevado Ecuador hacia el mercado de París - Francia en el periodo 2015?

### **1.1.2 Delimitación del Problema**

El presente estudio de factibilidad para la exportación de rosas orgánicas se lo realizara desde la empresa **NEVADO ECUADOR S.A.** la cual está ubicada en la provincia de Cotopaxi cantón Salcedo - Ecuador, y se analizara continuamente el mercado internacional de París-Francia en el periodo 2015.

- ❖ **Campo:** Exportaciones hacia el mercado internacional de París-Francia
- ❖ **Área:** Comercio Exterior
- ❖ **Ubicación de la empresa:** Salcedo provincia de Cotopaxi
- ❖ **Aspectos:** Proyecto de Factibilidad
- ❖ **Periodo:** 2015

## **1.2 JUSTIFICACIÓN**

El presente proyecto se fundamenta en un ámbito crítico – propositivo, analizando la situación actual de la empresa y a la vez proponiendo nuevos mercados internacionales hacia donde exportar sus productos para mejorar su economía y a su vez se presenta como una alternativa de solución para los problemas presentados en la exportación de rosas orgánicas; considerando que uno de los principales destinos de exportación es Rusia y al presentar una devaluación de su moneda, las exportaciones a este país solo en el primer trimestre del presente año han caído en 15% según datos del Banco Central.

Por tal razón es sumamente necesario el buscar nuevos mercados internacionales hacia donde exportar logrado diversificar mercados y no depender exclusivamente de la economía local, adquirir experiencia y alianzas con empresas extranjeras, buscando siempre mayor volumen en las ventas, que ayuden a mejorar la economía empresarial. Con la implementación del presente proyecto se busca además mejorar la calidad de vida de las personas que trabajan en la empresa Nevado Ecuador S.A, tanto en el ámbito económico, así como también en lo social.

Es sumamente necesario el diversificar mercados para afrontar la competencia internacional y la situación de la economía nacional, ganando competitividad realizando alianzas estratégicas con empresas extranjeras para reducir costos, mejorar la eficiencia y diversificar productos, a su vez disminuir el riesgo de depender de un solo mercado, con la visión de vender mayor cantidad de rosas orgánicas utilizando la capacidad productiva de la empresa, generando economías de escala aprovechando las oportunidades de los mercados ampliados a través de acuerdos preferenciales, buscando en lo posible involucrarse en el mercado mundial que ofrece grandes rentabilidades debido a la globalización de la economía.

Analizando la economía y la situación actual de la empresa Nevado Ecuador S.A, es sumamente necesario disminuir la cantidad de problemas macroeconómicos; promoviendo la operación y la comercialización de los productos con economías a escala, es decir aprovechar de las ventajas en términos de costos que una empresa obtiene gracias a su expansión y la intervención en nuevos mercados internacionales, es necesario por otra parte además aprovechar de mejor manera las instalaciones existentes, logrando un nivel de producción que implique menores costos unitarios, que

posibiliten obtener precios más rentables debido a la mayor apreciación del producto por parte de la población en los mercados a los cuales se piensa exportar; todo este proceso a la larga mejorará la imagen de la empresa, la apreciación de las rosas orgánicas Ecuatorianas en relación con otros exportadores de diferentes países.

Finalmente considerando que la empresa Nevado Ecuador S.A. ya exporta sus rosas naturales, que son utilizadas para la decoración, a países como: Alemania, Arabia Saudita, Australia, Brasil, China entre otros; nace la propuesta de expandir el mercado internacional y a su vez incrementar la oferta de productos. Por tal razón, el presente proyecto busca analizar la factibilidad de exportar Rosas Orgánicas (producto aprobado para la alimentación) a Paris – Francia, tomando en cuenta que este es uno de los países más turísticos del mundo y considerado como el más romántico, en él se comercializa grandes toneladas de rosas al año.

Francia es considerada como uno de los países que promociona e impulsa la comida Gourmet en el mundo y en él se consume en gran cantidad rosas orgánicas para su degustación en varios platillos. Además que la calidad y el aprecio de los productos de esta empresa en el mercado exterior tienen una gran aceptación, a esto se añade que la empresa ya posee la capacidad de diseño, programación, producción, comunicación, empaques, administración, entre otras características que facilitarían la exportación. Este mercado se convierte en el destino idóneo para la comercialización de las rosas orgánicas que la Empresa Nevado Ecuador S.A. ofrece.

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1 Objetivo General**

Estudiar la factibilidad de exportación de rosas orgánicas de la empresa Nevado Ecuador S.A., hacia el mercado de Paris-Francia en el periodo 2015.

### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Diagnosticar la situación actual de la empresa Nevado Ecuador S.A. en aspectos de productividad y capacidad de exportación.
- Investigar el mercado de Paris – Francia, para determinar los beneficios que traería para la empresa.
- Examinar la factibilidad de exportar rosas orgánicas de la empresa Nevado Ecuador S.A. hacia el mercado de Paris – Francia, estudiando las diversas estrategias de exportación.

## **CAPITULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

#### **2.1.1 Antecedentes De Investigaciones Anteriores**

Es importante analizar ciertas investigaciones realizadas por otros autores acerca de este producto, proyectos productivos, que permitan encontrar alternativas y ayuden a fomentar de una manera real esta investigación.

Según Hernán Rodrigo Carrión en una investigación llamada “Proyecto de Factibilidad para Producción y Exportación de Aceite de Rosas al Mercado de Francia; Periodo 2009-2019”, señala:

- Las exportaciones de Francia representan 18,43% de las exportaciones mundiales para este producto. Entre sus principales destinos se encuentran los Estados Unidos, Alemania, Suiza, Reino Unido y Japón que son también participantes de la industria. (Heredia, 2009)

El autor nos indica que exportar hacia Francia es apetecible puesto que dicho país es un buen socio comercial de Ecuador y a donde se destinan algunos de nuestros productos, a la población francesa le atrae los productos naturales por estar libre de químicos y las rosa de la empresa “NEVADO ECUADOR” son 100% libres de químicos, y con este estudio se mejorara los ingresos económicos de la empresa “NEVADO ECUADOR”.

### **2.2 ANTECEDENTES HISTÓRICOS**

La exportación de productos no tradicionales desde los países de Latinoamérica, tiene su auge a partir de las últimas tres décadas, especialmente durante los últimos años es cuando Ecuador se sitúa entre los principales países exportadores de flores a nivel mundial. El inicio de la producción florícola en el Ecuador inicia en la década de los 80 durante el Gobierno de Oswaldo Hurtado, principalmente en la zona norte de la provincia de Pichincha. (Kouzmine , 2000)

Considerando lo anteriormente mencionado y además tomando en cuenta el auge económico que estaba teniendo la exportación de este producto, el aumento de tasas de trabajo para los moradores de la localidad, la calidad del suelo y el excelente clima,

óptimo para la producción de flores. Nevado Ecuador se consolida como una empresa familiar en el año 1965, desde el inicio centrando todos los esfuerzos en la producción de rosas de ultra alta calidad, las rosas más exclusivas del mundo, rosas únicas que sólo se puede encontrar en los granjas de esta empresa , como la intuición Roja, la intuición Rosa, la Gigi etc. Producidas bajo las más estrictas condiciones ambientales y sociales, y muestra de ello han sido una serie de certificaciones internacionales que la empresa ha recibido, incluidas Comercio Justo, Orgánico, Rainforest Alliance, entre otras.

En la actualidad se producen en las granjas situadas a tres mil metros sobre el nivel del mar en la provincia de Cotopaxi, rosas reconocidas a nivel mundial, empleando a más de 500 personas en su mayoría de la localidad. Las plantaciones de Nevado Ecuador, se encuentran situadas al sur de la línea ecuatorial en un valle de alta montaña, en la provincia de Cotopaxi, se considera que eligieron este lugar por dos razones. En primer lugar teniendo en cuenta que por encontrarse a una gran altura sobre el nivel del mar, las granjas se encuentran cerca del sol, maximizando la luminosidad para que las rosas puedan crecer más rápido y obtengan más altitud, además de tener una mejor vida en el invernadero. En segundo lugar al encontrarse en las montañas, el suelo es óptimo para la producción de rosas lo que genera una menor cantidad de errores en la producción y un menor gasto de producción.

Durante los últimos años en la empresa se ha hecho hincapié, en la mejora de la producción, en la implementación de más tecnología y en la aplicación de nuevos procesos que mejoren la calidad de las rosas. Razón por la cual los invernaderos de la empresa están contruidos para proteger el producto final, están cubiertas con plástico para conseguir un ambiente óptimo, con la más alta luminosidad, buen suelo y agua excelente, produciendo en conjunto un ambiente primaveral. Actualmente además en las granjas de la empresa se ha venido llevando a cabo un programa experimental ambicioso para aprovechar la tecnología más reciente.

Los grandes embalses proporcionan agua a los invernaderos y este hecho garantiza la eliminación permanente del líquido. Los embalses tienen una capacidad de tres meses, con agua de alta calidad que proviene de las montañas cercanas. En el invernadero se manejan a cada una de las plantas con el máximo cuidado hacia el medio ambiente, tomando en cuenta que el personal se encuentra totalmente calificado y recibe formación continua basada en las últimas técnicas de cultivo.

Como antecedente de la producción se puede mencionar que las habitaciones de poscosecha de la empresa tienen un área combinada de varios cientos de metros cuadrados y que las primeras horas del día son de mayor actividad, ya que las rosas se cortan muy temprano en la mañana, se clasifican en diferentes tamaños entre 30 cm a 150 cm, se controla el escenario, capullo y el tamaño de cada rosa, terminando por formar los ramos entre 10, 12, 20 o 25 tallos, o de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes. Los cuales llevan varias etiquetas, por ejemplo uno con el código de barras y el día de corte, la segunda con el nombre de quien realizó el ramo, etc.

Posteriormente ya en el proceso de embalaje, en la primera cámara a 5 °C las rosas pasan por una fase obligatoria de tratamiento preventivo y de hidratación, para posteriormente agruparlas de acuerdo a la variedad y a la calidad de las rosas. El proceso de embalaje en cajas también se lo realiza en una cámara a 5 °C antes de ser puestos en la última cámara en 1.5°C donde permanecerán hasta su corto viaje al aeropuerto. Finalmente las rosas están listas para un largo viaje a Hong-Kong, Londres, Madrid, Miami entre otras ciudades, donde van a cautivar al consumidor final por su belleza y su promedio de 15 días florero-vida.

La empresa Nevado Ecuador tiene una responsabilidad Social marcada, razón por la cual constantemente orienta sus esfuerzos por ser la más ambiental y socialmente certificada plantación de rosas en el mundo. Esto lo realizan para demostrar que "vivimos como predicamos", y hasta el día de hoy han sido galardonados con una serie de certificaciones internacionales como:

Certificación Max Havelaar/Comercio Justo desde 2002, para las ventas principalmente en Suiza, los Estados Unidos y los mercados de la Unión Europea. La etiqueta de comercio justo significa que el personal de la empresa recibe un recorte del precio de

venta al consumidor que pueden utilizar para proyectos conjuntos alrededor de la empresa o a su vez en sus comunidades.

Desde 2002 Nevado Ecuador es el titular de la etiqueta Flor Ecuador, una iniciativa de evaluación comparativa controlada por Expoflores, la Asociación de Productores de Ecuador. Desde 2005 además está certificada por Rainforest Alliance, demostrando que la empresa está en pleno cumplimiento de las difíciles normas ambientales que ellos exigen. Posee además desde el año 2002 el certificado de BASC (Alianza Empresarial para un Comercio Seguro) el cual es un estándar de aduanas de Estados Unidos, lo que garantiza que la empresa no envía contrabando en las cajas.

Nevado Ecuador se esfuerza por ser cada vez más limpia en sus métodos de producción. Una de las formas de avanzar es la agricultura ecológica, y la empresa fue certificada por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) como productor orgánico en el año 2007, y han logrado completar la calidad en la producción ecológica al llegar a ser certificada también por la Unión Organic Standard Europea en abril de 2008.

Como se mencionó anteriormente sobre esta temática, “Exportación de rosas orgánicas a Francia”, en el Ecuador no se registran trabajos investigativos similares, y para la presente investigación más que nada solo se cuenta con el antecedente de que la empresa ya exporta rosas simples a este país, especialmente a tres clientes importantes como son: Flor del Caribe, Magniflora y The Green Cabana.

### **2.3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

“Los individuos comerciamos si la utilidad de bienes y servicios que poseemos aumenta cuando los intercambiamos por algo que puedan ofrecernos los demás. Si no fuera así, nos abstendríamos de comerciar”. (Schwartz, 2001),

Tomando en cuenta este concepto podríamos presumir que la población comercializa buscando siempre el bienestar personal, este pensamiento también lo comparten los economistas, quienes aseveran que seguiremos intercambiando cantidades de los bienes y servicios que poseemos o producimos, hasta el momento en que el bienestar o satisfacción que nos produce lo que tenemos del bien comprado sea igual a la pérdida de

utilidad causada por la reducción de la cantidad del bien que hemos ido cediendo a cambio, y viceversa.

Se podría considerar además que el objetivo fundamental, es que el beneficio del comercio en general no nace de la pelea de las partes, sino de las ventajas o mejoras de bienestar obtenidas por ambas. El descubrimiento de esta realidad es muy antiguo. Aristóteles (384–322 a.C.) describió el beneficio y razón del comercio como el intercambio de lo que a cada uno le sobraba para conseguir lo que a cada uno faltaba.

Su idea fue recogida por Santo Tomás de Aquino (1226–1274) y sus discípulos los doctores escolásticos. Santo Tomás consideró incluso que la profesión de comerciante era lícita y el beneficio obtenido por los tratantes, neutro desde el punto de vista moral, pues su valor ético dependía del uso que el comerciante hiciera de sus ganancias.

Este razonamiento pronto se extendió al comercio ambulante o internacional también se manifiesta que la licitud del libre comercio internacional se planteó con motivo de la conquista de las Indias por los castellanos. En donde los teólogos de Salamanca se cuestionaron inmediatamente si era lícita la invasión de lo que luego se llamaría América, a sabiendas de que aquellas tierras habían pertenecido desde tiempo inmemorial a las naciones indias que las habitaban. En una “relección” o conferencia universitaria que pronunció en 1538-39, el maestro Francisco de Vitoria (1485–1546) planteó la llamada “duda indiana” [Pereña (1998)]. En donde se planteó este eximio teológico planteando dos argumentos comúnmente utilizados para justificar la invasión, la salvación de las almas de los indígenas y la libertad de comercio con ellos. Para Vitoria, la evangelización habría de realizarse con métodos suaves y pacíficos, y en el comercio sólo habría de emplearse la fuerza si los caciques indios lo prohibían a sus súbditos, pues la libertad de comercio era un “derecho natural de libre comunicación entre los pueblos”. Estas dos ideas inspiraron la legislación Real de las Indias, que jamás se cumplieron a cabalidad y fueron innumerables los abusos que ocurrían en la práctica. . (Schwartz, 2001)

Analizando toda la historia anteriormente descrita podemos resumir que desde la antigüedad en América ya se venía comercializando entre países vecinos pero es desde la época del descubrimiento de América que se podría considerar que inicia el comercio internacional en estas tierras.

Considerando además lo antes mencionado, podríamos sospechar que el comercio internacional no tiene una fecha de inicio bien definida, pero tomando en cuenta varios estudios realizados sobre la historia de la economía mundial, se podría presumir que inicia con el trueque de productos entre países vecinos con el inicio de la agricultura, en el periodo neolítico, aproximadamente por el año 6000 antes de Cristo, en Asia, en África y en América, se conjetura también que bajo este concepto América habría iniciado sus exportaciones a países fuera del continente al ser invadida por España en el siglo XV, empezando a enviar grandes cantidades de oro y plata hacia el continente Europeo, pero todo esto no estuvo a cargo de nativos Americanos sino más bien administrado por la corona Española, por tal razón las exportaciones independientes de los países Americanos se podría considerar que inician en el siglo XVIII donde los países norteamericanos y sudamericanos se van independizando de España y toman el control de su producción y comercialización de productos.

Otras investigaciones también mencionan que, desde el inicio del siglo XIX los países de América, incrementan la producción de determinados artículos que empiezan a ser comercializados especialmente entre países cercanos, productos agrícolas, metales preciosos, artesanías, textiles entre otros, pero es en las últimas tres décadas que los países de América Latina desarrolla la exportación de productos básicos no tradicionales como: Camarón, flores cortadas, vino, café, entre otros.

“En el curso de los últimos tres decenios, varios países de América Latina han desarrollado las exportaciones de productos básicos no tradicionales, término que usan tanto los investigadores como los medios de comunicación. Algunos productos de exportación no tradicional (camarones en Ecuador, flores cortadas en Colombia, vino en Chile), han modificado la estructura exportadora de los respectivos países. Casi todas estas exportaciones se destinan a los mercados de los Estados Unidos, la Unión Europea, Japón y algunos otros países, el acceso a los cuales está limitado principalmente por aranceles”. (Kouzmine , 2000)

Analizando de una forma más detallada el comercio exterior de los países de América Latina y compartiendo el criterio con Kouzmine. V, podríamos de igual forma concluir que las exportaciones no tradicionales aparecen con el documento de la CEPAL a principios de los años setenta. Donde se menciona y se analiza la necesidad de aumentar las exportaciones no tradicionales con el objeto de diversificar los productos y los

mercados de exportación dentro del marco de las políticas de promoción de las ventas externas manufactureras (UNITED NATIONS, 1993)

Tratando de definir los productos considerados como exportaciones tradicionales y no tradicionales, mencionaremos lo publicado por la Unidad de Desarrollo Agrícola de la CEPAL, Documento en el cual se menciona: "El concepto de exportación tradicional, el cual ha estado asociado en Latinoamérica a aquellos productos que concentraban un alto porcentaje de los ingresos de divisas por exportaciones de los países". (UNITED NATIONS, 1993).

En este estudio además se menciona que un producto será considerado de exportación tradicional "si es que a lo largo del presente siglo y, hasta antes de la crisis de la deuda externa, integró la lista de los productos que concentraron la mayor parte del valor de las exportaciones agrícolas regionales". Considerando los criterios antes mencionados se podrían identificar los 25 productos básicos exportados por los países de la región durante el período 1937-1947. Productos agrícolas de exportación tradicional podrían ser considerados: café, azúcar, algodón, carne, maíz, trigo, cueros, lana, aceite de linaza, tabaco, cacao, madera, arroz, plátanos, quebracho y cera vegetal, entre otros. Por lo anteriormente mencionado, los productos de exportación no tradicional entonces serían todos aquellos que sirvan como el complemento de la lista.

También hace una definición de las exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales, basándose en la Clasificación Uniforme para el Comercio Internacional (CUCI), con este criterio y de una forma resumida se consideraría que las exportaciones de productos tradicionales comprenden cacao, tabaco (sin procesar), especias, carne y animales vivos, camarón y otros productos del mar, madera, petróleo, cuero, plata, plomo, zinc, café, algodón y azúcar. Todos los demás productos corresponden a las exportaciones no tradicionales. ( Gabriele , 2004)

Considerando que las exportaciones no tradicionales dinamizan y fortalecen la economía de un país, las exportaciones de flores (producto no tradicional) presentaron su auge en los años setenta, un crecimiento importante en la década de los ochenta, y un ritmo permanente de comercialización de 1990 en adelante. Holanda desde siempre ha ocupado el primer lugar entre los países productores y exportadores de flores. La floricultura con fines de exportación en algunos países latinoamericanos se inició en los

años setenta y ochenta. La importancia de la exportación de flores es muy alta para Colombia y Ecuador, quienes desde la década de los 90 han ocupado el segundo y tercer lugar respectivamente, entre los países exportadores de flores a nivel mundial. (Kouzmine , 2000)

Si analizamos el comercio en el Ecuador y más en detalle el desarrollo de la comercialización internacional del país, podríamos considerar que se perdió casi cinco siglos de exportaciones sin provecho y que acarrearón grandes pérdidas al país, esto debido a malas administraciones y a política sin visión a futuro, sin un objetivo claro de desarrollo. Desglosando los cinco siglos antes mencionados podríamos deducir que dos siglos el país exportó grandes cantidades de oro mientras pertenecía a la Colonia, otro siglo más exportó una gran cantidad de textiles, pero todas estas exportaciones a manos de la Corona española y no de los criollos razón por la cual las ganancias no se quedaban en el país.

“En la vida Republicana el Cacao, el banano y el petróleo otorgaron grandes ingresos al estado pero por falta de una adecuada planificación no se canalizaron los recursos a mejorar el nivel de desarrollo de los ecuatorianos” (Ordoñez, 2012)

Según el análisis sectorial de Flores presentado por PROECUADOR en Agosto del 2011, se estima que la industria florícola en el Ecuador inicia a finales del siglo 19, abarcando la producción y cultivo de flores variadas tales como rosas, flores de verano, flores tropicales, y otras. Siendo las rosas naturales el producto más cotizado y de mayor demanda a nivel mundial. Hoy en día podemos considerar que la floricultura se ha convertido en una industria muy dinámica, que ha crecido de manera rápida.

Por otra parte en el artículo publicado en revista gestión “Flores un milagro programado” “El sector florícola es uno de los puntales de la economía ecuatoriana. Luego de casi dos décadas de desarrollo, se desempeña con gran eficiencia productiva y altos retornos sociales. Pero no todo ha sido un lecho de rosas y continúa dependiendo de ciertos acuerdos que suplen la incapacidad de las autoridades ecuatorianas para establecer una estrategia de largo plazo para su inserción en nuevos mercados.”. (Marcano, 2013)

Y es apenas en la segunda mitad de esa década, que la crisis asiática y rusa afectaron la demanda mundial de todos los productos, más que nada de flores, que vienen a ser

consideradas un elemento extremadamente delicado o también visto como un artículo de lujo.

Ya en esta segunda mitad de década el mercado más importante para el Ecuador, Estados Unidos disminuyó sus compras y a ello se sumó una crisis financiera sin tomar en cuenta además a los conflictos internos del Ecuador que terminaron en la dolarización.

Y es en este entorno tan sombrío en el cual la situación parecía desesperada, donde surgió de nuevo la flor nacional. Para lo cual varios factores influyeron: la transformación del ATPA en Atpdea (siglas en inglés del Acuerdo de Preferencias Andinas para la Lucha contra las Drogas), esto ocurrido el 6 de agosto de 2002, y a través de este acuerdo se logró que Estados Unidos se consolidara como el principal mercado de exportación de los floricultores ecuatorianos, al que, hasta hoy, se puede acceder sin aranceles.

**Cuadro N° 1: Exportaciones Flores desde el 2013 - 2015**

EXPORTACIONES DE ROSAS 2013-2015 MILES USD FOB						
Descripción	2013		2014		2015	
	Fob	Ton	Fob	Ton	Fob	Ton
<b>ROSAS FRESCAS CORTADAS</b>	602.211	109.569	587.209	103.584	604.656	111.443

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Alex Morales

Según Registros de la Empresa Nevado Ecuador el mercado más importante para las flores ecuatorianas es EEUU, pero Alemania, Suiza, Rusia y Holanda pagan mejores precios por las rosas, y Rusia, Italia, Alemania y Canadá pagan mejor por la gypsophilia. Por otra parte como es sabido, las ventas internacionales se concentran a lo largo del año en momentos específicos: como las celebraciones del día de San Valentín, el día de la mujer y el día de la madre.

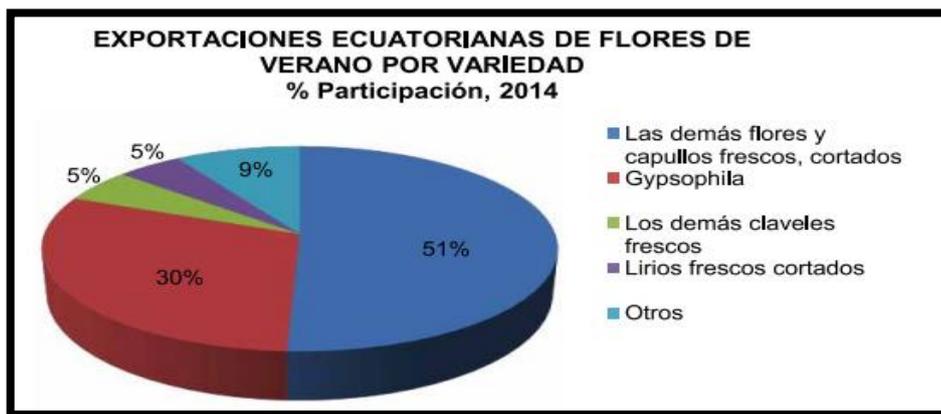
Según estadísticas del total de las flores producidas a nivel nacional, el 21% corresponden a flores de verano. La provincia con mayor superficie cultivada es Pichincha con 661.70 hectáreas sembradas. Las provincias del Cotopaxi, Azuay e Imbabura suman un total de 188.90 hectáreas de área cultivada. Entre las demás provincias, en las que están Morona Santiago, Pastaza, Carchi, Chimborazo y

Tungurahua, suman un total de 32.10 hectáreas de flores de verano. (PROECUADOR, 2015),

Esto coincide con las estadísticas de producción de Nevado Ecuador, donde más del 60% de la producción corresponden a rosas y en otro 40% se divide entre flores de verano y flores orgánicas.

De acuerdo a datos del Banco Central del Ecuador las principales variedades exportadas en el 2014 fueron: Las demás flores y capullos frescos, cortados - con una participación del 51%; seguido por la Gypsophila – con un 30%; Los demás claveles frescos, Lirios frescos cortados y otro tipo de flores de verano suman un porcentaje de participación de 19%.

**Gráfico N° 1: Exportaciones Ecuatorianas de flores de verano por variedad**

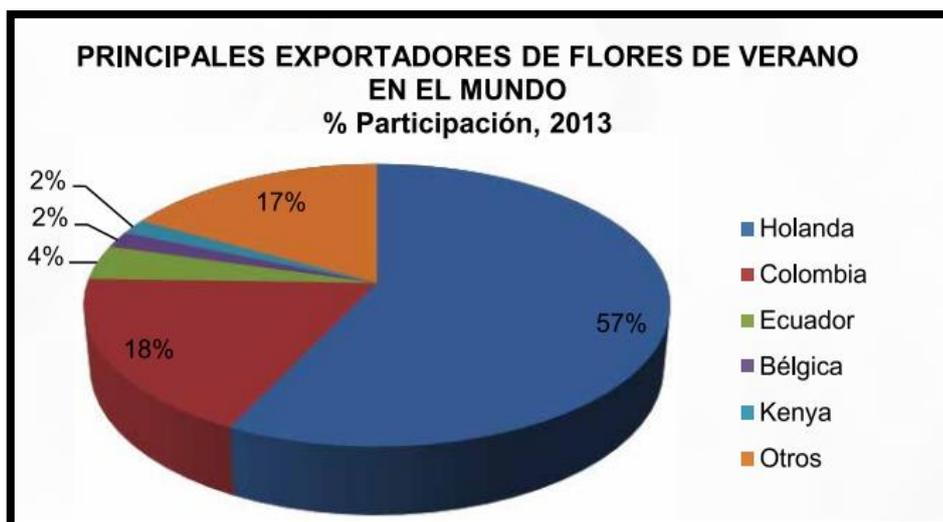


**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

A nivel mundial los principales países exportadores de flores están liderados por Holanda con un porcentaje de participación del 57%, principalmente porque dicho país funciona, para este y otros productos, como centro logístico a nivel de Europa. Colombia dentro del mercado de flores de verano tiene una participación del 18%, seguido por Ecuador con un 4%. Bélgica, Kenya y demás países suman un porcentaje de participación del 21%.

**Gráfico N° 2: Principales exportadores de flores de verano en el mundo**

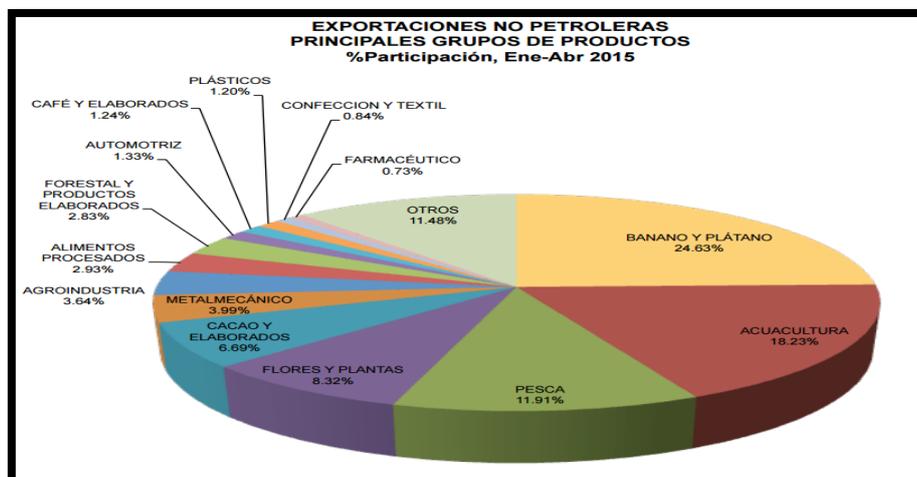


Fuente: Banco Central del Ecuador (2015)

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Por otra parte en el boletín mensual de PROECUADOR, sobre comercio exterior publicado en Julio del 2015 mencionan que, los principales productos no petroleros de exportación, hasta abril de 2015, el sector banano y plátano se constituyó como el principal sector de exportación con un 24.63% de participación del total no petrolero, le sigue acuicultura con una participación del 18.23%, y en tercer y cuarto lugar se ubican pesca y flores con el 11.91% y 8.32% respectivamente del total no petrolero. Sumando solo estos 4 grupos de productos se tiene el 63.09% de las exportaciones no petroleras.

**Gráfico N° 3: Exportaciones no Petroleras, Principales grupos de productos**



Fuente: Banco Central del Ecuador (2015)

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Como muestran las estadísticas y los distintos gráficos las flores representan muy importante en el Ecuador y la exportación de este producto es de suma importancia para la economía nacional, pero debido a la terminación de la escasa prórroga concedida por EEUU al Atpdea en febrero del 2009 y al devaluó de cerca del 80% en la moneda Rusa, han generado una disminución de ventas en estos países.

Así también lo manifiesta Alejandro Martínez, presidente de Expoflores, en la Revista Lideres, en donde supo manifestar que, las ventas a Rusia y hacia los países de la ex Unión Soviética bajaron en el último semestre del año pasado en 15% en relación con el 2013. “La principal reducción se produjo en octubre, noviembre y diciembre”.

Por tal razón es indispensable buscar nuevos mercados y generar nuevos productos en este campo, razón por la cual surge la idea de analizar la factibilidad de exportar rosas orgánicas (comestibles) a Paris, considerando que nuestro país posee diversas ventajas comparativas para la producción de este producto, a este concepto también coincide Pablo Chiriboga, quien gerencia la consultora especializada Pacific Advisor, mencionando que: “Dos factores fundamentales inciden en el desarrollo del sector florícola. Uno está asociado a la situación geográfica del país (cuestiones agroclimáticas, intensidad de la luz, horas luz permanentes, altitud y relativa estabilidad climática) que beneficia la calidad de la flor, su textura, tamaño y colores intensos. Otro es la administración eficiente de los negocios”,

Como análisis adicional para tener un enfoque más claro del objetivo del presente proyecto investigativo a continuación se detalla los términos más representativos:

### **Proyecto**

Un proyecto es una herramienta o instrumento que busca recopilar, crear, analizar en forma sistemática un conjunto de datos y antecedentes, para la obtención de resultados esperados. Es de gran importancia porque permite organizar el entorno de trabajo. (Baldiviezo, 2006)

Siguiendo la idea del autor podríamos determinar que un proyecto viene a ser una idea que se piensa ejecutar mediante la búsqueda y recopilación de información de un tema en específico y para la cual se establece un modo determinado y un conjunto de métodos necesarios para llevar a cabo esa idea. Podríamos mencionar además que el

proyecto viene a ser el conjunto de actividades que se encuentran coordinadas para alcanzar objetivos dentro un lapso de tiempo definido, reuniendo además varias ideas para llevarlas a cabo, es indispensable además mencionar que un proyecto surge como respuesta a una necesidad evidente.

### **Factibilidad**

La factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto. (Alegsa, 2010)

Si analizamos lo mencionado por el autor, podemos concluir que la factibilidad viene a ser la posibilidad de ejecutar o no un proyecto, la posibilidad de llevar a cabo los objetivos y las metas analizando los recursos con los que se cuenta, los datos y la información que podemos obtener sobre el tema a ser analizado, el entorno donde se va llevar a cabo el proyecto, entre otras cosas vienen a ser parámetros de análisis para la ejecución de un proyecto y todo este análisis en su totalidad viene a determinar la factibilidad del mismo, el estudio de factibilidad de un proyecto generalmente se lleva a cabo en la etapa de planificación del proyecto, es decir es una de las etapas iniciales y es aquella en la cual se toma la decisión de si es o no ejecutable un proyecto.

### **Exportar**

Exportar es un proceso mediante el cual las empresas tratan de sacar el máximo provecho de las posibilidades técnicas y logísticas para colocar sus productos en los mercados externos. Es por ello que al exportar, la empresa amplía sus oportunidades de expandir las ventas. Sin embargo, ésta no es la única razón por la que las empresas pueden decidir exportar. ( Ministerio de Comercio e Industrias de Panama, 2006)

Al analizar las condiciones internas de la empresa, del mercado local y del entorno en el cual opera, las razones por las cuales una empresa puede decidir internacionalizar sus operaciones, a través de las exportaciones incluyen:

- Aprovechar las oportunidades de los Tratados de Libre Comercio (TLC's).
- Generar una fuente adicional de ingresos y no depender exclusivamente del mercado interno.

- Incrementar la competitividad de la empresa al aumentar el volumen de producción, alcanzar de esta forma un nivel más eficiente de la utilización de la capacidad productiva de la empresa y una mayor capacidad de adaptación a los procesos.
- Incrementar el volumen de producción para reducir los costos unitarios de fabricación y ganar competitividad en el mercado interno.
- Poder crecer y reducir las eventuales fluctuaciones producto de un mercado interno limitado.
- Incrementar la calidad y competitividad de los productos, a través de la experiencia que se obtiene cuando la empresa y sus productos se exponen a la competencia internacional, lo que a su vez repercute en una mejora en las aptitudes gerenciales.
- Diversificar el riesgo de estar en un solo mercado, porque el mercado es el mundo.
- Aumentar el poder de negociación para la compra de insumos, al aumentar el volumen de producción.
- Acceso a mejores insumos y bienes de capital.
- Aparición de nuevos productos o mejora de los ya existentes.
- La posibilidad de aprovechar precios más competitivos de productos en el mercado externo, o bien mayores márgenes de utilidad.
- Extender el ciclo de vida de un producto al introducirlo en varios mercados.
- Se contribuye al desarrollo del país mediante el crecimiento de la producción, lo que a su vez implica generación de empleos y atracción de divisas.
- Aprovechar ventajas comparativas.

## **Flor**

La flor es el aparato reproductor de las plantas superiores, también llamadas Fanerógamas. Son órganos reproductores especializados que nunca son permanentes, sino transitorios. Su función va encaminada a asegurar la continuidad de la especie. El proceso de la fecundación sexual, da origen a las semillas, contenidas en el fruto que a

su vez procede de la transformación del ovario de la flor. La flor es un eje o tallo de crecimiento definido, con entrenudos muy cortos, en el que se insertan hojas modificadas, los antófilos u hojas florales. En la flor tienen lugar los pasos esenciales de la reproducción sexual que son la meiosis y la fecundación. (Jiménez, s.f)

Como lo menciona el autor la flor viene a ser una de las partes más importantes de una planta ya que cumple la función de aparato reproductor de la misma, asegurando que cualquier especie continúe existiendo y la misma se reproduzca, en general y en la mayoría de plantas una flor, tras el acto de fertilización, da lugar a un fruto que contiene en su interior dichas semillas, y está en ese proceso la importancia de las flores para cualquier planta.

Pero la importancia de las flores va más allá del solo acto de reproducir una planta y una especie, sino que hoy en día se ha convertido además en un puntal en la economía de los países por la variedad de colores y de formas que estas poseen, han venido a convertirse en un detalle especial, para adornar cualquier lugar, o en un detalle para ser regalado convirtiéndose en un símbolo del romanticismo.

## **Orgánico**

Cultivos orgánicos se llama a todos aquellos métodos de producción de alimentos pura y exclusivamente naturales. En éstos jamás podremos encontrar aditivos químicos o cualquiera otra sustancia que contenga materiales sintéticos. Estas producciones no sólo son beneficiosas para el alimento que logra un estado completamente natural, sino que además beneficia al medioambiente, evitando contaminar y permitiendo la regeneración del suelo. Además, los cultivos orgánicos en muchas oportunidades mantienen los nutrientes esenciales de su naturaleza, elementos que en muchos casos se pierden con la manipulación genética o utilización de agroquímicos. (Oficina Estatal de Información para el Desarrollo Rural Sustentable , 2008)

## **Flores Orgánicas (Comestibles)**

Desde el inicio de los tiempos las rosas han sido las reinas indiscutibles de la naturaleza, las flores están cada vez más cerca de nuestros fogones y son hoy una moda vanguardista. Sus propiedades medicinales y sus cualidades saludables las han mantenido cerca de la cocina durante miles de años, en países como: China, México,

Brasil, Canadá, Francia, Estados Unidos, Grecia y ahora llegan a nuestro país. (Soldevila, 2007)

Pero la importancia de comer pétalos de flores no sólo radica en la estética de los platos, sino en que son una fuente muy rica en vitaminas A, B, C, D, E, K, PP, B12, etc.. Y también contienen aceites especiales beneficiosos para el organismo y no es necesario ingerir grandes cantidades para notar todos sus beneficios. De igual forma algunas flores son tan comunes a nuestra dieta que ni nos damos cuenta, por ejemplo el alcaucil (alcachofa), el coliflor, el brócoli, dentro de las especias el clavo de olor y el azafrán, no tan usual en nuestra cocina pero sí en otras las flores de calabaza o zuchini, en dulces las rosas y el sauco. Existe toda una variedad de flores que podemos incorporar a los platos como elementos complementarios, decorativos y comestibles, como las flores de varias hierbas u otras ornamentales. (EcuRed, s.f)

## **2.4 LA EMPRESA**

### **2.4.1 Reseña Histórica De La Empresa**

Nevado Ecuador se consolida como una empresa familiar en el año 1965, desde el inicio centrando todos los esfuerzos en la producción de rosas de ultra alta calidad, las rosas más exclusivas del mundo, rosas únicas que sólo se puede encontrar en las granjas de esta empresa, como la intuición Roja, la intuición Rosa, la Gigi etc. Producidas bajo las más estrictas condiciones ambientales y sociales, y muestra de ello han sido una serie de certificaciones internacionales que la empresa ha recibido, incluidas Comercio Justo, Orgánico, Rainforest Alliance, entre otras.

En la actualidad se producen en las granjas situadas A tres mil metros sobre el nivel del mar en la provincia de Cotopaxi, rosas reconocidas a nivel mundial, empleando a más de 500 personas en su mayoría de la localidad. Las plantaciones de Nevado Ecuador, se encuentran situadas al sur de la línea ecuatorial en un valle de alta montaña, en la provincia de Cotopaxi, se considera que eligieron este lugar por dos razones.

En primer lugar teniendo en cuenta que por encontrarse a una gran altura sobre el nivel del mar, las granjas se encuentran cerca del sol, maximizando la luminosidad para que las rosas puedan crecer más rápido y obtengan más altitud, además de tener una mejor vida en el invernadero. En segundo lugar al encontrarse en las montañas, el suelo es

óptimo para la producción de rosas lo que genera una menor cantidad de errores en la producción y un menor gasto de producción.

La empresa Nevado Ecuador tiene una responsabilidad Social marcada, razón por la cual constantemente orienta sus esfuerzos por ser la más ambiental y socialmente certificada plantación de rosas en el mundo. Esto lo realizan para demostrar que "vivimos como predicamos", y hasta el día de hoy han sido galardonados con una serie de certificaciones internacionales como:

Certificación Max Havelaar/Comercio Justo desde 2002, para las ventas principalmente en Suiza, los Estados Unidos y los mercados de la Unión Europea. La etiqueta de comercio justo significa que el personal de la empresa recibe un recorte del precio de venta al consumidor que pueden utilizar para proyectos conjuntos alrededor de la empresa o a su vez en sus comunidades.

Desde 2002 Nevado Ecuador es el titular de la etiqueta Flor Ecuador, una iniciativa de evaluación comparativa controlada por Expoflores, la Asociación de Productores de Ecuador. Desde 2005 además está certificada por Rainforest Alliance, demostrando que la empresa está en pleno cumplimiento de las difíciles normas ambientales que ellos exigen. Posee además desde el año 2002 el certificado de BASC (Alianza Empresarial para un Comercio Seguro) el cual es un estándar de aduanas de Estados Unidos, lo que garantiza que la empresa no envía contrabando en las cajas.

Nevado Ecuador se esfuerza por ser cada vez más limpia en sus métodos de producción. Una de las formas de avanzar es la agricultura ecológica, y la empresa fue certificada por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA) como productor orgánico en el año 2007, y han logrado completar la calidad en la producción ecológica al llegar a ser certificada también por la Unión Organic Standard Europea en abril de 2008.

Como se mencionó anteriormente sobre esta temática, "Exportación de rosas orgánicas a Francia", en el Ecuador no se registran trabajos investigativos similares, y para la presente investigación más que nada solo se cuenta con el antecedente de que la empresa ya exporta rosas simples a este país, especialmente a tres clientes importantes como son: Flor del Caribe, Magniflora y The Green Cabana.

### **2.4.2 Misión**

Proporcionar rosas de la más alta calidad, manteniendo la satisfacción de nuestros clientes y de esta manera incrementar nuestros beneficios. Mediante el mantenimiento de un proceso muy estricto y controlado de cultivo y preparación de las rosas, se asegura consistencia en todos los procesos haciendo un uso óptimo de los recursos disponibles.

### **2.4.3 Visión**

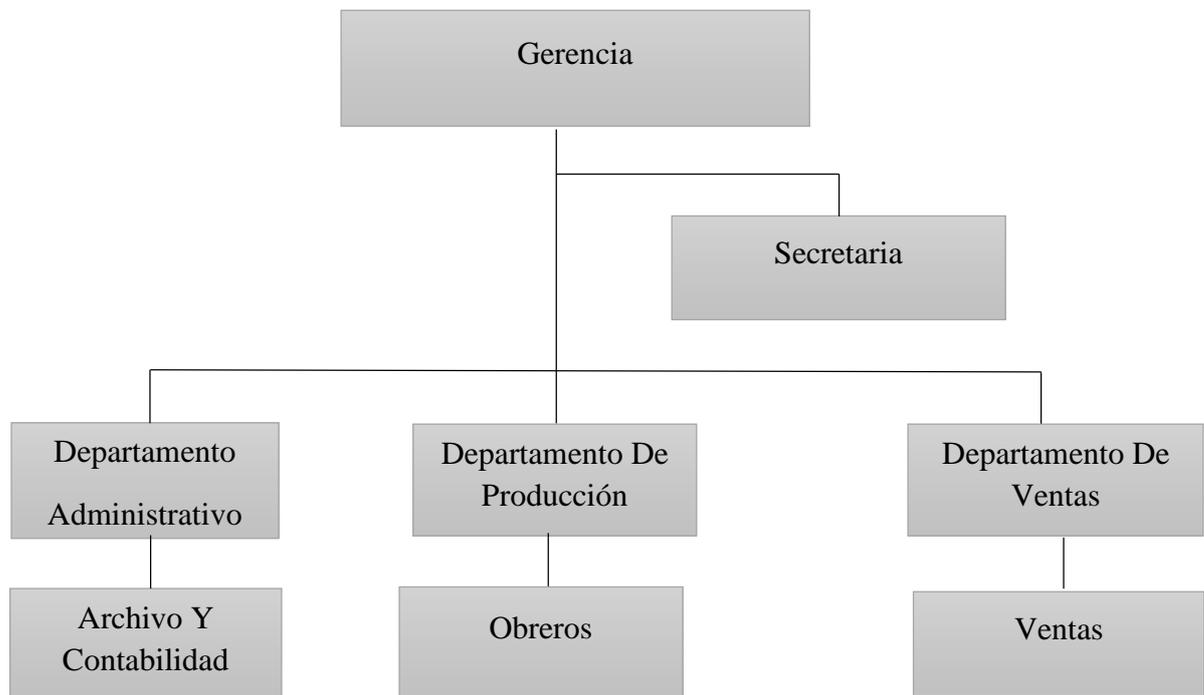
Ser líder de mercado en la producción de rosas de calidad, ofertando nuestros productos a los clientes más exigentes, dedicándonos a la mejora continua que nos lleve a ser una empresa rentable y diversificada, teniendo el respectivo cuidado de nuestros trabajadores y del medio ambiente.

### **2.4.4 Objetivo General**

Producción y exportación de rosas frescas cortadas, libres de enfermedades e insectos, así como follaje limpio y brillante, de calidad excepcional para satisfacer los altos estándares de calidad a nivel mundial.

## 2.4.5 Estructura Organizacional

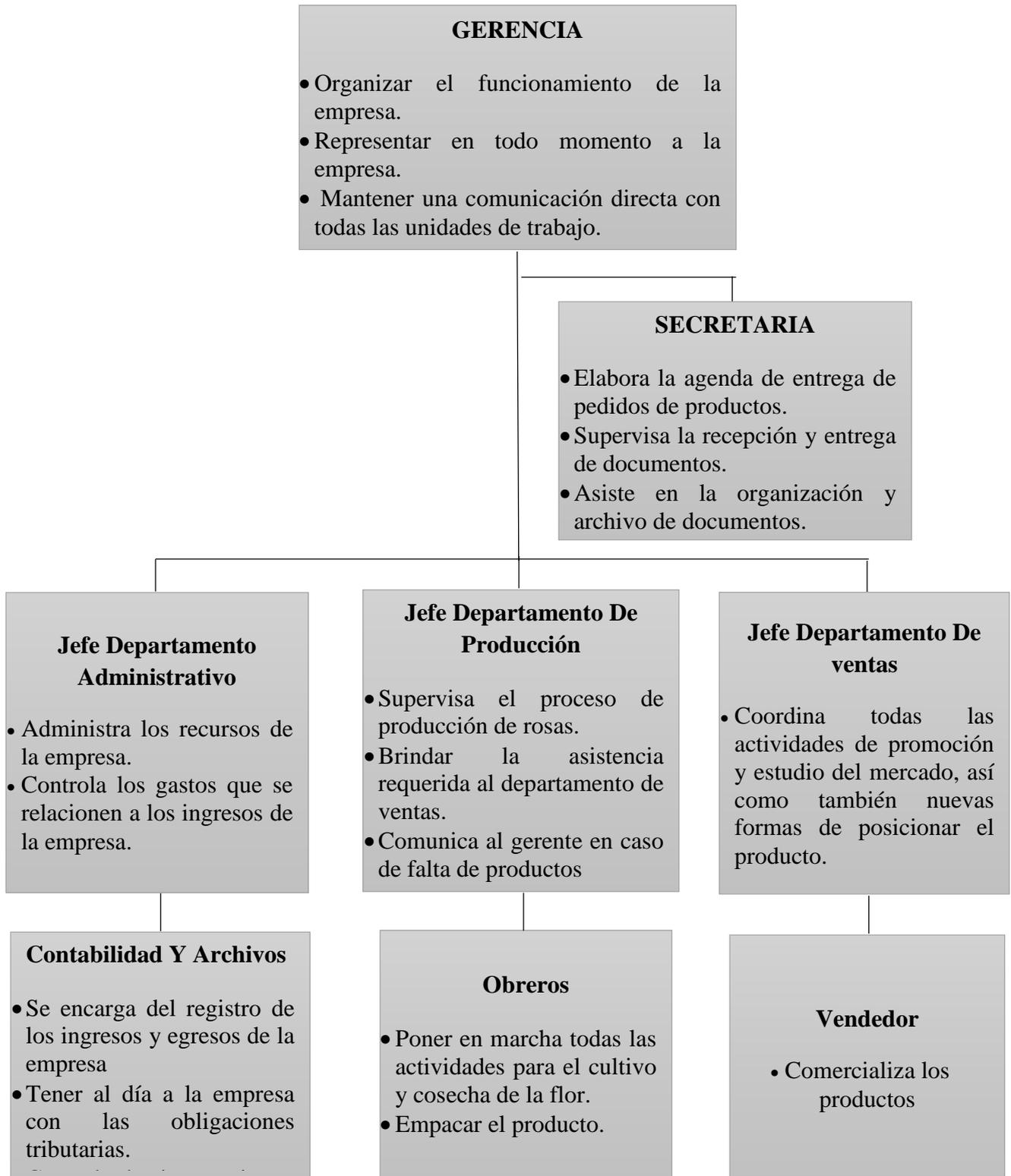
Flujograma N°1: Organigrama Estructural



Fuente: NEVADO ECUADOR S.A.  
Elaborado por: Alex Morales

## 2.4.6 Organigrama Funcional

Flujograma N° 2: Organigrama Funcional



Fuente: NEVADO ECUADOR S.A.

Elaborado por: Alex Morales

#### **2.4.7 Valores Corporativos**

- Lealtad
- Disciplina
- Iniciativa
- Compromiso
- Trabajo en Equipo
- Desarrollo Humano
- Responsabilidad Social

#### **2.4.8 Política**

Nevado Ecuador S.A. es una empresa productora y exportadora de las más finas rosas del Ecuador, el equipo humano responsable del manejo técnico, administrativo y comercial de la empresa, es un grupo adecuadamente entrenado, comprometido y motivado; con el fin de ofrecer un servicio efectivo y personalizado, así como para poder supervisar directamente los embarques para todos los clientes, y la producción de los distintos tipos de rosas.

### **2.5 MARCO LEGAL**

La empresa Nevado Ecuador S.A. tiene un relación directa con las siguientes leyes y reglamento y a las cuales acudimos para llevar a cabo el presente proyecto investigativo que tiene como finalidad analizar la factibilidad de exportación de rosas orgánicas a Francia.

#### **2.5.1 Constitución política del Ecuador**

La Constitución Política del Ecuador en su capítulo IV, sección segunda, Art. 35. Establece al trabajo como un derecho y un deber social. Gozará de la protección del Estado, el que asegurará al trabajador el respeto a su dignidad, una existencia decorosa y una remuneración justa que cubra sus necesidades y las de su familia.

De igual forma la Constitución Política del Ecuador en su título XII, relacionado al sistema Económico, desde el capítulo I hasta el capítulo VII, desde el Art. 242 hasta el Art. 271. Se manifiesta que la organización y el funcionamiento de la economía responderán a los principios de eficiencia, solidaridad, sustentabilidad y calidad, a fin de

asegurar a los habitantes una existencia digna e iguales derechos y oportunidades para acceder al trabajo, a los bienes y servicios: y a la propiedad de los medios de producción.

Se manifiesta también que dentro del sistema de economía social de mercado, al Estado le corresponderá: Garantizar el desarrollo de las actividades económicas, mediante un orden jurídico e instituciones que las promuevan, fomenten y generen confianza. Y que las actividades empresariales pública y privada recibirán el mismo tratamiento legal. Se garantizarán la inversión nacional y extranjera en iguales condiciones. Formular, en forma descentralizada y participativa, planes y programas obligatorios para la inversión pública y preferencial para la privada. Promover el desarrollo de actividades y mercados competitivos. Vigilar que las actividades económicas cumplan con la ley y Regularlas y controlarlas en defensa del bien común (Constitución Política del Ecuador, 2008)

### **2.5.2 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)**

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones fue publicada en el Registro Oficial #351 del 29 de diciembre del 2010.

“La presente Ley regula las relaciones jurídicas entre Estado y las personas que operan en el tráfico internacional de mercancías dentro del territorio aduanero. Mercancías son los bienes corporales muebles de cualquier clase. En todo lo que se halle expresamente previsto en esta Ley, se aplicaran las normas del Código Tributario y más leyes generales y especiales.” (Código Orgánico de la Producción)

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) instituye la normativa sobre los regímenes aduaneros especiales, además de establecer los regímenes particulares o de excepción, tanto para exportar como para importar mercancías; expide normas fundamentales sobre las mercancías y sus propietarios, obligaciones tributarias, exenciones, operaciones aduaneras, declaraciones aduaneras, regímenes aduaneros, cambio de régimen, garantías aduaneras, remate, venta directa y adjudicación gratuita, agentes de aduana, órganos de administración de la SENA, disposiciones finales y transitorias.

### **2.5.3 Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE)**

El Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador es un organismo encargado de administrar los servicios aduaneros del Ecuador, mediante el cobro eficiente de tributos y la facilitación y control de la gestión aduanera en el comercio exterior, sobre las base de procesos integrados y autorizados.

Es una empresa estatal, autónoma y moderna con autonomía técnica, administrativa, financiera y presupuestaria, orientada al servicio. (Aduana del Ecuador, 2014)

Nevado Ecuador S.A se relaciona directamente con la SENAE, por tratarse de una empresa que se dedica al comercio exterior, con un alto nivel profesional, técnico y tecnológico.

### **2.5.4 Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI)**

El COMEXI es un consejo creado para la concentración de políticas de comercio exterior e inversiones. Tiene como función establecer una conexión constante entre el sector el sector público y privado, y de esa forma trabajar conjuntamente para establecer lineamientos de corto, mediano y largo plazo que impulsen las relaciones comerciales del país con el exterior.

El COMEXI expide las normas necesarias para la ejecución y desarrollo de las políticas de comercio exterior e inversiones mediante resoluciones que deberán ser tomadas en cuenta para el proceso de exportación de las flores ecuatorianas.

### **2.5.5 Expoflores**

La Asociación de Productores y Exportadores de Flores, Expoflores, nació en 1984 con la misión de representar al sector floricultor ecuatoriano y satisfacer las necesidades de los socios, a través de servicios rápidos y efectivos que los ayuden a generar valor agregado en los negocios, enmarcados en las normas sociales y ambientales.

Es una institución sui géneris, pues vender flores significa vender alegría, satisfacer el gesto amoroso del cliente, llenar de espíritu del mundo.

Expoflores representa a sus socios y al sector ante las autoridades nacionales, seccionales y locales en temas como incrementos sectoriales y beneficios sociales, impuestos, tributos, tasas, multas y sanciones, ordenanzas y reglamentos, vuelos chárter y especiales; frente a los paros y conmoción nacional; por delegación asiste al Consejo de Cámaras, Comité Empresarial Ecuatoriano, Cámara de Agricultura, MAGAP; ProEcuador, Fedexpor, SAF (Society of American Florist), WFFSA (Wholesale Florist and Florist Supply Association) y mantienen alianzas estratégicas con asociaciones de los principales mercados. (Expoflores, 2014)

### **2.5.6 Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)**

El Ministerio de Industrias y Productividad es un organismo del gobierno, que está facultado para planificar, dirigir, controlar y ser ejecutor de políticas y de desarrollo del sector productivo de Ecuador.

El objetivo del MIPRO es incentivar el crecimiento y diversificación de nuevas industrias de exportación y la reestructuración de las existentes con miras a su incursión en mercados externos, y además desarrollar políticas de comercio exterior e interior. (MIPRO, 2014)

### **2.5.7 Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana**

El Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana (MREMH) es el rector de la política internacional y es el responsable de la gestión y coordinación de la misma, la integración latinoamericana y la movilidad humana, respondiendo a los intereses del pueblo ecuatoriano, al que le rendirá cuentas de sus decisiones y acciones en cumplimiento de los principios constitucionales y de las normas del derecho internacional, en el marco de los planes nacionales de desarrollo. (MREMH, 2014)

### **2.5.8 Servicio de Rentas Internas (SRI)**

El Servicio de Rentas Internas es una entidad autónoma, encargada de la administración y recaudación de todos los impuestos dentro del territorio, brinda una adecuada atención a los contribuyentes y al mismo tiempo crea una mayor transparencia con tecnología de punta.

El SRI tiene a su cargo la ejecución de la política tributaria del país en lo que se refiere a los impuestos internos, por lo tanto la compañía deberá rendir cuentas en materia tributaria al SRI. (SRI, 2014)

### **2.5.9 Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR)**

El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, parte del Ministerio de Relaciones Exteriores, encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional. (PROECUADOR, 2014)

### **2.5.10 Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (AGROCALIDAD)**

La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro, Agrocalidad, es la Autoridad Nacional Sanitaria, Fitosanitaria y de Inocuidad de los Alimentos, encargada de la definición de la ejecución de políticas, regulación y control de las actividades productivas del agro nacional. La cual, es respaldada por normas nacionales e internacionales, que apuntan a la protección y mejoramiento de la producción agropecuaria, implantación de prácticas de inocuidad alimentaria, el control de la calidad de los insumos, el apoyo a la preservación de la salud pública y el ambiente, incorporando al sector privado y otros actores en la ejecución de planes, programas y proyectos.

Agrocalidad promueve en las diversas cadenas de producción agropecuaria, procesos sustentados en sistemas de gestión de la calidad, al fin de mejorar la producción, productividad y garantizar la soberanía alimentaria, para lograr la satisfacción de los requerimientos nacionales y el desarrollo de la competitividad internacional. (AGROCALIDAD, 2014)

## **2.6 IDEA A DEFENDER**

### **2.6.1 IDEA A DEFENDER**

Analizar la factibilidad para la exportación de rosas orgánicas desde la empresa Nevado Ecuador S.A. hacia el mercado de Paris-Francia en el periodo 2015.

## 2.7 VARIABLES

### 2.7.1 Variable Independiente

- Exportación

### 2.7.2 Variable Dependiente

- Rosas Orgánicas

## 2.8 ANÁLISIS FODA

A continuación se realizará el análisis FODA de la empresa “Nevado Ecuador”:

**Cuadro N° 2: Análisis FODA de la empresa “Nevado Ecuador S.A.”**

<b>FORTALEZAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Mejorar sus ingresos económicos</li><li>➤ Precios adecuados</li><li>➤ Alta capacidad de producción</li><li>➤ Acceso a ferias internacionales</li><li>➤ Nevado es una empresa consolidada internacionalmente en la exportación de rosas.</li></ul>	<b>OPORTUNIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Posibilidad de ampliar su participación en mercados internacionales</li><li>➤ Acuerdo de precios con el cliente.</li><li>➤ Aceptación por productos Orgánicos</li><li>➤ Los trámites aduaneros se los realiza fácilmente</li></ul>
<b>DEBILIDADES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Costo de transporte elevados</li><li>➤ Elevado costo de mantenimiento de cultivo.</li><li>➤ Crédito caro y escaso.</li><li>➤ Falta de aplicación de estrategias</li><li>➤ Horarios de atención insuficientes</li></ul>	<b>AMENAZAS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Políticas gubernamentales cambiantes</li><li>➤ Incursión de nuevos competidores</li><li>➤ Desconfianza entre productores y comercializadores.</li><li>➤ Existencia de productos sustitutos</li><li>➤ Falta de tratados comerciales con Francia.</li></ul>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado Por: Alex Morales.

### **2.7.1 FODA Cruzado o Cruce de Variables**

Al operacionalizar la matriz FODA, se obtuvo las siguientes estrategias:

- Acuerdo inmediato entre la empresa con el cliente. (F1,O2)
  
- La empresa “NEVADO ECUADOR” invertir en la producción de rosas orgánicas ya que en el exterior esta clase de productos son sumamente cotizados.(D2,O3)
  
- Realizar ferias internacionales para dar a conocer el producto de calidad que posee la empresa a diferencia de sus competidores. (F4,A2)
  
- Encontrar un proveedor mejor de materiales para que no exista desconfianza de parte del comprador. (D2,A3).

## **CAPITULO III: ESTUDIO DE MERCADO**

### **3.1 DEFINICIÓN DE ESTUDIO DE MERCADO**

Para cualquier venta o distribución de un producto sea en el mercado interno o externo es indispensable realizar un estudio de mercado, esto nos garantiza tener mayor éxito de venta o a su vez desistir de la venta del producto ya que después del análisis podríamos presumir que se podría tener pérdida.

Antes de realizar cualquier avance en el estudio de mercado tenemos que tener claro el concepto de mercado, “Es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten necesidad o deseos determinados que se pueden satisfacer mediante las relaciones de intercambio. También se puede referir a las transacciones comerciales, en donde se refleja dos partes; el vendedor y el comprador, el primero será quien ofrezca diversos productos o servicios y el segundo es quien desea o necesita dicho bien para poder satisfacer sus necesidades”. (Kotler & Armstrong, 2008)

Tomando en cuenta el concepto anterior podemos resumir que el mercado básicamente son las personas a las cuales nosotros queremos orientar la venta de nuestros productos, es decir nuestros posibles compradores. Y como ya se mencionó anteriormente el hecho de realizar un estudio de mercado nos servirá para tener una idea clara de la cantidad de consumidores que tendrán la posibilidad de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante cierto periodo de tiempo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo.

Podríamos también mencionar que el estudio de mercado es una herramienta de mercado que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado. (J. Rachman, 1996)

Por lo tanto como resultado del estudio de mercado se obtendrá información en cuanto a las características y especificaciones de los posibles compradores a los cuales se estima realizar

la venta, así como también servirá para estimar el precio al que se puede ofertar el producto, la inversión que se debe hacer para llevar a cabo el desarrollo del proyecto y por consiguiente los canales de distribución para que dicho producto llegue hasta los clientes sin ninguna dificultad.

Por estas y más razones es importante realizar un estudio de mercado previo a una inversión para ofrecer bienes o servicios.

### **3.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO**

- Definir el mercado objetivo.
- Analizar las características y el comportamiento del consumidor.
- Determinar la demanda real existente y futura de flores en el mercado de Paris - Francia
- Identificar el comportamiento de compra de los importadores de Paris - Francia de flores.
- Conocer los principales competidores y su participación dentro del mercado de Paris - Francia
- Comprobar que existe una demanda insatisfecha de flores en el mercado de Paris - Francia y de esta forma empezar a confirmar si es factible el desarrollo y ejecución del proyecto.
- Reconocer las principales características de flores deseados por los consumidores del mercado Francés.
- Identificar precio promedio pagado por tallo de los importadores mayoristas.
- Investigar los canales de distribución existentes en el mercado objetivo para llegar al consumidor final.
- Cuantificar el tamaño del mercado y sus tendencias.

### **3.3 RELACIONES COMERCIALES ENTRE ECUADOR Y FRANCIA.**

Como se mencionó anteriormente Ecuador es el tercer país exportador de flores y el segundo más importante exportador en la región de este producto, y cabe recalcar que uno de sus mercados más importantes a través de la historia siempre ha sido Europa, por tal razón a través de los años las relaciones comerciales entre Ecuador y Francia han sido beneficiosas para dichos países; en la actualidad las relaciones comerciales entre estos dos países no se podría decir que se encuentran bien consolidadas, pero Ecuador durante los últimos años ha venido apostando por este mercado al considerarlo un mercado muy importante, y un claro ejemplo fue la participación de Ecuador en el Salón Internacional de la Alimentación ejecutado en París (SIAL) 2014, en donde Ecuador se manifestó por exportar calidad en lugar de cantidad. "No trabajamos en volúmenes, sino en calidad", dijo a Efe el Director Ejecutivo de PROECUADOR, Antonio Ruales, tras subrayar el carácter "estable" de la producción ecuatoriana, su "eficiencia y calidad".

Los productos que el Ecuador exportó a Francia considerando las ventas del 2014. Se puede notar que los principales productos exportados fueron camarones, langostinos y otros decápodos con un total de exportación a este país del 58.48%; y atunes en conserva 12.67%, solamente estos productos representan el 71.15% de las exportaciones totales, realizadas a este país durante el año 2014.

Por otra parte podemos mencionar que la exportación de rosas a este país tampoco se queda atrás y durante el año 2014 el índice de exportación total a Francia de este producto fue de 2.46%; aun cuando podríamos considerar que es bajo el índice de exportación podemos mencionar que es el sexto producto más exportado a este país; podemos mencionar además que el auge de exportación de rosas a Francia fue en el año 2010 con un total de 6,839 USB FOB y al año 2014 decayó a un total de exportación de 5,713 USB FOB, por otra parte adicionamos que hasta la fecha no se tiene datos exactos de exportaciones de este producto realizadas en el año 2015 pero analizando las exportaciones solo del primer trimestre de este año podemos de igual forma mencionar que las exportaciones se mantienen.

### 3.4 COMERCIO BILATERAL ENTRE ECUADOR Y FRANCIA

A continuación se mostrará las exportaciones no petroleras desde Ecuador hacia Francia en el periodo 2010-2014, con datos tomados de fuentes oficiales como son PRO Ecuador y del Banco Central del Ecuador.

**Cuadro N° 3: Principales productos exportados por Ecuador hacia Francia**

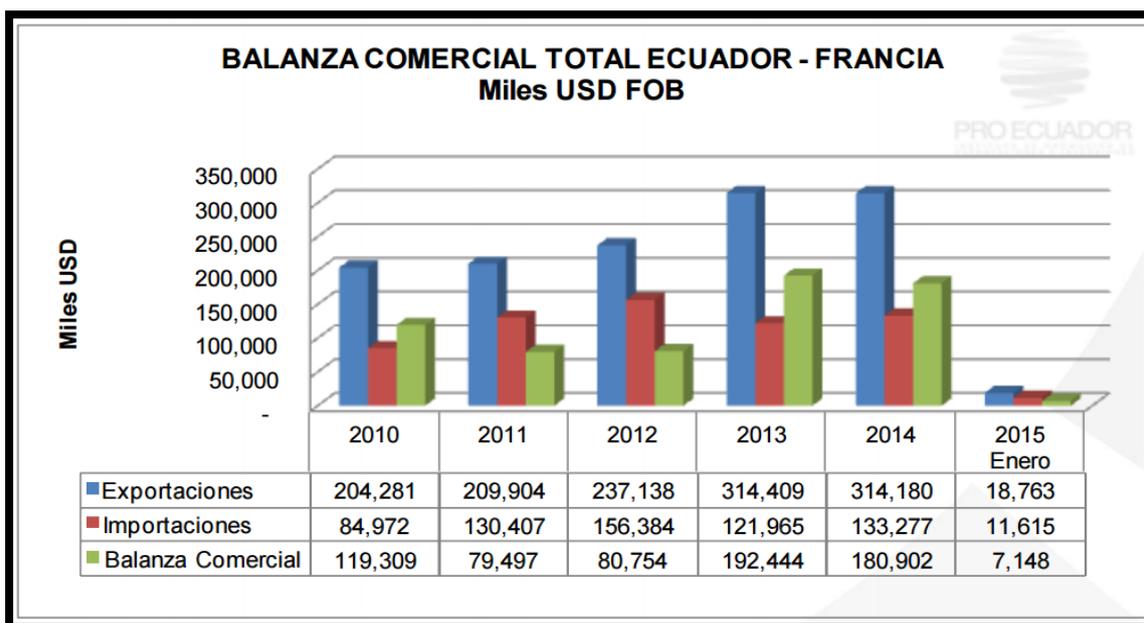
PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR HACIA FRANCIA									
Miles USD FOB									
Subpartida	Descripción	2010	2011	2012	2013	2014	2015 Enero	TCPA 2010-2014	Partic. % 2014
0306.17.99.00	Los demás camarones, langostinos y demás decápodos ncop	65,254	82,246	104,310	108,048	139,690	6,736	20.96%	44.46%
0306.16.00.00	Camarones, langostinos y demás decápodos de agua fría congelados	6,093	7,680	9,792	70,010	44,058	629	63.98%	14.02%
1604.14.10.00	Atunes en conserva	31,028	41,304	50,444	49,781	39,801	1,274	6.42%	12.67%
0306.17.19.00	Los demás langostinos (género de las familia penaeidae) congelados	-	-	-	16,543	29,946	3,968	-	9.53%
2008.91.00.00	Palmitos en conserva	19,282	25,990	22,385	24,154	22,561	1,789	4.00%	7.18%
0306.17.11.00	Langostinos enteros congelados	-	-	5,106	9,589	7,721	356.5	-	2.46%
0603.11.00.00	Rosas frescas cortadas	6,839	7,114	7,108	6,357	5,713	616	-4.40%	1.82%
0306.17.91.00	Camarones de río de los géneros macrobrachium congelados	6,210	7,827	9,914	4,005	5,587	641	-2.61%	1.78%
4407.22.00.00	Maderas aserradas o desbastadas longitudinalmente de tropicales virola, imbuia y balsa	3,689	4,647	5,404	2,999	2,553	214	-8.80%	0.81%
1604.20.00.00	Las demás preparaciones y conservas de pescado	2,120	6,615	5,127	6,344	1,524	107	-7.93%	0.48%
1801.00.19.00	Cacao en grano crudo, los demás excepto para siembra	57	578	857	781	1,520	-	127.64%	0.48%
2007.99.92.00	Los demás purés y pastas de las demás frutas u otros frutos	688	849	1,287	870	1,225	156	15.52%	0.39%
1605.21.00.00	Camarones, langostinos y demás decápodos presentados en envases no herméticos	-	0.49	137	1,034	1,184	-	-	0.38%
6504.00.00.00	Sombreros y demás tocados o fabricados por unión de tiras de	806	1,125	1,072	909	1,033	26	6.40%	0.33%
0803.90.12.00	Banana orito (musa acuminata)	179	524	778	886	926	90	50.79%	0.29%
	<b>Demás productos</b>	<b>62,036</b>	<b>23,405</b>	<b>13,418</b>	<b>12,097</b>	<b>9,138</b>	<b>2,161</b>	<b>-38.05%</b>	<b>2.91%</b>
	<b>Todos los productos</b>	<b>204,281</b>	<b>209,904</b>	<b>237,138</b>	<b>314,409</b>	<b>314,180</b>	<b>18,763</b>	<b>11.36%</b>	<b>100.00%</b>

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

En el cuadro anterior claramente podemos apreciar que la exportación de rosas frescas a Francia representa un rubro importante para nuestro país, y como menciona Antonio Rúaless, Director Ejecutivo de PROECUADOR, Para el Ecuador la exportación de estos productos es más por calidad que por cantidad, y se tiene el conocimiento que Las rosas Ecuatorianas son bien apreciadas en este país.

**Gráfico N° 4: Balanza comercial total Ecuador - Francia**



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

En el cuadro podemos apreciar que durante el período 2010-2014, el Banco Central del Ecuador ha registrado una balanza superavitaria para el Ecuador en relación a Francia, esto nos indica que Ecuador exporto más productos que importarlos de este país. Como nos indica el cuadro en el año 2014 las exportaciones de Ecuador a Francia alcanzaron los USD 314 millones y las importaciones USD133 millones, resultando una Balanza Comercial favorable para Ecuador con un total de USD 180 millones.

Vale la pena indicar además que no se registra exportaciones de productos petroleros. El Ecuador ha exportado 227 subpartidas a Francia en el 2014 y las exportaciones en éste año registraron un leve decrecimiento del -0.07% en relación con las del 2013. Las importaciones registran un crecimiento del 9.28% en el 2014 respecto al año anterior.

Estos datos son muy importantes para el desarrollo del presente trabajo investigativo ya que nos demuestra que Francia es un mercado que aprecia los productos Ecuatorianos, y que a su vez se convierte en un mercado amplio para la exportación especialmente de rosas orgánicas en nuestro caso.

Las flores además del efecto decorativo que generan tienen varios usos que son de gran utilidad para la salud y el bienestar de la gente, muchas veces contienen esencias que son la base de exquisitos perfumes y son aplicados en popurrís, cojines de hierbas, sobres, fragancias, etc., casi todos los productos de belleza contienen alguna esencia floral, otras sirven para suavizar la piel como la de sauco, y la de manzanilla en infusión se la utiliza como enjuague bucal, existen otras que son comestibles, como las rosas orgánicas de Nevado Ecuador S.A y se las puede utilizar para pastelería, repostería, o para platillos exóticos que son comunes en la comida gourmet de París. En realidad el uso de las mismas es bastante extenso y trascienden de lo decorativo.

Como se mencionó anteriormente Ecuador es el tercer país exportador de flores a nivel mundial y el segundo país de la región en exportar este producto a nivel mundial, esto se debe a la calidad del producto Ecuatoriano y a la variedad de productos que ofrece, a continuación se muestra los mismos:

**Cuadro N° 4: Código arancelario en Ecuador (NANDINA) y descripción del producto**

FLORES EN ECUADOR	
Subpartida	Descripción del Producto
0603110000	Rosas
0603121000	Claveles Miniatura
0603129000	Los demás claveles
0603130000	Orquídeas
0603141000	Crisantemos Pompones
0603149000	Los demás crisantemos
0603191000	Gypsophilia ( <i>Gypsophilia paniculata</i> L) (lluvia, ilusión)
0603192000	Aster
0603193000	Alstroemeria
0603194000	Gerbera
0613199010	Lirios
0603199090	Los demás flores naturales
0603900000	Las demás flores y capullos

Fuente: PRO ECUADOR

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

### 3.4.1 Rosas exportadas de Ecuador a Francia

**Cuadro N° 5: Flores exportadas de Ecuador a Francia**

EXPORTACIONES ECUATORIANAS HACIA FRANCIA											
VALORES Miles USD											
PARTIDA	DESCRIPCION	2008		2009		2010		2011		2012*	
		Valor FOB	Cantidad (KN)	Valor FOB	Cantidad (KN)	Valor FOB	Cantidad (KN)	Valor FOB	Cantidad (KN)	Valor FOB	Cantidad (KN)
0603110000	Rosas	2,331	367.26	7,043	1,470.45	6,839	1,090.65	7,108	1,104.99	3,643	534.4
0603199090	Las demás flores naturales	36	24.17	99	33.36	138	41.77	199	48.32	53	14.1
0603191000	Gypsophila (fluvia, ilusión PANICULATA L.)	22	2.98	115	20.57	244	41.53	208	41.17	87	17.1
0603900000	Las demás flores y capullos	536	8.10	308	8.15	711	8.63	569	8.46	192	4.6
0603129000	Los demás claveles	0	0.00	11	1.72	23	3.64	2	0.44	3	0.6
0603121000	Claveles miniatura	0	0.13	1	0.21	9	2.24	3	0.44	0	0.0
0603193000	Alstroemeria	0	0.00	2	0.48	5	0.95	2	0.38	0	0.0
0603141000	Crisantemos - Pompones	0	0.00	0	0.00	2	0.48	2	0.36	0	0.0
0603194000	Gérbera	0	0.00	0	0.03	1	0.11	0	0.00	0	0.0
0603192000	Aster	0	0.00	0	0.06	0	0.05	0	0.00	0	0.0
0603149000	Los demás crisantemos	0	0.02	0	0.01	0	0.04	4	0.75	3	0.5
0603130000	Orquídeas	0	0.00	0	0	0	0.04	0	0.02	2	0.0
	<b>TOTALES:</b>	<b>2,926</b>	<b>402.66</b>	<b>7,580</b>	<b>1,535.02</b>	<b>7,973</b>	<b>1,190.33</b>	<b>8,097</b>	<b>1,205.33</b>	<b>3,984</b>	<b>571.8</b>

Fuente: PRO ECUADOR

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Analizando el cuadro anterior claramente podemos deducir que el Ecuador presenta a Francia una variada cantidad de productos de muy buena calidad, entre las que se destacan especialmente las rosas y las demás flores naturales, como se mencionó anteriormente estas son usadas en Francia especialmente como instrumentos decorativos, en bouquets, arreglos florales, ramos, etc... pero también se las puede utilizar para la elaboración de cosméticos por sus fragancias, en el campo farmacéutico, pero especialmente nosotros nos orientamos también al hábito gourmet donde las rosas orgánicas pueden ser utilizadas en la repostería, en la pastelería, así como también incluirlos en platillos para su degustación.

Como se observa en la gráfica anterior las rosas ocupan el primer lugar en exportaciones de Ecuador a Francia esto se debe especialmente a la calidad de las rosas Ecuatorianas y de igual manera esto nos da a entender que las rosas orgánicas serán muy apreciadas.

### 3.5 LA OFERTA

Para el desarrollo de un proyecto de exportación es importante conocer la oferta existente, la calidad del producto, precios, porcentaje de participación en el mercado, canales de distribución y conocer nuestra competencia y calidad a la que se debe enfrentar, en este caso las flores orgánicas que pensamos exportar.

En términos económicos, la oferta es el número de unidades de un bien o servicio que los productores están dispuestos a vender a determinados precios en un área definida; en este caso la oferta está constituida por los países exportadores de flores a Paris-Francia.

Para el caso del presente proyecto investigativo debemos aprovechar las ventajas competitivas que se tiene frente a otros países oferentes de flores, tales como la calidad y variedad, y buscar fortaleza además en que la empresa Nevado Ecuador ya viene ofertando rosas naturales a Francia y que el presente estudio busca la incursión de rosas Orgánicas.

A continuación se detallará la producción de la empresa Nevado Ecuador desde el año 2012 al 2014.

**Cuadro N° 6: Producción de la empresa Nevado Ecuador**

<b>AÑOS</b>	<b>Producción</b>
<b>2012</b>	27.100.889
<b>2013</b>	26.470.213
<b>2014</b>	31.932.708

Fuente: Empresa Nevado Ecuador  
Elaborado por: Alex Morales

#### **Proyecciones**

Las proyecciones de la producción de la empresa Nevado Ecuador se las realiza con el método de mínimos cuadrados para los siguientes cinco años teniendo solo datos estadísticos desde el año 2012 hasta el año 2014.

**Cuadro N° 7: Calculo para las proyecciones de la empresa Nevado Ecuador**

X	Y	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>	(X) (Y)
1	27.100.889	1	734458184590321,00	27100889
2	26.470.213	4	700672176265369,00	52940426
3	31.932.708	9	1019697840213260,00	95798124
6	<b>85.503.810</b>	<b>14</b>	<b>2454828201068950,00</b>	<b>175839439</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado Por: Alex Morales

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{N} = \frac{85.503.810 - (2.415.909,5) (6)}{3} = 23.669.451$$

$$b = \frac{N \sum xy - \sum X \sum Y}{N \sum x^2 - (\sum X)^2} = \frac{3(175.839.439) - 6 (85.503.810)}{3 (14) - 6^2} = 2.415.909,5$$

$$c = \frac{b (n)}{\sum y} = \frac{2.415.909,5(3)}{85.503.810} = 0,084$$

$$Y = a + bx$$

$$Y (2015) = 23.669.451 + (2.415.909,5) (4) = 33.333.089$$

$$Y (2015) = 23.669.451 + (2.415.909,5) (5) = 35.748.998,5$$

$$Y (2015) = 23.669.451 + (2.415.909,5) (6) = 38.164.908$$

$$Y (2015) = 23.669.451 + (2.415.909,5) (7) = 40.580.817,5$$

$$Y (2015) = 23.669.451 + (2.415.909,5) (8) = 42.996.727$$

**Cuadro N° 8: Proyecciones de la oferta de la empresa Nevado Ecuador**

Año	Producción	Oferta a Exportar Francia 5%
<b>2015</b>	33.333.089	16.667
<b>2016</b>	35.748.999	17.875
<b>2017</b>	38.164.908	19.083
<b>2018</b>	40.580.818	20.290
<b>2019</b>	42.996.727	21.498

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado Por: Alex Morales

Para la presente investigación se exportará el 5% del total de producción de la empresa Nevado Ecuador, cuya oferta exportable para el año 2015 es de 16.667, teniendo un aumento significativo, y en el 2019 una producción de 21.498 unidades de rosas orgánicas.

### **3.6 LA DEMANDA**

Podríamos mencionar que la demanda es la cantidad de un producto o servicio que un mercado determinado está dispuesto a adquirir para satisfacer una necesidad, en un lugar, tiempo y precio establecido. Existen varios criterios para conceptualizar la demanda, según los expertos en mercadotecnia y economía la demanda es un factor dominante en la vida de las empresas.

En el Libro “Mercadotecnia” de Laura Fisher, (2011) la demanda se refiere a las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado.

Analizando el concepto anterior podemos aseverar que la demanda es la cantidad de un producto o servicio que un mercado determinado está dispuesto a adquirir para satisfacer una necesidad, en un lugar, tiempo y precio establecido.

#### **3.6.1 Metodología para cuantificar la demanda**

“El análisis de la demanda histórica junto con la cuantificación de la demanda nos servirá para determinar el volumen de la futura demanda del producto que el proyecto estaría en condiciones de ofrecer a dicho mercado a un determinado precio”. (Barreno, 2004)

Analizando el concepto anterior podemos mencionar que la demanda de un producto o servicio está determinada por la cantidad que el mercado requiera para satisfacer una necesidad con un valor establecido, en un sitio específico y en un momento determinado. Por tal razón la primera prueba de factibilidad para el presente proyecto es la cuantificación de la demanda y de ello dependerá en gran parte la elección del mercado objetivo. Contando con toda esta información estaremos en la posibilidad de calcular la demanda insatisfecha. La demanda insatisfecha debe ser amplia a la oferta.

Considerando que existe información estadística e histórica suficiente y confiable, la metodología a aplicarse es la de Consumo Aparente para lo cual se analizara la producción nacional en Francia de las exportaciones e importaciones.

### 3.6.2 Factores que afectan la demanda

Los principales factores que afectan a la demanda son:

- **El precio:** la cantidad demandada cumple una relación inversa al precio que se le asigne al bien, es decir que al incrementar el precio de las rosas orgánicas, disminuirá la cantidad demandada o viceversa, por tal razón buscamos ofertar las rosas a un costo razonable con la calidad del producto.
- **Ingreso de los Consumidores:** La cantidad demandada incrementa al aumentarse los ingresos de los consumidores y viceversa. Se debe analizar la distribución de los gastos de los consumidores con respeto a sus créditos.
- **Precio de la Competencia:** Debemos ofrecer nuestro producto en un rango de precios reales, cercanos a los de la competencia, evitando que los potenciales clientes limiten sus compras por este factor.
- **Precios de Bienes Sustitutivos y/o Complementarios:** La cantidad demandada del bien, aumenta al incrementarse los precios de los bienes sustituidos y/o complementarios y viceversa.
- **Preferencias del Consumidor:** La demanda aumenta cuando las preferencias del consumidor por las flores ecuatorianas se afirman y viceversa. Es importante conocer los cambios de gustos y tendencias del mercado para aprovecharlos, manteniéndole a la clientela y fortaleciendo nuestros diferenciadores frente a la competencia.
- **Crecimiento de la Población:** Un proyecto es rentable cuando se lo mantiene a largo plazo con una relación de ingresos sobre egresos y esto es posible al existir la suficiente demanda de flores ecuatorianas.

### 3.6.3 Análisis de la producción interna de flores en Francia

La horticultura representa el 1.6 % del total de cultivos agrícolas de Francia con aproximadamente 18.300 hectáreas de producción de las cuales 2.000 están cubiertas por invernaderos. Más de 5.000 empresas francesas tienen como actividad principal la horticultura y existen 17.000 compañías dedicadas a la distribución y comercialización de rosas, la contribución al PIB por parte de la horticultura es de aproximadamente €1.900

millones; la filial hortícola genera alrededor de 25.000 plazas de trabajo lo que arroja una productividad de €76.000/hombre. La producción francesa sirve para abastecer el mercado nacional, apenas un 6 % que es un índice demasiado bajo, lo que nos demuestra que Francia importa una gran cantidad de rosas, especialmente de países Latinoamericanos. El consumo de flores es de más de 1.000 millones de euros y el consumo per cápita de 18 euros; la flor que más se consume es la rosa (70 %), existe una cultura de consumo de flor en Francia, no solo se compra flores en épocas pico o fiestas específicas sino todo el año, lo que le da una ventaja al exportador ecuatoriano de tener un mercado a lo largo del mismo.

### Cuadro N° 9: Producción nacional de flores en Francia

AÑO	TONELADAS MÉTRICAS
2012	79.776
2013	83.712
2014	87.647

Fuente: PROECUADOR

Elaborado Por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones

### Proyecciones

Las proyecciones de las importaciones de flores en Francia se las realiza con el método de mínimos cuadrados para los siguientes cinco años teniendo solo datos estadísticos de las importaciones de flores en Francia desde el año 2012 hasta el año 2014.

### Cuadro N° 10: Calculo para la proyección de la producción de flores en Francia

x	y	x <sup>2</sup>	y <sup>2</sup>	(x) (y)
1	79.776	1	6364210176,00	79776
2	83.712	4	7007698944,00	167424
3	87.647	9	7681996609,00	262941
6	251.135	14	21053905729,00	510141

Fuente: Investigación Propia

Elaborado Por: Alex Morales

$$a = \frac{\sum y - b \sum x}{N} = \frac{251.135 - (3.935,5) (6)}{3} = 75.840,67$$

$$b = \frac{N \sum xy - \sum X \sum Y}{N \sum x^2 - (\sum X)^2} = \frac{3(21.053.905.729) - 6 (251.135)}{3 (14) - 6^2} = 3.935,5$$

$$c = \frac{b (n)}{\sum y} = \frac{3.935,5(3)}{251.135} = 0,047$$

$$Y = a + bx$$

$$Y (2015) = 75.840,67 + (3.935,5) (4) = 91.583$$

$$Y (2016) = 75.840,67 + (3.935,5) (5) = 95.518$$

$$Y (2017) = 75.840,67 + (3.935,5) (6) = 99.454$$

$$Y (2018) = 75.840,67 + (3.935,5) (7) = 103.389$$

$$Y (2019) = 75.840,67 + (3.935,5) (8) = 107.325$$

**Cuadro N° 11: Cuadro de la proyección de las importaciones de flores en Francia**

AÑO	TONELADAS MÉTRICAS
2015	91.583
2016	95.518
2017	99.454
2018	103.389
2019	107.325

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Alex Morales

### 3.6.4 Análisis de las exportaciones de flores en Francia

Las exportaciones de rosas de Francia son mínimas en relación a las importaciones que se registran en el país de este producto así lo demuestra las estadísticas obtenidas de la Oficina Comercial de Ecuador en Francia.

**Cuadro N° 12: Exportaciones de flores de Francia**

<b>AÑO</b>	<b>TONELADAS MÉTRICAS</b>
2012	7.108
2013	6.357
2014	5.713

Fuente: ProEcuador

Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones

### **Proyecciones**

Las proyecciones de exportaciones de flores de Francia se las realiza con el método de mínimos cuadrados para los siguientes cinco años teniendo solo datos estadísticos de las exportaciones de flores Francesas desde el año 2012 hasta el año 2014.

**Cuadro N° 13: Proyección de la exportación de flores francesas**

<b>AÑO</b>	<b>TONELADAS MÉTRICAS</b>
2015	4.998
2016	4.300
2017	3.603
2018	2.905
2019	2.208

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Alex Morales

### **3.6.5 Análisis de la Producción Nacional de Rosas**

**Cuadro N° 14: Producción nacional de rosas**

<b>AÑO</b>	<b>TONELADAS MÉTRICAS</b>
2012	269
2013	482
2014	616

Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trade Map

Elaborado por: Alex Morales

## Proyecciones

**Cuadro N° 15: Proyección de la producción nacional de rosas**

<b>AÑO</b>	<b>TONELADAS MÉTRICAS</b>
2015	803
2016	976
2017	1.150
2018	1.323
2019	1.497

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Alex Morales

### 3.7 CONSUMO APARENTE

El consumo aparente es aquel que resulta de la suma de la producción existente del mercado a investigar, más las importaciones realizadas por dicho país, menos las exportaciones. Siendo la fórmula para determinar el consumo aparente la siguiente:

$$CA=P+M-X$$

Dónde:

**CA**= Consumo Aparente

**P**= Producción

**M**= Importaciones

**X**= Exportaciones

Para conocer cuál será el consumo aparente de flores en Francia en los cinco años a partir del 2015, se toma como base los datos proyectados tanto de la producción como de las importaciones y exportaciones, que están dados en toneladas métricas; y se los reemplaza en la fórmula. El siguiente cuadro refleja el consumo aparente del 2015 al 2019.

**Cuadro N° 16: Consumo Aparente**

<b>AÑO</b>	<b>PRODUCCIÓN NACIONAL PROYECTADA Tm</b>	<b>IMPORTACIONES PROYECTADAS Tm</b>	<b>EXPORTACIONES PROYECTADAS Tm</b>	<b>CONSUMO APARENTE Tm</b>
2015	803	91.583	4.998	87.388
2016	976	95.518	4.300	92.194
2017	1.150	99.454	3.603	97.001
2018	1.323	103.389	2.905	101.807
2019	1.497	107.325	2.208	106.614

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Alex Morales

### **3.7.1 Población económicamente activa en Francia**

La población económicamente activa de Francia ha experimentado un crecimiento constante, es necesario conocer sus datos históricos para realizar una proyección a los años de la duración del proyecto, los datos estadísticos que se presenta a continuación han sido recopilados de la base del Banco Mundial, que se encuentran presentados en su página oficial, en su sección población económicamente activa por país.

**Cuadro N° 17: Pea Histórico de Francia**

<b>AÑOS</b>	<b>PEA</b>
2012	30.013.271
2013	30.030.773
2014	30.052.580

Fuente: PROECUADOR  
Elaborado por: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones

## Proyecciones

**Cuadro N° 18: Pea De Francia Proyectada**

<b>AÑO</b>	<b>PEA</b>
2015	30.071.517
2016	30.091.172
2017	30.110.826
2018	30.130.481
2019	30.150.135

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Alex Morales

### 3.7.2 Consumo per cápita

Una vez que se ha proyectado el PEA durante los años que dure el proyecto, se puede calcular para conocer el consumo de flores por habitante en Francia, cálculo que se lo realiza mediante la división entre el consumo aparente y el valor de la Población económicamente activa para cada uno de los años que se estima durará la exportación del producto.

**Cuadro N° 19: Consumo Per Cápita De Flores En Francia**

<b>AÑO</b>	<b>CONSUMO APARENTE TM</b>	<b>PEA</b>	<b>CONSUMO APARENTE PER CÁPITA TM</b>
2015	87.388	30.071.517	0,0029
2016	92.194	30.091.172	0,0030
2017	97.001	30.110.826	0,0032
2018	101.807	30.130.481	0,0033
2019	106.614	30.150.135	0,0035

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Alex Morales

### 3.7.3 Consumo Recomendado

El consumo recomendado se lo obtuvo pesando 25 tallos de flores que es la cantidad que tiene un bonche de flores las mismas que obtuvieron un peso de 350 gramos, le multiplicamos este peso por 10 días que es la duración mínima de las flores en el florero y convirtiéndole a kilos da un resultado de 3.5kg que vendría a ser un valor mínimo esperado al año de consumo de rosas orgánicas por persona.

**Cuadro N° 20: Consumo Recomendado De Flores**

<b>AÑO</b>	<b>CONSUMO RECOMENDADO ANUAL KG</b>
2015	3.5
2016	3.5
2017	3.5
2018	3.5
2019	3.5
2020	3.5

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Alex Morales

### 3.7.4 Déficit por Habitante

Para determinar el déficit por habitante se debe aplicar la siguiente fórmula:

**Déficit por Habitante**= Consumo per cápita real (aparente) - Consumo recomendado

**Cuadro N° 21: Déficit por Habitante**

<b>Año</b>	<b>Consumo Aparente Per Cápita Tm</b>	<b>Consumo Recomendado Per Cápita Kg/Año</b>	<b>Déficit Por Habitante Kg/Año</b>
2015	0,0029	3,5	-3,50
2016	0,0030	3,5	-3,50
2017	0,0032	3,5	-3,50
2018	0,0033	3,5	-3,50
2019	0,0035	3,5	-3,50

Fuente: Investigación propia  
Elaborado por: Alex Morales

### 3.7.5 Déficit Total

Para el cálculo del déficit total de flores en el mercado de Francia se requiere de la PEA proyectada y del déficit por habitante. Se le obtiene de la siguiente manera:

**Déficit Total**= Déficit por habitante \* PEA

**Cuadro N° 22: Déficit Total**

<b>AÑO</b>	<b>Déficit Por Habitante kg/Año</b>	<b>PEA</b>	<b>Déficit Total Kg/Año</b>
2015	-3,50	30.071.517	(105.250.310)
2016	-3,50	30.091.172	(105.319.102)
2017	-3,50	30.110.826	(105.387.891)
2018	-3,50	30.130.481	(105.456.684)
2019	-3,50	30.150.135	(105.525.473)

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Alex Morales

Al existir una amplia diferencia entre la oferta del proyecto y la demanda insatisfecha, donde esta demanda es muy superior a la oferta, existirían menos riesgos para el proyecto, pero si la oferta es mayor o igual a la demanda insatisfecha el riesgo sería demasiado alto.

### 3.8 Demanda Insatisfecha

Oferta es la cantidad de productos, bienes o servicios que los productores están dispuestos a fabricar y vender en un determinado mercado en cierto momento. (Fisher & Espejo , 2004)

El cálculo de la oferta del proyecto se realizó tomando en cuenta varios factores como el precio referencial de venta de las flores en el mercado Francés, la disponibilidad del producto en el país de origen, la disponibilidad de espacio en las aerolíneas que transportan las flores y el nivel de crecimiento que tendrá el proyecto cada año. Debido a que esta industria es variable, debido a muchos factores como son los gustos y preferencias del consumidor final, precios, desastres naturales entre otros, se proyectara la oferta del proyecto solo para cinco años.

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se tomó en cuenta la producción proyectada de Nevado Ecuador que pertenece a Francia y se realizará con la siguiente fórmula:

**Demanda Insatisfecha = Oferta (proyectada) - Consumo Aparente (proyectada)**

**Cuadro N° 23: Demanda Insatisfecha**

<b>Año</b>	<b>Oferta a Exportar Francia 5%</b>	<b>Consumo Aparente TM</b>	<b>Demanda Insatisfecha TM</b>	<b>Cobertura demanda Insatisfecha (%)</b>
2015	16.667	87.388	79.279	19,07
2016	17.875	92.194	74.319	19,39
2017	19.083	97.001	77.918	19,67
2018	20.290	101.807	81.517	19,93
2019	21.498	106.614	85.116	20,16

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Alex Morales

En este estudio de mercado demostró que el factor demanda es aceptable, puesto que la demanda insatisfecha que es de 79.279 para el año 2015, aumento cada año hasta llegar a 85.116 en el 2019.

Para determinar la cobertura de la demanda insatisfecha se aplicó una simple regla de tres, cuyo resultado demostró que con la oferta exportable orientada a Francia se cubrirá la demanda del 19% y 20% dependiendo del año.

## **CAPITULO IV: PROPUESTA DE COMERCIALIZACIÓN**

### **4.1 NOMBRE DE LA PROPUESTA**

Proyecto de factibilidad para la exportación de rosas orgánicas de la empresa Nevado Ecuador hacia el mercado de París – Francia en el periodo 2015.

### **4.2 ESPACIO FÍSICO**

A continuación se dará a conocer el flujograma del proceso de producción de las rosas orgánicas de la empresa Nevados Ecuador.

#### **4.2.1 Proceso de Producción**

El proceso productivo de una florícola se divide en cosecha y pos cosecha.

##### **Producción y Cosecha**

Comprende el largo proceso desde preparar la tierra para la siembra hasta la cosecha de las flores. Es vital que este proceso sea manejado por una persona con amplios conocimientos, ya que de la calidad de la flor, dependerá la aceptación o no del consumidor final y por ende los réditos o pérdidas generadas.

La inversión en este proceso es la más alta del negocio, ya que comprende la utilización de los insumos más caros además de concentrar la mayor parte de mano de obra de la finca. Este proceso, agrupa varios subprocesos:

##### **Preparación del Terreno:** Incluye ciertas labores:

- Subsolar: Remover la tierra por debajo de la capa arable, facilitando el posterior drenaje del agua.
- Nivelación del Terreno: Eliminar montículos de tierra e incorporar una serie de abonos y fertilizantes.
- Preparación de la Tierra: El suelo debe estar bien drenado y aireado para evitar la formación de charcos.

El PH del suelo para el cultivo de las rosas debe mantenerse en un promedio de 6.

- **Preparación de Camas y Caminos:** Las camas son los espacios destinados para la siembra y futuro crecimiento de la planta, siendo las dimensiones idóneas: 30m de largo x 75cm de ancho. La altura mínima de la cama es de 20cm y la máxima de 30cm. sobre el nivel del suelo.

### **Gráfico N° 5: Camas y Caminos**



Fuente: Nevado Ecuador  
Elaborado por: Alex Morales

Los caminos son los senderos que separan una cama de otra. Deben tener el mismo largo que la cama, pero con un ancho de 1m, para permitir el paso de fumigadores, recolectores y demás cuidadores de las plantas.

### **Preparación de Invernaderos**

Los invernaderos tienen como propósito, proteger a las plantas de la lluvia, viento, plagas, heladas, excesivo sol, etc. Éstos pueden ser metálicos o de madera, siendo los primeros, los más recomendables por su durabilidad de 20 años aproximadamente frente a 5 años para los de madera. Los invernaderos metálicos son desarmables, contruidos en bases de cemento, que evitan la formación de sombra dentro de los invernaderos, al tener columnas de apenas 2 pulgadas. Es aconsejable construirlos en grandes dimensiones (50x20m y más) y de forma semicurva para mayor circulación de aire.

## Gráfico N° 6: Invernaderos



Fuente: Nevado Ecuador  
Elaborado por: Alex Morales

Las estructuras deben ser cubiertas con plástico de alta densidad, con protección especial para rayos ultravioletas, colocados a los lados y en el techo de los invernaderos; además de tener cortinas laterales que permitan la circulación de aire.

### **Siembra**

Es el cultivo de las matas en las camas respectivas. La siembra puede ser por semillas o injertos de yema, aunque es éste último, el método más empleado a nivel comercial. Las yemas deben ser plantadas, con una separación de 2,5-4cm entre plantas y 7,5cm entre hileras, siendo lo recomendable 2 hileras por cama.

### **Control de Temperaturas**

Se debe mantener una temperatura en el medio de 17-25°, con una mínima de 15° durante la noche y una máxima de 28° durante el día. Pueden mantenerse valores ligeramente inferiores o superiores durante períodos relativamente cortos sin que se produzcan serios daños, pero una temperatura nocturna continúa por debajo de lo mínimo indicado, retrasaría el crecimiento de la planta o produciría flores deformes. Por otro lado, las temperaturas excesivamente elevadas producen rosas más pequeñas de lo normal, con pocos pétalos y descoloridas.

## **Control de Iluminación, Humedad y Ventilación**

Ecuador cuenta con una curva de luz constante durante todo el año, pero en período de verano, cuando la intensidad del sol es muy fuerte, se debe cubrir los plásticos de los invernaderos con tela sarán, para reducir la penetración de rayos solares. Con respecto a la humedad, las rosas requieren un nivel relativamente elevado, regulable mediante el humedecimiento de los pasillos durante las horas más cálidas del día. La ventilación debe regularse de forma manual o automática, abriendo los laterales y las cumbres de los invernaderos, para controlar ciertas enfermedades.

## **Riego y Fertilización**

El promedio de riego es de 100l/m<sup>2</sup>. La finca posee un pozo profundo de agua de excelente calidad, que es almacenada en un reservorio, evitando así posibles problemas por escasez en el área.

**Gráfico N° 7: Reservorio de Agua**



Fuente: Nevado Ecuador  
Elaborado por: Alex Morales

Igualmente el agua de lluvia es recolectada en los bordillos de los invernaderos, garantizando este recurso en temporadas de sequía. Con respecto a la fertilización, ésta también se la puede realizar a través del sistema de riego.

## **Labores Culturales**

Son el conjunto de actividades que deben cumplirse para iniciar una fase productiva, como:

- ✓ Toturaje: Colocación perpendicular de maderas al suelo, cruzadas por alambres o piolas para ayudar a la planta a que se forme correctamente. El mayor crecimiento vertical de la planta, asegura un mayor porcentaje de tallos largos, comercializados a mejor precio.
- ✓ Deshierbe: Se lo realiza durante las primeras etapas de formación de la planta, retirando las matas que crecen alrededor del rosal, ya que éstas le quitan agua, luz y espacio.
- ✓ Desbotone: Se basa en quitar los botones secundarios y terciarios de la flor y dejar solamente el principal, obligando a la planta a que brote un mayor número de “yemas” y que sus tallos engrosen.
- ✓ Podas o “Pinch”: Es la actividad de cortar los tallos delgados o enfermos para ayudar a que la planta crezca coposa. Al realizar una poda, se debe sellar el tallo para evitar nuevos rebrotes. En el lapso de la 4ta a la 8va semana, empieza la producción.

## **Control de Plagas y Enfermedades**

Se debe conocer los síntomas específicos de la flor ante plagas y enfermedades, para controlarlas a tiempo y disminuir el riesgo de contagio de todo el cultivo y por ende, reducir las pérdidas económicas.

## **Cosecha de la Flor**

Es el proceso de corte y recolección manual de los botones con tijeras podadoras. Se cortarán las flores en su madurez comercial, con un tallo que tenga 3 yemas de hojas completas. Las rosas deben cortarse en el punto perfecto, caso contrario, al ser muy inmaduras, las cabezas se marchitarán.

### **Gráfico N° 8: Cosecha de Rosas**



Fuente: Nevado Ecuador  
Elaborado por: Alex Morales

Ya que el mercado juzga la calidad de rosa por la longitud de su tallo, las flores se cortan normalmente con un tallo tan largo como sea posible. Las flores son colocadas en mallas plásticas con capacidad de 10-20 tallos (dependiendo la variedad). La cantidad cosechada dependerá de la variedad de la planta y de los factores climáticos especialmente.

#### **Renovación de Cultivo**

La tendencia de consumo de las rosas es muy variable, por lo que muchas fincas deben erradicar ciertas variedades y plantar nuevas; este proceso es conocido como renovación de cultivo.

#### **Transporte Interno**

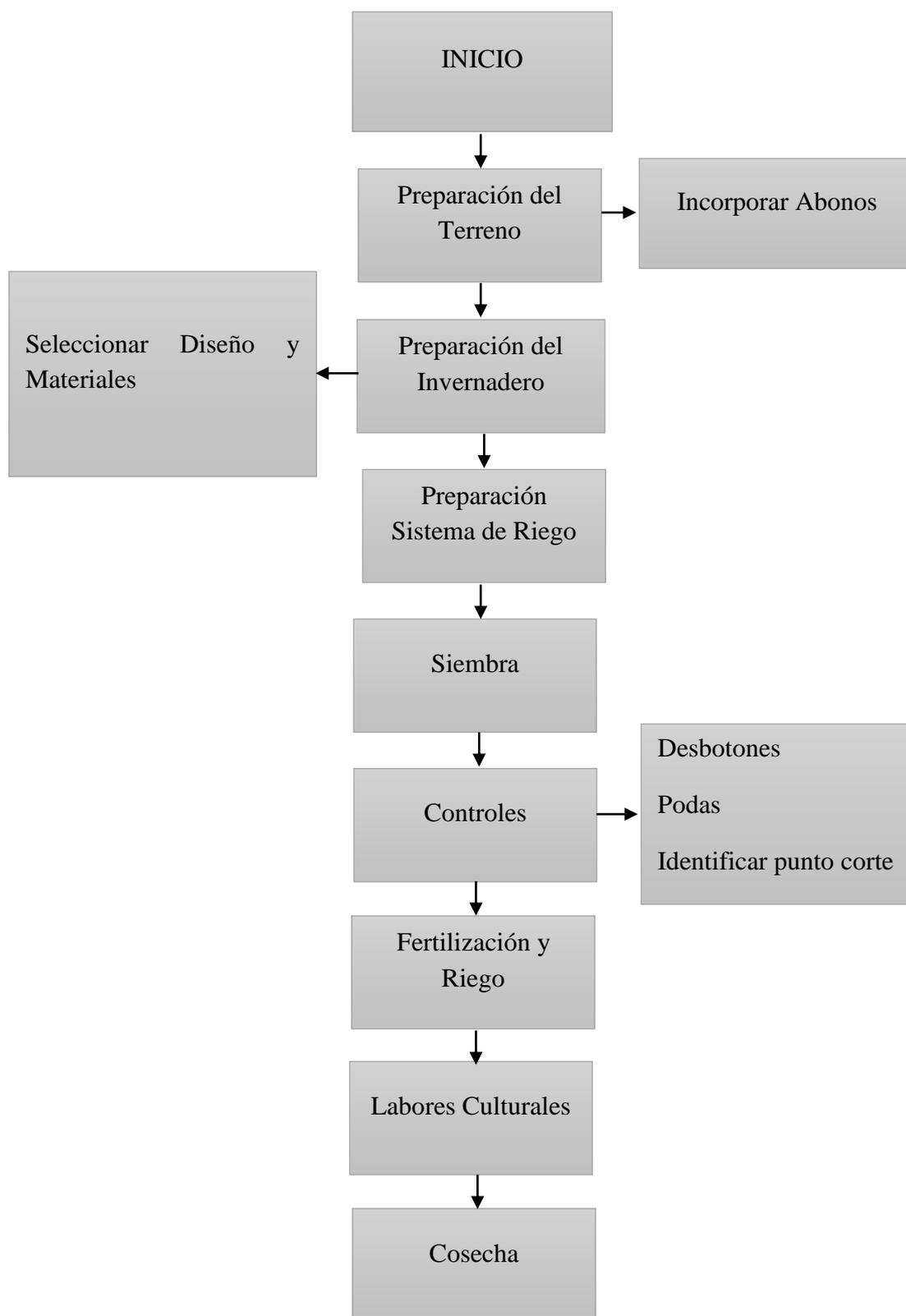
Las rosas cosechadas son enviadas desde los invernaderos hasta la sala de Postcosecha por medio de cable vías, que disminuyen el manipuleo humano y posible daño de la flor.

### **Gráfico N° 9: Transporte de Rosas**



Fuente: Nevado Ecuador  
Elaborado por: Alex Morales

**Diagrama N° 1: Proceso de Producción**



Fuente: Nevado Ecuador  
Elaborado por: Alex Morales

## Pos - cosecha

Después de obtener flor de buena calidad en el cultivo, la flor debe ser revisada y clasificada, según los parámetros establecidos, procurando no lastimar la flor de forma mecánica o humana. Este proceso se extiende desde el arribo de la flor de cultivo hasta su envío a cargueras, cumpliendo los siguientes subprocesos:

**Chequeo de Recepción:** Se controla la calidad y cantidad de la flor recibida de cultivo, llevando una estadística de las enfermedades detectadas, cantidad producida por invernadero, condiciones de recepción y demás, haciendo una retroalimentación a Producción.

### Gráfico N° 10: Recepción de Rosas



Fuente: Nevado Ecuador  
Elaborado por: Alex Morales

**Tratamiento Sanitario:** Después de chequear las flores recibidas, se las debe hidratar en cubos plásticos de agua con solución nutritiva para evitar que se marchiten y prevenir posibles infecciones. Este proceso se debe realizar en cámaras frías con temperatura de 2 a 4° para evitar la proliferación de bacterias.

**Clasificación y Selección:** Éste proceso requiere de personal muy bien capacitado, que conozca los parámetros de clasificación y posea un buen criterio de selección.

## Gráfico N° 11: Clasificación y Selección



Fuente: Nevado Ecuador  
Elaborado por: Alex Morales

La clasificación y selección debe cumplir con varias actividades: • Limpieza: Arrancar las hojas y espinas de la parte inferior del tallo.

- ✓ Clasificar por Calidad: Desechar los tallos curvos, deformes o dañados. Según el daño de la flor, ésta puede ser comercializada en el mercado local o utilizarla para elaboración de abono natural.
- ✓ Punto de Corte: Los europeos prefieren la flor cerrada, los americanos prefieren una apertura normal y los rusos la prefieren abierta.
- ✓ Grado de la Flor: Es la relación entre la longitud del tallo y su tamaño de botón. La longitud es la medida tomada desde el cáliz hasta el final de la flor con una regleta empotrada en las mesas de clasificación. El tamaño de cabeza dependerá de la longitud del tallo, es decir, las rosas con largo de 40-50-60cm pueden tener un tamaño de cabeza de 4-5.5cm. Los tallos de 70cm a más, deben tener un tamaño mínimo de cabeza de 5.5cm en adelante.

**Elaboración de Ramos:** Es la agrupación de los tallos según las especificaciones de los clientes (de 25, 20, 12 unidades) en cartón corrugado y con plásticos protectores, sujetos en sus tallos con ligas plásticas. Los ramos pueden ser redondos (de dos pisos) o cuadrados (de tres o cuatro pisos), dependiendo de las preferencias del consumidor; pero para el mercado europeo, los ramos deben ser cuadrados.

### Gráfico N° 12: Elaboración de Ramos



Fuente: Nevado Ecuador  
Elaborado por: Alex Morales

**Inspección de Ramos:** Realizar un control de calidad para determinar si el ramo cumple o no con los parámetros. Al cumplirlos, se creará un código de barras para el ramo, que informe la variedad procesada, número de tallos, largo, fecha de elaboración del ramo y la persona que lo procesó; mientras que los que no pasen la inspección, deberán ser reprocesados.

**Hidratación y Frío:** Los ramos son puestos en cubetas con solución nutritiva y se los envían a los cuartos fríos para su almacenamiento.

### Gráfico N° 13: Hidratación y Frío



Fuente: Nevado Ecuador  
Elaborado por: Alex Morales

**Rotación de la Flor:** La flor, desde que entra al cuarto frío, debe tener un tiempo de permanencia máximo de 6 días, por lo cual se deberá tener un sistema de información claro, utilizando un modelo FIFO (first in, first out), garantizando que cada día quede en cuartos fríos, la flor más fresca.

**Control de Calidad:** En cuartos fríos, antes de empacar los ramos en las cajas, se debe chequear nuevamente la flor, para cerciorarse de que no haya brotado ninguna enfermedad o anomalía en la flor y para comprobar si el punto de corte y la consistencia del ramo es perfecta. Si hay algún cambio, se enviaría el ramo a reproceso.

**Empaque y Etiquetado:** El empaque debe ser impecable, dando seguridad a las flores en su largo viaje, ubicándolas correctamente para evitar golpes entre los ramos. El empaque dependerá del punto de corte de los ramos, de su medida y del número de tallos en cada ramo, es decir, las cajas que contengan ramos de menor medida, tendrán espacio para más bunches; mientras que las cajas con ramos de mayor largo, podrán empacar menos bunches.

#### Gráfico N° 14: Empaque y Etiquetado



Fuente: Nevado Ecuador  
Elaborado por: Alex Morales

Esta diferencia también es visible en el tipo de ramo según número de tallos, es decir, los ramos que han sido realizados por 20 tallos, permite poner más número de ramos que las cajas que contengan ramos por 25 unidades.

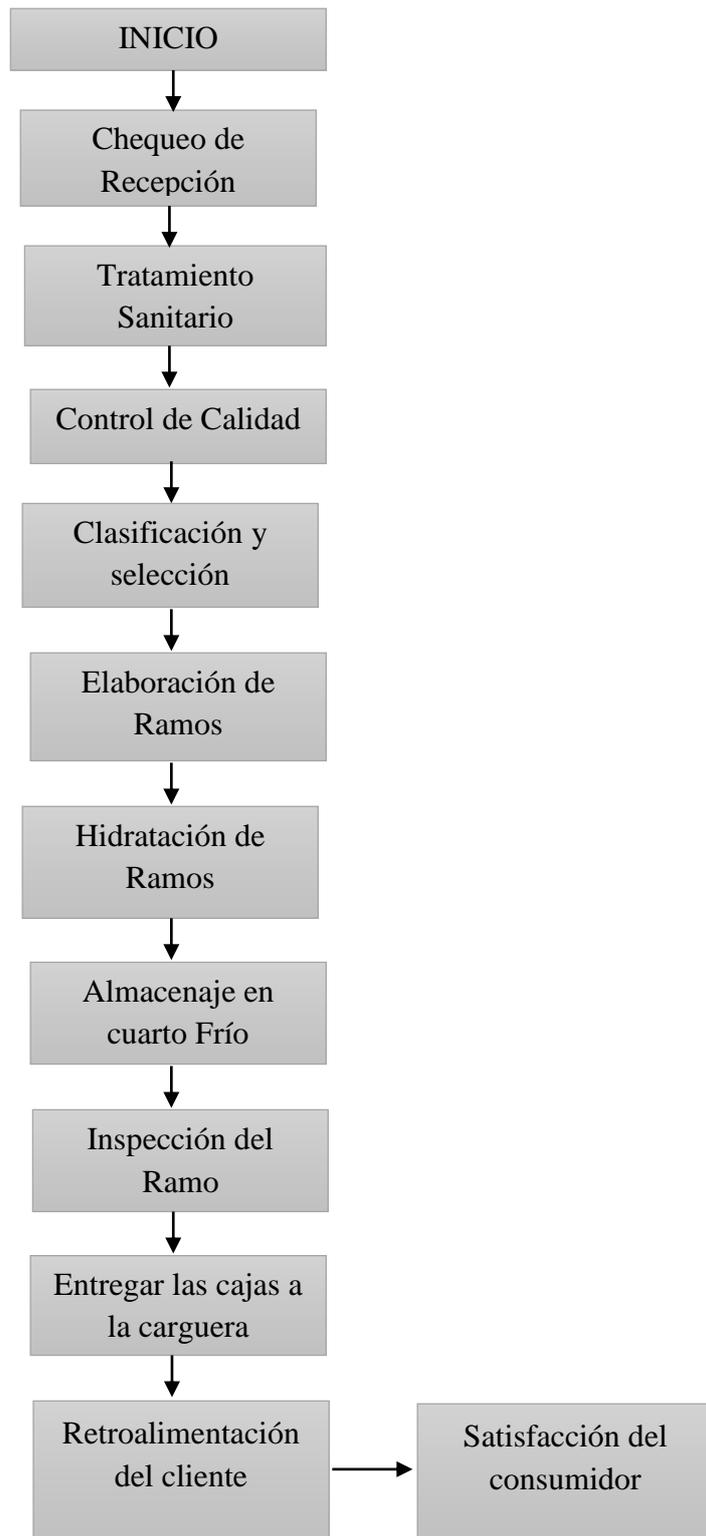
Las cajas deben tener zunchos plásticos de seguridad, para que la flor no se mueva en el trayecto, además de contar con papel protector en la parte superior e inferior de la caja, para evitar el roce de los ramos con el áspero cartón.

Posteriormente, las cajas deberán ser organizadas en la zona de carga interna del cuarto frío, según la hoja de ruta que Ventas otorgará, optimizando el uso de espacio existente.

**Transporte:** Las rosas deben ser cargadas al camión en orden de entrega, es decir, cargando los últimos despachos al fondo del camión y los primeros lo más cerca de la puerta. El camión debe tener un sistema de refrigeración adecuado para mantener la cadena de frío.

Este proceso se puede apreciar de una forma más clara en el diagrama de flujo del pos cosecha.

**Diagrama N° 2: Post - Cosecha**

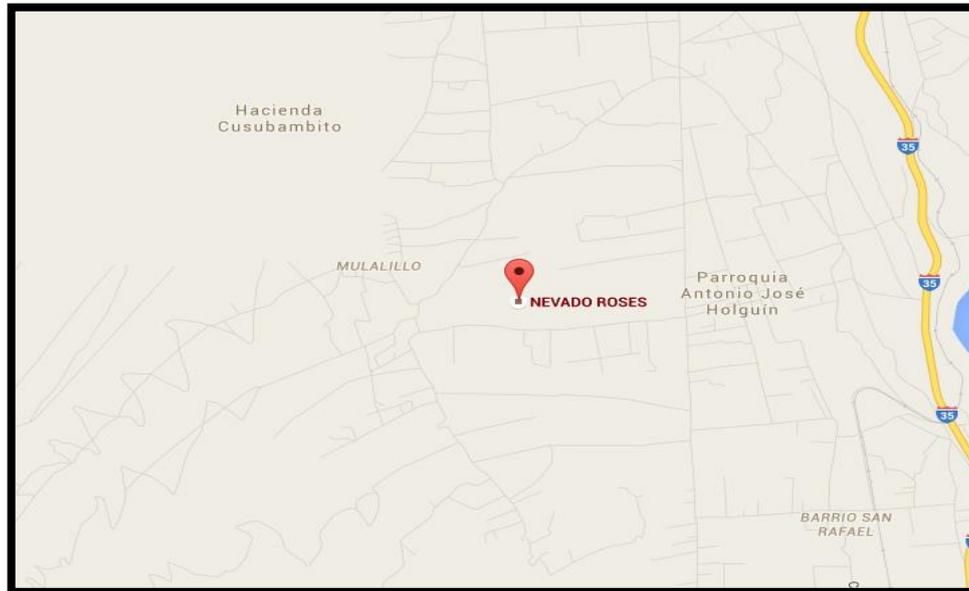


Fuente: Nevado Ecuador  
Elaborado por: Alex Morales

### 4.3 LOCALIZACIÓN DE LOS OFERENTES

La empresa Nevados Ecuador se encuentra ubicado en la Panamericana Norte Km3 vía Malulillo, salcedo

**Gráfico N° 15: Localización Nevado Ecuador**



Fuente: Google Maps  
Elaborado por: Alex Morales

### 4.4 LOCALIZACIÓN DE LOS DEMANDANTES

La presente investigación estará orientada a la exportación de rosas orgánicas al mercado de Francia, específicamente a la ciudad de París

#### 4.4.1 Definición del Mercado Meta

##### **París – Francia**

Considerada como uno de los mejores destinos turísticos del mundo París, la capital de Francia, es también una de las ciudades más bellas que existen.

## Gráfico N° 16: Mercado Meta



Fuente: Imágenes google  
Elaborado por: Alex Morales

Declarada en el año 1991 por la Unesco como “Patrimonio de la Humanidad” todo en ella es mágico, lugar de arte y cultura sin igual, con amplias avenidas y grandes espacios que son dedicados a exposiciones diversas y a todo aquello que pueda dar esparcimiento para quienes la visitan.

Con lugares magníficos de gran interés histórico, cultural y turístico como la Catedral de Notre-Dame, el Arco del Triunfo, los Campos Elíseos, el Panteón, la Ópera Garnier, por nombrar sólo alguno de ellos.

Su riqueza intelectual y artística es invaluable y es la poseedora de la más grande cantidad de obras de arte del mundo, que pueden disfrutarse en sus bellos museos, destacándose obras inmortales como la Mona Lisa, que se encuentra en el Louvre y otros museos de importancia internacional como el de Orsay y el Nacional de Historia Natural de Francia.

París es uno de los motores de la economía mundial. a economía de París es extremadamente diversa y todavía no ha adoptado una especialización dentro de la economía global (semejante a Los Ángeles con la industria del entretenimiento, o Londres y Nueva York con servicios financieros). París es esencialmente una economía de servicios: el 45 % del PIB de la región de París está compuesto por servicios financieros, inmobiliarios y soluciones de negocios.

## Estilo de Vida

La encantadora reputación de París ha seducido a casi 12 millones de personas que viven en su área metropolitana. La ciudad es conocida por su historia, moda, gastronomía, arte, cultura, tiendas y entretenimiento, demostrando ser una de las ciudades más influyentes de Europa, no importa que arte, negocio o que pasión desee satisfacer.

La vida en París es cara debido a que es una ciudad demasiado turística y sus precios son demasiado elevados.

## Situación Económica

**Cuadro N° 24: Situación Económica de Francia**

<b>Nombre Oficial</b>	París
<b>Población</b>	2'244.000 hab.
<b>Idioma</b>	Francés
<b>Moneda</b>	Euro
<b>Tipo de Cambio</b>	0.7634 euros por dólar
<b>PIB</b>	715. 080 millones de euros
<b>PIB Per cápita</b>	57.241
<b>Esperanza de Vida</b>	80 años
<b>Crecimiento de la Población</b>	0,50 %
<b>Tasa de Analfabetismo</b>	2%

Fuente: Pro Ecuador

Elaborado por: Alex Morales

Casi la mitad del PIB de la Región de París se genera con el sector empresarial y los servicios financieros. El sector financiero del país se concentra en esta ciudad. La región de París sigue siendo una de las potencias manufactureras de Europa, debido al gran tamaño de su economía, con un cambio de la industria tradicional a la alta tecnología. Su economía se sostiene fundamentalmente en la fabricación de maquinarias de todo tipo. Es de destacar también la producción de artículos de lujo, como el alta costura, las joyas y los perfumes.

En su puerto sobre el Atlántico en la ciudad de El Havre, moviliza el cuarto mayor volumen de tonelaje en Europa. El sector agrícola francés se mueve mayoritariamente en esta ciudad, que posee la mayor bodega de mercancías agrícolas del mundo.

La Avenida de los Campos Elíseos que ha sido llamada la “Avenida más hermosa del mundo”, es una de las principales calles comerciales de París.

### **Acceso Marítimo**

A continuación se detallarán los puertos ubicados en la ciudad de París:

### **Puerto de Dunkerque**

**Gráfico N° 17: Puerto Dunkerque**



Fuente: Imágenes Google  
Elaborado por: Alex Morales

Se encuentra al Norte de Francia entre París y Bruselas. Es el tercer puerto más importante del país, el de mayor tamaño al Norte de Francia, es el primer puerto de Francia para la importación de frutos en contenedor.

Las terminales del puerto se caracterizan por estar conectadas directamente con la red de carreteras europeas evitando el tráfico local hacia y desde el puerto. Todos los muelles están conectados con la red ferroviaria eléctrica. Además se puede hacer conexión terrestre con diferentes países de Europa.

## **Acceso Aéreo**

La estructura aeroportuaria de París ofrece excelentes servicios aduaneros, facilitando la manipulación y el almacenamiento de la carga.

## **El aeropuerto Charles de Gaulle**

El aeropuerto Charles de Gaulle ubicado a 24 Km del noreste de París, es el segundo aeropuerto aéreo más importante de Europa después del aeropuerto de Londres, London Heathrow.

**Gráfico N° 18: Aeropuerto Charles de Gaulle**



Fuente: Imágenes Google  
Elaborado por: Alex Morales

Sobresale por su amplia capacidad y moderna infraestructura, compuesta por tres modernos terminales, manteniendo comunicación directa con el resto del país. Recibe vuelos de los principales destinos de todos los continentes. Más de 60 millones de pasajeros lo transitan anualmente con conexiones a todos los continentes y principales ciudades del mundo.

## **El aeropuerto de Orly**

El aeropuerto internacional de Orly es uno de los aeropuertos del área metropolitana de París, se sitúa a 14 Km (9 millas) al sur de París. (Otro es Paris-Charles de Gaulle). Si bien Orly es más pequeño, no deja de tener un importante movimiento tanto de cabotaje como internacional.

**Gráfico N° 19: Aeropuerto de Orly**



Fuente: Imágenes Google  
Elaborado por: Alex Morales

En efecto, no solo opera con los principales aeropuertos de Francia sino también con los de toda Europa, los países árabes, el medio oriente, Estados Unidos y Caribe, entre otros destinos. Cerca de 30 millones lo transitan anualmente.

### **Tendencias del Mercado**

- El consumidor francés está acostumbrado a comprar donde el especialista por decirlo de algún modo, por esta razón las floristerías tienen un papel predominante en la venta de flores, más del 50 % se venden a través de este circuito de distribución.
- La ventaja en Francia a diferencia de otros mercados es que al existir una cultura de consumo de flores, el consumo se da todo el año, con épocas pico en febrero, mayo, septiembre y diciembre como se constatará más adelante en este estudio cuando se analice la estacionalidad del producto.

- El francés compra flores principalmente para regalar a sus amigos o familiares en las diferentes ocasiones en las que es invitado a una casa, el 54 % de las compras se destinan a ofrecer a terceros.
- Otro segmento importante al cual se destina la compra de flores es el de cementerios y velorios (27.5 %), la tasa de mortalidad en Francia ha aumentado en un 0,8 % en el 2014.
- El restante 18.2 % de las compras la realiza el ciudadano francés de forma cotidiana para decorar su casa.
- En lo que respecta a género, tanto hombres como mujeres compran flores en París, los hombres lideran la compra en las tres categorías, seguidos de la pareja y por último la mujer.

#### **4.5 SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

La segmentación de mercado busca separar el mercado actual en grupos diferentes de consumidores que estén interesados en flores ecuatorianas, pero específicamente en flores organizadas que son las que estimamos poder exportar.

Por la naturaleza de este estudio, los clientes finales de la empresa Nevado Ecuador S.A serán las empresas importadoras mayoristas de Flores de Francia, considerando que la empresa ya se dedica por varios años a la exportación de rosas a diversos países del mundo ya se tiene datos estadísticos históricos y fiables para obtener un mejor estudio, pero vale adicionar que la exportación de rosas organizadas hacia Francia es nuevo para la empresa.

A continuación la segmentación de mercado:

**Cuadro N° 25: Segmentación de Mercado**

<b>Segmentación Geográfica</b>	
Residencia	Ciudad de Paris – Francia
<b>Segmentación Demográfica</b>	
Edad	15 – 64 años (PEA)
Género	Masculino – Femenino
Ocupación	Indistinta
Estatus Socioeconómicos	Media – Alta
Raza	Parámetro abierto
Nacionalidad	Parámetro abierto
<b>Segmentación Psicográfica</b>	
Estilo de Vida	Personas que sepan cómo comercializar flores ecuatorianas y valoren su calidad, especialmente que tengan el conocimiento sobre rosas orgánicas.
Personalidad	Personas activas, comerciantes.

Fuente: Investigación propia  
 Elaborado por: Alex Morales

#### **4.6 REQUISITOS PARA LA EXPORTACIÓN**

La exportación es la operación que supone la salida de mercancías fuera de un territorio aduanero y que produce como contrapartida una entrada de divisas.

El proceso de exportación a nivel local e internacional está regulado por varias instituciones que participan como fiscalizadores del comercio internacional, en el Ecuador son:

- Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración.
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.
- Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro Agrocalidad.
- Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI).
- Servicio de Rentas Internas (SRI).
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE).
- Empresas de transporte internacional.

- Empresas de seguro.
- Entidades bancarias para la entrega de cartas de crédito.

#### **4.6.1 Requisitos para ser Exportador**

Pueden realizar exportaciones tanto los ecuatorianos como los extranjeros residentes en el país, como personas naturales o jurídicas.

1. Contar con el Registro Único de Contribuyente (RUC) otorgado por el Servicio de Rentas Internas (SRI) indicando la actividad económica que va a desarrollar.
2. Obtener el certificado de firma digital o Token, otorgado por las siguientes entidades:
  - Banco Central: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>
  - Security Data: <https://www.securitydata.net.ec/>
3. Registrarse como exportador en Ecuapass <https://ecuapass.aduana.gob.ec/>, donde podrá:
  - Actualizar datos e la base
  - Crear usuario y contraseña
  - Aceptar las políticas de uso
  - Registrar firma electrónica

#### **4.6.2 Documentos Necesarios para la Exportación de Rosas Orgánicas**

##### **Factura Comercial**

Documento que prueba la transacción entre el exportador y el importador, el exportador la expide al importador para el cobro de las mercancías cuando éstas se han puesto a disposición del importador; contiene la información básica sobre la transacción y es necesaria para el despacho de aduana, no se exige un formato específico; la factura comercial debe expedirla el exportador según la práctica comercial habitual y debe presentarse el original y al menos una copia, puede presentarse en cualquier idioma, pero se recomienda una traducción al inglés.

## **Certificado de Origen**

Indica que el producto ha sido elaborado, producido en el Ecuador y sirve para que el importador, tenga un tratamiento preferencial arancelario, razón por la cual es un documento necesario e indispensable en el Comercio Exterior y que permite beneficiarse de una tarifa preferencial.

## **Documentos de Transporte**

Proporcionados por la compañía de transporte contratada, en función de los medios de transporte utilizados, para poder despachar las mercancías es necesario presentar los siguientes documentos a las autoridades aduaneras francesas:

- Conocimiento aéreo (AWB)
- Lista de carga (Packing List): La lista de carga (P/L) es un documento comercial que se adjunta a la factura comercial y los documentos de transporte, facilita información sobre los artículos importados y las particularidades de cada bulto (peso, dimensiones, instrucciones de manipulación, etc.); es necesaria para el despacho de aduana y tiene el valor de inventario de la mercancía entrante, no se exige un formato específico. La lista de carga debe ser elaborada por el exportador según la práctica comercial habitual, debiendo presentarse el original y al menos una copia. Puede presentarse en cualquier lengua, pero se recomienda una traducción al inglés.
- Declaración del valor en aduana: es un documento que debe presentarse a las autoridades aduaneras cuando el valor de las mercancías importadas excede los €10,000. Debe presentarse junto con el Documento Único Administrativo (DUA). Este requisito establece el valor de la transacción para fijar el valor en aduana (base imponible) sobre el que se aplican los derechos arancelarios (en el caso de las flores cortadas los derechos arancelarios son del 0 %, pero esto no libera de la presentación de los documentos a la aduana). El valor en aduana corresponde al valor de las mercancías, incluidos todos los costos, hasta el primer punto de entrada en la Unión Europea.
- Seguro de transporte: un contrato por el cual se indemniza al asegurado en caso de daños causados por un riesgo cubierto en la póliza. En el contrato de seguro de transporte se dejan a discreción del titular los riesgos cubiertos y la compensación o la indemnización. Al efectuar el despacho de aduana el justificante del seguro sólo se

exige cuando en la factura comercial no aparecen los datos de la prima pagada para asegurar la mercancía

### **Documento único Administrativo**

Las mercancías importadas en la Unión Europea deben declararse a las autoridades aduaneras mediante el Documento Único Administrativo (DUA), que es el documento común para efectuar la declaración de importación en todos los Estados miembros. La declaración debe completarse en una de las lenguas oficiales de la UE.

#### **4.6.3 Requisitos Previos**

##### **Requisito Sanitario y Fitosanitario**

Las regulaciones fitosanitarias de la UE son de particular importancia para los proveedores de flores cortadas a la UE. Un certificado sanitario es necesario para garantizar el cumplimiento del producto con la legislación fitosanitaria y requerimientos de importación de la UE. Tras la entrada en la Comunidad el certificado fitosanitario puede sustituirse por un pasaporte fitosanitario, el cual autoriza la libre circulación dentro de la UE.

##### **Reglamentos Técnicos**

Respecto al envase y la presentación, el Reglamento indica que:

- Una unidad de presentación debe consistir en 5, 10 o un múltiplo de 10 piezas, excepto para flores que se vendan por separado o por peso, y para ciertas transacciones para las cuales vendedor y el comprador acuerdan hacer caso omiso a este requisito.
- Cada unidad de la presentación debe contener flores del mismo género, la especie o la variedad; la misma clase de la calidad y la misma etapa del desarrollo. Las mezclas de productos de la misma clase de la calidad son permitidas cuando se encuentren marcadas apropiadamente.
- El envase debe proteger el producto adecuadamente. Las materias en contacto directo con las flores deben ser nuevas.
- En cuanto al etiquetado, el producto debe indicar lo siguiente: identificación del expedidor o el empacador; la naturaleza del producto (por ejemplo: el género, la especie o la variedad, el color); el origen (opcional), las especificaciones comerciales (la clase, el tamaño, el número o el peso neto), la marca oficial del control (opcional); la

composición de la unidad de la presentación (cuando no consista en 5, 10 o un múltiplo de 10 piezas).

### Requisitos de Etiquetado

La caja debe estar marcada claramente a ambos lados con el contenido (la variedad y el largo del tallo) en la parte inferior derecha y con el nombre del cliente en la parte superior derecha de la caja, generalmente con marcas para esa finalidad.

Gráfico N° 20: Normas de Etiquetado



Fuente: Pro Ecuador  
Elaborado por: Alex Morales

La carga que llega directamente a Europa, en el campo de nombre de finca debe ponerse solamente el CÓDIGO de la finca.

### Requisitos de Empaque y Etiquetado

Para el caso específico de la rosas éstas se venden en bonches en Francia por lo que deben venir empacadas de esta manera. Los bonches son de 20 0 25 tallos y se acomodan en dos pisos, el de arriba de 12 tallos y el de debajo de 8 tallos con una separación entre los pisos de 1 a 2 cm.

## Gráfico N° 21: Normas de Embalaje



Fuente: ProEcuador  
Elaborado por: Alex Morales

Al interior, el bonche está separado por papel periódico para proteger los pétalos y al exterior viene cubierto por un cartón micro arrugado llamado capuchón. Si el cartón no está bien colocado puede haber estropeo de la flor.

Los bonches deben venir etiquetados con el nombre de la variedad y el largo de los tallos. El largo corresponde al tallo hasta la base del botón. Luego los bonches vienen dentro de cajas estándar denominadas half box o tabaco y full box. Las cajas tabaco o half box miden 25cm de alto x 25 de ancho y 105 de largo. La cantidad de tallos que entran en una half box son:

### Cuadro N° 26: Bonches Half Box

Tamaño	Var. Tipo	Tamaño ( cm)				
		40	50	60	70	80
Medio	Sexy red	9	8	7	7	6
Grande	Priceless	8	7	6	6	5
Muy grande	Toscanini	8	7	5	5	4

Fuente: ProEcuador  
Elaborado por: Alex Morales

**Cuadro N° 27: Half Box – En tallos**

		<b>Tamaño ( cm)</b>				
<b>Tamaño</b>	<b>Var. Tipo</b>	<b>40</b>	<b>50</b>	<b>60</b>	<b>70</b>	<b>80</b>
<b>Grande</b>	Priceless	160	140	120	120	100
<b>Muy grande</b>	Toscanini	160	140	120	100	80

Fuente: ProEcuador

Elaborado por: Alex Morales

## **4.7 LOGÍSTICA DE EXPORTACIÓN**

Un buen manejo logístico permitirá al exportador, en este caso Nevados Ecuador, entregar el producto a tiempo, sin incurrir en costos adicionales y cumpliendo con las expectativas.

### **4.7.1 Cadena Comercial**

El esquema de distribución de la flor en Europa es muy similar, casi ningún país se escapa de pasar por Holanda como puerta de entrada, en Francia el 90% de las importaciones ingresan a través de Amsterdam.

#### **Canal 3 o Canal Mayorista**

Del Productor o Fabricante a los Mayoristas, de éstos a los Detallistas y de éstos a los Consumidores.

Este tipo de canal de distribución contiene dos niveles de intermediarios:

- 1) Los mayoristas:** Intermediarios que realizan habitualmente actividades de venta al por mayor, de bienes y/o servicios, a otras empresas como los detallistas que los adquieren para revenderlos.
- 2) Los detallistas:** Intermediarios cuya actividad consiste en la venta de bienes y/o servicios al detalle al consumidor final.

**Nombre del Cliente:** Flor del Caribe

**Contacto:** Pamela García

**Teléfono:** 33146871212

**Fax:** 33 146 870 074

**E mail:** sourcing@flor-del-caribe.com

#### 4.7.2 Incoterms

Definidos como términos internacionales de comercio, son un conjunto de reglas internacionales regidos por la Cámara de Comercio Internacional, que son utilizados en el intercambio de compra – venta internacional.

**Gráfico N° 22: Incoterms**

	Localidad de transporte	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte inferior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos de manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos de manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
<b>EXW</b> Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>FCA</b> Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>FAS</b> Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>FOB</b> Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>CPT</b> Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>CIP</b> Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>CFR</b> Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>CIF</b> Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>DAT</b> Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>DAP</b> Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<b>DDP</b> Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

2010 Cámara de Comercio Internacional CCI

■ Vendedor   ■ Comprador   ■ Vendedor / Comprador

Fuente: PROECUADOR  
Elaborado por: Alex Morales

Las principales características de los Incoterms son:

- Determinar el alcance del precio
- Momento donde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercadería del vendedor hacia el comprador.

- El lugar de entrega de la mercadería
- Quién contrata y paga el transporte
- Quién contrata y paga el seguro
- Qué documentos tramita cada parte y su costo.

La exportación de rosas orgánicas se realizará por vía aérea para lo cual es necesario definir las reglas para el transporte aéreo y qué termino es el más adecuado para la exportación. Los incoterms más utilizados para la exportación aérea son:

- FAS(Franco al Costado del Buque)
- FOB (Franco a Bordo)
- CFR (Costo y Flete)
- CIF (Costo, Seguro y Flete)
- CPT (Carriage Paid to)

Para el presente proyecto se ha optado por el Incoterm FOB (Free on Board – Franco a Bordo), puesto que es el Incoterm que utiliza la empresa Nevado Ecuador.

**Gráfico N° 23: Incoterms FOB**



Fuente: PROECUADOR  
Elaborado por: Alex Morales

Con la utilización de este término se destacan las siguientes responsabilidades tanto del importador como exportador:

### **Responsabilidades del Vendedor**

- El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma.
- El vendedor no tiene ninguna obligación con el comprador de formalizar el contrato de transporte, sin embargo, si así lo solicita el comprador, el vendedor deberá contratar el transporte pero a riesgos y expensas del comprador.
- Se considerará la mercancía entregada cuando el vendedor coloca la misma a bordo del buque designado por el comprador en el punto de carga, si lo hay indicado por el comprador en el puerto de embarque designado, o proporcionando la mercancía así entregada.
- En cualquiera de los dos casos el vendedor deberá entregar la mercancía dentro del plazo acordado. Si el comprador no ha indicado un punto de carga específico, el vendedor podrá elegir el punto de carga que mejor le convenga en el puerto de embarque designado.
- El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar el contrato de seguro, sin embargo si el comprador va a contratar el mismo, el vendedor debe brindar la información necesaria para que se lleve a cabo.
- El vendedor debe asumir los costos del embalaje, esto incluye también en el caso de que el comprador requiera de un embalaje en específico siempre y cuando esté dentro del plazo del contrato de compraventa.

### **Responsabilidades del Comprador**

- El comprador deberá asumir los costos en el caso de que el buque designado por él no llega a tiempo, o no puede hacerse cargo de la mercancía, siempre y cuando la mercancía se haya declarado como mercancía objeto del contrato.
- El comprador deberá comunicar al vendedor el nombre del buque, el punto de carga, y cuando sea necesario el momento de entrega escogido dentro del plazo acordado.

### 4.7.3 Selección del Transporte

Para la transportación de rosas orgánicas tenemos que realizar un análisis tanto del transporte local Salcedo – Quito como el internacional Quito – París.

#### 4.7.3.1 Transporte Local

Nevados Ecuador trabaja conjuntamente con la empresa transportista Sierra Cargo para trasladar la mercancía desde la empresa ubicada en Salcedo hasta el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre ubicado en Tababela - Quito.

**Cuadro N° 28: Transporte Interno**

<b>Empresa Transportista</b>	<b>Ciudad</b>	<b>Precio</b>
Sierra Cargo	Quito	\$ 700,00

Fuente: Sierra Cargo  
Elaborado por: Alex Morales

En una plataforma cabe 2 contenedores de 20 ‘o un contenedor de 40 ‘, Cuyo precio es de \$700,00 incluido el seguro.

#### 4.7.3.2 Transporte Internacional

Desde Ecuador se puede enviar este tipo de carga desde los aeropuertos de Quito, Guayaquil y Latacunga hacia Francia con una o dos escalas.

Para el presente proyecto se enviará las rosas orgánicas a Francia mediante el transporte aéreo de la ciudad de Quito.

Las aerolíneas que proveen este servicio Ecuador – París son:

### **Cuadro N° 29: Aerolíneas con destino a Francia**

<b>CARGA AÉREA A FRANCIA – París</b>	
AEROFLOREAL	QUITO
ATLAS	QUITO
CARGO LUX	LATACUNGA
CENTURION AIR CARGO	LATACUNGA
CUBANA DE AVIACIÓN	QUITO
IBERIA	QUITO
KLM CARGO	QUITO
LAN CARGO S.A.	QUITO
LUFHTANSA	QUITO
TAMPA	QUITO

Fuente: Nevado Ecuador

Elaborado por: Alex Morales

Las flores procedentes de Ecuador por ser productos de manipulación delicada y altamente perecibles en lo que se refiere a su transporte generalmente se realizarán vía aérea, con la ventaja de que este país cuenta con una infraestructura aeroportuaria que facilita su comunicación interna y la movilización de carga y su almacenamiento. Cerca de París están los aeropuertos de Orly 14 kilómetros hacia el sur y de Charles Gaulle 25 kilómetros al norte de la ciudad siendo este último el que más carga recibe y las aerolíneas internas tienen rutas frecuentes dentro del país para llegar a diferentes ciudades y población dentro de este territorio. (Oficina Comercial de Ecuador en París, 2013)

Desde Ecuador se puede enviar diariamente este tipo de carga desde los aeropuertos de Quito, Guayaquil y Latacunga hacia Francia con una o dos escalas.

Para la exportación de rosas orgánicas a París – Francia se utilizará la aerolínea Iberia

**Cuadro N° 30: Tarifas y Fletes Aerolíneas – Tiempo de Transito y Costos**

<b>IBERIA</b>				
	MÍNIMO	6 - 45 kg	46 - 99 kg	+ 100 kg
<b>Tarifa</b>	155	20,85	16,15	3,6
<b>Corte de Guía</b>	35			
<b>Ruta</b>	GYE / MAD / CDG u ORY			
<b>Aeropuerto de Destino 1</b>	Charles De Gaulle			
<b>Aeropuerto de Destino 2</b>	Orly			
<b>Salidas</b>	Diarias			
<b>Tiempo en Transito Aproximado</b>	4 días			

Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR

Elaborado por: Alex Morales

#### **4.8. CONDICIONES DE PAGO**

Dentro de una exportación existen formas de pagos dentro de los más comunes se encuentran los siguientes:

- Cheque bancario
- Orden de Pago
- Carta de Crédito
- Transferencia o giro directo

La decisión de optar por alguno de estos medios de pago depende varios aspectos a evaluar:

- Nivel de riesgo
- El tiempo o grado de conocimiento que se tenga del importador
- El monto de la exportación
- La frecuencia con las que se va a realizar las exportaciones.

Para este proyecto se tomó la opción de manejar la exportación vía giro directo.

## Carta de Crédito

La carta de crédito es una de las modalidades más utilizadas en el comercio internacional. Interviene el vendedor, el cual inicia el procedimiento de negociar las condiciones de la carta de crédito y embarcar las mercancías: el importador, que pone en marcha los trámites para establecer la carta de crédito; el banco emisor, que abre la carta de crédito de acuerdo con las instrucciones del importador; el banco corresponsal cuya función es la de evaluar y calificar a los clientes y documentos.

NEVADO ECUADOR maneja dicha forma de pago. Luego de llegar a un acuerdo se cierra el negocio mediante un giro bancario de empresa a empresa con un depósito que corresponde al valor de la factura.

### 4.9 COSTOS DE DERECHOS ARANCELARIOS

La tarifa arancelaria aplicada por Francia a los productos ecuatorianos que ingresan a este mercado, se detallan a continuación:

**Cuadro N° 31: Preferencias Arancelarias**

<b>Producto</b>	<b>Descripción</b>	<b>Régimen Tarifario</b>	<b>Tarifa Aplicada</b>	<b>Total Ad valorem</b>	<b>GPS</b>
0603110000	Rosas	Derechos NMF	8,5 %	0%	0%

Fuente: ProEcuador

Elaborado por: Alex Morales

El arancel que Francia aplica para las flores es de 8.5% para todos los países miembros de la OMC que se benefician del trato preferencial MNF (Nación más favorecida) a excepción de Jordania al que aplica un arancel de 3.4%

### 4.10 TRÁMITES PRELIMINARES PREVIO AL EMBARQUE

Emisión FUE, emisión de factura comercial y lista de empaque, obtención del certificado de origen, obtención de otros certificados, obtención de la orden de empaque y emisión de la guía de remisión.

### **Traslado de Carga hacia el Aeropuerto de Salida**

Coordinación con agencia de carga o transportista local para el traslado de la mercancía hacia los cuartos fríos del agente en aeropuerto de salida.

### **Recepción de la Mercancía-Cuartos Fríos De La Agencia De Carga**

**Control de Temperatura** Esta operación es ejecutada en el momento del descargue de la mercancía de camiones refrigerados-cuartos fríos. La operación de control de temperatura es ejecutada tomando muestras de cajas de flores.

**Pre-Cooling** Se efectúa cuando se registra a una temperatura superior a 6 grados centígrados, el procedimiento es colocar en un número de 18 cajas-capacidad del equipo de pre-cooling en un tiempo requerido de 20 a 30 minutos.

### **Entrega de Documentos de Embarque a la Aerolínea**

La agencia proporcionará a la línea aérea los siguientes documentos: guía aérea de embarque, un sobre cerrado con documentos para la nacionalización en destino, copias de FUE, factura comercial, orden de embarque, certificación de embarcadores conocidos (EC), formulario con la información del exportador para la unidad canina antinarcóticos.

### **Paletizaje de Cajas**

Esta operación se lo efectúa dentro de los cuartos fríos de la línea para conservar la cadena de frío.

### **Traslado de Pallets a Bodegas del Avión**

Mientras se realiza esta operación, los pallets son cubiertos con unas mantas térmicas para evitar el traspaso de los rayos solares a las cajas de flores.

Una vez realizado el embarque, la aerolínea procede a certificar la AWB o guía aérea en donde se especifica la fecha de embarque.

Para esta exportación se utilizará contenedores reefer o refrigerados.

**Gráfico N° 24: Contenedor Reefer HC 20 pies**



Fuente: Iberia contenedores  
Elaborado por: Alex Morales

#### **4.11 PRECIO DE EXPORTACIÓN**

Para la determinación del precio se tomó en cuenta las 16.667 unidades de rosas para el costo unitario.

**Cuadro N° 32: Precio de Exportación**

<b>CONCEPTO</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>COSTO TOTAL</b>
Precio del tallo	<b>0,50</b>	<b>8.333,50</b>
Margen de ganancia 20%	0,10	1.666,70
<b>EXW</b>	<b>0,60</b>	<b>10.000,20</b>
Lista de empaque	0,10	1666,70
Utilización de Pallets	0,05	833,35
Transporte Interno	0,04	700,00
Documentos para la exportación	0,08	1.335,00
<b>FOB (PRECIO CONSUMIDOR)</b>	<b>0,87</b>	<b>14.535,25</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Alex Morales

## **4.12 ESTUDIO FINANCIERO**

En el presente proyecto se pretende analizar los posibles beneficios económicos que se obtendrá al exportar rosas orgánicas hacia París - Francia, para esto es necesario hacer una evaluación económica a través de indicadores como el VAN, el TIR que ayudarán a tomar la decisión si se ejecuta este proyecto o no, tomando en cuenta algunas herramientas contables para obtener los indicadores financieros que se detallan a continuación:

### **4.12.1 Estados Financieros**

Los Estados Financieros tienen como objetivo pronosticar un panorama más real para una correcta toma de decisiones como objetivo pronosticar un panorama más real para una correcta toma de decisiones. Se los elabora en base a los presupuestos estimados de cada uno de los rubros que intervienen en su operación. (Guía para la Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión)

### **4.12.2 Balance General**

El Balance General refleja la situación financiera con la cual la empresa terminara un periodo económico. Este balance permite conocer el valor real de los recursos que dispone la empresa y sus obligaciones en un periodo determinado, bajo el criterio de partida doble. De acuerdo a los datos del Balance de Situación General, la empresa Nevado Ecuador S.A presenta la siguiente estructura financiera.

### Cuadro N° 33: Balance General Nevado Ecuador 2014

<b>ACTIVOS</b>	10464902,8
ACTIVO	
CORRIENTE	2236771,54
CAJAS CHICA	2275,59
BANCOS MONEDA	
NACIONAL	100872,53
CUENTAS POR COBRAR CLIENTES	1494384,18
IMPUESTOS PAGADOS	148492,72
CUENTAS POR COBRAR EMPLEADOS	147,37
OTRAS CUENTAS POR	
COBRAR	68808,98
RECLAMOS POR COBRAR	79799,38
INVENTARIOS	328562,61
SEGUROS ANTICIPADOS	13428,18
ACTIVOS FIJOS	8215725,2
ACTIVOS NO	
DEPRECIABLES	823218,61
ACTIVOS FIJOS	
DEPRECIABLES	7910803,59
DEPRECIACIÓN ACUMULADA ACTIVOS	
FIJOS	5692747,13
ACTIVOS BIOLÓGICOS	5174450,13
ACTIVOS INTANGIBLES	9641,65
CTAS POR COBRAR A LARGO PLAZO	2764,37
<b>PASIVOS</b>	7150435,89
PRESTAMOS Y OBLIGACIONES A	
CORTO PLAZO	3952697,84
OBLIGACIONES CON PROVEEDORES	1704612,59
IMPUESTOS RETENIDOS	19065,84
IMPUESTO ALA RENTA COMPAÑÍA	101421,46
IESS POR	
PAGAR	61045,36
RETENCIONES	
EMPLEADOS	57089,59
SUELDOS Y SALARIOS POR PAGAR	316732,04
RESERVA BENEFICIOS	
SOCIALES	77109,62
PARTICIPACION EN	
UTILIDADES	19195,13
OBLIGACIONES BANCARIAS CORTO	
PLAZO	934747,32
ROYALTY CORTO PLAZO	103969,99
OTROS PRESTAMOS	134621,04
ANTICIPOS CLIENTES	423087,86

OBLIGACIONES A LARGO	
PLAZO	3197738,05
OBLIGACIONES BANCARIAS LARGO	
PLAZO	1828219,52
ROYALTY LARGO PLAZO	55288,71
OTROS PASIVOS A LARGO	
PLAZO	424605
OTROS PRESTAMOS EXTRANJERO LARGO PLAZO	590343,64
PASIVOS POR IMPUESTOS DIFERIDOS	299281,18
<b>PATRIMONI</b>	
<b>O</b>	3314466,87
APORTE FUTURAS CAPITALIZACIONES	1035714,58
CAPITAL	
SOCIAL	2803469
CAPITAL	
PAGADO	2803469
RESERVAS	108744,99
RESULTADOS AÑOS	
ANTERIORES	-640812,67
RESULTADOS AÑOS	-
ANTERIORES	1487149,19
Utilidades Años Anteriores	231365,2
	-
Perdidas Años Anteriores	1795175,74
Amortización Perdidas Anteriores	76661,35
OTROS RESULTADOS ANTERIORES	846336,52
Adopción de las NIIF por primera vez	745689,36
Reserva de Capital	100647,16
PERDIDAS O GANANCIAS DEL PERIODO	7350,97
	7.350,97
<b>Total</b>	
<b>Activos:</b>	10.464.902,76
	<u>10.464.902,76</u>

Fuente: Departamento Comercial Nevado Ecuador

Elaborado por: Departamento Comercial Nevado Ecuador

#### 4.12.3 Estado de Resultados

Es Estado de Resultados refleja la situación económica de la empresa la misma que puede ser utilidad o perdida durante cierto periodo de tiempo, en éste caso Diciembre del 2014, el cual refleja una utilidad neta de \$ 4.121,70 solo de exportaciones de rosas a Francia.

#### Cuadro N° 34: Estado de Resultado Nevado Ecuador 2014

<b>INGRESOS</b>	11093602,9
VENTAS	10471343
VENTAS DE EXPORTACIÓN	10136563,1
VENTAS	
NACIONALES	220723,33
VENTAS ILR NAIQ	74919,03
VENTAS POR RUTA DE TURISMO TREN	36756,86
VENTAS POR RUTA DE TURISMO	
AGENCIAS	2380,69
OTROS INGRESOS	276043,5
OTROS INGRESOS	81950,57
OTROS INGRESOS NO OPERACIONALES	194092,93
INGRESOS NO DEDUCIBLES	346216,39
<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN Y</b>	
<b>VENTAS</b>	9041682,99
COSTO DE CULTIVO	4902338,87
MATERIALES DIRECTOS	1461941,68
COSTOS MANO DE OBRA SUELDOS Y	
SALARIOS	2301675,72
COSTOS MOD BENEFICIOS E INDEMNIZACIONES PRO	260076,38
<b>GASTOS GENERALES DE PRODUCCIÓN</b>	479895,93
DEPRECIACIONES	
PRO	268452,55
SUMINISTROS Y MATERIALES	
PRO	2478,9
GASTOS SEGUROS PRO	12079,48
MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN PRO	52684,19
AGUA, LUZ, TELECOMUNICACIONES PRO	62906,45
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES PRO	147,59
COSTO DE POSTCOSECHA	
DIRECTO	2319535,89
QUIMICOS Y MATERIALES POSTCOSECHA	1047594,04
GASTOS MANO DE OBRA INDIRECTA POSTCOSECHA	1096382,26
COSTOS MOI BENEFICIOS E INDEMNIZACIONES A	
POST	70674,56
GASTOS GENERALES	
POSTCOSECHA	1769,11
DEPRECIACIÓN	37708,45

POST	
SUMINISTROS Y MATERIALES	
POST	1379,11
GASTOS SEGUROS POST	2992,2
MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN POST	36839,31
AGUA, LUZ, TELECOMUNICACIONES POST	24196,85
COSTO DE MANTENIMIENTO	456335,49
GASTO MANO DE OBRA INDIRECTA	
MANTEN	229682,64
COSTOS MOI BENEFICIOS E INDEMNIZACIONES	
MANT	7667,81
GASTOS GENERALES DE	
MANTENIMIENTO	111362,63
SUMINISTROS Y MATERIALES	
MANT	43951,98
GASTOS SEGURO MANT	747,89
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES	
MANT	49287,78
AGUA, LUZ, TELECOMUNICACIONES	
MANT	9312,84
COSTO DE VENTAS	1155468,21
COSTO DE TINTURACION	35657,79
MATERIALES DIRECTOS TINTURACION	23072,28
COSTOS MANO DE OBRA SUELDOS Y SALARIOS	
TINTURACION	8462,97
COSTOS MOD BENEFICIOS E INDEMNIZACIONES	
TINTURACION	2745,3
GASTOS GENERALES DE PRODUCCIÓN TINTURACION	155,24
DEPRECIACIONES	
TINTURACION	1222
COSTOS DE INVESTIGACIÓN Y	
DESARROLLO	15183,63
COSTOS MANO DE OBRA	
SUELDOS	15183,63
COSTOS DE PRODUCTOS COMESTIBLES	26888,49
COSTOS MANO DE OBRA SUELDOS Y SALARIOS	
COMESTIBLES	22233,26
COSTOS MOD BENEFICIOS E INDEMNIZACIONES	
COMESTIBLE	70,52
GASTOS GENERALES DE PRODUCCIÓN COMESTIBLES	1559,2
SUMINISTROS Y MATERIALES	
COMESTIBLES	14,6
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES	
COMESTIBLES	28
ASESORÍAS Y HONORARIOS	
COMESTIBLES	1269,23
REGISTROS SANITARIOS	1713,68
COSTOS ILR NAIQ	129063,82
MATERIALES DIRECTOS NAIQ	364,75
COSTOS MANO DE OBRA SUELDOS Y SALARIOS NAIQ	53495,09
COSTOS MOD BENEFICIOS E INDEMNIZACIONES	
NAIQ	463,39

GASTOS GENERALES NAIQ	60824,48
DEPRECIACIONES NAIQ	2007,2
SUMINISTROS Y MATERIALES NAIQ	1177,13
COSTOS ARREGLOS	
FLORALES NAIQ	9420
MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN NAIQ	858,79
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES NAQI	22
GASTOS NO SOPORTADOS ILR	430,99
COSTOS RUTA	
TREN	1210,8
COSTOS MOD BENEFICIOS E INDEMNIZACIONES	
RUTA TREN	1210,8
GASTOS ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	2044568,9
GASTO VENTAS	694284,05
GASTOS SUELDOS DE VENTAS Y DISTRIBUCIÓN	249958,14
BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONES VTS	11786,66
HONORARIOS PROFESIONALES VTS	1800
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	
VTS	118678,8
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES VTS	10427,3
GASTOS SEGUROS	
VTS	5997,61
GASTO DE VIAJES	
VTS	4811,9
AGUA, LUZ, TELECOMUNICACIONES VTS	27091,44
IMPUESTOS CONTRIBUCIONES Y OTROS VTS	28177,85
DEPRECIACIONES	
VTS	11640,36
GASTOS GENERALES VTS	210249,87
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	1229668,26
GASTOS SUELDOS DE ADMINISTRACIÓN	453789,68
BENEFICIOS SOCIALES E INDEMNIZACIONESADM	19754,06
HONORARIOS PROFESIONALES ADM	40102,64
PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	
ADM	4653,83
COMBUSTIBLES Y LUBRICANTES ADM	7873,62
GASTOS SEGUROS ADM	8521
SUMINISTROS Y MATERIALES	
ADM	12158,81
GASTOS DE VIAJE ADM	7983,05
AGUA, LUZ, TELECOMUNICACIONES ADM	13900,81
NOTARIOS Y REGISTRADORES	
ADM	207,4
IMPUESTOS CONTRIBUCIONES Y OTROS	44864,65

ADM		
DEPRECIACIONES ADM		42084,7
EGRESOS FINANCIEROS ADM		387150,13
GASTOS GENERALES DE ADMINISTRACIONES		93599,5
OTROS EGRESOS NO OPERACIONALES ADM		27,93
GASTOS NO DEDUCIBLES		92996,45
Intereses y multas Organismos de Control		5832,36
Retenciones Asumidas (Varios)		13,85
Gastos no Soportados – Mastercard		8987,62
Comisiones Bancarias no soportadas		0,02
Participación Laboral		19195,13
Impuesto a la Renta		23929,93
	<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO:</b>	<u>\$ 84.842,49</u>

Fuente: Nevado Ecuador

Elaborado por: Departamento de Contabilidad Nevado Ecuador

#### 4.12.4 Flujo de Efectivo

El Flujo de efectivo genera un pronóstico de ingresos y egresos en efectivo que permite apreciar su fluidez, a partir de la información obtenida del Estado de Resultados.

La depreciación y amortización no representa una salida de efectivo, por lo tanto no refleja un costo real, pero se los tomará en cuanto al calcular la Utilidad Gravable y el Impuesto a la Renta, razón por la cual estos rubros se restarán en primera instancia y posteriormente se sumarán para establecer el Flujo de Efectivo. (Sapag & Sapag, 2003)

Para calcular las proyecciones del flujo de efectivo se tomó en cuenta varios factores que intervienen en la misma como son las capacitaciones constantes a los trabajadores, la adquisición de la materia prima, las maquinarias, el transporte, entre otros, todos estos factores dan como resultado que la empresa Nevado Ecuador tenga un crecimiento anual del 10%.

Para la proyección se utiliza el método del monto, a continuación se encuentra la fórmula:

$$M = C(1 + i)^n$$

Dónde:

M = valor futuro

C = valor actual

I = tasa de proyección

n = tiempo

$$\text{Año 1} = \text{Año 1} (1 + 0,10)^1$$

$$\text{Año 1} = \$ 11093602,86 (1,10)^1$$

$$\text{Año 1} = \$ 12202963,15$$

$$\text{Año 2} = \text{Año 2} (1 + 0,10)^2$$

$$\text{Año 2} = \$ 11093602,86 (1,10)^2$$

$$\text{Año 2} = \$ 13423259,46$$

$$\text{Año 3} = \text{Año 2} (1 + 0,10)^3$$

$$\text{Año 3} = \$ 11093602,86 (1,10)^3$$

$$\text{Año 3} = \$ 14765585,41$$

$$\text{Año 4} = \text{Año 4} (1 + 0,10)^4$$

$$\text{Año 4} = \$ 11093602,86 (1,10)^4$$

**Año 4 = \$ 16242143,95**

**Año 5 = Año 5 (1 + 0,10)<sup>5</sup>**

**Año 5 = \$ 11093602,86 (1,10)<sup>5</sup>**

**Año 5 = \$ 17866358,34**

A continuación se detalla el Flujo de Efectivo de la empresa.

**Cuadro N° 35: Flujo del Efectivo 2014**

	<b>2014</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Ingresos</b>	11093602,86	12202963,15	13423259,46	14765585,41	16242143,95	17866358,34
<b>Egresos</b>	10965635,30	12062198,83	13268418,71	14595260,58	16054786,64	17660265,31
<b>Utilidad antes Repartición</b>	127967,56	140764,32	154840,75	170324,82	187357,30	206093,04
<b>Trabajadores 15%</b>	19195,13	21114,65	23226,11	25548,72	28103,60	30913,96
<b>Utilidad</b>	108772,43	119649,67	131614,64	144776,10	159253,71	175179,08
<b>Impuesto Renta</b>	23929,93	26322,93	28955,22	31850,74	35035,82	38539,40
<b>Utilidad Neta</b>	84842,49	93326,74	102659,42	112925,36	124217,89	136639,68
<b>Inversión</b>	<b>400.000</b>					
<b>Flujo del Efectivo</b>	<b>84842,49</b>	<b>93326,74</b>	<b>102659,42</b>	<b>112925,36</b>	<b>124217,89</b>	<b>136639,68</b>

Fuente: Nevado Ecuador

Elaborado por: Departamento Comercial Nevado Ecuador

#### 4.12.5 Valor Actual Neto

El valor actual neto significa traer a valores de hoy los flujos futuros y se calculan sacando la diferencia entre todos los ingresos y los egresos o en su defecto el flujo neto de caja expresado en moneda actual a través de una tasa de descuento. (Barreno, 2004)

Basta con hallar VAN de un proyecto de inversión para saber si dicho proyecto es viable o no. El VAN también nos permite determinar cuál proyecto es el más rentable entre varias opciones de inversión. (Baca Urbina, 2001)

A continuación se calculará el VAN:

$$VAN1 = \Sigma \left[ \frac{FN}{(1+i)^n} \right] - I_0$$

$$VAN = \left[ \frac{93326.74}{(1.08)^1} \right] + \left[ \frac{102659.42}{(1.08)^2} \right] + \left[ \frac{112925.36}{(1.08)^3} \right] + \left[ \frac{124217.89}{(1.08)^4} \right] + \left[ \frac{136639.68}{(1.08)^5} \right] - 400.000$$

$$VAN = 86413,15 + 88013 + 89643,27 + 91303,33 + 92994,13 = 448.367, 27$$

$$VAN = 448.367, 27 - 400.000$$

$$VAN = 48.367, 27$$

$$VAN2 = \Sigma \left[ \frac{FN}{(1+i)^n} \right] - I_0$$

$$VAN = \left[ \frac{93326.74}{(1.10)^1} \right] + \left[ \frac{102659.42}{(1.10)^2} \right] + \left[ \frac{112925.36}{(1.10)^3} \right] + \left[ \frac{124217.89}{(1.10)^4} \right] + \left[ \frac{136639.68}{(1.10)^5} \right] - 400.000$$

$$VAN = 86413,15 + 88013 + 89643,27 + 91303,33 + 92994,13 = 424.210$$

$$VAN = 424.210 - 400.000$$

$$VAN = 24.210$$

#### 4.12.6 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Mediante una serie de ingresos y egresos la tasa interna reduce a cero las equivalencias del valor actual neto o del valor futuro. Este índice de rentabilidad es ampliamente aceptado, este se suma a los interiores y nos va a mostrar si conviene o no invertir en el proyecto.

#### FORMULA

$$TIR = i1 + (i2 + i1) \left[ \frac{VAN1}{VAN1 - VAN2} \right]$$

$$TIR = 8 + (10 + 8) \left[ \frac{48.367,27}{48.367,27 - 24.210} \right]$$

$$TIR = 26 \left[ \frac{48.367,27}{24.157,27} \right]$$

$$TIR = 26[2,002182]$$

$$TIR = 52,06\%$$

La tasa Interna de Retorno (TIR) de este proyecto es del 52,06%, con el cálculo de este índice podemos concluir que el proyecto es rentable y nos garantiza una recuperación de su inversión.

#### 4.12.7 RELACIÓN BENEFICIO – COSTO

Es la relación entre el valor presente de todos los ingresos del proyecto sobre el valor presente de todos los egresos del proyecto, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto. (Baca Urbina, 2001)

Cuya fórmula es:

$$RB/C = \left[ \frac{VN + VAN1}{C} \right]$$

$$RB/C = \left[ \frac{569.765,78 + 48.367,27}{400.000,00} \right]$$

$$RB/C = \left[ \frac{618.133,05}{400.000,00} \right]$$

$$RB/C = 1,55$$

Como se puede observar el Beneficio Costo es de 1.55, considerando que si el resultado es mayor que 1 es factible ya que por cada dólar invertido se recupera \$0.55.

$$RB/C = \left[ \frac{VN + VAN2}{C} \right]$$

$$RB/C = \left[ \frac{569.765,78 + 24.210}{400.000,00} \right]$$

$$RB/C = \left[ \frac{593975,78}{400.000,00} \right]$$

$$\frac{RB}{C} = 1,48$$

Como se puede observar el Beneficio Costo es de 1,48 considerando que si el resultado es mayor que 1 es factible ya que por cada dólar invertido se recupera \$0.48

### **Cuadro N° 36: Indicadores Financieros**

VAN 1	48.367,27
VAN 2	24.210
TIR	52,06
R B/C 1	1,55
R B/C 2	1,48

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Alex Morales

## CONCLUSIONES

- La empresa Nevado Ecuador S. A cuenta con la estructura organizacional adecuada, y con la normativa reglamentaria para resolver los requerimientos para la exportación de rosas organizas.
- Después de haber analizado el estudio de mercado; los resultados arrojan una perspectiva de exportar rosas orgánicas hacia el mercado de Paris - Francia, dando como visión a futuro un margen de éxito.
- A través de la evaluación financiera podemos visualizar el grado de rentabilidad que tiene el proyecto, con lo cual podemos darnos cuenta que el proyecto de exportación de rosas orgánicas es factible financieramente.
- El Incoterm que se utilizara en este proyecto es el FOB, ya que resulta más rentable y conveniente para la empresa Nevado Ecuador. S.A, debido a que brinda los mayores beneficios y menores riesgos para la parte compradora y vendedora, y ya se la ha venido utilizando para la exportación de otro tipo de rosas.
- Con el presente trabajo también se puede concluir que aumentara el rubro de las exportaciones no tradicionales en el país, generando una balanza comercial favorable para Ecuador.

## **RECOMENDACIONES**

- Elaborar y desarrollar campañas de promoción de la utilización de las rosas orgánicas dentro del ámbito gourmet.
- Realizar alianzas estratégicas entre la empresa y mayoristas que puedan promocionar el producto Ecuatoriano en Paris- Francia.
- Se recomienda aprovechar los beneficios de los tratados comerciales que tiene el Ecuador con los países de la Unión Europea.
- Después del análisis de los resultados obtenidos se recomienda a la Empresa Nevado Ecuador S,A. ejecutar el proyecto para obtener mayores beneficios económicos.
- Por otra parte para la empresa Nevado Ecuador S.A es recomendable incrementar anualmente la producción de rosas orgánicas para ganar posicionamiento en el mercado siendo eficientes y ofertando productos de calidad.

## BIBLIOGRAFÍA

- Gabriele , A. (2004). Exports of services and economic growth in developing
- Ministerio de Comercio e Industrias de Panama. (2006). Manual para exportar. Panama: Mici-Vicomex.
- Avellán, V. (2014). “La crisis monetaria de la Unión Europea y su incidencia en las exportaciones de flores del Ecuador hacia Europa. Período 2009 – 2012”. Guayaquil: Universidad de Guayaquil
- Escandón, J. (2009). Propuesta logística para el desarrollo de la exportación de rosas y claveles a Estados Unidos para la comercializadora Export Flexy Ltda. Bogota: Pontificia Universidad Javeriana
- Federación Nacional de Comerciantes FENALCO. (2013). Boletín Económico sectorial, Sector Flores. Bogota: Fenalco.
- Fiallos, M. (2011). El sector Florícola y su incidencia en el desarrollo socio económico del cantón Pedro Moncayo, provincia de Pichincha. Ibarra: Universidad Técnica del Norte
- Kouzmine , V. (2000). Exportaciones no tradicionales Latinoamericanas. Santiago de Chile: CEPAL.
- Marcano, N. (2013). Flores un milagro programado. Revista Gestión, 6.
- Mendoza , S. (2008). La importancia del comercio Internacional en Latinoamérica. Washington: Latina.A .
- Ordoñez, D. (2012). El Comercio Exterior del Ecuador: Analisis del intercambio de bienes desde la colonia hasta la actualidad. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- PROECUADOR. (2015). Flores de Verano 2015. Quito: Proecuador.
- Ricardo, D. (1817). Principios de economía política y tributación. Londres: John Murray.

- Schwartz, P. (2001). El Comercio Internacional en la historia del pensamiento Económico. IUDEM.
- UNITED NATIONS. (1993). Population, social equity and changing production patterns. Santiago: CEPAL.
- Vera, J. (2013). Proyecto de Evaluación para la Exportación de Flores Ecuatorianas a la ciudad de Miami - EEUU. Guayaquil: s.ed.

## **WEBGRAFÍA**

- Proecuador. (2010). Requisitos para exportar, de:  
<http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms/>
- Alegsa, L. (2010). Definición de factibilidad. , de:  
<http://www.alegsa.com.ar/Dic/factibilidad.php>
- Baldiviezo, T. (2006). Concepto de Proyecto, de:  
<http://www.promonegocios.net/proyecto/concepto-proyecto.html>
- EcuRed. (2015). Flores Orgánicas comestibles. Obtenido de:  
[http://www.ecured.cu/index.php/Flores\\_org%C3%A1nicas\\_comestibles](http://www.ecured.cu/index.php/Flores_org%C3%A1nicas_comestibles)
- Jiménez, M. (2005). Funciones, morfología y tipos de flores de:  
<http://servicios.educarm.es/templates/portal/ficheros/websDinamicas/20/Flores.pdf>
- Oficina Comercial de Ecuador en París. (2013). Exportaciones a Francia. Obtenido de:  
[http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/2013/07/PROEC\\_GC2013\\_FRANCIA.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/2013/07/PROEC_GC2013_FRANCIA.pdf)
- Oficina Estatal de Información para el Desarrollo Rural Sustentable . (2008). Estudio Estadístico Sobre Cultivos Orgánicos en Baja California. Obtenido de  
[http://www.oedrusbc.gob.mx/oedrus\\_bca/biblioteca/Estudios/Agricolas/Organicos.pdf](http://www.oedrusbc.gob.mx/oedrus_bca/biblioteca/Estudios/Agricolas/Organicos.pdf)

- Proecuador. (2014). PERFIL LOGÍSTICO DE FRANCIA, de <http://www.proecuador.gob.ec/perfillogisticofrancia>
- Saavedra, E. (10 de 05 de 2010). Formacion en transporte. Recuperado el 26 de 05 de 2015, de <http://www.formacionentransporte.es/maritimoSAE>, D. d. (2014).
- PROECUADOR (2015). Guía para exportar, de PROECUADOR: <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-del-exportador/>
- Soldevila, A. (2007). Flores comestibles, de: <http://www.florescomestibles.com/index.htm>

# ANEXOS

## Anexo N° 1: Producto a Exportar



## Anexo N° 2: Empresa Nevado Ecuador



Anexo N° 3: Factura Comercial Nevado Ecuador



COMMERCIAL INVOICE No 001196991

Grower: NEVADO ECUADOR S.A. IRS: 1791912897001 Address: PANAMERICANA NORTE KM9 VIA MULALILLO SALCEDO Ecuador Phone: 593 032276100 / 593 039801580 Fax: 593 032276200 COUNTRY OF ORIGEN: ECUADOR	Farm Code NE	Date 2015-08-28
	Country Code EC	Invoice No. 001196991
Agency: KHUMEL NASGL S.A. Coolers: Master Transport Shipment Code: 050019400	AWB No. 36967233143	ADD Code .
HAWB No. UNO-01905575	Air Line / Flight Atlas	
Mark: ROZALL SARL. P.O.: GARLETTI	Fixed Price F.O.B. Quito - Ecuador <input checked="" type="checkbox"/>	
Consignee: ROZALL SARL. Address: Rue des Lactinés-Hortifrances 60520 La Capelle en Serval Reims France FRANCE Phone: 0033 44542844 Fax:		

Pieces Type	Total Pieces	Eq. Full Boxes	HTM	Mark	Pieces	Variety	Len (ft)	Box other	Boxes / Branch	Total Boxes	Unit Price	TOTAL USD
TABACO	1	0.50	060210000	NANDINA	1-1	ORGANICO HEARTS ORGANICA	100 gr	20	08	120	0.660	199.200
			060210000		1-1	ORGANICO HEARTS ORGANICA	100 gr	20	08	120	0.660	199.200
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>0.50</b>	<b>ATPA:</b>	<b>HTS #</b>	<b>060210000</b>	<b>NANDINA:</b>		<b>40</b>		<b>240</b>	<b>0.660</b>	<b>158.400</b>

Pieces Type	Total	Net Weight (kg)	Gross Weight (kg)
TABACO	1.00	12.50	14.00
<b>FULL TOTAL</b>	<b>0.50</b>	<b>12.50</b>	<b>14.00</b>

Observations:  Under 100g

Name and Title of Person Preparing Invoice	
Buyer's Name	SALES ASSISTANT
Customs Use Only	USDA, APHS P.P.Q. Use Only

Buyer's SIGNATURE

STAMP

**NOTE:**  
 All quality problems must be reported in writing within 48 hours after receipt of the product. No claims for freight will be accepted. Problems caused by shipping are the responsibility of your freight agent.  
 If this invoice is not cancelled by its due date, NEVADO ECUADOR S.A. reserves the right to charge you a legal fee as well as any costs incurred for commercial collections and/or attorney fees.