



# **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**

## **INSTITUTO DE CIENCIAS HUMANÍSTICAS Y ECONÓMICAS**

---

**Propuesta para el desarrollo del Proyecto  
de Grado**

**Previa a la obtención del Título de:**

**INGENIERA COMERCIAL EN GESTIÓN EMPRESARIAL  
Especialización: MARKETING Y COMERCIO EXTERIOR**

**Tema:**

**“PROYECTO DE EXPORTACIÓN DE FLORES  
TROPICALES PROCESADAS ENMALLADAS DE BAMBÚ  
PARA EL MERCADO AMERICANO”**

*Clara Beatriz Martínez Ríos.*

**GUAYAQUIL - ECUADOR**

## DEDICATORIA

A Dios que ha sido mi luz, mi guía y entendimiento,  
por la vida que me regala cada día  
Y gracias a él tengo a dos seres en especial  
que son mis dos mamás,  
por su apoyo constante e incondicional que con sus esfuerzos  
me han dado la oportunidad de superarme, por su lucha  
diaria para poder alcanzar mis metas, en todo momento y  
en el transcurso de mi carrera sin ellas no hubiera sido posible.  
Estos dos seres celestiales que son el estímulo constante  
de perseverancia y de admiración  
que sin su presencia a mi lado todo faltaría.  
Elas son el sol de mis días  
que me sirven de consuelo  
y el áncora de mi vida.  
A ellas, mi amor, mi esfuerzo y mi ternura.

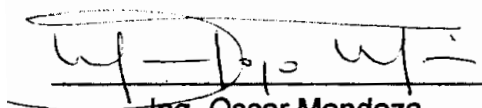
## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a todas las personas que han colaborado en la realización de este proyecto haciendo posible que este se lleve a cabo, como los señores del Ministerio de Agricultura por su solidaridad, conocimientos e información, a mi amigo Guillermo gracias por tu apoyo y respaldo. Especial gratitud a mi director de Tesis el Ing. Marco Tulio, por impartir sus conocimientos con paciencia Y desinteresada dedicación.

“Nada es difícil cuando se tiene la honesta convicción de lucha por conseguirlo, pues en la vida no todo está seguro, solamente los sueños nos permiten soñar y llegar muy lejos, pero eso sí, hay que aprovechar las oportunidades que se nos ofrecen, dado que Dios no regala a nadie triunfos fácilmente, pero si se siente a gusto en repartirlos entre los que no se desaniman en el esfuerzo perseverante por conseguirlos.”

Martínez Riofrío.

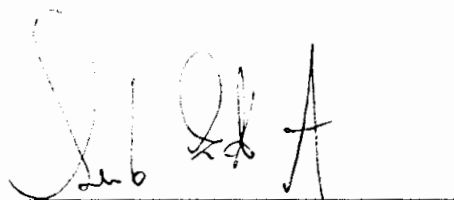
## TRIBUNAL DE GRADUACIÓN



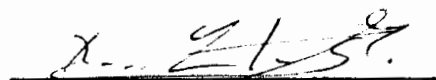
Ing. Oscar Mendoza  
Presidente del Tribunal de Graduación



Ing. Marco Tulio Mejía  
Director de Tesis



Ec. Leonardo Estrada  
Vocal Principal



Ec. Xavier Cardenas  
Vocal Principal

## DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de esta tesis de Grado es responsabilidad de su autora y su propiedad intelectual le corresponde exclusivamente a la Escuela Superior Politécnica del Litoral “.



---

Clara Beatriz Martínez Riofrío.

## ÍNDICE

<b>CAPÍTULO</b>		<b>Páginas</b>
	Introducción	1
<b>Capítulo I : Base Teórica</b>		
1.1	Inicios:	
1.1.1	Flores Tropicales	3
1.1.2	Bambú	4
1.2	Producto:	
1.2.1	Flores Tropicales	5
1.2.2	Descripción Taxonómica	7
1.2.3	Variedades	11
1.2.4	Aspectos Técnicos	13
1.2.5	Clima	14
1.2.6	Crecimiento	14
1.2.7	Período de Desarrollo	15
1.2.8	Uso de las Flores Tropicales	16
1.2.9	Embalaje	16
1.2.10	Transporte	17
1.2.11	Inversión	17
1.3	Producto :	
1.3.1	Bambú	18
1.3.2	Superficie	19
1.3.3	Descripción Taxonómica	20
1.3.4	Clases	20
1.3.5	Especies	21
1.3.6	Crecimiento	21
<b>Capítulo II: Análisis de los sectores en el Ecuador y a nivel Mundial</b>		
2.1	Situación del Mercado:	
2.1.1	Nivel del Consumidor	22
2.1.2	Nivel del Producto	23
2.1.3	Nivel de Producto Sustituto	25
2.1.4	Nivel de Productores	25
2.1.5	Nivel de Exportación	27

2.1.6	Nivel de Agentes / Compradores	30
2.1.7	Canales de Comercialización	31
2.1.8	Nivel de Barreras de Entrada y Salida	31
2.1.9	Nivel de Mercados	33
2.1.10	Precios de Flores tropicales	33
2.2	Situación del Bambú	
2.2.1	Nivel de Consumidor	37
2.2.2	Nivel de Productores	38
2.2.3	Nivel de Exportadores	39

### **Capítulo III: Plan Estratégico**

3.1	Descripción:	
3.1.1	Análisis de la Industria	42
3.1.2	Localización	43
3.1.3	Proveedores	43
3.1.4	Concepto del Negocio	44
3.1.5	Metas y Horizonte	44
3.2	Filosofía Corporativa:	
3.2.1	Misión	45
3.2.2	Visión	45
3.2.3	Valores	45
3.2.4	Objetivos	46
3.2.5	Razón de ser de la empresa	47
3.3	Ciclo de vida del Producto	47
3.4	Estrategias:	
3.4.1	Comercial	48
3.4.2	Posicionamiento	48
3.4.3	Bajo Costo	49
3.5	Variables Incontrolables:	
3.5.1	Calidad	50
3.5.2	Sector Financiero	50
3.5.3	Factor de Riesgo	50
3.6	FODA del sector	51
3.7	FODA del producto	54

## **Capítulo IV: Marketing Estratégico**

4.1	Introducción :	
4.1.1	Antecedentes	56
4.1.2	Ubicación	56
4.1.3	Instalaciones	56
4.2	MARKETING MIX:	
4.2.1	Diseño del Producto	57
4.3	Producto:	
4.3.1	Marca	58
4.3.2	Logotipo	59
4.3.3	Atributos	59
4.3.4	Posicionamiento	60
4.3.5	Slogan	61
4.3.6	Distribución	
	4.3.6.1 Comercializadoras	61
4.3.7	Comunicación	62
4.3.8	Promoción	
	4.2.8.1 Ferias	62
4.3.9	Plaza	63
4.3.10	Grupo Objetivo	64
4.3.11	Competencia	65
4.3.12	Análisis de Porter	65

## **Capítulo V: Estudio de Mercado**

5.1	Objetivos	67
5.2	Mercado Internacional	67
5.3	Análisis de exportación al mercado	68
5.4	Descripción de los E.E.U.U	69
5.5	Mercado Meta:	70
5.6	Caraterísticas del Mercado	70
5.7	Descripción de los Clientes	70
5.8	Tamaño del Mercado	71
5.9	Participación de Mercado	71
5.10	Selección del Mercado Meta	71



## **Capítulo VI : Comercio Exterior**

6.1	ALCA:		72	
	6.1.1	Oportunidades	75	
	6.1.2	Debilidades	76	
6.2	TLC:		77	
	6.2.1	Oportunidades	78	
	6.2.2	Debilidades	79	
6.3	Certificado para la exportación de Flores Procesadas			
	6.3.1	Certificado de Origen	81	
	6.3.2	Certificado de Calidad	82	
	6.3.3	Sellos Verde	83	
	6.3.4	Certificado Fitosanitario	84	
	6.3.5	Certificado ISO 14000	85	
6.4	Requisitos y trámites para exportar			
	6.4.1	Procedimiento para Exportación		
		6.4.1.1	Exportación a Consumo 86	
		6.4.1.2	Exportación Temporal 86	
		6.4.1.3	FUE 87	
		6.4.1.4	Servicios de Corresponsalía 88	
		6.4.1.5	Tarjetas de Registro 88	
		6.4.1.6	Verificación previa del Visto Bueno 89	
		6.4.1.7	No concede visto bueno 89	
		6.4.1.8	Trámites para exportación 90	
		6.4.1.9	Formas de Pago	
			6.4.1.9.1	Prepago 90
			6.4.1.9.2	Giro a la Vista 90
			6.4.1.9.3	Giro a Plazos 91
			6.4.1.9.4	Cartas de Crédito 91
			6.4.1.9.5	Seguros de Crédito 91
	6.4.2	Procedimiento de Importación a los EEUU	91	
	6.4.3	Documentos y Entradas a La Mercancía	93	
	6.4.4	Despacho de Aduanas	94	

## **Capítulo VII : Aspectos Técnicos**

7.1	Estudio Técnico	95
7.2	Tamaño y producción	95
7.3	Capacidad	96
7.3.1	Tiempo Nominal	97
7.3.2	Tiempo Improductivo	97
7.3.3	Eficiencia	97
7.3.4	Utilización	98

## **Capítulo VIII: Impactos Económicos y Ambientales del Proyecto**

8.1	Aspectos Generales	
8.1.1	Beneficios para el País	99
8.2	Aspectos Ambientales	
8.2.2	Impactos al Proyecto	100

## **Capítulo IX: Evaluación del Proyecto**

9.1	Estados Financieros	
9.1.1	Inversión Inicial	102
9.1.2	Activos Fijos	102
9.1.3	Activos Diferidos	104
9.1.4	Capital de Operación	104
9.1.5	Capital de Trabajo	105
9.1.6	Fuentes de Financiamiento	106
9.1.7	Estructura de Costos: Materia Prima	107
9.1.8	Combustible	108
9.1.9	Gastos Constantes	108
9.1.10	Depreciación	109
9.1.11	Costos Fijos	110
9.1.12	Costos Variables	110
9.1.13	Punto de Equilibrio	111
9.1.14	Determinación del Precio de Venta	111

<b>9.2 Evaluación Financiera del proyecto</b>		
9.2.1	Estados de Pérdidas y Ganancias	112
9.2.2	Flujo de Caja	112
9.2.3	Balance General	113
9.2.4	Tasa de Descuento	113
9.2.5	Tasa Interna de Retorno	115
9.2.6	Valor Actual Neto	115
9.2.7	Análisis de Sensibilidad	115
9.2.8	Índice de Rentabilidad	116
<b>Conclusiones</b>		<b>117</b>
<b>Recomendaciones</b>		<b>119</b>
<b>Bibliografía</b>		<b>120</b>
<b>Anexos</b>		

## **INTRODUCCIÓN**

Se ha manifestado que el sector de exportación debe experimentar nuevos cambios y que es necesario impulsar y diversificar las exportaciones mediante las ampliaciones de algunos mecanismos que deben ir acorde con la dinámica actual al comercio mundial.

El sector floricultor junto con el forestal son actividades que debe despertar un interés inusitado para diversificar estas exportaciones, generando valor agregado e innovación en sus productos para así lograr eficiencia y productividad.

El sector florícola es el que mas ha crecido en los últimos quince años representando buenos ingresos, siendo no parte de los productos tradicionales iniciándose en los años 80 y 90, teniendo un inicio alentador y creciendo de manera rápida llegando hoy en día a forma parte de uno de los principales rubros de exportación.

Aprovechando sus ventajas competitivas que ofrece el país, por la situación geográfica que permite contar con microclimas, diversidad de flora y fauna, condiciones naturales, suelos que ha permitido tener una calidad y variedad en las flores tropicales, y que se ha desarrollado en estos diferentes sectores que son el florícola y forestal. Se considera que las flores ecuatorianas son consideradas las mejores del mundo por su calidad y belleza inigualables.

Los mercados internacionales cada día se vuelven mas exigentes por parte de sus consumidores, pues por sus gustos, estas flores exóticas cuentan con infinidad de formas y colores es por eso, es que se está brindando una nueva forma y variedad en este producto. La importancia de diversificar este producto con el bambú por ser fácilmente manejable, renovable y poder dar la figura que desee el consumidor.

Al generar un valor agregado en estas flores tropicales procesadas que cuenta con más de cien variedades caracterizando por sus formas intensos y brillantes colores, tamaños, por su larga vida, resistiendo todo tipo de manipulación que junto con el bambú que representa el centro del producto, y al ser procesadas permite mayor período de duración.

Actualmente las flores ecuatorianas se mantienen en la preferencia de los mercados extranjeros, siendo la más cotizada por su calidad y belleza.

Convencerse que esta nueva estrategia del bambú diseñado y de las flores tropicales procesadas preserve su importancia en la economía nacional ya que estos productos han tenido buena acogida en las exportaciones por su calidad, permitiendo aprovechar estas potencialidades.

## **CAPÍTULO I**

### **BASE TÉORICA**

#### **1.1 INICIOS:**

##### **1.1.1 FLORES TROPICALES**

La exportación de flores en el Ecuador se inicia en el siglo XX, en la segunda mitad de la década de los ochenta. Representado el 0,02% en el año 1985 las exportaciones de flores, el 0.1% de las exportaciones agrícolas, en 1990 constituyen el 0.5 % total de las exportaciones, el 2% de las agrícolas y en el 2001 es el 5% del total de las exportaciones, llegando a ser uno de los rubros importantes de la economía nacional.

En Sudamérica ocupa el prime lugar Colombia conocida como el exportador de flores mas importante seguido por Ecuador. Se origina de nuestro vecino país Colombia y Costa Rica desde hace 30 años , por réditos económicos y por similitudes climáticas de ambos países.

El valor de exportación de flores en general subió de 30 millones de dólares en el año 1992 hacia US \$ 180´000.000 dólares en el 99 y en el 2001 en 229 millones. Ganando mercado estas flores por su exótica belleza, variados colore colores, texturas y formas, características que la hacen muy apetecida en los mercados Europeos y se la cotiza en altos precios siendo el rubro de las flores tropicales y follaje representado un 4% total de los mercados.

### **1.1.2 BAMBÚ:**

El Bambú es originario de América Tropical y se distribuye en países latinoamericanos como Ecuador, Colombia y parte de Venezuela existe la especie conocida como "GUADÚA ANGUSTIFOLIA". El uso del Bambú se remonta 10.000 años antes, en los continentes asiático y americano. China lleva más de 5000 años usando esta especie para la fabricación de productos.

Nuestra guadúa es reconocida como uno de los mejores bambúes del mundo definida de esta forma por científicos internacionales. También se la conoce como "Caña Guadúa", "caña brava", o simplemente como "caña", tiene banda blanca alrededor del nudo y sus espinas en las ramas, perteneciente a las especies de los "bambúes".

En Ecuador se han encontrado construcciones de bambú originarias de las primeras culturas que existieron en el país como la Valdivia, Machalilla por lo que se estima que tienen 9500 años de antigüedad.

Ecuador cuenta con más de 60 especies, más utilizada en la Costa la Guadua Angustifolia, y bien aprovechada en el Perú, donde se exporta con más frecuencia.

Actualmente la a Caña guadua muestra un descenso en el número de hectáreas sembradas, ya que en el año 1985 se encontraron 26 millones de patas de caña representada en miles de hectáreas. Se estima que queden 8 mil hectáreas, y 2500 hectáreas que pertenecen a la inversión privada.

## **1.2 PRODUCTO**

### **1.2.1 FLORES TROPICALES**

Nacen en la zona Norte de América del Sur y otros sectores del Pacífico Sur. Estas atractivas flores tropicales y semi-tropicales cuentan con más de 100 variedades de las cuales poseen gran diversidad de colores, tamaños, formas y sobretodo larga vida después del corte, y por ser muy fuertes son resistentes a la manipulación.

El cual nuestro país tiene el privilegio de poseerlas, provienen de plantas perennes son de cosecha permanentes y pertenecen a la familia de las monocotiledóneas. Se las conoce como flores de las brácteas al poseer colores muy variados como: amarillo, anaranjado, rojo y verde. El número de brácteas varía de acuerdo a la especie de cuatro a treinta dependiendo de la familia a la que pertenece por ejemplo las heliconias es de las familias heliconazas que proviene del orden zingiberales (cingiberales).

Hay que mencionar que estas flores y el follaje no deben ser puestas en refrigeración debido a que esta puede causar daños irreversibles para la calidad del producto.

Una de las características principales es que poseen intensos y brillantes colores. La producción se centra en las provincias del Guayas, Los Ríos, Manabí, Esmeraldas, El Oro, Pichincha y Amazonía.

Guayas existen más de 250 hectáreas de flores tropicales contando con la producción en : Naranjal el 48%, Naranjito el 26%, Bucal 14%, Santa Elena el 6% Taura 6%, esto es de follaje y en Santo Domingo hay plantaciones que suman 60 hectáreas.



Las flores tropicales como: las orquídeas, los anturios y las heliconias, forman un nicho de mercado en crecimiento, las que son distribuidas por exportadores especializados ya que a los consumidores les gusta la variedad de colores y las combinaciones, por lo que hace difícil de predecir la tendencia de sus gustos.

Según datos de Asoflex las que han tenido mayor acogida en el mercado internacional son :

Heliconias: Grandes, medianas, pequeñas y colgantes.

Zingiberáceas: Alpina, Crusácea, Etlingera, Zingiber.

Musas: Musas y Ensete.

Estrelitza: Ravenda.

Cordelynes: Palmas, Cyclantum, Cycas, Philodendrum, Croton.

En el país al poseer grandes zonas tropicales y subtropicales se dedican al desarrollo de esta actividad. Las flores del Ecuador están consideradas como las mejores del mundo por su calidad y belleza inigualables, se pueden cultivar muchas variedades de flores por lo que inversionistas extranjeros consideran a nuestro país como un lugar oportuno para el desarrollo de la floricultura pues la situación geográfica del país permite contar con climas y una luminosidad perfecta al encontrarse en la mitad del mundo hacen que caigan perpendicularmente los rayos solares por lo que proporciona características únicas a las flores como son: tallos gruesos, largos y totalmente verticales, botones grandes y colores sumamente vivos. Todo esto favorece a los días cálidos, agua pura, sol radiante y 12 horas de luz solar durante todo el año, se pueden producir estas flores con excelentes características.

En el país se producen diferentes tipos de flores como la rosa, con más de 300 variedades entre rojas y de colores, convirtiéndonos en el país

con el mayor número de hectáreas cultivadas y produciendo la gama más variada de colores.

Para asegurar el éxito del negocio, es necesario comprar exclusivamente plantas certificadas que garanticen la inversión, que requiere la instalación de cultivos de flores tropicales.

### **1.2.2 DESCRIPCIÓN TAXOMÁTICA DE LAS FLORES TROPICALES**

Zinziberales se identifican plantas con hojas largas o inflorescencias grandes de colores vistosos. Existiendo 8 familias de clases reconocidas como:

- Musaceas
- Strelitziaceae Lowiaceae
- Heliconiáceae ( heliconea)
- Zingiberaceae ( gingers)
- Costaceae (costus)
- Cannace ( la canna y chrillas)
- Marantaceae ( las calatheas)

Existe un sin número de flores Tropicales en el país, se encuentran agrupadas de varias especies. Entre las más importantes tenemos a las Heliconeas y los Ginger,

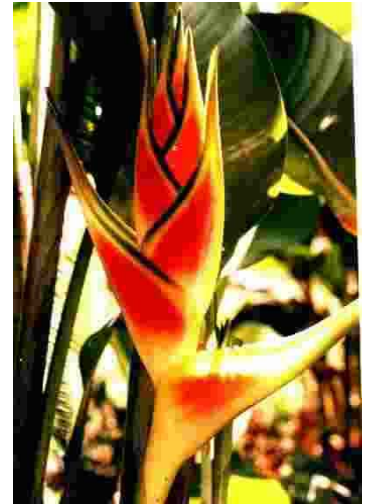
- Flores Tropicales (tropical flowers)  
Partida:0603000000
- Heliconia (tropical flowers)  
Partida: 0603109000

- Heliconias rectas (up right heliconias)  
Partida: 0603109000
  
- Heliconias colgantes (pendant heliconias)  
Partida: 0603109000
  
- Ginger (tropical flower)  
Partida: 0603109000
  
- Ginger rojo (red ginger)  
Partida: 0603109000
  
- Ginger rosado (pink ginger)  
Partida: 0603109000
  
- Musa (tropical flower)  
Partida: 0603109000
  
- Follajes (foliage)  
Partida: 0604910000
  
- Musas (tropical flowers)  
Partida: 0603109000
  
- Tropical bouquets (tropical flowers)  
Partida: 0603109000
  
- Tropical foliage (tropical foliage)  
Partida: 0604000000

FOLLAJE: Cordylines, Marginata, Papyrus, Palms, Accordion, Straw, Sansevieria, y Cyperaceous.



**Heliconia Nappi**



**Ginger**



**Ginger  
Shampoo**



**Heliconia Tenazas  
de Langosta**



**Heliconia**



**Ortotricha**



**Heliconia  
Platistachis "Sexy"**



**Musácea**

### 1.2.3 VARIEDADES

En las flores tropicales hay gran variedad, la mayoría crecen en forma silvestre, aunque son pocas que adquieren el verdadero valor comercial.

Por ser de este tipo de flores precisa una temperatura entre 25° y 30° grados centígrados promedio , de alta humedad relativa, luminosidad y brillo solar, no tolera la sequía.

La mayoría de las plantas corresponde a los géneros de Zingiberáceas, Bromelias y Musáceas, siendo estas recomendadas para mejorar su cultivo y ampliar la comercialización internacional.

#### Musaceae:

Heliconia vagneriana  
 Heliconia latispata  
 Heliconia golden torch  
 Heliconia. Andrómeda  
 Heliconia psittacorum  
 Heliconia jacquinipendula  
 Heliconia strelitzia reginae.

#### Zingiberaceae:

Nicolaia alator  
 Hedychium coronarium crisoleucum  
 Alpinia purpurata, Alpinia mutica.  
 Bromelias: Neoregelia marechalii,  
 Guzmania zahnii  
 Billbergia nutans  
 Aachmea  
 fulgenscita  
 Vriesa splendens

<b>HELICONIAS</b>	
Grande	Wagneriana Amarilla Wagneriana Roja Terciopelo Royal Velvet Sheaffers Pájaro fuego Stricta Quito Gold Caribea
Mediana	Hisuta Chumiana
Pequeña	Golden Torch
<b>COLGANTES</b>	
	Sexy Pink, rostrata
<b>GINGER</b>	
	Shampoo Ginger Troch Ginger
<b>MUSAS</b>	
	Antorcha de Brasil Orange Banana
<b>CALATEAS</b>	
	Calateas Ciger calateas
<b>FOLLAJES</b>	
Acordeans	Ciperáceas
Cordylines	Marginata
	Palms
	Sansebreas
Paja Toquilla	
Papins	

FUENTE: CORPEI

ELABORADO: AUTORA

#### **1.2.4 ASPECTOS TÉCNICOS:**

**Zonas de producción:** áreas húmedo y sub-húmedo tropical y subtropical y áreas con sistema de irrigación.

**Humedad:** 90-95%, suelos arenosos con contenido de materia orgánica, se cuenta periódicamente con esta humedad de agua para mantener la producción.

**Altitud:** 0 - 800 metros sobre el nivel del mar

**Promedio de Temperatura Anual:** 25 - 30 grados centígrados

**Promedio de Lluvias Anual:** de 3.000 mm distribuidos en forma uniforme al rededor de todo el año.

**Tareas Post cosecha:** Hidratación, Lavado, desinfección, rinse, antitranspiración, y empaque.

**Suelos:** Suelos arenosos con buenos contenidos de materia orgánica.

**Promedio de periodo agrícola :** 6 a 8 meses

**Promedio de desarrollo de las especies:** ocho a doce meses para flores y de seis a ocho meses para follaje,

**Trabajo:** Siembra, fertilización, limpieza, podación, defoliación, etc.



### **1.2.5 CLIMA:**

Las condiciones climáticas al momento de la siembra y después deben ser buenas, si se dispone de suficiente humedad en el suelo, realizando en las primeras horas de la mañana. Esto es de seis a nueve de la mañana. La experiencia en las flores demuestran si son cortadas a temperaturas elevadas tienen menos tiempo de vida en el florero.

En el país existe una ventaja en el clima, teniendo un sol radiante durante todo el año, y que exista una buena humedad o suficiente agua para el regadío de las plantas.

La temperatura promedio para el cultivo de las flores tropicales oscila entre los 25 y 30 grados centígrados, entre los 0 y los 800 metros de altura se obtienen las mejores producciones, con alta humedad y luminosidad, estos factores garantizaran un máximo rendimiento durante todo el año.

### **1.2.6 CRECIMIENTO**

El sector floricultor goza de importantes ventajas comparativas, necesitando para su crecimiento la luminosidad de 6 a 8 horas continuas e instalar un sistema de riego.

Este sistema de riego depende de las condiciones del lugar, pudiendo ser por aspersión o por goteo, dependiendo de la especie de la flor tropical, también será el período de desarrollo.

### 1.2.7 PERÍODO DE DESARROLLO

VARIEDAD	MESES
<b>FLOR</b>	
Heliconeas Colgantes	12
Heliconeas grande	14
Heliconeas wagneriana	8
Heliconeas mediana	12
Heliconeas pequeña	8
Musáceas	8
Ginger	12
<b>FOLLAJE</b>	
Cordilynes	8
Marginata	6
Papiros	6
Palmas	24
Acordeones	6
Paja Toquilla	6
Sansebreas	6
Ciperáceas	6

FUENTE: CORPEI

El cultivo de las flores tropicales demanda elevadas cantidades de agua, y los excesos pueden ser perjudiciales por lo que provoca falta de oxigenación en el suelo, deficiencias de desarrollo, problemas de absorción de los nutrientes y aumentar las enfermedades.

Para los terrenos que provocan inundación es necesario instalar un sistema de drenaje que se utilizan en el cultivo del banano que es por medio de canales o subterráneos.

Es necesario utilizar un suelo con un buen drenaje y estructura que permite la retención de humedad, buena aireación.

### 1.2.8 USO DE LAS FLORES TROPICALES:

Sirve como:

- Objeto Decorativo y Ornamental
- Arreglo de Plantas y Flores en Macetas y Floreros
- Por su tamaño permite decorar grandes áreas como halls, restaurantes, auditorios , vestíbulos, patios con lugares abiertos e internos, etc.
- Arreglos con flores tradicionales como rosas, claveles, etc.

Eventos:

DESCRIPCIÓN	PORCENTAJES
Cumpleaños	7%
Día de la Madre	8%
Eventos Sociales	25%
Enfermos	5%
Aniversarios	17%
Iglesias	26%
Otros	10%

FUENTE: CORPEI

### 1.2.9 EMBALAJE:

La máxima manipulación de la flor pueden estar guardadas en cajas hasta de cuatro días, después de este período deben de ser exhibidas.

Nunca colocar las flores por debajo de 55° grados Fahrenheit, la temperatura ideal para conservar más tiempo es de 64° grados Fahrenheit, esto es de 20 a 30° grados centígrados. Las partes que estén quebradas o maltratadas deben ser cortadas. Las flores que aparecen marchitas por excesivos calores deben de ser sumergidos en agua a tiempo ambiente por un período de veinte a treinta minutos antes de exhibirse la flor.

El follaje tropical puede conservarse hasta siete días. Después de desempacar, los tallos deben ser cortados de 1 a 2 pulgadas y colocados dentro del agua.

### **1.2.10 TRANSPORTE**

Para la transportación de las flores tropicales se debe utilizar camiones cerrados, o de madera cubierta en lona por las altas temperaturas del lugar donde se producen las flores y la incidencia directa del sol, es indispensable una excelente ventilación y que exista una distancia entre la última capa y la lona mínima de 30 cm. En el transporte aéreo no debe utilizar contenedores refrigerados puede causar daños irreparables al producto.

### **1.2.10 INVERSIÓN:**

El costo de producción depende, de la cantidad de número de plantas que entran por hectáreas. Siendo así su costo elevado.

El productor puede ir comprando de una veinte máximas hasta cincuentas plantas de cada una de las variedades, luego de un año se adquiere exportar desde los cultivos.

El costo de inversión para este cultivo es por lo menos \$12.000 por hectáreas hasta \$20.000, que tengan una buena siembra y hasta florezca lo suficiente es lo más óptimo para exportar. El rubro mas alto riesgo es la compra de rizomas que va desde 0,25 centavos hasta \$4, se siembra desde 1000 hasta 2000 rizomas promedios por hectáreas. Cada rizoma produce desde 30 hasta 50 flores promedio en el año.

Al comercializar las flores cortadas la pérdida promedio es del 20%. Se comercializa desde la finca, pasa por el manipuleo, el almacenamiento, transporte, ventas por mayor y ventas al detalle. Se venden desde 500 hasta 600 cajas semanales para la exportación.

### **1.3 PRODUCTO**

#### **1.3.1 DESCRIPCIÓN: BAMBÚ**

BAMBU: (BAMBOO)  
Partida: 1401100000

#### **NOMBRE CIENTÍFICO: “GUADUA ANGUSTIFOLIA”**

**NOMBRE VULGAR:** caña guadua, caña brava, caña mansa, caña de guayaquil, o simplemente como bambú o gramínea gigante.

El bambú también es llamado “Hierba mágica”, “Acero vegetal”, “Madera del pobre”, “Amigo del pueblo” y entre otros calificativos, siendo los materiales de construcción los que se identifican con las tendencias actuales a la nueva generación del bambú, lo que respecta a decoración y ambiente. Siendo un afrodisíaco muy conocido utilizado en China, además es nutritivo, pues contiene hierro, potasio, sílice y calcio.

Existen realmente en el mundo cerca de 1.200 especies y 90 género distribuidas en todo el universo y 500 de ella en América, en el ámbito natural del bambú abarca las diferentes regiones del mundo excepto la Antártida ( por el frío riguroso), alcanzando los diámetros de tallo hasta 30 cms.

Ambientándose a temperaturas que van de los 20° F y los 120° F , esto es 16 °C hasta los 36 °C, esto es que soporta alta humedad ambiental.

De éstas aproximadamente 20 conforman las especies prioritarias de bambú y dentro de ellas Colombia posee las mejores propiedades físico-mecánicas del mundo con extraordinaria durabilidad en la especie de "La Guadua angustifolia" .

La caña guadua tiene tallo hueco y leñoso de color verde oscuro y segmentado formando celdas en tramos de 30 centímetros aproximadamente. Su altura sobrepasa los 25 metros. La planta alcanza su madurez en 6 años y puede sobrevivir hasta 50 ó 60 años. Su siembra es en forma aislada, al azar, sin un plan definido, en nuestro país.

### **1.3.2 SUPERFICIE:**

La superficie de caña mediante muestreo de parcelas abarca 3538,22 km<sup>2</sup>. Mientras que la superficie inventariada es de 61.495 km<sup>2</sup> existiendo aproximadamente 1.835 cañas/hectárea, pero se estima que hay unas 5.000 hectáreas sembradas de bambú y la misma cantidad en estado silvestre.

Se encuentra en el trópico ecuatoriano, desde el Oeste de este país hasta su vecino país territorio colombiano, tanto en la región oriental como en la costa. Dado que en el Oriente existen suelos con un buen drenaje, creciendo en superficies que van desde 900 hasta los 1800 metros de altitud.

Este es una de las pocas especies de la selva tropical que vive formando asociaciones naturales siendo la región más abundante en la región occidental y de esta mayormente en noroccidente, desde la cuenca del Santiago - Cayapas, hasta Manabí y Guayas.

### **1.3.3 DESCRIPCIÓN TAXOMÁTICA DEL BAMBÚ**

La guadua es un bambú leñoso que pertenece a la familia de las gramíneas taxonómicamente a las Poaceae, a la subfamilia Bambusoideae y al género Guadua . Al género Guadua tiene 30 especies que existen en el país aproximadamente. El cual la GUADUA ANGUSTIFOLIA, es la más conocida y utilizada para la venta, construcción y comercialización dentro y fuera del país. Esta gramínea tiene 22 cm de diámetro y crece desde los 20 hasta 30 metros de altura, está catalogada como el tercer bambú mas grande superando las otras especies originarias de Asia, como la Dendrocalamus Giganteus y Dendrocalamus Sinicus.

### **1.3.4 CLASES**

Existen dos tipos básicos de bambú: leñoso y herbáceo.

- Los bambú leñosos pertenecen a una sola especie(Bambuseae)
- Los bambú herbáceos se ubican según un número de especies separadas :
  - Olyreae
  - Streptogyneae
  - Buergersiochloae
  - Guaduelleae
  - Puelieae.

A estas clase pertenece la Guadua Angustifolia que constituye la base de la revolución de las construcciones en Ecuador y en el resto de Latinoamérica.

### **1.3.5 ESPECIES:**

Existen 1200 especies en todo el planeta pero las más conocidas en América Latina son las siguientes:

- Colombia y Ecuador la (Guadua Angustifolia)
- Norte de Venezuela hasta Nicaragua y Honduras la (Guadua Amplexifolia)
- México (Guadua Inermis)
- Brasil (Guadua Superba)

### **1.3.6 CRECIMIENTO:**

Esta planta es de mayor rapidez de crecimiento en el planeta, crece con extremada prisa alcanzando su máxima altura y puede alcanzar hasta de 1 metro diario con nutrientes adecuados, alcanzando su longitud completa en dos o tres meses a partir de su nacimiento y su madurez completa entre los dos y tres años a partir de su nacimiento en lo que representa un muy corto ciclo de crecimiento. Esto es una gran diferencia de la mayoría de los árboles utilizados usualmente para explotación maderera ésta área de bambú se recupera después de la cosecha generando nuevos tallos y expandiendo gradualmente su área de ubicación, logrando el hecho de los conservan el medio ambiente de reforestar la zona.



## **CAPÍTULO II**

### **ANÁLISIS DE LOS SECTORES EN EL ECUADOR Y A NIVEL MUNDIAL**

#### **2.1 SITUACIÓN DEL MERCADO**

##### **2.1.1 Nivel del consumidor:**

Los principales exportadores de flores cortadas son Holanda, Colombia, Ecuador, Israel y Kenya. Siendo su actual consumo de las flores cortadas es de US\$ 25.000 millones del cual aproximadamente de las cuales US\$ 4.000 millones se satisfacen con flores importadas.

En el país en el año 2004 se exportaron 5 millones de tallos que representan 68 millones aproximadamente, destinados el 97% para las exportaciones, 3% para el consumo local. Según datos de Expoflores se exportaron 91.324,60 mil toneladas equivalente a 300 tallos de 18 kilos teniendo un rubro de \$320'486.000,90. Mientras que en el 2003 se exportaron 76.301.66 toneladas que equivale a \$293' 326.230. Su diferencia es que en el último año se exportaron mas que en el año pasado.

Estados Unidos compra un volumen mucho mayor que Europa, siendo éste último más exigentes en la calidad y en su compra. Ecuador cubre apenas el 16% de la demanda total de Estados Unidos de lo que son flores en general. Para el mercado americano representa el 75% al 87% del total de las exportaciones de flores, ocupamos el segundo lugar en exportar a este país después de Colombia. El 22% de los hogares estadounidenses compran flores frescas con regularidad y el consumo per-cápita anual de productos florales equivale a US\$ 67 millones de dólares.

Las más predilectas en el mundo para arreglos florales son las flores de veranos y las tropicales. Representando en 1999 las flores tropicales estuvieron alrededor de \$180`000.000 dólares. Estas representan las Flores tropicales y follaje representan el 2% del total de ventas de flores.

En la época de San Valentín representan: En menos de 4 semanas se comercializa el 25% de la producción anual de Flores. Aumentando el número de cajas despachadas diarias de 15.000 a 50.000 cajas. El 90% del producto vendido son rosas, mientras que el 10% restante se distribuye entre flores tropicales. En el 2002 se comercializaron 532.000 cajas por un volumen igual a 9.576 toneladas y un monto en divisas que superó los 220 millones de dólares. Se destina el 72% de la producción anual a los Estados Unidos; 29,35% a Alemania, Holanda, Italia y Rusia; y el 11,17% restante se coloca en un innumerable número de países alrededor del mundo.

Entre claveles, crisantemos, gysophilia y otras variedades, las rosas encabezan la preferencia en el consumo mundial.

### **2.1.2 Nivel de Producto :**

Las flores tropicales, ha logrado que en el mercado internacional se postule como uno de los principales rubros de exportación del sector florícola. Empezando su producción en los años 90 con 29 hectáreas, la gran ventaja es que en el país goza de un clima tropical y la biodiversidad ha permitido desarrollar la producción de flores tropicales que cuenta con más de cien variedades. Existiendo en la actualidad 400 hectáreas cultivadas de flores tropicales. Los precios de los rizomas es de 0,25 centavos hasta \$4 su follaje cuesta alrededor de 10 centavos hasta \$20. Cada rizoma puede producir hasta 40 a 60 flores varía

dependiendo la especie desde 6 hasta 14 meses, de acuerdo a la variedad.

Los Mercados Tradicionales de este tipo de flor son Estados Unidos y Europa, con una marcada estacionalidad en los meses de Febrero, Mayo, diciembre, tiempos que se celebran San Valentín, Día de las Madres y Navidad, meses considerados temporadas altas.

En Costa Rica (primero en exportación) de flores tropicales que posee de una excelente calidad de flores, gozando de una ventaja, el costo de flete es más barato, casi la mitad de lo que cuesta en Ecuador.

El Ecuador es el tercer proveedor de flores tropicales a los Estados Unidos. Actualmente se exporta 5 toneladas semanalmente, conteniendo cada caja de 30 a 40 tallos, que representa del 0.05% al 1%, de todas las flores en general. Período 1999- 2003 tuvo una participación promedio anual del 14.22%, equivalente a 92 millones de dólares.

En la Unión Europea, el país ocupa el undécima posición como proveedor, participación promedio anual de 1.16% hasta junio del 2002, equivalente a 11.21 millones de dólares.

Países más destacados en los últimos años en la venta de flores tropicales son :

FLORES			
PAÍSES	2003 Toneladas	2004 Toneladas	Incremento
Canadá	415.218	455.386	9.67%
Estados Unidos	6775.137	8579.546	26.63%
Holanda	1346.49	2111.067	56.78%

Elaborado: Autora

### **2.1.3 Nivel del Producto Sustituto**

- En San Valentín una empresa vanguardista americana lanzó al mercado una ROSA DE SEDA DE LA INDIA, que era una imitación perfecta de la natural, con la gran ventaja de que no muere nunca y a un precio muy accesible.
- Flores Artificiales / Secas.
- Chocolates.
- Plantas de interior (Pueden ser perennes y florecer según su ciclo fenológico).
- Otras clases de adornos decorativos.

### **2.1.4 Nivel de Productores**

En la actualidad se encuentran registrados en la Corpei 420 productores. Los productores de flores, es el mismo exportador quien realiza directamente las negociaciones, el mismo al que vende al consumidor final o los mayoristas. Estos empresarios deben de prepararse para tener una cultura empresarial orientada a competir en el mercado internacional. Pero en la actualidad estas florícolas proporcionas a sus trabajadores: asistencia médica, alimentación, guarderías, escuelas donde los niños aprenden dos y tres idiomas. Las empresas con 10 o más trabajadores deben tener Reglamento Interno de Seguridad y Salud aprobado por el ministerio de Trabajo artículo 441, contemplación, prevención de riesgo y la ley de seguridad social.

Si los empleadores no cumplen con las disposiciones de ley son sancionados de acuerdo a las infracciones que manda la ley y que ampara el código de trabajo, siendo ellos los responsables de cuidar por la salud del Personal que participe en el manejo de plaguicidas.

Existen en la actualidad 40 empresas productoras que cuentan con "sellos verdes" otorgados por organismos internacionales como es el caso del sello verde alemán y que son exigidos en mercados europeos para la venta. Las 40 empresas representan 600 hectáreas, donde laboran 425 empleados. Estas plantaciones, están en posibilidades de sumarse cinco, ya iniciaron el proceso de certificación.

El Floricultor tiene que estar invirtiendo todo el tiempo en renovación ya que si no se actualiza en colores variedades, tendencia a lo que exige el mercado, existirán riesgo de comercialización.

Para que el sector floricultor siga creciendo debe realizar alianzas estratégicas de integración vertical con proveedores y brokers, que permite mantener una óptima cadena de conservación del producto, reducir de esta forma los costos de insumos importados, abriendo nuevos mercados que demandan flor de calidad. El sector empresarial ha demandado al gobierno un mejor funcionamiento de las aduanas y la revisión de los costos de los servicios básicos que son altos y malos.

Hay 45% de los productores no es agremiado y el resto está representado en gremios, que tenemos:

- Asociación de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador "EXPOFLORES" (480 floricultores).
- Asociación de Flores Tropicales "ASOFLEX"
- Asociación de Floricultores del Austro "ASOFLORAUSTRO".

Los objetivos de los gremios son:

**ASOFLEX:**

- Desarrollo de la Producción
- Intercambios permanentes de información
- Capacita técnicamente a los miembros.
- Consolida una producción de exportación.
- Promoción y mercadeo a nivel nacional e internacional.

**EXPOFLORES:**

- Promueve cambios legales.
- Aprovecha los mercados para la globalización.
- Cuida de la Flor Ecuatoriana en procesos de negociaciones.
- Promueve alianzas estratégicas de comercialización.
- Promueve la competencia leal de los sectores.
- Fortaleza la organización interna administrativa.

Los servicios principales que los productores reciben de los gremios son:

- Información.
- Representación.
- Comercialización de la producción.
- Compra de Insumos.
- Otros servicios.

**2.1.5 Nivel de Exportación:**

- Los países que exportan las flores tropicales son: Kenia, Costa de Marfil, Nigeria, Camerún, Malasia, Tailandia, Sri Lanka, Nueva Zelanda, Australia, Costa Rica, Barbados, Jamaica, Trinidad en Tobago, República Dominicana, Guatemala, Honduras, México, El Salvador, Brasil, Colombia y Ecuador. Siendo Costa Rica el principal productor de flores tropicales el cual distribuye el 60% a la Unión Europea, 30% América del Norte, 10% Asia y América Latina Costa Rica. La producción total de este país exporta flores tropicales su oferta anual crece el 30%.

- El Ecuador es el cuarto exportador en el mundo de flores recibiendo premios por la calidad de sus flores como galardones a la "Palma de Oro". Es el segundo exportador en el continente americano ocupando el primer lugar Colombia. Actualmente la demanda de flores tropicales se concentra en dos mercados: La Comunidad Europea y Norteamérica.
- Colombia y Kenya han incrementado el volumen de exportaciones de flores tropicales, siendo esta situación la respuesta al crecimiento del consumo en el ámbito mundial.
- Los países que Ecuador exporta las diferentes flores ecuatorianas, se encuentra en primer lugar los Estados Unidos, y los países de la Comunidad Europea como Rusia, Francia, Alemania, Italia, España, Holanda, Finlandia, Hungría, Estonia, Irlanda, Austria, Lituania, Noruega, Turquía, Portugal, Suiza, Reino Unido, Suecia, Polonia, del continente Asiático: Hong Kong, Kuwait, Japón, Taiwán, de América del NORTE: EE.UU antes mencionado y Canadá, América Central: Puerto Rico, República Dominicana, Cuba y de América del Sur: Panamá, Paraguay, Venezuela, Brasil, Chile, Bolivia, Argentina.
- De toda la población sembrada de flores frescas por el país se destina hacia nuestro principal comprador Estados Unidos de Norteamérica, en segundo lugar Rusia, de los cuales se destina más del 80% para la exportación de flores hacia el resto del mundo.
- En la actualidad Ecuador abastece a un nicho de mercado muy pequeño de flores tropicales, pero Brasil se ha vuelto una amenaza debido al crecimiento de su producción y exportaciones.
- Son exportadas las flores hacia los distintos mercados internacionales por vía aérea, para poder determinar un determinado control en su temperatura y mantenerlas con óptima calidad. Siendo agrupadas las rosas en paquetes de 25 unidades y se colocan en cajas que llevan 10 paquetes cada una. Los claveles se colocan en cajas que contienen un promedio de 35 ramos y cada ramo entre 20 a 25 tallos. Los

crisantemos son empacados en cajas que contienen 25 ramos con 10 tallos cada uno.

- El número de empresas exportadoras registradas en el 2004 subió de 38 a 480. Están registradas a Expoflores 12 empresas comercializadoras que pueden ser personas naturales.

- A continuación se detalla las catorce empresas exportadoras en el país:

EMPRESA	GERENTE	MERCADOS
1.- Corporación Proexant	Marco Peñaherrera	Italia, Estados Unidos, España, Inglaterra
2.- Agriexotic s.s	Gabriel Pino	Bélgica, Croacia, España, Estados Unidos, Francia, Holanda, Inglaterra.
3.- Agrocapital	Carlos Flores	Alemania, Chile, España, Estados Unidos, Holanda
4.- Baltropic	Alicia Aguayo	España, Estados Unidos, Francia, Holanda
5.- Bravo Fernando		Italia, Portugal, Rusia
6.- Clarivel	Ricardo Dávalos	Canadá, Chile, Estados Unidos, Rusia
7.- Cosmoflores	Erick Reich Bittner	Alemania, Austria, España, Estados Unidos, Francia, Grecia, Holanda, Italia, Luxemburgo, Rusia, Suiza
8.- Jetty		Estados Unidos, Guyana Francesa, Holanda, Hungría, Inglaterra
9.- Moncayo Mósquera cía	Guadalupe Mósquera	Francia
10.- Sembtrop	Alejandro Múmoz	Estados Unidos
11.- Vivetrosa	Roberto Lizarzaburu	Holanda, Inglaterra, Rusia
12.- Exotic	César Barrera	Estados Unidos, Inglaterra, Rusia
13.- Ecuamagic		Holanda, Inglaterra, Italia, España
14.- Salinocolic		Portugal, España, Albania, Mónaco, Grecia, Alemania, Bélgica, Holanda, Luxemburgo, Dinamarca.

Elaborado: autora



### 2.1.6 Nivel de Agentes/Compradores

A nivel de Agentes los medios más comunes en los productos florícolas en los Estados Unidos fueron:

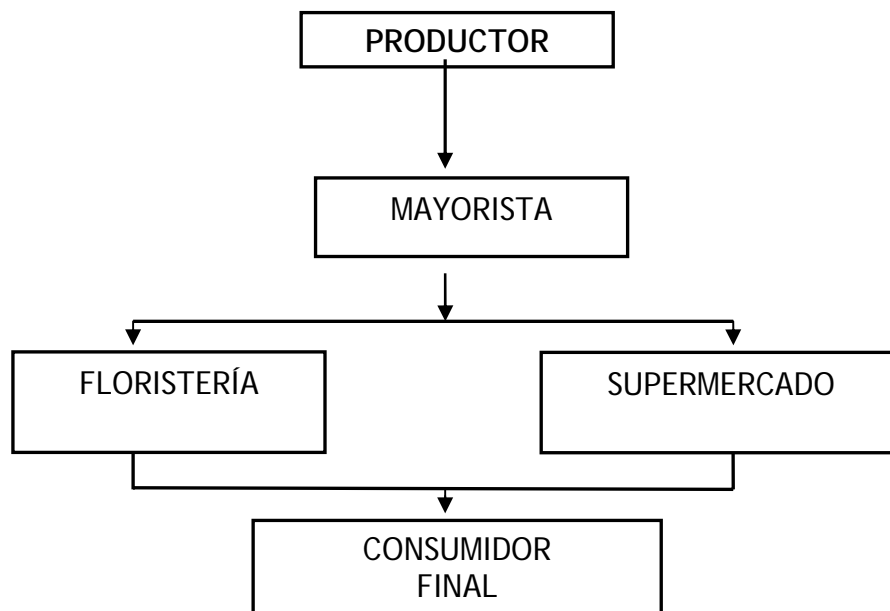
<b>MEDIOS</b>	<b>% sobre total de ventas</b>
Floristerías	27.1
Centros de jardinería	21.4
Supermercados	14.1
Establecimientos de decoración	8.9
Tiendas de rebajas	7.6
Minoristas en internet	3.3
Tiendas especializadas en artesanías o arte	2.3
Almacenes	1.5
Otros	13.8

Elaborado : Autora

Los canales de distribución en el mercado europeo se dan a través de:

- ✓ Subastas Holandesas (Mayoristas)
- ✓ Minoristas:
  - 60% Floristerías.
  - 20% Supermercados.
  - 20% Ventas en la calle y otros puntos.

### 2.1.7 Canales de Comercialización:



FUENTE: CORPEI  
ELABORADO: AUTORA

### 2.1.8 Nivel de Barreras de Entrada / Salida

- En la actualidad existen grandes empresas en el país que realizan inversiones importantes en recurso y tiempo en el desarrollo genético y nuevas variedades de flores.
- Una de las barreras principales es la alta inversión para la implementación de invernaderos en una plantación florícola, el costo de esta por hectárea de invernadero, incluido el costo por instalación, cuesta alrededor de \$35,000. El negocio de las flores en general cuenta con infraestructura relativamente nueva y costosa, lo que se refleja en un alto costo de amortización, costo hundido imposible de disminuir.
- Otra barrera que se presenta son los altos costos de insumo, la excesiva concentración en un solo producto.

- Existe desconocimiento de información de los reales compradores potenciales a lo que son las flores tropicales, disminuyendo la oportunidad de captar nuevos clientes.
- Uno de los problemas que ha venido padeciendo este sector de las flores tropicales son los itinerarios aéreos, ya que en las temporadas altas se queda parte del producto, prefieren llevar las rosas que van en cuarto fríos y a las flores tropicales tienen que colocarlas en cuartos apartes o de lo contrario se quema la flor.
- La competencia es fuerte con Colombia, tienen el 30% más barato en el transporte, mano de obra es más barata y 8 horas laborables más a la semana. Los altos costos en el flete aéreo ( el doble del colombiano), lo cual impide a los exportadores ecuatorianos ser competitivos con el resto de países.

Ruta	Costo Flete Aéreo
Quito - Miami	\$1.25 - \$1.80 por Kg.
Bogotá - Miami	\$ 0.70 - \$ 0.80 por Kg.
Brasil - Europa	\$ 0.90 por Kg.
Costa Rica - Miami	\$ 0.60 por Kg.

Elaborado: Autora

- Elevado nivel de endeudamiento con altas tasas de interés, es otro de los problemas que enfrenta este sector.
- Dar a conocer a las asociaciones que agrupa las exportaciones de flores las necesidades de equipos y maquinarias con alta tecnología que optimicen la producción de plantas ornamentales , para que aquellas con la ayuda del Ministerio de Comercio Exterior la petición de reducción de aranceles para la importación de estas maquinarias.

### 2.1.9 Nivel de Mercados

- Empresas productoras y comercializadoras multinacionales han entrado en el negocio. Por ejemplo:
  - Dole tiene una integración vertical completa con fincas productoras en Colombia y Ecuador. En Colombia 9 grandes grupos exportadores están vinculados con Dole.
  - Dole tiene las facilidades logísticas para soportar ventas de hasta US\$ 500 millones.
- La mayor compradora y comercializadora de flores en el mundo, USA Floral Products, quebró en el 2001, con los ataques terroristas.
- Transnacionales buscan aumentar consumo de flores.
- Miami es el principal centro de importación de flores en USA, ingresa 85% del volumen total de importación de flores frescas, seguido por los aeropuertos de Nueva York (JFK), Los Angeles (LAX) y Dallas (DFW).
- Native Blooms es una de las empresas florícolas que ha expuesto muestras de su producción para ferias de flores nacionales y ha llevado el nombre de nuestro país a exhibiciones como Holanda, Dubai, EEUU y Europa.

### 2.1.10 Precios de Flores Tropicales:

VARIEDAD	MERCADO LOCAL	MERCADO EXTERNO
Heliconias Colgantes	\$ 0.80	\$ 0.90
Heliconias Grandes	\$ 0.90	\$ 1.25
Heliconias Medianas	\$ 0.50	\$ 0.76
Heliconias Pequeñas	\$ 0.25	\$ 0.30
Musas y Heliconias Wagnerianas	\$ 0.70	\$ 1
Ginger	\$ 0.30	\$ 0.35
Follaje y Palma	\$ 0.13	\$ 0.21

Fuente: Internet  
Elaborado: Autora

**FOLLAJES**

SMALL	MEDIUM	LARGE
\$1.15	\$ 1.55	\$ 2.10

**HOJAS Y TIPS**

VARIEDAD	PRECIO (\$ POR HOJA)	HOJAS POR CAJA
<b>CORDELINES:</b> Large leaf Medium	\$ 0.10 \$ 0.08	200 200
<b>DRACAENA:</b> Massangiaba	\$ 0.08	200
<b>PLOEMELE REFLEXA:</b> Yellow steerp	\$ 0.08	200
<b>OTROS:</b> Croton Assort Acordeón Laurenti	\$ 0.08 \$ 0.25 \$ 0.12	200 200 200

Fuente: Internet  
Elaborado: Autora

**FOLLAJES TIPS**

VARIEDAD	PRECIO (us \$) Y PRESENTACIÓN (20 TIPOS PER BOX)	
	45 - 50 cm	55 - 60 cm
<b>CORDELINE:</b> Large leaf, médium leaf, Marginata	\$ 0.20	\$ 0.30
Verde/ Tricolor/Colorama	\$ 0.25	\$ 0.35
<b>Otros:</b> Crotton Assort, Warneki, Hawaiian Tie, Baby doll, red sister	\$ 0.20	\$ 0.30
Compacta Papiro Aralia Mirto	\$ 0.30 \$ 0.30 \$ 0.20 \$ 0.20	\$ 0.50 \$ 0.50 \$ 0.30 \$ 0.30

Fuente: Internet  
Elaborado: Autora

**HELICONIAS MEDIANAS**

VARIEDAD	CLASIFICACIÓN	PRECIO UNITARIO
Gran Mama		\$ 0.67
Tagami	Stricta	\$ 0.67
Real Tagami	Stricta	\$ 0.87
Edge of nite	Ortotricha	\$ 0.87
Island Yelow	Bihai	\$ 0.87
Maya Gold	Champaniana	\$ 0.87
She	Vellerigera	\$ 0.87
Fire Bir	Stricta	\$ 0.87
Orange Bihai	Bihai	\$ 0.87
She Lisa	Vellerigera	\$ 0.87
Iris Red	Strcita	\$ 0.87

Fuente: Internet  
Elaborado: Autora

**HELICONIAS PEQUEÑAS**

VARIEDAD	CLASIFICACIÓN	PRECIO UNITARIO
Golden Opal	Stricta	\$ 0.30
Golden Torch	Psittacorum	\$ 0.30
Golkden Troch	Psittacorum	\$ 0.30
Adrian	Psittacorum	\$ 0.30
Long Lover	Stricta	\$ 0.25
Andromeda	Psittacorum	\$ 0.25
Sassy	Psittacorum	\$ 0.25
Strawberry		

Fuente: Internet  
Elaborado: Autora

**HELICONIAS COLGANTES**

VARIEDAD	CLASIFICACIÓN	PRECIO UNITARIO
Collincana	Collinseana	\$ 1
Rostrola Ten days	Rostrata	\$ 1
Sexy scarlet	Chartacea	\$ 1
Sexy Pink	Chartacea	\$ 1

Fuente: Internet  
Elaborado: Autora

**HELICONIAS GRANDES**

VARIEDAD	CLASIFICACIÓN	PRECIO UNITARIO
Caribea Res	Caribea	\$ 1.50
Caribea Jaquini	Caribea	\$ 1.50
Yellow Caribea	Caribea	\$ 1.50
Southern Cross	Lingulata	\$ 1.50
Wagneriana	Wagneriana	\$ 1.50

Fuente: Internet  
Elaborado: Autora

**OTRAS EXÓTICAS**

VARIEDAD	CLASIFICACIÓN	PRECIO UNITARIO
Porcelain Tulip	Etlinger	\$ 0.40
Red	Etlinger	\$ 0.40
Porcelain Tulip	Sterlitzia	\$ 0.36
Pink	Costus	\$ 0.12
Ave de Paraíso	Anthurium	\$ 0.80
French Kiss		
Anturio		

Fuente: Internet  
Elaborado: Autora

**GINGER**

VARIEDAD	CLASIFICACIÓN	PRECIO UNITARIO
Ginger Plus	Alpinia	\$ 0.30
Ginger Fucsia	Alpinia	\$ 0.30
Ginger Rosado	Alpinia	\$ 0.28
Ginger Rojo	Alpinia	\$ 0.28

Fuente: Internet  
Elaborado: Autora

**RIZOMAS TROPICALES**

VARIEDAD	PRECIO
GINGER: Plus/ Plus Fucsia/Blanco/ Rosado	\$1.50
HELICONEAS PEQUEÑAS: Golden Torch Adrian/ Golden Torch/Golden Opal/ Red opal	\$1
HELICONEAS MEDIANAS: Gran Mama/Gran Papa/Tagami/ She lisa/ Real Tagami/ Dorado/ Hawaiana	\$2
Edge of Nite/she/wagneriana	\$1
Bihai Orange/ Island Yellow/Caribea Roja/ Maya Gold/Caribea/ Fire Bird/ Lingulata	\$3
HELICONEAS GRANDES Y OTRAS Mussa Roya/Musa Brown/ Mussa Bellutina/ Mussa Whit/ Maracas/ Red Porcelain/ Pink Porcelain	\$1
Mussa Cocinea	\$1.50
HELICONEAS GRANDES: Sexy Scarlet/Sexy Orange/Collin Sea/Rostrata ten days	\$2
FOLLAJES: Marginata verde	\$0.30
Marginata color	\$0.30
Marginata Colorama	\$0.30
Cordeline verde	\$0.30
Mirto	\$1
Cordeline Baby Doll/ green step/ Bolero Morado	\$0.30

Fuente: Internet  
Elaborado: Autora

## **2.2 SITUACIÓN DEL BAMBÚ**

### **2.2.1 Nivel del Consumidor:**

- La comercialización del Bambú es un boom en el Ecuador, pues en el país se ha descubierto la utilidad y su resistencia.
- En el Ecuador en el año 1997 fue de 410 toneladas métricas, en el 2002 de 886.52 de 1260 toneladas métricas y en el 2003 fue de 1100 toneladas métricas.
- En el año 2001 había caído dramáticamente por falta de ofertante a la exportación de bambú maduro, pues primero había que cubrir la demanda interna dedicada a la construcción.
- El destino principal de la guadua *ANGUSTIFOLIA* es el vecino país donde se exporta con mayor frecuencia.
- En el Perú fueron mayores las ventas del año 1997 hasta el 2000 para la construcción de los damnificados ocasionados por la corriente del niño.
- En el país se está dando buen uso a la caña ya que las empresas locales son las que compran para las construcciones de casas, tanto en zonas urbanas y rurales.
- Perú demanda cañas guaduas de tallos gruesos con una altura de 6 metros que son utilizados en las construcciones no convencionales.
- Estados Unidos es el mayor mercado de demanda mundial de Bambú los principales proveedores de este país son Japón, China, Taiwán, Costa Rica, Colombia y Ecuador.
- Los países más destacados para la exportación del Bambú en los últimos años son:



País	Miles de dólares 2003
Austria	0.056
Colombia	3.8
España	12.9
Perú	872.4
Portugal	0.12
Suiza	1.02
	<b>2004</b>
Alemania	0.089
Estados Unidos	504
Holanda	4.117
Perú	<b>3681</b>

Elaborado: Autora

### 2.2.2 Nivel de Productores:

- Los principales productores contamos:
  - Grupo Wong son 600 ha.
  - Sr Suárez
  - Sr. Valarezo con 200 ha.
  - Sr. Sucre Pérez con 200 ha.
  - Corporación Amingay, provincia de Manabí.
  - Grupo Nobis con 600 ha
  - La corporación Hogar de Cristo cuenta con dos viveros en Santo Domingo y Guayaquil.
  
- En el país las mejores zonas de cultivo son las provincias de Esmeraldas, los Ríos, Manabí y Guayas, principalmente en las riveras de los ríos por la humedad del suelo.
  
- Existe tres asociaciones gremiales en el país:
  - Ecuabambú es una asociación para el desarrollo sostenible del Bambú.
  - CEDECA ( pequeño gremio)
  - INBAR (red internacional de Bambú y el Ratán ). (se formó en agosto del 2001).
  - Bambusoides en la Provincia del Oro ( 8 personas)

- Ratán es una organización internacional creada por 27 miembros pertenecientes a la ONU.
- En Santo Domingo se encuentra los viveros, asesores técnicos, microempresarios, mancomunales, y centros de apoyo al hogar de Cristo.
- Los objetivos de los gremios:
- Es prestarle la debida importancia para el desarrollo y cultivo del Bambú.
- Promocionar la forestación del Bambú utilizando buenos mecanismos.
- Desarrollar nuevas estructuras de financiamientos para la producción y tecnificación de la caña.

### **2.2.3 Nivel de Exportadores:**

- A nivel mundial China es el mayor exportador del Bambú pues posee grandes extensiones de cultivo, actualmente cuenta con recursos financieros e investigación del producto, una alta tecnología, costo de mano de obra son bajos, conocimientos de explotación con un mayor valor agregado.
- Taiwán es el segundo país exportador posee menos extensión de terrenos.
- En Latinoamérica Colombia es uno de los principales exportadores dedicados a la tecnología, cuenta con los mejores condiciones climatológica siembras y cultivos de esta especie de Bambú
- La producción en Latinoamérica se concentra en Colombia, Ecuador, Brasil y parte de Venezuela.
- Mayor comprador de la caña es Perú, por su locación geográfica del vecino país.
- Otro lugar que se exporta aparte del Perú son los países de Estados Unidos, Alemania, Chile y Argentina.

- Uno de los principales mercados destinos manufactureros son: Estados Unidos, Colombia, Venezuela, Perú, Bolivia, países de la Unión Europea, países de Centro América y Japón.
- El Ecuador no ha podido entrar a vender con éxitos a otros mercados Europeos por ser exigentes en la compra por el tamaño, madurez y diámetro.
- Brasil es el centro y productor de caña de otra especie, tiene la ventaja del clima y es el mayor productor de papel del bambú.
- Costa Rica vende a EEUU por la cercanía geográfica unos 16´649.000 millones de dólares en Bambú. También vende a Holanda, Reino Unido, Italia, Francia, España y Suiza.
- México importa desde Taiwán 707 millones de dólares a FOB.
- Japón es uno de los principales proveedores a los países de China, Taiwán, Italia, Noruega, América Latina. El bambú es uno de los principales rubros de la economía.
- Los exportadores del País son los siguientes:
  - Elidí Margarita Illescas
  - Ecuador Magic Flowers S.A
  - Ing. Julio Alberto Quijije
  - Obulio Rivas
  - Carloz Tandazo
  - Ugalcarga S.A
  - Briggetth
  - Cofimsa
  - Cituiquil
  - Niyoncorp
  - Densy S.A
  - Construcivi S. A
  - Changecorp S.A
  - Panatlantic Logistic S.A

Destino de las exportaciones del Bambú en el país:

AÑO	PAÍSES	TONELADAS
1997	Perú	403
	Estados Unidos	6.82
1998	Perú	525
	Canadá	8.26
1999	Perú	976
	Estados Unidos	3.9
2000	Perú	1247
	Alemania	1.47
	Chile	6.48
	Noruega	0.01
	Estados Unidos	0.02
2001	Perú	320
	Estados Unidos	10.92
	Argentina	9
	Chile	98
	Holanda	0.8
	Suecia	0.01
2002	Perú	875
	España	10.6
	Holanda	0.92

Fuente: Ecuabambú

Elaborado: Autora

## **CAPÍTULO III**

### **PLAN ESTRATÉGICO**

#### **3. 1 DESCRIPCIÓN**

##### **3.1.1 Análisis de la industria:**

La empresa que formaremos es Florproba, que significa: Flores Tropicales Procesadas con Bambú, dedicada a la producción de la misma, como antes hemos analizado en la actualidad las flores tropicales es un nicho pequeño en la industria florícola, con una gran aceptación en los mercados internacionales por su variedad, exótica belleza, colores vivos y variados.

Las flores tropicales se producen en climas cálidos y húmedos, dedicados a la exportación desde los años 90, este sector florícola crece cada día, teniendo un buen ascenso en los últimos años. En la actualidad no existen en la Costa industria que se dediquen al procesamiento de flores porque el clima no lo permite, caso contrario en la sierra pero muy poco conocido.

Se creó esta empresa con el fin de diversificar este producto que son las flores usando estrategias diferenciada, al ser procesadas estas no pierden su viveza y exótica belleza pero tendrá mayor tiempo de disponibilidad estas flores, esto es 9 a 12 meses dependiendo la especie a la que se procese. Se ha previsto la instalación de centros de acopio, luego de haber comprado las flores y el bambú necesitan preservar para la elaboración y producción del mismo.

El producto se llamará Flower Boo que es flores procesadas con bambú, va dirigido al mercado americano, donde ha sido reconocida nuestras flores por su calidad y belleza. Siendo el bambú flexible y resistente le

daremos la forma como lo desee el cliente dando un buen toque final al producto.

Con Flower boo, cubre con las nuevas expectativas de los consumidores que son mas exigentes y pudiendo disfrutar por mas tiempo de este producto, autóctono las flores tropicales y el Bambú del Ecuador, siendo el agrado para todos quienes compren el producto. Lanzar este producto es atender a los pedidos y necesidades de nuestros clientes que gustan de innovación.

### **3.1.2 Localización:**

La ubicación de las instalaciones del proyecto será en el Cantón Pasa de la Provincia del Tungurahua, pero la comercializadora en Guayaquil. Las razones principales para que la planta esté ubicada en esta área serán:

- El clima adecuado para instalar este tipo de infraestructura ya que la fuerza del calor produce incendio por eso tiene que estar en parte fría. Son máquinas de alta temperatura que se necesita para el procesamiento de las flores.
- Disponibilidad de los servicios básicos tales como agua, luz y teléfono que facilita la instalación y ejecución del proyecto.

### **3.1.3 Proveedores:**

Nuestras flores serán compradas al por mayor a las siguientes productoras: Salinocolic, Ecuamagic, Agriexotic. Que nos dan a un precio razonable igualmente con el bambú nuestro proveedor será el Grupo Wong.

### **3.1.4 Concepto del negocio:**

Nuestra empresa se dedicará al proceso de flores y de comercializarla al mercado americano, el cual contaremos con grandes variedad de diseños, o conforme lo requiera el cliente.

Nuestra empresa comprará las flores tropicales que estén certificadas con sello verde de esta forma estamos propiciando a la protección del medio ambiente siendo éste un requisito fundamental en el mercado internacional, además como valor agregado de nuestra industria es el buen proceso de producción el cual seguiremos con las normas que rige este negocio de estar certificados con la ISO 9000, dando así mayor reconocimiento a lo que nosotros estamos haciendo, logrando con nuestro objetivo.

Van a ser uso de la página web donde los clientes potenciales podrán tener acceso a la compra, para que llegue a tiempo y la atención al importador americano tendrá que pedir con 1 mes de anticipación y en para que lo tenga a mano su producto, siendo así el servicio será más funcional y personalizado.

La intención es que el producto y servicio sea de alta calidad, mostrando la diferenciación en el producto por lo que podrá disfrutar mayor tiempo de estas flores y al diseño que requiere.

### **3.1.5 Metas y horizonte en el tiempo**

Las metas que nuestra empresa se ha fijado son:

- Ofrecer diseños innovadores.
- Elevar la productividad para ampliar el mercado internacional.
- Establecer nuevas estrategias en el producto para que se vuelva más interesante y transformador.

- Generar plazas de empleo en los proyectos más próximos al abrir mercado.
- Impulsar al desarrollo de talleres para capacitación constante del personal dedicado a la producción.
- Capacitar constantemente a nuestro personal para mejorar el servicio.
- Conquistar clientes leales que se construyen por un largo plazo, se torna exitoso a medida que los clientes compran por años.
- Cubrir con las exigencias del mercado.

## **3.2 FILOSOFÍA CORPORATIVA**

### **3.2.1 Misión:**

Promover el aumento y competitividad de nuestro producto utilizando tecnología de punta, propiciando el entorno favorable de la producción de flores procesadas ofreciendo un servicio constante, ágil y tenaz para cumplir a tiempo con nuestros clientes que son la razón de ser de nuestro negocio.

### **3.2.2 Visión:**

Para el 2007 estar ubicados el producto en los primeros lugares de importación para los Estados Unidos.

Conquistar con éxito hacia otros mercados internacionales, que Flower Boo será reconocido por su calidad y variedad, optimizando los recursos en el proceso de producción.

Convertirnos en la empresa de mejor desempeño en la producción, comercialización y ventas tanto nacional como internacionalmente.

Contar con otras agencias comercializadoras.



### **3.2.3 Valores:**

- Leales
- Dinámicos
- Constantes en el trabajo
- Cumplir a tiempo
- Respeto
- Honestidad

### **3.2.4 Objetivos:**

**Objetivos Específicos.**- Los principales objetivos que se propone alcanzar esta empresa son:

- Capacitar constantemente a nuestro personal, para que sean competitivos en lo laboral.
- Mejorar la calidad de servicios continuamente para que el cliente se sienta satisfecho.
- Mejorar los rendimientos económicos de la empresa, incrementando utilidades.
- Fomentar el interés de compra en los consumidores, utilizando nuevas estrategias.
- Promocionar asiduamente Flower boo en ferias internacionales, dando así a conocer las mejores flores que existen en el país.

### **3.2.5 Razón de ser de la Empresa**

En el país que cuenta con las mas hermosas flores, la razón de ser son las mismas pero añadiendo valor agregado que van a ser procesadas para mayor tiempo de duración. Ser dinámicos en los diseños de nuestros

productos y agresivos en la forma de dar a conocer a la industria ecuatoriana. Florproba empresa nacional dirigida la exportación hacia el mercado meta los Estados Unidos, cuyos valores es ser leales, dinámicos y sobretodo puntuales con nuestro trabajo porque los clientes son la razón de ser de nuestro negocio.

### **3.3 CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO**

#### **3.3.1 Introducción:**

Para la internacionalización de nuestro producto tardará 6 meses posicionarse en el mercado americano.

#### **3.3.2 Crecimiento:**

En sí la industria florícola como hemos podido analizar durante estos veinte años se ha encontrado en crecimiento, debido a la calidad de flores que producen en el país, gozando de ventajas comparativas por lo que lo hacen acreedor de estas maravillas que son reconocidas en las grandes ferias mundiales.

Al utilizar esta nueva estrategia se seguirá manteniendo en crecimiento porque se seguirán demandando mas de este producto, por lo que gustan los clientes de variedad e innovación.

#### **3.3.3 Madurez:**

Dependerá de la constante innovación que se le dará al producto y de poder tener acceso a otros mercados internacionales, nuestra infraestructura tecnológica nos permita estar globalizados, ser competitivos y obtener productos de alta calidad, esto durará 10 años aproximadamente.

### **3.3.4 Declinación:**

No se puede determinar cuanto exactamente mi mercado va a declinar, por las tradiciones pueden ir cambiando durante el tiempo.

## **3.4 ESTRATEGIAS**

### **3.4.1 Estrategia Comercial:**

La estrategia comercial es muy importante desarrollar para introducirnos exitosamente nuestro producto en el mercado objetivo que es el mercado americano.

Se definirá - basada en la información de un estudio de mercado - la estrategia comercial que se basará en datos secundarios de la compra de flores por Estados Unidos hacia Ecuador y se planificará el cronograma de actividades y el presupuesto para poner en marcha dicha estrategia. Mayor detalle se basa en el Marketing Estratégico.

### **3.4.2 Estrategia de Posicionamiento:**

Estas estrategias están basadas en lo que ofrece este negocio, implementar el procesamiento de flores tropicales con el diseño de bambú, contando con nuestra propia comercializadora que será más ágil la entrega del producto, puntuales y contando con un servicio personalizado.

Nuestros contactos en Miami será Jorge Villarán y Patricio Verdi en (New Jersey) Estados Unidos.

El País será mas reconocido por la variedad e implementación del diseño de estas flores, los cuales los consumidores se vuelven cada vez mas exigentes en cuanto a gustos, calidad y tipos de flores.

Ésta industria debe ser creativa para acaparar mayores mercados, pudiendo desarrollar nuevas especies de flores procesadas.

### **3.4.3 Estrategia de Bajo Costo:**

Para que nuestro producto sea más competitivo se debe implementar la política de cielos abiertos, para competir directamente con Colombia y Costa Rica que son los que producen las flores tropicales a un menor costo y de otros países que están incursionando de flores.

La Dirección de Aviación Civil debe ayudar a satisfacer la demanda en las fechas picos dando mayor apertura a los aviones de carga aérea, especializadas en el transporte y entrega de flores, dado que este producto no necesita de refrigeración el cual dejan las flores tropicales por llevar las rosas que tienen su propio cuarto de refrigeración, siendo una responsabilidad para el exportador que debe cumplir a tiempo con el pedido con la dinámica de ampliar mercado.

Al exportar este producto a un menor costo, somos mas competitivos a ofrecer producto nuevo e innovador, también hay que buscar apoyo por parte del gobierno para que implemente estas políticas.

## **3.5 VARIABLES INCONTROLABLES**

### **3.5.1 Calidad:**

La flor ecuatoriana mantiene un alto estándar de calidad, mantiene la preferencia de los primeros puestos en el mercado internacional.. Para

mantenerse en este nivel los floricultores se han concentrado en dos aspectos fundamentales:

- ✓ Inversión tecnológica, los invernaderos ecuatorianos son comparables a los Franceses o israelíes.
- ✓ Renovación de las plantaciones con nuevas variedades.

### **3.5.2 Sector Financiero:**

Los mayores deudores fueron 115 empresas que pertenecieron al sector florícola y 47 empresas presentaron calificación sub-estandar, con riesgos que sumaron US\$83 millones de dólares (53.83%), lo que denota una baja calidad de los créditos, sobre todo aquellas empresas que registran alto endeudamiento.

En el sector exportador de flores, la concentración de riesgos se ubicó en 17 sujetos de crédito con operaciones que sumaron US\$70 millones de dólares. En las entidades crediticias la concentración fue del 67.20% con riesgo en siete bancos.

El gobierno debe usar estrategias de apoyo con créditos a largo plazo principalmente para los exportadores, incentivando la economía y a la producción.

### **3.5.3 Factores de Riesgo:**

La posible recesión de los Estados Unidos afectó gravemente al sector, por tratarse del principal destino de flores ecuatorianas (72%).

Las flores tropicales, no pueden estar en refrigeración ya que se dañaría el producto. Si lo hacen puede quemarse el producto. A diferencia de la rosa que tiene que ir en cuartos fríos, la flor tropical no puede ir, tiene que viajar totalmente separada, por lo que los aeropuertos prefieren llevar rosas por la cantidad que se envía. Son situaciones que hace que

se quede la flor tropical, y no se puede exportar y quedando mal con los clientes.

### **3.6 FODA DEL SECTOR**

#### **3.6.1 Fortalezas:**

- Nuestras flores son bien cotizadas, reconocidas y codiciada en los mercados internacionales.
- Reconocida por los niveles de calidad.
- Mejora continua de estas actividades florícolas.
- Mejorando la productividad
- Hacer uso eficiente de los recursos.
- Hacer rentable y exitoso este negocio.
- Creatividad e innovar en el mercado de sus productos.
- Mejorar continuamente superando objetivos y niveles.
- Desarrolla estrategias.
- Actualizar tecnología.
- Mayores exigencias de Productividad
- Aprovechar mecanismos internacionales para tener facilidades de acceder a mercados mundiales.
- Tener una cultura empresarial orientada a competir en el mercado internacional.
- Disponibilidad de terrenos aptos para la producción.
- Costo de mano de obra menor que en otros países productores.
- Buena distribución logística de las fincas.
- No sufre cambios bruscos y permiten producir flores en días cálidos, noches frescas y luz solar.

### **3.6.2 Debilidades:**

- Elevada rotación de la mano de obra.
- Parte de los productores no cuenta con planificación operativa.
- La principal debilidad del sector es el alto costo de los fletes aéreos.
- Tarifas eléctricas altas y las demoras en las Aduanas.
- Líneas de créditos cerradas para el sector de la Floricultura
- El consumo per capita de flores mas alto del mundo se encuentra en los países europeos, que son (Suiza, Noruega, Finlandia, Austria, Alemania, Holanda, Italia, Francia, y en Asia, el Japón).
- La distancia sería uno de los obstáculos frente a competidores como Kenia.
- Los agroquímicos son mas caros que en Colombia (15%).
- Altos costos de insumos.
- Red vial de ingreso a las plantaciones en malas condiciones.
- Escasez de información de la variedad que existen.
- Desconocimiento para los exportadores de la actual demanda internacional.
- Falta de apoyo por parte del gobierno.

### **3.6.3 Oportunidades:**

- Existen zonas tropicales y subtropicales.
- Factores climáticos, luminosidad y calidad de los suelos ecuatorianos.
- Gran aceptación del producto por los clientes.
- Ausencia producto líder en el mercado no hay competencia.
- Integración con comercializadores y broker que se encargan de la venta en el exterior.

- Diversificación de la producción para la exportación en (flores de verano y flores tropicales).
- Poca oferta mundial y la demanda está en crecimiento.
- Este producto se enfoca a mercados internacionales.
- Reconocimiento en el mercado por la calidad de flores exportadas.
- Poca fuerza publicitaria de la competencia.
- Gran capacitación técnica para adaptar la tecnología.
- Diversificar con nuevos productos para conquistar mercados internacionales.
- Busca integración vertical entre productores y exportadores.

#### **3.6.4 Amenazas:**

- Política de cielos cerrados para transporte.
- Mayor cantidad de ofertas por lo que reducen el precio.
- Existen productos sustitutos.
- Nuevos participantes en el mercado, a medida que a mayor ofertantes se reduce el precio de venta y se incrementa las exigencia de la calidad del producto.
- Los competidores tradicionales tienen la posibilidad de desarrollar o adquirir tecnología, reduciendo los costos de producción y ampliando beneficios.
- Europa produce las flores tropicales, vendiendo semilla de esta especie y hace promover las ferias internacionales.
- Como producto sustituto en Norteamérica lanzaron la Rosa de la India.
- Tiempo de vida de una planta es de diez años, pero estas son de 5 años o menos y después hay que renovarlas.
- Altas tasas de interés para los créditos.



- Mejora de servicios en los itinerarios aéreos, demandando del Gobierno mejorar este servicio, ya que en las temporadas altas se queda el producto.
- Infraestructura aeroportuaria inadecuada.
- No existe carta de crédito, la negociación es de confianza.
- No requiere refrigeración y se daña dentro de una cadena de frío. Los embarques que no saben manipular pueden deteriorarse muy rápido y dañar el producto.

### **3.7 FODA DEL PRODUCTO**

#### **3.7.1 Fortalezas**

- Ser una de las primeras empresas en dedicarnos a la exportación de flores procesadas.
- Disponibilidad de tecnología.
- Nuevo y atractivo para la decoración.
- Las flores tropicales es un nicho pequeño que actualmente está en crecimiento.
- Ser innovativos en los diseños para captar clientes con nuestros productos.
- Contamos con un producto altamente competitivo, por sus colores, diseños y variedad, va a tener la aceptación de los clientes.
- Buscamos una estrategia diferenciada, de manera que fortalecemos al sector florícola y de cumplir con nuestras metas que es de exportar al mercado americano.
- Contar con un cultivo que tenga sellos de calidad y que sea "Orgánico", para proteger al medio ambiente.

### **3.7.2 Debilidades**

- Alto costo de Transporte Aéreo.
- Aerolíneas existe manejo inadecuado de la carga.
- Infraestructura Aeropuerto, Limitado espacio disponible en Aeropuertos de Quito y Guayaquil.
- Escasez de financiamiento a largo plazo.
- Altas tasas de Interés.

### **3.7.3 Oportunidades:**

- Cuenta con amplias zonas tropicales y subtropicales.
- Poca oferta mundial y la demanda está en crecimiento.
- Podemos ir abriendo otros mercados.
- Un buen producto de cosecha para toda la temporada, tiene alta calidad, existe buen drenaje del suelo.
- Producto se enfoca a mercados internacionales.
- Busca integración vertical, entre productores y exportadores.

### **3.7.4 Amenazas:**

- Ocupa mucho espacio.
- Reducir sus costos y amplían beneficios, los competidores tradicionales.
- Existen productos sustitutos.

## **CAPÍTULO IV**

### **MARKETING ESTRATÉGICO**

#### **4.1 INTRODUCCIÓN**

##### **4.1.1 Antecedentes:**

Florproba, nace con una estrategia diferenciada del producto, dirigido al mercado americano. Somos una organización que se preocupa de las diferentes tendencias del consumidor, con el objetivo de presentar diseños innovadores, elevar su productividad, ofreciendo un servicio constante, ágil y tenaz para cumplir a tiempo con nuestros clientes que son la razón de ser de nuestro negocio.

##### **4.1.2 Ubicación:**

Florproba, es una empresa que adquiere las flores tropicales con la compra a los productores, con altos estándares de calidad. Esta empresa tiene la ubicación en San Miguel de Pasa en la Provincia del Tungurahua, y desde estas serán transportados a la ciudad de Guayaquil para su elaboración final que es el embalaje y listo para ser exportado. Desde la ciudad de Guayaquil nos dedicaremos a la distribución del producto a los mayoristas del mercado americano.

##### **4.1.3 Instalaciones:**

Florproba contando con su propio centro de acopio y procesadora, luego de ser transportado desde la provincia de Tungurahua, contará con una comercializadora en la ciudad de Guayaquil que contará con los mejores equipos de embalaje y transportación.

## **4.2 MARKETING MIX**

### **4.2.1 Diseño del producto :**

- Tener variedad en los colores exóticos, brillantes y únicos.
- Sus diseños vendrán en diversas presentaciones junto con el Bambú el cual puede ser su forma vertical, horizontal, redonda, asimétrica y transversa.
  
- Su tamaño será en diferentes presentaciones:
  - Pequeño ( comprenderá de 5 flores)
  - mediano estándar ( 8 flores)
  - mediano regular ( 12 flores)
  - mediano normal (16 flores)
  - grande (20 flores)
  
- Va ir impregnado el aroma a esencia, añadiendo extractos de las más delicadas fragancias de la naturaleza.
- Flower boo está elaborado con tecnología de punta.
- Contiene una cubierta protectora, con cajas de papel corrugado.
- Ideal para decorar pues su tiempo de duración es de 9 meses a 1 año, dependiendo del clima en que se encuentre.

## EMPRESA: “Florproba”



### 4.3 PRODUCTO

#### 4.3.1 Marca:

La empresa FLORPROBA es la representante oficial y única distribuidora del producto “FLOWER BOO”.

Una buena imagen propia, que la iremos construyendo poco a poco, con este producto exótico y de calidad.

***“Flower Boo”***

### 4.3.2 LOGOTIPO:



### 4.3.3 ATRIBUTOS:

#### **Producto**

Variedad de flores tropicales

Colores

Diferentes formas

Diseños innovadores

Calidad

Aroma

#### **Precio**

El precio por cada flor es de \$3,80. Que lo obtendrá por unidad o por diferenciación de arreglo.

El precio va a variar dependiendo del tamaño y el número de flores que lleve, va a ver diferentes tamaños: pequeño, mediano estándar, mediano regular, mediano y grande.

#### **Descuento**

Ventas al por mayor se hará un descuento del 10%.

#### **Colores**

Anaranjado, verde, amarillo que se caracteriza nuestra empresa y marca.

### **Empaque**

El empaque es de papel corrugado, caja o papel cortado y sostenedor para prevenir algún daño causado por la temperatura y debido a que estos productos son altamente sensibles.

Va a depender del tamaño del producto que forma cada especie.

Flower boo, este producto hay que optimizar los espacios de bodega para fácil apilamiento.

### **Beneficios**

**Racionales:** variedades de flores, número de unidades, calidad, precios, esencias, tamaño.

**Sensoriales:** según el análisis de mercado determinamos los diferentes arreglos florales para complacer a nuestros potenciales compradores.

**Emocionales:** estímulo, mezclas de sentimientos como: amor, ternura, felicidad, confianza, halago, agradecimiento, sorpresa, condolencias.

#### **4.3.4 Posicionamiento:**

- Innovación en el diseño y buena calidad
- Ofrecemos un servicio personalizado
- Producto Apropriado en el lugar apropiado
- Lo mejor se lo lleva el cliente

#### **4.3.5 Slogan:**

El éxito que ganaremos es gracias a ser constantes en nuestro trabajo, pensar siempre que el cliente se merece los mejor en un solo producto. Por eso tenemos el siguiente slogan:

*“ Flower Boo es belleza, por un largo tiempo”*

#### **4.3.6 Distribución:**

Objetivos: La empresa va utilizar material promocional:

- Ventas por internet.
- Ventas por catálogo
- Ventas en las Comercializadoras.

##### **4.3.6.1 Comercializadoras:**

- Al momento contamos con Rodrigo Villarán nuestro broker en Miami y en New Jersey Patricio Verdi, quienes serán nuestros principales contactos para los Estados Unidos. Para luego contar con nuestras propias comercializadoras.
- Introducir y lograr un rápido posicionamiento en el mercado americano. Tener propias comercializadoras en Estados Unidos para dar cobertura el producto e ir incrementando en otros mercados a nivel internacional.
- Página web que sea funcional para la compra a crédito y los pedidos.
- Una agencia comercializadora se encontrará con el tiempo en Miami, cumpliendo con las mismas políticas, normas y leyes que rigen nuestra empresa y de esta forma establecer la competitividad.



- Comercializar directamente será mayor éxito.
- Analizar el mercado por el Internet para ver las estrategias que emplean los mercados de Holanda.

#### **4.3.7 Comunicación:**

Plan de Medios:

- Internet
- Publicity
- Network
- Trípticos

#### **4.3.8 Promoción:**

- Manejo de Base de Datos tener registrados nuestros importadores, brokers, mayoristas del mercado americano.
- Convertir a nuestros clientes regulares en leales para darles a conocer del servicio personalizado que le ofrecemos.
- Contaremos con esta promoción durante el primer año que es:
  - Ofrecer un servicio personalizado
  - Ofertas especiales
  - Promoción en fechas especiales.

#### **4.2.8.1 Ferias:**

En Miami estaremos en la feria de Agriflor en los Estados Unidos tendremos una exitosa presentación para la apertura de nuestro producto hacia esta feria Internacional. Y participaremos en la feria

Hortifair en Holanda. Tendremos asesoría práctica de la razón de ser de nuestro negocio y de la empresa:

- Desarrollar la capacidad de aprovechamiento de las ventajas del comercio internacional para dar a conocer el producto, a través de estas ferias.
- El objetivo de nuestra empresa es darse a conocer en el mercado internacional.
- Ofreceremos servicios de Coordinación, Capacitación y Asesoramiento en la preparación de las flores procesadas.

#### **4.3.9 Plaza:**

- Propios canales de distribución.
- Centros de Acopio.
- Para internacionalizar transporte Aéreo.

#### **4.3.10 Grupo objetivo:**

Arrancar con el interés de ofrecer novedad a los mercados extranjeros. La misma que no existe hasta el momento una empresa que se dedique al proceso de flores con el enmallado de Bambú dirigido al mercado americano de que una manera estratégica responde a los intereses comerciales que ofrece el país, convirtiéndonos en el segundo vendedor de flores en este país, que es el mayor comprador de nuestras flores.

**TARGET** : son personas de nivel socio-económico medio medio alto y alto.

**Geográfico:**

**A nivel Internacional:** Estados Unidos.

**Demográfico:**

**Edad:** 15 años en adelante

**Sexo:** Femenino y Masculino.

**Conductuales:**

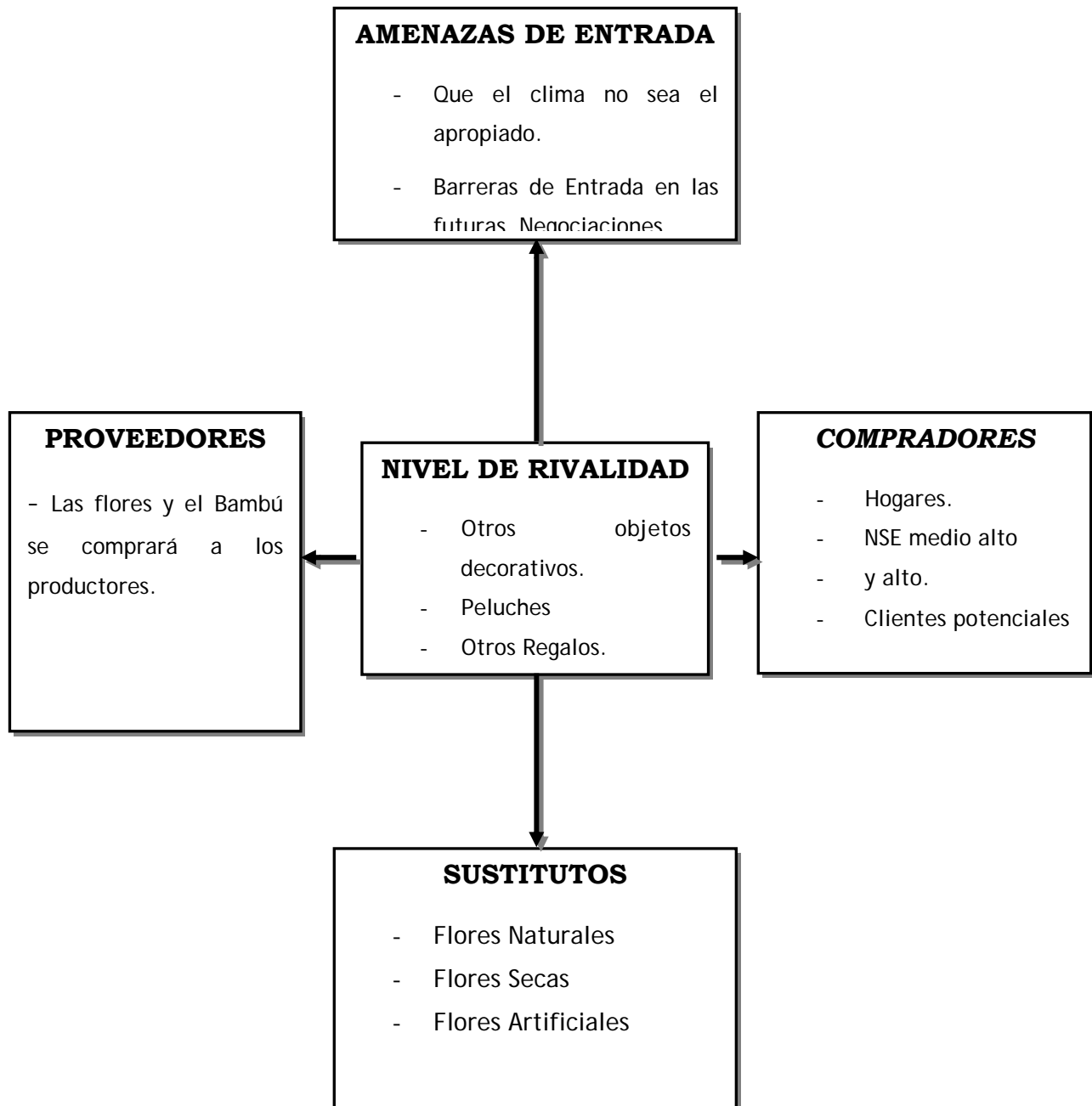
**Ocasión de Compra:** Para decorar, como obsequio.

**Beneficio Pretendido:** Calidad, diseño, innovación y fragancia.

**4.3.11 Competencia**

- Otros adornos decorativos
- Flores Naturales/ Flores secas/ Flores Artificiales
- Chocolates
- Globos
- Peluches
- Diferentes especies de Regalos (Variedad).

### 4.3.12 ANÁLISIS DE PORTER



#### **4.3.12.1 Amenazas de entrada:**

Para la elaboración del producto el clima es un factor principal, no se puede elaborar en un lugar con excesiva calor ya que puede producir incendio y los químicos son inflamables.

En las barreras de Entrada en las Futuras Negociaciones, estamos a la expectativa para nuestros productos ya que en la actualidad entra con cero arancel.

#### **4.3.12.2 Proveedores:**

Nuestros principales proveedores se encuentran en la provincia del Guayas en el cantón Milagro. Contamos con las productoras como: Salinocolic, Ecuamagic, Agriexotic. Que nos dan a un precio razonable igualmente con el bambú nuestro proveedor será el Grupo Wong.

#### **4.3.12.3 Compradores:**

Nuestra empresa va dirigida es a mayoristas, brokers e importadores americanos. El producto al detalle será para todos los hogares de nivel socio económico medio- alto y demás clientes potenciales.

#### **4.3.12.4 Sustitutos:**

Nuestros principales sustitutos serían las plantas. En los hogares americanos gustan de ellas, además las flores naturales, flores artificiales y flores secas.

## **CAPÍTULO 5**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

Nuestro objetivo al hacer el estudio de mercado es basarnos de información secundaria, para ver las últimas estadísticas de compra de flores por los Estados Unidos, donde nuestro producto se va a ofrecer.

#### **5.1 Objetivos:**

- Determinar si el mercado seleccionado por la empresa es el adecuado.
- Conocer los problemas y los riesgos del mercado meta.
- Diagnóstico del Mercado pre-seleccionado y sus factores.
- Proporcionar información de los volúmenes y precios del mercado meta.
- Determinar el potencial del mercado.

#### **5.2 Mercado Internacional:**

El destino de las flores en el mercado internacional es muy variado, aunque el más importante comprador de nuestras flores son los EE.UU que representa el 70% y en los últimos años Rusia con el 12%. En la Unión Europea los países que más se destacan son Holanda 6%, Alemania 2%, Italia 4%, luego Canadá 2 %, entre otros. Las ventas al mercado exterior y nacional alcanza 315 millones de los cuales el 98% corresponden al mercado externo y 2% al mercado interno. Los Estados Unidos es el mercado de las flores ecuatorianas. Esto significa que más del 60% del total de las exportaciones florícolas se destinan a ese país, Ecuador convirtiéndose en el segundo proveedor de este mercado, después de

Colombia, con 46.355,31 toneladas métricas debido a la gran demanda del producto.

### **5.3 Análisis de exportación al Mercado Americano**

En Norteamérica se estima que el 22% de los hogares de ese país compran flores frescas con el consumo per-capita anual del producto florales equivale a \$67, esto se debe al constante aumento del ingreso disponible del comprador norteamericano y de los avances tecnológicos de las cadenas de comercialización, mostrando un crecimiento acelerado en la compra de flores.

Las importaciones por parte de los Estados Unidos representa el 75% del consumo total de flores en ese país. El valor de las flores importadas ha crecido una tasa promedio del 6% anual, esto es que las exportaciones han crecido más rápidamente que el aumento demográfico y del consumo de los productos agrícolas.

Aproximadamente el 80% de las flores frescas son importadas por los Estados Unidos que procede de América Latina siendo el primer proveedor Colombia con el 58% del valor total seguido por Ecuador, México, Costa Rica y Guatemala. Las variedades sobresalen las rosas con el 35%, claveles 15%, crisantemos 12 % y orquídeas 2%.

Llegan 35.000 cajas promedios diarios de flores frescas y en los días previos a san Valentín son de 70.000. En Miami es el principal puerto de Importación de las flores de los cuales existen 130 importadores, unos 1000 mayoristas en todo el país unos 57.000 detallistas especializados (floristas) y más de 60.000 tiendas de cadena que venden flor al detalle. Utilizando la cadena tradicional de producción que es productor-importador-distribuidor mayorista-detallista.

Hay una tendencia creciente a la integración vertical por lo que muchos importadores son también distribuidores y muchas cadenas detallistas tienen su propio distribuidor exclusivo.

El comercio electrónico tiene mucho auge como la compañía flowergrower.com en Miami donde pone a los detallistas de Estados Unidos en contacto con los productores de otros países incluyendo Ecuador dando las herramientas necesarias para que los detallistas puedan comprar directamente a los productores asegurando el pago respectivo. Los productores pueden colocar información sobre los productos disponibles de acuerdo a las fechas específicas y los detallistas pueden ordenar directamente.

#### **5.4 Descripción de los estados unidos**

Los Estados Unidos tiene una población de 281 millones de habitantes, por su extensión es el cuarto en el planeta su economía ocupa el primer lugar de producción mundial, la cual es la generadora de las riquezas y de los productos mundiales, teniendo la más poderosa, diversa y avanzada en tecnología a nivel mundial, teniendo sus principios bien en claro de la libre empresa y de la competencia.

El sistema capitalista ha favorecido a este país, que también es dotado por sus recursos naturales, desarrollando sus actividades productivas, alcanzando su nivel de mecanización y calificación técnica en los diferentes sectores económicos.

Estas industrias y tecnologías se renuevan constantemente gracias a la existencia de una enorme masa de capital acumulado, controlando en gran medida los mercados internacionales de bienes de producción y consumo. Estados Unidos es el principal país comercial del mundo.



## **5.5 Mercado meta**

Nuestro mercado meta es los Estados Unidos pues nos ofrece la ventaja de cero arancel.

## **5.6 Características del mercado:**

1. El Ecuador es el segundo proveedor de este país, llegando a ofertar el 16% del mercado de flores.
2. El 22% de los hogares americanos compran flores con regularidad. Representando el 75% del consumo de flores en ese país.
3. A pesar de los precios altos, nos prefieren por la calidad de nuestras flores y variedad.
4. Todas las especies de flores se venden durante todo el año en su mayoría.
5. Las flores tropicales como: las orquídeas, los anturios y las heliconias, forman un nicho de mercado en crecimiento, las que son distribuidas por importadores especializados. Las ventas de flores mejoran considerablemente en la época como San Valentín, Día de las Madres, Día de todos los Santos y Navidad.
6. A los consumidores le gusta la variedad de colores y las combinaciones, por lo que hace difícil de predecir la tendencia de sus gustos.

## **5.7 Descripción de los Clientes**

En el negocio de flores procesadas los clientes serán más sensibles al precio. Siendo nuestro target los de nivel socio-económico medio y alto ya que no es de un precio accesible para cualquier nivel social. Pueden adquirir el producto es a partir de los 15 años en adelante.

## **5.8 Tamaño de Mercado**

Nuestro mercado objetivo es el mercado americano donde ha tenido mayor acogida las flores y son reconocidas por su calidad. Del 16% es lo que representa nuestra actual demanda de flores solamente captaremos el 1%. Ya que semanalmente se exporta 120.000 flores tropicales, captando solamente el 12,5% para la transformación de la flor, que es 15.000 flores.

Las personas que no accedan a este producto son personas que no les gusta o porque es de mayor costo. Existe un gran mercado potencial que podemos explotar.

## **5.9 Participación de Mercado**

Captar alrededor del 1% del mercado actual que gustan de las flores y luego expandirnos a nuevos estados, de esta forma siendo reconocida la marca para posesionarse en la mente de los consumidores.

## **5.10 Selección del mercado meta**

El mercado meta de nuestro negocio será el mercado americano. Nuestro segmento de mercado es para hombres y mujeres mayores de 15 años, target de nivel socioeconómico medio, medio alto y alto, los cuales estarán redispuestos a comprar este producto por el tiempo de durabilidad, proporcionándole innovación en el diseño.

**PAÍS DE ORIGEN:** Ecuador

**PAÍSES DE DESTINO:** Estados Unidos

La actual demanda de los Estados Unidos en la compra de flores es el 16%. La población total de Estados Unidos es de 281 millones de habitantes del 16% es igual 44'960.000.

## **CAPÍTULO VI**

### **COMERCIO EXTERIOR**

#### **6.1 ALCA (ÁREA DE LIBRE COMERCIO DE LAS AMÉRICAS)**

El ALCA permite consolidar a nivel continental un solo bloque liderado por país de mayor desarrollo, promovida en este caso por Estados Unidos de Norteamérica desde 1967, tomando la iniciativa en 1990 con el presidente Bush.

Su principal objetivo es formar una zona de libre comercio en todo el continente americano y favorezca la eliminación progresiva de las barreras comerciales y de inversión en la región, que le permita al país liderar un bloque con éxito, en la lucha de los mercados a la Unión Europea y a los países de la Vertiente Asiática. El ALCA se establecerá a más tardar en este año 2005. Pero las características finales se determinarán mediante las negociaciones de los Ministros responsables del comercio de los treinta y cuatro países participantes.

El 11 de diciembre de 1994 se decide crear el ALCA, definida en el Artículo XXIV del Acuerdo, representa mercado formado por 34 países miembros de la con excepción de Cuba. Entre los países participantes tenemos: Antigua y Barbuda, Argentina, Bahamas, Barbados, Belice, Bolivia, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Costa Rica, Dominicana, Ecuador, El Salvador, Estados Unidos, Grenada, Guatemala, Guyana, Haití, Honduras, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Santa Lucía, Surinam, Trinidad y Tobago, Uruguay, Venezuela.

Su dimensión está en términos de mercados representando con 789 millones de potenciales consumidores 1/3 del pib mundial que alcanza los USD \$ 10.3 trillones, esto es más del 20% del comercio global.

Para el Ecuador estos países negociadores representa el 65% de las exportaciones, siendo nuestro principal mercado los Estados Unidos que a continuación presentamos:

- EEUU 41.2
- Colombia 5.0
- Chile 4.2
- Panamá 3.9
- Perú 3.7
- Argentina 1.5
- México 1.1
- Venezuela 0.8

En los Estados Unidos representa el 51,7% de los flujos de la Inversión extranjera directa al país durante 1990-2000, CAN (1,1%); Canadá (12,2%), dándose que la inversión extranjera directa no petrolera entre 1990-1998 se originó principalmente en Estados Unidos (21%). Ya que el comercio con los Estados Unidos es muy marcado, la balanza comercial ha sido favorable para el Ecuador, excepto en 1998 cuando la caída de las exportaciones fue enorme y las importaciones fueron la mejor cifra de la década.

Esta organizado el ALCA por el comité de Negociaciones Comerciales (CNC) para cada grupo de Negociación a nivel de Ministros de Comercio.

Según las Estructuras de las Negociaciones : Existen 9 grupos:

- Acceso a Mercados
- Inversiones
- Servicios
- Compras al sector público
- Solución de Controversias
- Agricultura
- Propiedad Intelectual
- Subsidios
- Anti-dumping
- Derechos Compensatorios
- Políticas de Competencia

Uno de los principales grupos tenemos:

**Grupo de Negociación de Agricultura del ALCA (GNAG)** es responsable de la negociación de las medidas tarifarias y no tarifarias para productos agrícolas, subsidios agrícolas y otras prácticas comerciales distorsionantes que afectan los productos agrícolas en el hemisferio y de las medidas sanitarias y fitosanitarias que rigen a los países para las exportaciones.

La negociación agrícola se concentra en los bienes definidos del Acuerdo de Agricultura de la OMC, teniendo presente que las medidas sanitarias y fitosanitarias también se aplican a bienes.

### **6.1.1 OPORTUNIDADES :**

Para el Ecuador y Latinoamérica, el ALCA representa el interés de completar esfuerzos realizados por esquemas nacionales de apertura con el logro de una nueva relación económica. A través del libre Comercio las oportunidades es de mejorar la calidad de vida de los habitantes de todo el continente americano. Existiendo un contexto de estrategias económicas, basadas en la inserción internacional y en la competitividad.

El ALCA es un nuevo ciclo de las relaciones hemisféricas no se limita a lo comercial sino que trasciende la búsqueda de nuevos mercados e inversiones.

Tendiendo a los países a ser más competitivos a nivel internacional, ha esforzarse y que sus productos prevalezcan en las negociaciones de exportación, siendo así un compromiso irreversible frente a la tendencia global. Generando Recursos para robustecer con las exigencias de la dolarización.

En el Ecuador con el ALCA ganaríamos mercados, siendo reconocidos más nuestros productos a nivel internacional y como consumidores tenemos mas variedad en elegir productos de calidad aumentando de esta forma el intercambio y eliminando obstáculos al comercio siendo eficiente la asignación de recursos, teniendo un marco jurídico estable en los procedimientos y transparentes, promoviendo de esta forma la inversión y el acceso a nuevas tecnologías.

### **6.1.2 DEBILIDADES:**

El ALCA es una negociación de comercio sustentable equitativo, pero con las experiencias que ha pasado con el TLCAN que no respetó los derechos de los mexicanos y teniendo impactos negativos sobre el mismo, podría también ocurrir ahora al implementarse este proceso.

La gran interrogante de los países latinoamericanos el ALCA nos puede favorecer o afectar esta zona de libre comercio en la que coexisten grandes potencias así como también distintos niveles de desarrollo ya que existen diferencias en los factores externos de producción: infraestructura - crédito y diferencias en el desarrollo relativo de los mercados.

La mayoría de los ciudadanos ganan, pero algún sector puede perder en el corto plazo, existiendo ajustes en los sectores. Ya que un buen negociador debe reconocer un tratamiento diferenciado en todos los campos, empezando la consolidación de sistemas arancelarios. La agricultura es una de las áreas mas difíciles de enfrentar, porque requieren solución multilateral, ya que los Estados Unidos ha demostrado muy poco interés en reducir estas protecciones bajo la forma de precios garantizados, subsidios, cuotas de importación, elevados aranceles o derechos compensatorios y anti-dumping.

## **6.2 TLC (TRATADO DE LIBRE COMERCIO)**

El Tratado de Libre Comercio (TLC), es un acuerdo mediante el cual dos o más países establecen reglas y normas para el libre intercambio de productos, servicios e inversiones. Es un solo mercado interior que garantiza una mejor inserción en la economía nacional, mayor oferta de precios competitivos, nuevas opciones de ahorro e inversión y mayores oportunidades de empleo. Fue suscrito el 17 de diciembre de 1992, por Canadá, Estados Unidos y México.

Siendo sus principales objetivos: el de ampliar mercados, generar trabajo, eliminar el pago de aranceles (impuestos) a la importación de productos, promover el crecimiento económico desarrollado y sostenido por los países miembros, creando un mercado mas extenso y seguro para los bienes y servicios producidos en sus territorios, garantizar los derechos de personas o empresas a invertir en el país socio, establecer disposiciones que regulen el comercio de servicios, asegurar el cumplimiento de los derechos y obligaciones negociadas, estableciendo un mecanismo de solución rápida a problemas que surjan en el comercio de productos, servicios o en inversiones, promover condiciones para una competencia justa, atender a los derechos del GATT y de otros instrumentos, aumentar las oportunidades de inversión, conservar el medio ambiente, proteger los derechos de la propiedad intelectual.

Sus mecanismos es especialmente eliminar obstáculos al comercio, desgravando muchos productos en forma inmediata, fijar condiciones de intercambio para casi los 9000 productos negociados, asignar tratamientos especiales a los productos agrícolas, automotriz, energía textil y de servicios, establecer cláusulas sobre inversiones de un país a otro y garantías para la misma, solución a conflictos laborales, sistema de vigilancia de normas ambientales.



Está contenido en 22 capítulos que contienen 8 partes: comercio de bienes, normalización, compras del sector público, inversión y servicios, propiedad intelectual, solución de controversias y disposiciones finales. El marco LEGAL es bastante preciso y definitorio.

El GATT fija principios que rigen el comercio mundial, basándose en la no discriminación, es un trato equivalente entre productos nacionales e importados y que trata en el TLC.

El Ecuador está suscrito al GATT desde 1994, Organización Mundial de Comercio (OMC), de la cual Ecuador es miembro desde 1996. A partir de ese momento el Ecuador accede a derechos en el comercio mundial que debe profundizar mediante acuerdos o esquemas de integración económica como en la CAN, el MERCOSUR y la ALADI.

Actualmente, varios países del mundo han suscrito Tratados de Libre Comercio. Los ejemplos más relevantes para el Ecuador son los acordados entre Chile y Estados Unidos y, recientemente, el denominado CAFTA, firmado por los países centroamericanos con la nación norteamericana.

Desde el 18 de noviembre del 2003, el representante comercial de los Estados Unidos, Robert Zoellick, anunció y notificó al Congreso de ese país, la decisión de negociar un Tratado de Libre Comercio con Ecuador, Colombia y Perú.

### **6.2.1 OPORTUNIDADES:**

La negociación de tratados de libre comercio es una tendencia mundial que busca ampliar el comercio internacional y la integración económica de los pueblos. Estableciendo disposiciones legales que regulen las áreas relacionadas con el comercio.

Incrementando las oportunidades de inversión nacional e internacional.

Permitirá crear plazas de trabajo, para combatir la pobreza y evitar la migración. Así mejorando el comercio internacional del país promoviendo las exportaciones.

Se beneficiarán los productos ecuatorianos que tendrán fácil acceso al mercado de los Estados Unidos.

Captará capitales externos para los sectores productivos.

Promueve las nuevas fuentes de transferencia de tecnología para el país, que permitirá la importación de insumos y materias primas de mejor calidad para la industria y a menores costos siendo mas competitivos.

Mejorará la calidad de los productos de exportación, aprovechando ventajas competitivas.

Los consumidores en el TLC se beneficiarán de la variedad y de la mejor calidad en los productos y servicios, en la reducción de precios de productos importados.

Los productores se benefician porque serían más competitivos, viéndose obligados a desarrollar productos de alta calidad teniendo mayor demanda en el mercado, siendo el mercado potencial de 280 millones de personas.

### **6.2.2 DEBILIDADES:**

Actualmente el país no está preparado para este proceso de negociación, posteriormente tendrá que mejorar en la tecnología de producción y los estándares de calidad, dándole valor agregado a los productos y de esta manera ser eficientes y productivos. Si no mejoramos que nuestros productos sean competitivos sólo seremos compradores y no exportadores.

El Gobierno no ha ofrecido mecanismos para mejorar la infraestructura y los servicios básicos de (luz, agua y educación). Sino se estructuran buenas prácticas agrícolas, semillas y variedades mejoradas disponibilidad de créditos, alta tecnología difícilmente seremos competitivos. Hay que ser urgentes en las transformaciones institucionales y estructurales a la sociedad ecuatoriana para asumir compromisos, dan a nuestro país la oportunidad de enfrentar retos de la globalización, disminuyendo debilidades y riesgos. Los agricultores son quienes merecen una mejor información es que el sector productor agrícola ecuatoriana necesita mayor atención de los entes gubernamentales, capacitación básica para que sus productos sean competitivos.

Las Canastas de Negociación entre los plazos de desgravación propuestos por Estados Unidos son A: desgravación inmediata, B hasta cinco años, C hasta diez años, D más de diez años y en la C se encuentran las flores. Norteamérica no consideró en su propuesta a los rubros que ya tienen cero arancel "Flores" y los colocó a diez años y más de desgravación.

Los Estados Unidos mantienen una posición dura sobre los temas agrícolas ya que los Andinos han propuesto una franja de Precios y los Estados Unidos ha propuesto un sistema diferente para neutralizar los subsidios que brinda a sus productores. La negociación del TLC está sujeta a presiones de empresas de Estados Unidos exigiendo mucho y ofreciendo poco.

### **6.3 CERTIFICADOS PARA LA EXPORTACIÓN DE FLORES PROCESADAS:**

Existen varios documentos necesarios para la exportación de flores procesadas, como son los certificados de calidad "sello verde", certificado de origen y certificado de medidas sanitaria fitosanitarios a continuación detallamos que significa cada uno:

### **6.3.1 CERTIFICADO DE ORIGEN**

Es uno de los más importantes cuando es necesario demostrar conformidad de arreglos o acuerdos preferenciales firmados entre los países con los cuales se comercializa, en este caso el mercado norteamericano.

Este documento garantiza el origen de la mercancía, describiendo el lugar de origen, el número de cajas, dirección del vendedor en este caso el exportador y el lugar donde se destina (importador), el medio de transporte y país de origen. Exigidos por los países por los derechos preferenciales que existen según convenios bilaterales. Siendo un documento que certifica que la mercancía es producida o fabricada en el país del exportador.

Muy necesario cuando del régimen de Zona de libre comercio. Cumpliéndose con las leyes de exención de tributos a la importación, de los cuales presenta el certificado de origen para que se cumpla lo establecido en la ley en este caso la exención de impuestos, que es válido cuyas firmas son reconocidas por las autoridades de países firmantes de convenios o de acuerdos de origen, con los cuales se realiza el intercambio comercial al que se refiere dicho certificado.

Estas mercancías que son objeto de intercambio son las beneficiadas de los tratamientos de los pactos preferenciales. Esta declaración es expedida por el exportador, certificada en todos los casos de una repartición oficial o entidad gremial con personalidad jurídica habilitada por el gobierno del país exportador.

Los certificados de origen emitidos para los fines del régimen de desgravación arancelaria tienen un plazo de validez de 180 días, contado desde la fecha de certificación por la institución o entidad autorizada de los países exportados.

El país donde llega la mercadería (Estados Unidos) no podrá detener el trámite de importar el producto porque está amparado con el certificado, pero puede solicitar información adicional a las autoridades gubernamentales del país que exporta (Ecuador), adoptar las medidas que le sean necesarias para garantizar el interés fiscal. Los exportadores de la pequeña industria han tenido que solicitar a la Cámara respectiva que se envíe las autorizaciones, los nombres, cédulas de identidad, cargos de ellos, y demás documentos legales para que el importador pueda retirar la mercadería sin problema.

En el país las entidades habilitadas para expedir los certificados de origen son: El Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad.

### **6.3.2 CERTIFICADO DE CALIDAD**

Los consumidores extranjeros, sobre todo las empresas comercializadoras intermediarias de cualquier tipo de producto o servicio, inquietan que sus vendedores, que estos productos tengan certificados de calidad y complementariamente que éstas empresas están certificadas de acuerdo con las normas ISO 9000.

Toda empresa grande o pequeña que interviene en el comercio internacional y en los mercados locales, está consciente de los certificados de calidad de sus productos ( o de sus servicios), esto es el crecimiento de los negocios.

Para lograr una calidad de excelencia, se requiere que en los mercados internacionales, se atienda preciso al consumidor, entender los procesos que logran la satisfacción del consumidor (mediante los productos) y promover en las empresas un sistema de mejoras continuas.

La normalización o estandarización de la manufactura mediante un sistema organizado y debidamente documentado, provee las bases para un programa consistente de gestión de la calidad.

Las normas ISO 9000 proporcionan la mejor ayuda para las empresas, puedan establecer su sistema de Calidad, cuyo reconocimiento constituye su mejor carta de presentación frente a cliente exigentes de Calidad en un mundo muy competitivo de ofertas.

Un sistema de Calidad se refiere a todas las actividades que la organización o empresa debe realizar a fin de lograr satisfacer las expectativas de calidad de sus clientes.

Como es el caso de las flores tropicales procesadas es necesario contar con el certificado de Sellos Verdes para garantizar nuestro producto a nivel internacional que se cumplen con los estándares de calidad.

### **6.3.3 SELLOS VERDES**

Los sellos verdes son otorgados por organismos internacionales como es el caso del sello verde alemán y que son exigidos en los mercados americano y europeo para la venta.

En el Ecuador desde hace algunos años existe el denominado Flower Label Program (FLP), este sello garantiza el sello del consumidor de la flor que esta ha sido producido al hombre y para proteger al medio ambiental.

Flower Label Program son los controles de las plantaciones realizadas por las sociedades de control independiente, esta organización es acreditada por la Unión Europea y controlado por el estado Alemán encargado por una comisión independiente en Alemania, compuestas por científicos reconocidos.

Este programa de certificación toma en cuenta desde los aspectos humanos como el ambiental. Esta forma de calificar, es considerada primordial desde la importancia del criterio de personas vinculadas a la producción de las flores tropicales.

#### **6.3.4 CERTIFICADO FITOSANITARIO**

Los Certificados fitosanitarios sirven para exportar productos agrícolas en este caso las flores procesadas o en cualquiera de sus formas, se extiende a través del Servicio Ecuatoriano de Sanidad Agropecuaria - SESA-MAG.

Esto es una forma de asegurar que las medidas fitosanitarias no sean aplicadas en una forma que constituiría una discriminación arbitraria o injustificable entre países o una restricción disfrazada al comercio internacional, esto hay que prevenir prácticas comerciales proteccionistas y facilitar el comercio.

Estas medidas son aplicadas para lograr el nivel apropiado de protección de la vida para la salud humana, animal, y de plantas; están basadas en principios científicos, y no serán mantenidas sin suficiente evidencia científica.

Se desarrollan estándares internacionales, guías y recomendaciones en los cuerpos externos como La Convención Internacional de protección de plantas. Los Estados Unidos buscan acuerdos para realizar actividades como intercambio de información en áreas de investigación, así como el intercambio de asistencia técnica en el área sanitaria y fitosanitaria.

### **6.3.5 CERTIFICADO ISO 14000**

Esta certificación es del Sistema de Gestión Ambiental, siendo una norma medioambiental, reconocida internacionalmente por las naciones comerciales y de comercio que regulan las organizaciones del GATT y la Organización del Comercio Mundial. Es reconocida bajo tratados internacionales.

El objetivo es identificar los "aspectos" medioambientales y continuamente trabajar para minimizar efectos negativos de funcionamiento. Ésta es la llave a ISO 14001--un sistema de dirección que asegura la organización entera está envuelto en mejora incesante. El sistema debe tener una estructura que fuerza mejora, y puede demostrarlo.

Esta norma es un conjunto de documentos de gestión ambiental, que afecta a la gestión de una organización en las responsabilidades ambientales a tratar asuntos que involucran el medio que les rodea. Mejorando beneficios económicos y del ambiente, teniendo credibilidad su producto.

Esta auditoría asegura el mantenimiento y el correcto funcionamiento del sistema ambiental, tanto interna como externa.



## **6.4 REQUISITOS Y TRÁMITES PARA EXPORTAR**

### **6.4.1 Procedimientos para Exportación**

Una vez que el exportador ya tiene seleccionado el producto para la exportación. La exportación está enmarcada dentro según la ley se conoce como Régimen Aduanero Común o Especial.

Este Régimen Aduanero Común, cuando las mercancías nacionales se envían al exterior y no regresan. Estas se las conoce como Exportaciones generales y bajo la Ley se las define como Exportaciones a consumo.

En este caso se necesitará para envíos de ferias u otros eventos que la ley la determina como Exportación Temporal con Reimportación en el mismo estado, se va al exterior y dentro de un plazo determinado que no es mayor a un año regresa al país, si no han vendido o han sufrido algún tipo de transformación.

#### **6.4.1.1 EXPORTACIÓN A CONSUMO:**

Se sigue los siguientes pasos:

- 1.- Estar calificado como exportador mediante la tarjeta o formulario de identificación, que lo otorga cualquier banco corresponsal del Banco Central del Ecuador.
- 2.- Registrar los precios ante un notario para las cartas de crédito o por pedido del importador extranjero.
- 3.- Elaborar la factura comercial.
- 4.- Llenar y hacer aprobar el FUE (Formulario Único de Exportación).

- 5.- Conocimiento de embarque: marítimo, aéreo o terrestre.
- 6.- Presentar el certificado de origen debidamente legalizado, en el cual se indica que las mercancías son elaboradas en el país.
- 7.- Debe de tener otros documentos según sea el caso hacia donde se destina la exportación. Además están las facturas consulares, parking list, licencias, trámites, autorizaciones previas, tasas, contribuciones. Todos los documentos requeridos deben estar listo antes de embarcar.

#### **6.4.1.2 EXPORTACIÓN TEMPORAL:**

Esto es exportación temporal con Reimportación en el mismo estado y condición:

- 1.- Calificarse como exportador
- 2.- Elaborar la factura comercial, con indicación de productos, precios, cantidades, condiciones, direcciones y partida arancelaria.
- 3.- Llenar el FUE y hacerlo aprobar en un banco corresponsal.
- 4.- Presentar a la CAE, una garantía específica aduanera por el 1% del valor en Aduana, siendo si la mercancía es superior a diez mil dólares de Estados Unidos.
- 5.- Una vez aprobado el FUE se puede realizar el embarque y obtener corte de guía, puede ser aéreo, conocimiento de embarque marítimo o carta de porte internacional.

### **6.4.1.3 FUE (Formulario Único de Exportación):**

Documento oficial que deben realizar los exportadores en la actualidad para declarar las exportaciones ecuatorianas hacia el exterior.

Citamos las regulaciones oficiales:

- Declaración de Exportación y Visto Bueno. Cualquier persona natural o jurídica puede realizar exportaciones, previo al cumplimiento de las disposiciones legales y las normas operativas que constan en el reglamento de Comercio Exterior.
- Los exportadores deben declarar al Banco Central todas las exportaciones en el Formulario único de Exportación antes del aforo o del embarque de la mercancía. Debe ser presentado ante el banco o sociedades financieras corresponsales del Banco Central. El incumplimiento por parte de los exportadores, es la falta de compromiso o autorizaciones previas de la Ley Orgánica de Aduana. Ya verificado los requisitos , los bancos corresponsales del Banco Central concederán el visto bueno para la declaración de exportación.

### **6.4.1.4 SERVICIOS DE CORRESPONSALIA**

El Banco Central ha facultado que las instituciones bancarias previa a su calificación realicen labores de corresponsalía como son:

- Entrega de tarjetas de identificación
- Registro de Nuevos Exportadores.
- Venta de formularios.
- Asesoramiento para exportar.
- Concesión o anulación de Vistos Buenos.
- Justificación de divisas.

#### **6.4.1.5 TARJETA DE REGISTRO E IDENTIFICACIÓN DE EXPROTADOR**

Es emitido por el Banco Central y se establece como la Tarjeta de Identificación de Importador - Exportador, otorga cualquiera de los bancos corresponsales. Esta es una tarjeta sencilla y puede ser llenada fácilmente y se requiere: nombre o razón social, dirección y teléfonos. Nombre del representante legal, cédula de ciudadanía y teléfonos.

#### **6.4.1.6 VERIFICACIÓN PREVIA A LA CONCESIÓN DEL VISTO BUENO:**

Antes de aprobar un fue, los bancos corresponsales deben de realizar las siguientes operaciones:

- Verificación de la identidad del exportador.
- Consultar en el sistema automatizado si el exportador se encuentra habilitado para operar. Esto es sino tiene cerrado el despacho.
- Consultar en el sistema , la subpartida declarada para constatar que la descripción comercial en la mercancía detallada en el FUE y en la factura comercial sea la correcta.
- Verificar que las casillas del Fue sean llenadas correctamente.

#### **6.4.1.7 NO CONCEDE VISTO BUENO EL BANCO CORRESPONSAL:**

- Por inconformidad en el número del RUC, cédula de ciudadanía o catastro.
- Exportador tenga cerrado el despacho.
- No coincide la subpartida arancelaria en el Fue y en la Factura.
- Si la mercancía esta prohibida de exportar.
- No constan en el Fue las autorizaciones previas.

- Las firmas de las autorizaciones previas no corresponden a los funcionarios competentes.
- La cantidad declarada exceda el saldo de la cuota establecida de la subpartida.
- El exportador ha consignado en el Fue precios inferiores a los mínimos referenciales.
- El exportador no adjunte el Fue y la factura comercial.
- El fue no ha sido llenado correctamente.

#### **6.4.1.8 TRAMITES PARA EXPORTAR**

- Obtención del visto bueno del formulario único de exportación en los bancos corresponsales
- Presentar la declaración de exportación en el Departamento de Comercio Exterior del Banco corresponsal adjuntando la factura comercial numerada en original y 5 copias.
- El formulario único de exportación con el Régimen 40 que es la Exportación a Consumo, la orden de embarque tiene un plazo de 45 días, si no se le cobra multa.
- Régimen 15 que es la autorización de embarque.
- El DAU, que debe estar certificado y firmado.
- Guía Aérea.
- Factura comercial (4 copias), si existen diferencias entre el valor declarado y el valor exportado, se deberá presentar una nueva factura en original y cuatro copias para liquidación.

#### **6.4.1.9 FORMAS DE PAGO:**

**6.4.1.9.1 PREPAGO:** Enviar los productos cuando le hayan prepago. Como es el caso de las flores, siendo apetecidos en el mercado externo, vendiendo a los empresarios que les prepagan.

**6.4.1.9.2 GIRO A LA VISTA:** Embarca y espera que el comprador extranjero haya quedado satisfecho con las mercancías y efectúe el pago posteriormente. Pagan con cheque , que le depositen a la cuenta o que hagan una transferencia.

**6.4.1.9.3 GIRO A PLAZOS:** Lo realiza con crédito a 60, 90 ó 120 días.

**6.4.1.9.4 CARTA DE CRÉDITO:** Para cualquier crédito documentario internacional. A través de un banco corresponsal situado en el país del beneficiario, obrando en sí la entidad financiera.

**6.4.1.9.5 SEGURO DE CRÉDITO A LA EXPORTACIÓN:** Vende con seguro de crédito a la exportación. Despachamos la mercancía y junto de la misma se envía los documentos las letras o facturas. Cuando el exportador extranjero firma la letra tiene la seguridad de pago. El seguro cancela un valor entre 70 y 90% del total de la factura dependiendo los casos.

## **6.4.2 LOS PROCEDIMIENTOS DE IMPORTACIÓN EN USA**

Los bienes importados a USA son objeto de una entrada libre, conforme a su clasificación bajo los artículos del Sistema Aduanero que son:

Ad Valorem rate: Es el tipo de arancel más usado y corresponde a un porcentaje del valor de la mercadería.

Specific rate: Es un monto específico a pagar por unidad o peso o por otra cantidad. Por ejemplo, 3,6 centavos de dólar por docena.

Compound rate: Es una combinación de los dos anteriores.

Pueden obtenerse las publicaciones de la Dirección de Aduanas del Departamento del Tesoro de los Estados Unidos (U.S Treasury Department Bureau of Customs). Dirigido a Superintendent of Documents U.S Government Printing Office , Washington D.C ( Estados Unidos de América).

### **FEDERAL REGISTER:**

(Boletín Oficial) publica las órdenes del Poder Ejecutivo y las declaraciones y anuncios presidenciales sobre las normas y reglamentos importantes del Estado.

### **TARIFF SCHEDULE OF THE UNITED STATES**

#### **(Annotated):**

(Arancel de los Estados Unidos), este es un documento técnico para la clasificación de las mercancías importadas a los efectos de determinar los derechos y con fines estadísticos.

### **CUSTOMS REGULATIONS OF THE UNITED STATES:**

(Reglamento Aduanero de los Estados Unidos) Publica los reglamentos de aplicación de las leyes aduaneras, de navegación y sobre todo de cuestiones que corren a cargo de la Dirección de Aduanas.

### **CUSTOMS BULLETIN:**

(Boletín de Aduanas) Publica las modificaciones recientes introducidas en el Reglamento Aduanero, los fallos del Tribunal Aduanero de los Estados Unidos.

### **EXPORTING TO THE UNITED STATES:**

(La exportación hacia los Estados Unidos). Folleto destinado a los que proyectan exportar a los Estados Unidos. Describe el funcionamiento y la

aplicación del Régimen Arancelario de Estados Unidos en algunos aspectos concretos. Da una idea de las barreras no arancelarias.

### **CUSTOM HOUSE GUIDE :**

Datos sobre embalajes, marcas, certificados sanitarios, marcas comerciales, etiquetas y otros certificados especiales, las prescripciones en período de cuarentena y un apéndice formado por el texto de las leyes correspondientes.

### **SERVICIO DE ADUANAS DE LOS EEUU:**

El U.S. Custom Service o Servicio de Aduanas de los EEUU es una agencia del U.S. Department of Treasury responsable de la valoración y recaudación de los impuestos de aduanas y del control de empresas, personas y artículos que entren o salgan de los EEUU.

Está organizado en siete regiones geográficas divididas en 44 distritos con puertos de entrada en cada distrito. Las aduanas se aseguran del cumplimiento de la Tariff Act de 1930 (reformada posteriormente) que operan en el ámbito del comercio internacional.

Los países andinos cuentan con una especialista que puede ayudar en cualquier inquietud referente a este departamento.

### **6.4.3 DOCUMENTACION Y ENTRADA DE LA MERCANCIA A EE.UU:**

Los documentos requeridos por el servicio de aduanas son los siguientes: (tienen que estar en Inglés)

- Formulario de entrada de aduanas.
- Presentación de la factura. (La mercancía sólo puede ser introducida por el propietario, comprador o broker con licencia.)
- Factura comercial.
- Lista de productos.



- Otros documentos necesarios entre estos son los certificados de origen, certificado sanitario, y otros para determinar la admisibilidad de la mercancía.

#### **6.4.4 DESPACHO DE ADUANAS**

- Las facturas tengan toda la información que debe ser presentada en una lista de mercancías.
- Numerar cada paquete de tal forma que pueda ser identificada por las marcas y números que aparecen en las facturas.
- La factura debe tener una descripción detallada de cada clase de productos contenidos en cada paquete individual.
- Marcar los productos de manera legible y visible con el nombre del país de origen. El Servicio de Aduanas detendrá aquellos cargamentos que no incluyan la mención del país de origen.
- Seguir las instrucciones del cliente en los EEUU relativas a los requisitos de las facturas, empaquetado y marcado de la mercancía, etiquetado, etc.
- Establecer razonables procedimientos de seguridad de las mercancías y durante el transporte. No dar a los narcotraficantes la oportunidad de introducir narcóticos entre la mercancía.

## **CAPÍTULO VII**

### **ASPECTOS TÉCNICOS**

#### **7.1 ESTUDIO TÉCNICO**

Esto comprende la valorización económica de todas las variables técnicas que comprende el proyecto. Se basa en el estudio de mercado internacional como el de la producción.

Para este proceso productivo óptimo se necesitan de equipos y maquinarias de producción que detallaremos mas adelante. En el procesado de flores se necesita de cinco fases de producción, como antes lo hemos mencionados: Deshidratador, Secador, Procesador, Botar Calor y Enjuague. Que son la utilización óptima y eficaz para llevar a cabo la transformación de las flores. Permite conocer el índice de productividad de cada operario que saca el máximo provecho frente al tiempo estándar de trabajo.

El cálculo de los costos de operación, mano de obra, insumos, materia prima, se obtiene en el estudio financiero que se detallará mas adelante.

#### **7.2 TAMAÑO Y PRODUCCIÓN**

El tamaño va estar representando por la capacidad de producción que se operará en la planta, determinándose por cinco factores que son: Deshidratador, secador, procesador, Botar Calor y Enjuague. Todos estos departamentos se necesitan para los procesos de las flores.

La planta se ubicará en San Miguel de Pasa en la provincia del Tungurahua, su terreno será de 400 m<sup>2</sup>, que se alquilará mensualmente distribuirá los departamentos destinados a la producción.

Por lo que en la ciudad de Guayaquil se encontrarán la comercializadora que se manejarán los pedidos para la producción.

ALQUILER	Unidad de Medidas	Cantidad	Costo Unitario	Total Mensual	Total Anual
Planta (40 x 10)	m <sup>2</sup>	400	8	3200	38400
Oficina (Comercializadora)	m <sup>2</sup>	100	10	1000	12000
<b>TOTAL</b>				<b>4200</b>	<b>50400</b>

Elaborado: Autora

### **7.3 CAPACIDAD**

Para medir el nivel de productividad podemos contar con adecuada combinación y tecnología, materiales y mano de obra, para que estos sean utilizados eficientemente buscando la optimizar recursos y minimizar tiempo.

Estará distribuidas en 2 fases: la primera que se dedicará de podar la planta, librar de fertilizantes, prepara a la planta para el proceso de transformación cuando sea ya adquirida de los proveedores, como también al bambú. Para esta fase de producción contaremos con 20 obreros, que ellos también darán el toque final al producto, lo que respecta a la decoración.

En la segunda fase estarán: 10 obreros para el proceso de producción de las maquinarias, para cada una dependerá de dos operarios para el producto en proceso y otro que se encarga del producto terminado. El proceso de transformación requiere.

### **7.3.1 TIEMPO NOMINAL:**

El período de trabajo será de cinco días a la semana en jornada de ocho horas a la semana. La capacidad nominal o instalada de la planta será de 320 horas al mes.

$$8 \text{ horas} * 5 \text{ días} * 4 \text{ semanas} * 2 = 320 \text{ horas/ mes.}$$

### **7.3.2 TIEMPO IMPRODUCTIVO:**

Las hora improductivas son: Retraso de producción (10 horas), no haber llegado el producto a tiempo (2 horas), falla eléctrica (10 horas)

$$\text{Horas improductivas} = 10+2+10 = 22 \text{ horas}$$

$$\text{TIEMPO PRODUCTIVO} = \text{TIEMPO NOMINAL} - \text{TIEMPO IMPRODUCTIVO}$$

$$298 \text{ horas} = 320 \text{ horas} - 22 \text{ horas}$$

Para medir la productividad existen dos factores:

**7.3.3 EFICIENCIA:** Es el índice de comportamiento frente a un estándar establecido. Para nuestro caso el tiempo estándar será dos los dos procesos de producción. Las unidades producidas en el mes serán de 60000 éstas se las divide para 20 que son el número de días trabajados en el mes que es igual a 3000. Y la hora que se demora para cada máquina es de 5 minutos.

Nuestra eficiencia Entonces tenemos:

$$\text{Eficiencia} = \frac{\text{Tiempo estándar} * \text{Unidades producidas}}{\text{Horas Productivas}}$$

$$\text{Eficiencia} = \frac{(5/60) * (3000)}{298}$$

$$\text{Eficiencia} = 83,89 \%$$

**7.3.4 UTILIZACIÓN.-** es el índice o grado con el que se aprovechan los recursos.

$$\text{Utilización} = \frac{\text{Tiempos Productivas}}{\text{Tiempo Nominal}}$$

$$\text{Utilización} = \frac{298}{320}$$

$$\text{Utilización} = 93,12\%$$

El nivel de productividad es:

$$\text{PRODUCTIVIDAD} = \text{EFICIENCIA} \times \text{UTILIZACIÓN}$$

$$78,11 \% = 83,89 \% \times 93,12\%$$

Está trabaja a un nivel de Productividad del 78,11%.

## **CAPÍTULO VIII**

### **IMPACTOS ECONÓMICOS Y AMBIENTALES DEL PROYECTO**

#### **8.1 ASPECTOS GENERALES**

##### **8.1.1 Beneficios para el País:**

- En los últimos años las flores han logrado convertirse en el quinto producto principal de exportación del Ecuador (después del banano, camarón, productos del mar), esto es un ascenso en los últimos 15 años.
- Es el primer generador de divisas en exportaciones en productos no tradicionales, siendo el principal producto agrícola, esto ha logrado que en el mercado internacional se postule como uno de los principales rubros de exportación de la cadena florícola. Ventas de US\$ 3200 millones por año.
- Es el cuarto Exportador de flores en el mundo, después de Holanda, Colombia, Israel y Kenya. En los Estados Unidos es el segundo en exportar después de Colombia.
- En el país ha prestado mucha importancia adherirse a los factores tecnológicos propicios y de infraestructura que aseguran una larga permanencia de la industria florícola en el contexto mundial.
- El negocio florícola cuenta con 4.200 has de flores que a un promedio de 11 trabajadores por cada hectárea, genera actualmente 40.500 plazas de trabajo que representa una Ocupación Directa e indirecta 70.000. Beneficiándose por cada empleo, cuatro miembros de personas, este impacto favorece 500 mil personas, sin contar los de empleos indirectos como industrias relacionadas a plásticos, agroquímicos, transporte. Representada de la siguiente forma 60% son mujeres 40% son hombres.

- Existen aproximadamente 400 empresas en el negocio.
- El proyecto tiene una participación en la generación de divisas por el monto de \$2280.000 para el año 2005. Esto se logra si la producción se vende menos el 16% que son las 50000 flores.
- Genera alrededor de 45 empleos fijos con un total de sueldos anuales de \$187.560 incluyendo beneficios sociales y comisiones. Esto indica las ventajas que trae el proyecto para el país.

## **8.2 ASPECTOS AMBIENTALES**

### **8.2.1 Impactos al Proyecto :**

La evaluación del impacto ambiental es muy importante porque busca reducir los riesgos que causa a los seres vivientes y buscan una armonía con el medio ambiente.

El procedimiento para el proceso de las flores trae impacto económico y sobre el Medio Ambiente. Dado los esfuerzos hacia la mitigación o reconversión de los impactos negativos que ocasionan pueden convertirse en positivos.

Los desechos que se obtendrá de las flores se convertirán en productos reprocesados posteriormente cumplido el lapso de un año. Para transformarse luego en producto elaborado. Los químicos en sí que se utilizan son degradables al ambiente, pero se contarán con técnicos que medirán el impacto que estos tengan, para así prevenir enfermedades que pueden ocasionar a los obreros. Aunque que ellos se encontrarán bien protegidos para prevenir cualquier enfermedad, utilizando trajes especiales de prevención. Contaremos con auditores ambientales que puedan mitigar los problemas existentes.

Los químicos en sí son altamente contaminantes del medio, pero pueden ser transformadas en agentes favorables para la Agricultura, como

fertilizantes, reduciendo el consumo de los mismos, y que degradan los suelos.

El mejoramiento de la calidad y los componentes líquidos y sólidos tienen una solución simple cuando son tratados con normalidad por lo que puede reducir el impacto negativo que este ocasiona.

En sí la explotación indiscriminada de los recursos y la explotación indebida del mismo conlleva a cambios sustanciales en la atmósfera, los suelos, las aguas, entre plantas y animales. Como este ocasiona el calentamiento global de la atmósfera; debido a la emisión de gases (dióxido de carbono, metano, óxido nitroso y cloro- fluoro - carbono) que producen el efecto invernadero; la creciente contaminación del agua y los suelos por los vertidos y descargas de residuos industriales y agrícolas; agotamiento de la cubierta forestal, y la degradación de los suelos en los hábitat agrícolas y naturales, incluyendo la erosión, produce con el tiempo, la pérdida de la capacidad productiva del suelo, entre otros.



## CAPÍTULO IX

### **EVALUACIÓN DEL PROYECTO**

#### **9.1 ESTADOS FINANCIEROS**

##### **9.1.1 Inversión Inicial:**

Para nuestro proyecto es importante y de gran importancia realizar el análisis financiero, para poder aprovechar a buen medida las potencialidades que ofrece nuestro producto, a que tasa de rentabilidad, en cuantos años recupero la inversión inicial, que permitirá demostrar la factibilidad del mismo.

Comprende este proyecto de activos fijos y de capital de operación:

##### **9.1.2 Activos Fijos:**

Estos activos fijos comprenden, parte utilizada en la comercializadora como en la planta de producción. El cual se adquiere maquinarias para la producción, muebles de oficina, equipos de oficina, equipos de computación y vehículos

#### **MAQUINARIAS**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Deshidratador	1	\$ 22.000	\$ 22.000
Secador	1	\$ 22.000	\$ 22.000
Procesador	1	\$ 22.000	\$ 22.000
Botar el Calor	1	\$ 22.000	\$ 22.000
Enjuage	1	\$ 22.000	\$ 22.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 110.000</b>

**MUEBLES DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escritorio	6	\$ 150	\$ 900
Sillas	6	\$ 80	\$ 480
Archivadores	3	\$ 80	\$ 240
Extintores	2	\$ 20	\$ 40
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.660</b>

**EQUIPOS DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Teléfono	4	\$ 30	\$ 120
Teléfono celular	1	\$ 250	\$ 250
Fax	3	\$ 200	\$ 600
Sumadoras	2	\$ 50	\$ 100
Aire acondicionado	1	\$ 380	\$ 380
Máquina eléctrica	1	\$ 250	\$ 250
Registradora	1	\$ 490	\$ 490
Balanza de 200 kilos	1	\$ 690	\$ 690
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.880</b>

**EQUIPOS DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadoras Pentium IV	4	\$ 1.200	\$ 4.800
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 4.800</b>

**VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Carro (Furgon - Chevrolet)	2	\$ 25.000	\$ 50.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 50.000</b>

Elaborado: Autora

### 9.1.3 Activos Diferidos

Activos diferidos generan a lo largo del tiempo, este rubro comprende lo que es instalación de Planta y comercializadora, Constitución de la Empresa, Evaluación del Impacto Ambiental.

ACTIVO DIFERIDO	
Descripción	Valor US\$
Instalación de la Planta y Comercializadora	10.000
Constitución de la Empresa	400
Evaluación de Impacto Ambiental	1.500
<b>Total</b>	<b><u>11.900</u></b>

Elaborado: Autora

### 9.1.4 Capital de Operación:

Son los que se va a utilizar para la inversión en el primer mes:

Capital de Operación ( 1 mes)	
Gastos Constantes	14.560
Mano de Obra Directa	11.580
Mano de Obra Indirecta	4.050
Materia Prima	137.044
Material Indirecto (combustible)	<u>1.791</u>
<b>Total Capital de Operación</b>	<b>169.025</b>

Elaborado Autora

### 9.1.5 Capital de Trabajo

El capital de trabajo es la parte fundamental del proyecto durante su desarrollo que comprende la parte administrativa, el costo de mano de obra directa, como el de mano de obra indirecta.

#### COSTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA

CARGO	# de Puestos	Sueldo	Total Mensual	Total Anual
Administrador	1	1.000	1.000	12.000
Recepcionista de Pedidos	1	350	350	4.200
Contadora	1	400	400	4.800
Secretarias	2	350	700	8.400
Guardias	3	320	960	11.520
Despachadores	2	320	640	7.680
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>		<b>4.050</b>	<b>48.600</b>

#### COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

CARGO	# de Puestos	Sueldo	Total Mensual	Total Anual
Supervisor	1	700	700	8.400
Bodeguero	2	320	640	7.680
Decorador - Operador de hornos	10	320	3.200	38.400
Obrero	20	320	6.400	76.800
Chofer	2	320	640	7.680
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>		<b>11.580</b>	<b>138.960</b>

Elaborado: Autora

### 9.1.6 Fuentes de Financiamiento

Nuestra inversión requiere de \$350.265 para que se lleve a cabo el proyecto, como las maquinarias y demás activos fijos nos dan a un plazo máximo de tres meses, lo más se cubrirá con capital propio que es de \$250.000 .

Solicitando la forma para endeudarnos para cubrir la inversión lo que se refiere al capital de trabajo que se contará con la ayuda de la Corporación Financiera Nacional (CFN) siendo su plazo para cuatro años, el pago de interés serán anuales al 9,32%, ese es el crédito otorgado para el sector floricultor.

#### Financiamiento

Monto	50.000	Número de pagos	1
Interés	9,32%	Fecha de inicio	03-Abr-05
Períodos	4	Días de cobro	Anual
Gracia	0	Moneda	dólares

PERÍODO	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	CAPITAL AMORTIZADO	CAPITAL
03-Abr-05					50000
03-Abr-06	15.542	4660	10882	10882	39118
03-Abr-07	15.542	3646	11896	22778	27222
03-Abr-08	15.542	2537	13005	35783	14217
03-Abr-09	15.542	1325	14217	50000	0

Elaborado: Autora

## 9.1.7 Estructura de Costos

### MATERIA PRIMA

MATERIA PRIMA					
MATERIALES	UNIDAD	PRECIO	CANTIDAD	Costo Mensual	Costo
				60.000 flores	
Alcaloide	250 litros	2.800	3	8.400	100.800
Agua Oxigenada	250 litros	750	3	2.250	27.000
Alcohol					
Industrial	250 litros	338	3	1.014	12.168
Formol	250 litros	2.250	3	6.750	81.000
Parafina Líquida	250 litros	1.250	3	3.750	45.000
Cloro en Pepa	1 quintal	100	3	300	3.600
	2000				
Alambre	arreglos	30	12.000	180	2.160
	72				
Oasis	bloques	30	12.000	5.000	60.000
Silicone en					
Barra	Barras	0,20	12.000	2.400	28.800
Bases de Bambú		1	12.000	12.000	144.000
Colorantes	quintal	1.400	5	7.000	84.000
Dorado	quintal	6.000	1	6.000	72.000
Esencia	125 litros	2.000	1	2.000	24.000
Flores					
Tropicales		0,40	200.000	80.000	960.000
<b>TOTAL</b>				<b>137.044</b>	<b>1.644.528</b>

Elaborado : Autora

### 9.1.8 Combustible:

Contaremos con dos Furgones: El uno se encargará de llevar la carga a la provincia del Tungurahua. El otro vehículo se encargará de adquirir el producto de las flores en la provincia del Guayas.

	Precio	Costo (ida/ vuelta)	Cantidad	Costo Mensual	Costo Anual
COMBUSTIBLE	1,48	60	1	1.776	21.312
	1,48	10	1	15	178
<b>TOTAL</b>				<b>1.791</b>	<b>21.490</b>

Elaborado: Autora

### 9.1.9 Gastos Constantes:

Son todos los costos de producción que se consideran como parte del objeto de costos. Se detalla en el (Anexo 1.3.1) y son los siguientes:

Cargo	Anual
Suministros de Oficina	1.200
Gastos de Publicidad	24.000
Servicios Básicos	32.640
Alimentación del Personal	21.600
Costos de Fabricación	44.880
Alquiler	50.400
<b>TOTAL</b>	<b>174.720</b>

Elaborado: Autora

### 9.1.10 Depreciación

Los activos que se deprecian son objetos físicos que conservan su tamaño y su forma pero que eventualmente se desgastan o se tornan obsoletos.

La depreciación que se utiliza es lineal.

#### DEPRECIACIÓN MUEBLES DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL	VALOR DE SALVAMENTO	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DESCRIPCIÓN ANUAL
Escritorio	900	90	6,75	81,00
Sillas	480	48	3,60	43,20
Archivadores	240	24	1,80	21,60
Extintores	40	4	0,30	3,60
<b>TOTAL</b>			<b>12,45</b>	<b>\$ 149</b>

#### DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE OFICINA

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL	VALOR DE SALVAMENTO	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DESCRIPCIÓN ANUAL
Teléfono	120	12	1	11
Teléfono celular	250	25	2	23
Fax	600	60	5	54
Sumadoras	100	10	1	9
Aire acondicionado	380	38	3	34
Máquina eléctrica	250	25	2	23
Registradora	490	49	4	44
Balanza de 200 kl	690	69	5	62
<b>TOTAL:</b>			<b>22</b>	<b>\$ 259</b>

#### DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL	VALOR DE SALVAMENTO	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DESCRIPCIÓN ANUAL
Computadoras				
Pentium IV	4800	960	64	768
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 768</b>

#### DEPRECIACIÓN DE VEHÍCULO

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL	VALOR DE SALVAMENTO	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DESCRIPCIÓN ANUAL
Carro (Furgon - Chevrolet)	50000	10000	666,67	8000
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 8.000</b>



### DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIAS

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL	VALOR DE SALVAMENTO	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DESCRIPCIÓN ANUAL
Deshidratador	22.000	2.200	330	3.960
Secador	22.000	2.200	330	3.960
Procesador	22.000	2.200	330	3.960
Botar el Calor	22.000	2.200	330	3.960
Enjuague	22.000	2.200	330	3.960
TOTAL			1.650	\$ 19.800

Elaborado: Autora

#### 9.1.11 Costos fijos:

Son aquellos en los que el costo fijo total permanece constante dentro de un rango relevante de producción. Ver (Anexo 1.4)

#### 9.1.12 Costos Variables:

Son los costos que cambian en proporción directa a los cambios en el volumen, o producción dentro de un rango, en tanto que el costo unitario permanece constante. Ver (Anexo 1.4)

#### COSTOS FIJOS

Gastos Constantes

Mano de obra indirecta

Depreciación:

Depreciación de Maquinarias

Depreciación de Muebles de Oficina

Depreciación de Equipos de Oficina

Depreciación de Equipos de Computación

Depreciación de Vehículos

#### COSTOS VARIABLES

Mano de Obra Directa

Materia Prima

Combustible

Elaborado: Autora

### **9.1.13 Punto de Equilibrio:**

Es el vértice donde se ajustan los ingresos con los gastos totales, esto donde no tengo ni pérdidas, ni ganancias.

En nuestro caso nuestro el punto de equilibrio es de \$ 196.772 durante el año. Esto es que cubre mi producción desde el segundo mes en el año. Estamos considerando que producimos 60000 flores y que vendemos \$50.000, optando un escenario pesimista a un precio de \$3,80.

Ver (Anexo 1.4) que se relaciona con el (Anexo 1.5).

### **9.1.14 Determinación del Precio de Venta**

El precio es lo más importante dentro de una estrategia comercial, para poder determinar el ingreso del proyecto. Determinados también por variables como el comportamiento sustitutos o de la competencia, pero primero basándonos en nuestros costos.

Para poder considerar el precio, debemos de obtener el precio unitario que se consideran sobre los costos fijos y variables que se encuentran en el (Anexo 1.4).

Como se pueden dar cuenta que nuestro costo unitario es de \$2,70.

El precio que vamos a considerar es un precio justificable, basándonos en los productos sustitutos que ofertan en los mercados internacionales.

De esta forma el precio que se ofrecerá es de \$3,80, ganando un porcentaje del 40.74%.

## **9.2 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO**

### **9.2.1 Estado de Pérdidas y Ganancias**

Se producirán 60.000 flores procesadas durante el mes. Por lo que tiene proyectado vender son 50.000 flores a un precio de \$ 3,80 ver (Anexo 1.6). Siendo nuestra inversión para el primer mes de \$350.265 ver (Anexo 1.7), obteniendo una utilidad neta de \$ 171.727 (Anexo 1.9), descontando los gastos financieros, la participación de los empleados, el impuesto a la renta. Demostrándose nuestro flujo de caja de \$226.516 para el primer año.

### **9.2.2 Flujo de Caja:**

Los Ingresos Operacionales comprenden los ingresos por ventas que son de 2'280.000, ver (Anexo 1.9).

Los Egresos Operacionales se encuentran el costo de la materia prima, mano de obra directa, mano de obra indirecta, gastos constantes, material indirecto., ver (Anexo 1.9).

Los Egresos Operacionales comprenden: pago de intereses, amortización, participación de utilidades a empleados, pago de impuesto a la renta, activos diferidos y capital de trabajo.

El flujo de Caja se va incrementando positivamente, esto es aproximado 32,75%.

### 9.2.3 Balance General :

Los Activos Circulantes comprenden Efectivo, Cuentas por cobrar. El valor del Efectivo corresponde al saldo final del flujo de caja de cada año que como observamos ver (Anexo 1.11) van aumentando progresivamente y permiten cubrir los gastos para el siguiente año.

Esta empresa adoptó la política de que las Cuentas por Cobrar representan el 40% de las ventas del mes anterior. Ya que nuestra estrategia de venta es del 60% en efectivo, y 40% a crédito.

Los Activos Fijos reflejan los valores de las inversiones que se van a realizar, el detalle de cada rubro se lo puede observar en el (Anexo 1.10).

Los Pasivos reflejan el crédito adquirido por la empresa y está compuesto por los Pasivos Circulantes que comprende la porción corriente de deuda a largo plazo: \$ 15542 para la adquisición de deuda de \$50.000, que tenemos que pagar anualmente. Comprende el impuesto a la renta y la participación de los empleados.

El Patrimonio comprende el Capital que es de \$200.000 propios que contamos, ya que el resto lo pagaremos en período de gracia. La utilidad del ejercicio se va incrementando.

### 9.2.4 Tasa de Descuento :

Tenemos que conocer nuestra tasa de descuento o el costo promedio ponderado de capital, que mide la tasa de retorno de la inversión. Se calcula la tasa de capital propio es:

$$R_e = R_F + \beta (R_m - R_f)$$

$R_e$  = Tasa de capital propio

$R_f$  = Tasa libre de riesgo

$R_m$  = Tasa de mercado

La tasa de rentabilidad del mercado del sector floricultor es del 20% , la tasa libre de riesgo es del 5% y el beta del sector floricultor es 1.2 . La tasa es de:

$$r_e = 0.05 + 1.2 (0.20 - 0.05 )$$

$$r_e = 23 \%$$

Procedemos a calcular la tasas de descuento :

Donde: 
$$K_o = K_d (1 - t) \frac{D}{V} + k_e \frac{P}{V}$$

D = monto de la deuda

T = tasas de deuda

P = patrimonio

V = valor de la empresa en el mercado

$K_o$  = costo ponderado capital;

$K_e$  = costo de capital propio

$K_d$  = costo del préstamo

$$K_e = 0.0932 (1 - 0.14) \frac{50.000}{350.625} + 0.23 \frac{(200.000)}{350.625}$$

$$K_e = 0.01142 + 0.13111$$

$$K_e = 14,23 \%$$

La Tasa de descuento debe ser de 14,23 %.

### **9.2.5 Tasa Interna de Retorno (TIR)**

La tasa interna de retorno (TIR) que mide la rentabilidad como un porcentaje. Esta tasa iguala el valor equivalente a un flujo de entrada de los ingresos y ahorros que equivale a los flujos salientes de egresos, y costo de inversión.

Esta tasa se compara con la tasa de descuento de la empresa ya evaluada que es de 14, 23 % , con apalancamiento. Esto es que nuestra TIR es aceptable ya que es del 61% mayor a la tasa de descuento. Ver (Anexo 1.9)

### **9.2.6 Valor Actual Neto:**

Este método es el más preciso para evaluar proyectos. Midiendo la rentabilidad del proyecto en valores monetarios, después de haber recuperado toda la inversión. Se evalúa con la tasa de descuento que es de 14, 23 %.

Nuestro VAN, en términos monetarios es de \$344.782 (Anexo 1.9).

### **9.2.7 Análisis de Sensibilidad :**

Es importante medir el análisis de sensibilidad ya que radica el hecho los parámetros a considerarse en el proyecto, que pueden tener efectos en la medición de los resultados.

Mide el efecto que tienen las variaciones sobre la rentabilidad en los pronósticos de las variables. En este caso consideramos el de las ventas que suceden si las ventas disminuyen un 10%, sobre los 50.000 que se encuentran considerando a pesar que se procesan 60.000 flores.

En este caso consideramos que si disminuye el 10% mis utilidades no se ven afectadas ya que es de \$171.000 y si lo comparamos con mi punto

de equilibrio es de \$ 169.772. Pero si disminuyen el 25% si afecta a las utilidades.

Ventas	-50%	-25%	-10%	0%
Anual	1.140.000	1.710.000	2.052.000	2.280.000
Mensual	95.000	142.500	171.000	190.000

### **9.2.8 Índices de Rentabilidad :**

Las medidas de rentabilidad interesan principalmente a los socios patrimoniales se las obtiene del estado de resultados, de la inversión y de las ventas. Ver (Anexo 1.12)

El índice sobre la inversión total para el primer año es de 49, 03 %, y para las ventas es de 7, 53%. Esto es las ventas para cada año incrementan 0,04%.

## CONCLUSIONES

- En el estudio financiero del proyecto de las flores procesadas, se obtuvo el 61% del TIR, por lo que se puede medir que este negocio es altamente riesgoso pero que también es rentable. En dos años se tiene recuperada la inversión total en el proyecto.
- La producción de las flores tropicales es una actividad nueva que se ha ido incrementado en el sector exportador, siendo uno de los pocos países que tiene la oportunidad de producir, ya que son de alta calidad, variedad y colores que satisface a las diferentes demandas que existen en el mercado, pero que carece de la información técnica en el cultivo, que son puntos que se pueden mejorar aprovechando una mecanización aceptable, y de tal forma reducir los tiempos operacionales de cultivo para obtener en el menor tiempo la producción de estas flores.
- En la actualidad el negocio de las flores procesadas es un mercado virgen poco conocido a nivel nacional e internacional y las ventajas que éstas brindan al cliente ya que conforme cambian los mercados, el consumidor se vuelve mas exigente y actuando de manera diferente. Ofrecer estas flores procesadas es generar valor agregado a la producción, logrando mayor eficiencia y productividad que conlleva a un mayor incremento en las exportaciones que genera fuentes de trabajo, el cual permite aprovechar las ventajas potenciales del país.
- La evolución del comercio globalizado es de real importancia para la comercialización en el país que no puede quedarse atrás, siendo una exigencia de los mercados globales en la actualidad que exigen un mayor desempeño y de responder a las exigencias de mayor variedad y calidad en los productos que responde a una sociedad económica globalizada, por lo visto que los mercados ecuatorianos deben de estar acorde y ser mas competitivos y



eficientes. Siendo el TLC el centro de las negociaciones para ser más eficientes y por ende responder a las exigencias de los mercados internacionales. En la actualidad la mayor parte de la producción y de exportación se concentra en productos primarios de escaso valor agregado, las cuales sufren deterioro constante en la economía mundial. Esta es la dinámica que exige los mercados globalizados que los bienes transados sean de mayor valor agregado y con una tecnología de punta como de calidad.

- Una de las razones principales que hemos considerado los Estados Unidos, que es un mercado que ha reconocido la calidad de los productos que se ofrecen desde el Ecuador. Siendo uno de los más importantes socios comerciales, también por la cercanía física que es más barato el flete para la compra de las flores procesadas. Esto es una ventaja comercial en las actividades del Comercio Exterior.
- Uno de los mayores problemas que presenta el sector floricultor es la falta de confianza crediticia y los elevados niveles de apalancamiento. A nivel internacional existe escasa información de las flores tropicales que se ofertan en el país.

## **RECOMENDACIONES**

- Una de las mayores deficiencias que restan competitividad en las flores tropicales es las escasas infraestructuras de almacenamientos en los transportes aéreos, ya que no facilita la exportación; ya que el producto no llega a tiempo por no existir el espacio suficiente para su transportación, por lo que se debería de mejorar el servicio en las aerolíneas.
- El estado debe tomar medidas para abaratar los costos aéreos implementando políticas de cielos abiertos, porque de esta forma está restando competitividad al sector exportador, que está orientada a competir en el mercado internacional.
- Una de las medidas que favorecerían al sector floricultor es que el Gobierno debe desgravar la implantación de químicos y fertilizantes, establecer mecanismos de mejoras en la infraestructura, en los servicios básicos, disponibilidad de créditos, si esto no mejoramos difícilmente seremos competitivos, restando la oportunidad de enfrentar retos de la globalización.
- Mejorar las promociones de información a nivel internacional de las flores tropicales, a través de los gremios del sector floricultor para mejorar perspectivas de crecimiento en las exportaciones, ya que una vez de conocer y aprovechar estos mecanismos tenemos mayores facilidades de acceder a los mercados mundiales.
- En la actualidad hay que ser propuestas realistas que estén a nuestro alcance para poder ejecutarlas gradualmente aprovechando las potencialidades de nuestro entorno, como tenemos en el país para producir y promover internacionalmente lo que poseemos, basándonos siempre a donde queremos llegar a partir de potencialidades actuales y futuras.

## **BIBLIOGRAFÍA:**

- Proyecto Promocional de Producción de Flores y follajes tropicales para exportación (CFN- Gerencia de Promoción de Inversiones y Proyectos, Octubre 1996).
- Ing. Luis Peralta dedicado al estudio de las flores tropicales.
- Estudio de Factibilidad .- Cultivo de Flores Tropicales para exportación (Sr. Arturo Kayser Nickels, Marzo 1995)
- Revistas Ekos: Flores Tropicales un negocio seductor, 1996, Peñaherrera y Alcívar.
- Terminología del Comercio Internacional siglo XXI.(Luis Luna Osorio).
- Marketing Estratégico de (Jean - Jacques Lambin).
- Estructura básica de la Contabilidad de Costos.
- Lo que se debe conocer para exportar "Exportar es el Reto" Ing. Raúl Estrada, Ing. Patricio Estrada.
- Administración Financiera de (Emerity - Finnerty).
- REVISTAS del agro: Flores tropicales, un sector que promete mucho. 05/03/2001.
- Revistas del agro: Ecuador : quince años produciendo la mejores flores del mundo 05/03/2003.
- Revistas del agro: Editorial las Heliconeas
- Revistas del agro: Pulicultivo de flores tropicales.
- Revistas del agro: La flor del Ecuador
- Revistas del agro: año 2003 - 2004.
- Muebles en Bambú de Manual de Construcción de Virginia Camiol Umaña.
- Bambú su cultivo y aplicación en la Construcción, producción de papel, arquitectura, Ingeniería y artesanía Arq. Oscar Hidalgo.
- Bambúes exóticos - Colombia Ximena Londoño.
- Una alternativa sostenible La Guadua Edgar Geraldo Aureliano.
- The bamboos a fresh Perspective 1966.

- Bambú su cultivo, aplicaciones, fabricación de papel, construcción, arquitectura, ingeniería.

#### Páginas de Internet:

- [www.expoflores.com](http://www.expoflores.com)
- [www.amingay.org](http://www.amingay.org)
- [www.sica.gov.ec](http://www.sica.gov.ec)
- [www.undp.org](http://www.undp.org)
- [www.corpei.org](http://www.corpei.org)
- [www.bce.fin.ec](http://www.bce.fin.ec)
- [www.inbar.org.sg](http://www.inbar.org.sg)
- [www.americanbamboo.org](http://www.americanbamboo.org)
- [www.bambooweb/bambooslides](http://www.bambooweb/bambooslides)
- [www.bambus.de](http://www.bambus.de)
- [www.bambu.org.au/iba/](http://www.bambu.org.au/iba/)

#### Entidades:

- Ministerio de Agricultura y Ganadería
- Expoflores.
- Corporación Andina de Fomento: CAF.
- Corporación de Promoción de Exportaciones e Importaciones.
- Ecuabambú - INBAR.

**ANEXOS DE**

**ESTADOS**

**FINANCIEROS**

**TABLA 1.1 : ACTIVOS FIJOS  
MUEBLES DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Escritorio	6	\$ 150	\$ 900
Sillas	6	\$ 80	\$ 480
Archivadores	3	\$ 80	\$ 240
Extintores	2	\$ 20	\$ 40
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1.660</b>

**DEPRECIACIÓN MUEBLES DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL	VALOR DE SALVAMENTO	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DESCRIPCIÓN ANUAL
Escritorio	900	90	6,75	81,00
Sillas	480	48	3,60	43,20
Archivadores	240	24	1,80	21,60
Extintores	40	4	0,30	3,60
<b>TOTAL</b>			<b>12,45</b>	<b>\$ 149</b>

**EQUIPOS DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Teléfono	4	\$ 30	\$ 120
Teléfono celular	1	\$ 250	\$ 250
Fax	3	\$ 200	\$ 600
Sumadoras	2	\$ 50	\$ 100
Aire acondicionado	1	\$ 380	\$ 380
Máquina eléctrica	1	\$ 250	\$ 250
Registradora	1	\$ 490	\$ 490
Balanza de 200 kilos	1	\$ 690	\$ 690
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2.880</b>

**DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE OFICINA**

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL	VALOR DE SALVAMENTO	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DESCRIPCIÓN ANUAL
Teléfono	120	12	1	11
Teléfono celular	250	25	2	23
Fax	600	60	5	54
Sumadoras	100	10	1	9
Aire acondicionado	380	38	3	34
Máquina eléctrica	250	25	2	23
Registradora	490	49	4	44
Balanza de 200 kilos	690	69	5	62
<b>TOTAL:</b>			<b>22</b>	<b>\$ 259</b>

**EQUIPOS DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadoras Pentium IV	4	\$ 1.200	\$ 4.800
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 4.800</b>

**DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN**

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL	VALOR DE SALVAMENTO	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DESCRIPCIÓN ANUAL
Computadoras Pentium IV	4800	960	64	768
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 768</b>

**VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Carro (Furgon - Chevrolet)	2	\$ 25.000	\$ 50.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 50.000</b>

**DEPRECIACIÓN DE VEHÍCULO**

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL	VALOR DE SALVAMENTO	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DESCRIPCIÓN ANUAL
Carro (Furgon - Chevrolet)	50000	10000	666,67	8000
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 8.000</b>

**MAQUINARIAS**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Deshidratador	1	\$ 22.000	\$ 22.000
Secador	1	\$ 22.000	\$ 22.000
Procesador	1	\$ 22.000	\$ 22.000
Botar el Calor	1	\$ 22.000	\$ 22.000
Enjuage	1	\$ 22.000	\$ 22.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 110.000</b>

**DEPRECIACIÓN DE MAQUINARIAS**

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL	VALOR DE SALVAMENTO	DEPRECIACIÓN MENSUAL	DESCRIPCIÓN ANUAL
Deshidratador	22.000	2.200	330	3.960
Secador	22.000	2.200	330	3.960
Procesador	22.000	2.200	330	3.960
Botar el Calor	22.000	2.200	330	3.960
Enjuague	22.000	2.200	330	3.960
<b>TOTAL</b>			<b>1.650</b>	<b>\$ 19.800</b>

ELABORADO: AUTORA

**TABLA 1.2: DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS**

DEPRECIACIÓN	VALOR	Vida Útil (años)	% Depreciación Anual	1 AÑO	2 AÑO	3 AÑO	4 AÑO	5 AÑO
MAQUINARIAS	\$ 110.000	5	20%	19800	19.800	19.800	19.800	19.800
MUEBLES DE OFICINA	\$ 1.660	10	10%	149,4	149,4	149,4	149,4	149,4
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 2.880	5	20%	259,2	259,2	259,2	259,2	259,2
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 4.800	5	20%	768	768	768	768	768
VEHÍCULO	\$ 50.000	5	20%	8000	8000	8000	8000	8000
				<b>28976,6</b>	<b>28976,6</b>	<b>28976,6</b>	<b>28976,6</b>	<b>28976,6</b>
Depreciación inicial				0	57953,2	86929,8	115906,4	144883
Depreciación acumulada				28976,6	86929,8	115906,4	144883	173859,6

ELABORADO: AUTORA



**Tabla 1.3: RESUMEN DE GASTOS**

<b>GASTOS CONSTANTES</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Suministros de Oficina	100	1.200
Gastos de Publicidad	2.000	24.000
Servicios Básicos	2.720	32.640
Alimentación de Personal	1.800	21.600
Costos de Fabricación	3.740	44.880
Alquiler	4.200	50.400
<b>TOTAL</b>	<b>14.560</b>	<b>174.720</b>
<b>MANO DE OBRA INDIRECTA</b>	<b>4.050</b>	<b>48.600</b>
<b>TOTAL</b>	<b>18.610</b>	<b>223.320</b>
<b>GASTOS QUE NO REPRESENTAN DESEMBOLSO</b>		
Depreciación de Muebles de Oficina	12	149
Depreciación de Equipos de Oficina	22	259
Depreciación de Equipos de Computación	64	768
Vehículos	667	8.000
Maquinarias	1.650	19.800
<b>TOTAL</b>	<b>2.415</b>	<b>28.977</b>
<b>TOTAL DE GASTOS CONSTANTES Y NO DESEMBOLSO</b>	<b>16.195</b>	<b>194.343</b>
<b>COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN</b>		
Costos que representan desembolso:		
Costo de Mano de Obra Directa	11.580	138960
Materia Prima	137044	1644528
Materiales Indirectos (Combustible)	1.791	21489,6
<b>TOTAL DE COSTOS</b>	<b>150.415</b>	<b>1.804.978</b>
<b>COSTOS FIJOS Y VARIABLES MENSUAL:</b>	<b>166.610</b>	

ELABORADO: AUTORA

**SUELDOS: MANO DE OBRA Y DE ADMINISTRACIÓN**

**COSTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA**

CARGO	# de Puestos	Sueldo	Total Mensual	Total Anual
Administrador	1	1.000	1.000	12.000
Recepcionista de Pedidos	1	350	350	4.200
Contadora	1	400	400	4.800
Secretarias	2	350	700	8.400
Guardias	3	320	960	11.520
Despachadores	2	320	640	7.680
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>		<b>4.050</b>	<b>48.600</b>

**COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA**

CARGO	# de Puestos	Sueldo	Total Mensual	Total Anual
Supervisor	1	700	700	8.400
Bodeguero	2	320	640	7.680
Decorador - Operador de hornos	10	320	3.200	38.400
Obrero	20	320	6.400	76.800
Chofer	2	320	640	7.680
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>		<b>11.580</b>	<b>138.960</b>

**GASTOS CONSTANTES**

Cargo	Anual
Suministros de Oficina	1.200
Gastos de Publicidad	24.000
Servicios Básicos	32.640
Alimentación del Personal	21.600
Costos de Fabricación	44.880
Alquiler	50.400
<b>TOTAL</b>	<b>174.720</b>

Servicios Básicos	Gasto	Cantidad	Total Mensual	Total Anual
Luz por cada horno	\$ 400	5	\$ 2.000	\$ 24.000
Agua	\$ 250	1	\$ 250	\$ 3.000
Teléfono	\$ 100	2	\$ 200	\$ 2.400
Luz de Comercializadora	\$ 100	1	\$ 100	\$ 1.200
Agua de Comercializadora	\$ 50	1	50	600
Internet (PUNTO NET)	\$ 60	2	120	1440
<b>Total</b>			<b>2.720</b>	<b>32.640</b>

	Total Mensual	Total Anual
Suministros de Oficina	100	1200
Gastos de Publicidad	2000	24000

	Precio	Cantidad	Total Mensual	Total Anual
ALIMENTACIÓN D PERSONAL	2	45	\$ 1.800	\$ 21.600

ALQUILER	Unidad de Medidas	Cantidad	Costo Unitario	Total Mensual	Total Anual
Planta (40 x 10)	m <sup>2</sup>	400	8	3200	38400
Oficina (Comercializadora)	m <sup>2</sup>	100	10	1000	12000
<b>Total</b>				<b>4200</b>	<b>50400</b>

COSTOS DE FABRICACIÓN			
Herramientas	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
Tijeras	10	40	400
Soldadores	350	4	1400
Tinas	5	7500	37500
Compresores	1000	4	4000
Palas	10	20	200
Picos	15	20	300
Pistolas Industrial	12	60	720
Sierra	4	40	160
Cerrucho	3	40	120
Martillo	2	40	80
Confección de Trajes	8000	5	40000
<b>Total</b>		<b>7768</b>	<b>44880</b>

Elaborado: Autora

**TABLA 1.4 :COSTOS FIJOS Y VARIABLES**

DESCRIPCIÓN	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010
<b>COSTOS FIJOS</b>					
Gastos Constantes	174.720,0	174.720,0	174.720,0	174.720,0	174.720,0
Mano de obra indirecta - administrativa	48.600,0	48.600,0	48.600,0	48.600,0	48.600,0
Depreciación:					
Depreciación de Maquinarias	19.800,0	19.800,0	19.800,0	19.800,0	19.800,0
Depreciación de Muebles de Oficina	149,4	149,4	149,4	149,4	149,4
Depreciación de Equipos de Oficina	259,2	259,2	259,2	259,2	259,2
Depreciación de Equipos de Computación	768,0	768,0	768,0	768,0	768,0
Depreciación de Vehículos	8.000,0	8.000,0	8.000,0	8.000,0	8.000,0
<b>Suma Depreciación</b>	<b>28.976,6</b>	<b>28.976,6</b>	<b>28.976,6</b>	<b>28.976,6</b>	<b>28.976,6</b>
<b>TOTAL DE COSTOS FIJOS</b>	<b>252.296,6</b>	<b>252.296,6</b>	<b>252.296,6</b>	<b>252.296,6</b>	<b>252.296,6</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
Mano de Obra Directa	138.960,0	138.960,0	138.960,0	138.960,0	138.960,0
Materia Prima	1.644.528,0	1.644.528,0	1.644.528,0	1.644.528,0	1.644.528,0
Combustible	21.489,6	21.489,6	21.489,6	21.489,6	21.489,6
<b>TOTAL DE COSTOS VARIABLES</b>	<b>1.666.017,6</b>	<b>1.666.017,6</b>	<b>1.666.017,6</b>	<b>1.666.017,6</b>	<b>1.666.017,6</b>
<b>COSTO TOTAL:</b>	<b>1.918.314,2</b>	<b>1.918.314,2</b>	<b>1.918.314,2</b>	<b>1.918.314,2</b>	<b>1.918.314,2</b>
<b>COSTO UNITARIO DEL PRODUCTO:</b>	<b>2,7</b>	<b>2,7</b>	<b>2,7</b>	<b>2,7</b>	<b>2,7</b>

ELABORADO: AUTORA

**TABLA 1.5: PUNTO DE EQUILIBRIO**

COSTO VARIABLE UNITARIO	2,3
PUNTO DE EQUILIBRIO =	$\frac{\text{COSTOS FIJOS}}{\text{INGRESO UNIT - COSTO VARIABLE UNIT}}$
PUNTO DE EQUILIBRIO =	$\frac{252.296,60}{(3,8 - 2,3)}$
PUNTO DE EQUILIBRIO =	<b>169.772,47</b>
Equivalente al Precio de equilibrio de =	2,82

ELABORADO: AUTORA

**TABLA 1.6 : PROYECCIÓN DE VENTAS**

Ventas mensual x flor      50.000  
 Precio                              \$ 3,80  
 Total ingreso                      \$ 190.000

<b>AÑOS</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
Ventas anuales	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Precio Unitario	3,80	3,80	3,80	3,80	3,80
Ingreso	2.280.000	2.280.000	2.280.000	2.280.000	2.280.000

<b>Descripción</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas estimadas	600.000	600.000	600.000	600.000	600.000
Precio Unitario	3,80	3,80	3,80	3,80	3,80
Ingresos por ventas	2.280.000	2.280.000	2.280.000	2.280.000	2.280.000
Costo variable unitario	2,31	2,31	2,31	2,31	2,31

ELABORADO: AUTORA

**TABLA 1.7: INVERSIÓN**

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Valor US\$</b>
Maquinarias	110.000
Muebles de oficina	1.660
Equipos de Oficina	2880
Equipos de computación	4.800
Vehículo	50.000
<b>Total</b>	<b>169.340</b>

<b>ACTIVO DIFERIDO</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Valor US\$</b>
Instalación de la Planta y Comercializadora	10.000
Constitución de la Empresa	400
Evaluación de Impacto Ambiental	1.500
<b>Total</b>	<b>11.900</b>

<b>Capital de Operación ( 1 mes)</b>	
Gastos Constantes	14.560
Mano de Obra Directa	11.580
Mano de Obra Indirecta	4.050
Materia Prima	137.044
Material Indirecto (combustible)	1.791
<b>Total Capital de Operación</b>	<b>169.025</b>

**Inversión Total** 350.265

<b>INVERSIÓN (Año 5)</b>	
Maquinarias	110.000
Equipos de Oficina	2.880
Equipos de Computación	4.800
Vehículo	50.000
	<b>167.680</b>

ELABORADO: AUTORA

**TABLA 1.8 : Financiamiento**

<b>Monto</b>	50.000	<b>Número de pagos</b>	1
<b>Interés</b>	9,32%	<b>Fecha de inicio</b>	03-abr-05
<b>Períodos</b>	4	<b>Días de cobro</b>	Anual
<b>Gracia</b>	0	<b>Moneda</b>	dólares

PERÍODO	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	CAPITAL AMORTIZADO	CAPITAL
03-abr-05					50000
03-abr-06	15.542	4660	10882	10882	39118
03-abr-07	15.542	3646	11896	22778	27222
03-abr-08	15.542	2537	13005	35783	14217
03-abr-09	15.542	1325	14217	50000	0

$$a = \frac{i}{p (i/1 - (1+i)^{-n})}$$

$$15542 = \frac{0,0932}{1 - (1,0932)^{-4}} \cdot 200.000$$

ELABORADO: AUTORA



TABLA 1.9 : ESTADO DE RESULTADOS

AÑOS	Año 2005	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009
<b>INGRESOS POR VENTAS</b>	2.280.000	2280000	2280000	2280000	2280000
<b>GASTOS</b>					
Gastos Constantes	-174.720	-174.720	-174.720	-174.720	-174.720
Mano de Obra Indirecta	-48.600	-48.600	-48.600	-48.600	-48.600
Mano de Obra Directa	-138.960	-138.960	-138.960	-138.960	-138.960
Materia Prima	-1.644.528	-1.644.528	-1.644.528	-1.644.528	-1.644.528
Material Indirecto (combustible)	-21.490	-21.490	-21.490	-21.490	-21.490
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>251.702</b>	<b>251.702</b>	<b>251.702</b>	<b>251.702</b>	<b>251.702</b>
Intereses	-4.660	-3.646	-2.537	-1.325	0
Depreciación	-28.977	-28.977	-28.977	-28.977	-28.977
<b>UTILIDAD ANTES DE PATICIPACIÓN</b>	<b>218.066</b>	<b>219.080</b>	<b>220.189</b>	<b>221.401</b>	<b>222.726</b>
Participación de empleados (15%)	32.710	32.862	33.028	33.210	33.409
<b>UTILIDAD ANTES IMPUESTO A LA RENTA</b>	<b>185.356</b>	<b>186.218</b>	<b>187.160</b>	<b>188.191</b>	<b>189.317</b>
<b>IMPUESTOS (25%)</b>	<b>46.339</b>	<b>46.555</b>	<b>46.790</b>	<b>47.048</b>	<b>47.329</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>171.727</b>	<b>172.526</b>	<b>173.399</b>	<b>174.353</b>	<b>175.397</b>
Depreciación	28.977	28.977	28.977	28.977	28.977
Ingreso No Operacional					10000
Inversión	-350.265				-167680
Préstamo	50.000				
Amortización		10.882	11896	13005	14217
<b>FLUJO DE CAJA</b>	<b>-300.265</b>	<b>211.585</b>	<b>213.398</b>	<b>215.380</b>	<b>46.693,2</b>
Tasa interna de retorno:	61%				
Valor Actual Neto (14,23%)	\$ 344.782,99				

ELABORADO: AUTORA

TABLA 1.10: BALANCE GENERAL PROYECTADO

RUBROS	2005	2006	2007	2008	2009
<b>ACTIVOS CIRCULANTES</b>					
Efectivo	52.145	69.225	85.197	87.064	116.041
Cuentas x cobrar:	76.000	76.000	76.000	76.000	76.000
<b>TOTAL DE ACTIVOS CIRCULANTES</b>	<b>128.145</b>	<b>145.225</b>	<b>161.197</b>	<b>163.064</b>	<b>192.041</b>
<b>ACTIVO FIJO NETO</b>					
Muebles de oficina	1.660	1.660	1.660	1.660	1.660
Equipos de Oficina	2.880	2.880	2.880	2.880	2.880
Equipos de Computación	4.800	4.800	4.800	4.800	4.800
Vehículo	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
Maquinaria	110.000	110.000	110.000	110.000	110.000
(-) Depreciaciones	28.977	28.977	28.977	28.977	28.977
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>140.363</b>	<b>140.363</b>	<b>140.363</b>	<b>140.363</b>	<b>140.363</b>
<b>ACTIVO DIFERIDO NETO</b>					
Instalación de la Planta	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
Eval. Prelim. de Impacto Ambiental	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500
Constitución de la Empresa	400	400	400	400	400
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>11.900</b>	<b>11.900</b>	<b>11.900</b>	<b>11.900</b>	<b>11.900</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>280.408</b>	<b>297.488</b>	<b>313.460</b>	<b>315.328</b>	<b>344.304</b>
<b>PASIVOS CIRCULANTES</b>					
Porción de deuda L.P.	15.542	15.542	15.542	15.542	15.542
Impuestos a la renta	46.339	46.555	46.790	47.048	47.329
Participación de Empleados	32.710	32.862	33.028	33.210	33.409
<b>TOTAL DE PASIVOS CIRCULANTES</b>	<b>94.591</b>	<b>94.959</b>	<b>95.360</b>	<b>95.800</b>	<b>96.280</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
Utilidad	64.866	81.946	97.918	99.786	128.762
<b>TOTAL DE PATRIMONIO</b>	<b>264.866</b>	<b>281.946</b>	<b>297.918</b>	<b>299.786</b>	<b>328.762</b>
<b>TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>280.408</b>	<b>297.488</b>	<b>313.460</b>	<b>315.328</b>	<b>344.304</b>

ELABORADO: AUTORA

**TABLA 1.11: FLUJO DE CAJA PROYECTADO**

RUBROS	2.005	2.006	2.007	2.008	2.009
<b>A. INGRESOS OPERACIONALES</b>					
Ventas	2.280.000	2.280.000	2.280.000	2.280.000	2.280.000
<b>TOTAL INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>2.280.000</b>	<b>2.280.000</b>	<b>2.280.000</b>	<b>2.280.000</b>	<b>2.280.000</b>
<b>B. EGRESOS OPERACIONALES</b>					
Mano de obra directa	138.960	138.960	138.960	138.960	138.960
Gastos Constantes	174.720	174.720	174.720	174.720	174.720
Materia Prima	1.644.528	1.644.528	1.644.528	1.644.528	1.644.528
Mano de Obra Indirecta	48.600	48.600	48.600	48.600	48.600
Material Indirecto (combustible)	21.490	21.490	21.490	21.490	21.490
<b>TOTAL EGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>2.028.298</b>	<b>2.028.298</b>	<b>2.028.298</b>	<b>2.028.298</b>	<b>2.028.298</b>
<b>C. FLUJO OPERACIONAL (A - B)</b>	<b>251.702</b>	<b>251.702</b>	<b>251.702</b>	<b>251.702</b>	<b>251.702</b>
<b>D. INGRESOS NO OPERACIONALES</b>					
Crédito a largo Plazo	50.000				
Activos Fijos	169.340				
<b>TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>219.340</b>				
<b>E. EGRESOS NO OPERACIONALES</b>					
Pago de intereses	4.660	3.646	2.537	14.217	
Amortización	10.882	11.896	13.005	14.217	
Pago part. de utilidades a trabajadores 15%	32.710	32.862	33.028	33.210	33.409
Pago de impuesto a la renta	-185.356	186.218	187.160	188.191	189.317
Activos diferidos	11.900				
Capital de Trabajo	173.390				
<b>TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES</b>	<b>185.290</b>	<b>233.608</b>	<b>235.731</b>	<b>249.835</b>	<b>222.726</b>
<b>F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)</b>	<b>34.050</b>	<b>-233.608</b>	<b>-235.731</b>	<b>-249.835</b>	<b>-222.726</b>
<b>G. FLUJO NETO GENERADO (C+F)</b>	<b>34.050</b>	<b>18.095</b>	<b>15.972</b>	<b>1.868</b>	<b>28.977</b>
<b>H. SALDO INICIAL DE CAJA</b>	<b>0</b>	<b>34.050</b>	<b>52.145</b>	<b>69.225</b>	<b>87.064</b>
<b>I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)</b>	<b>34.050</b>	<b>52.145</b>	<b>69.225</b>	<b>85.197</b>	<b>116.041</b>

ELABORADO: AUTORA

**TABLA 1.12: ÍNDICES SOBRE LA INVERSIÓN - SOBRE LAS VENTAS**

**RENTABILIDAD SOBRE LA INVERSIÓN TOTAL**

$$\text{R.I.T} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión Total}} \times 100$$

$$\text{R.I.T} = \frac{171.726,82}{350.264,80} \times 100$$

$$\text{R.I.T} = 49,03\%$$

**RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS**

$$\text{R.S.V} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}} \times 100$$

$$\text{R.S.V} = \frac{171.726,82}{2.280.000,00} \times 100$$

$$\text{R.S.V} = 7,53\%$$

<b>AÑOS</b>	<b>RENTABILIDAD SOBRE LA INVERSIÓN</b>	<b>RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS</b>
2005	49,03%	7,53%
2006	49,26%	7,57%
2007	49,51%	7,61%
2008	49,78%	7,65%
2009	50,08%	7,69%

ELABORADO: AUTORA

**TABLA 1.13: PERÍODO DE RECUPERACIÓN (PAYBACK)**

<b>Años</b>	<b>Saldo de Inversión</b>	<b>Flujo de Caja</b>	<b>Rentabilidad Exigida</b>	<b>Recuperación</b>	<b>Recuperación de Inversión</b>
1	350.265	211.585	49.037	162.548	162.548
2	187.716	213.398	26.280	187.118	349.666
3	598	215.380	84	215.296	564.963
4	-214.698	217.547	-30.058	247.604	812.567
5	-462.302	46.693	-64.722	111.415	923.983

ELABORADO: AUTORA

**ANEXOS DE**  
**INFORMACIÓN**  
**SECUNDARIA**

## **INSTRUMENTO EN LA OBTENCIÓN DE INFORMACIÓN**

### **FUENTES SECUNDARIAS**

Exportaciones de flores en los últimos años.

**TABLA 2.1**

<b>AÑOS</b>	<b>VOLUMEN toneladas</b>	<b>VALOR miles de \$</b>	<b>PRECIO \$</b>	<b>VARIACION %</b>
1995	32,609.45	86,146.14	2,641.75	-
1996	67,224.47	106,657.75	1,586.59	-39.94
1997	47,517.62	130,142.70	2,738.83	72.62
1998	60,785.89	166,267.28	2,735.29	-0.13
1999	61,911.45	180,206.64	2,910.72	6.41
2000	80,789.85	195,848.07	2,424.17	-16.72
2001	58,122.95	172,417.77	2,966.43	22.37

Fuente: INEC

Elaborado: Autora

**TABLA 2.2: EXPORTACIONES DE ECUADOR DE FLORES**

<b>AÑO</b>	<b>MILES USD FOB</b>
1985	526
1986	1.707
1987	3.566
1988	4.102
1989	9.226
1990	13.598
1991	19.247
1992	29.936
1993	39.575
1994	59.164
1995	84.326
1996	104.806
1997	131.010
1998	161.962
1999	180.400
2000	194.650
2001	238.050

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE).

Elaborado Autora

**TABLA 2.2 Valor Anual en US Dólares de las Flores Importadas por Miami.**

<b>AÑOS</b>	<b>VALOR (MILES US\$)</b>
2001-2002	958.000
2000-2001	920.000
1999-2000	904.000
1998-1999	870.000
1997-1998	860.000
1996-1997	800.000
1995-1996	740.000
1994-1995	675.000
1993-1994	600.000
1992-1993	550.000
1991-1992	485.000
1990-1991	460.000
1989-1990	402.000
1988-1989	348.000
1987-1988	310.000
1986-1987	280.000
1985-1986	250.000

Fuente: Association of Floral Importers of Florida  
Elaborado: Autora

**TABLA 2.3 : Importación de Flores (Valor Importado) por Tipo-Estados Unidos 2000.**

<b>Tipo de Flor</b>	<b>Valor (miles de US\$)</b>
Rosas	207.327
Claveles	91.110
Crisantemos	73.994
Orquídeas	4.628
Otras	218.330
<b>Total Flores</b>	<b>594.790</b>
<b>Frescas</b>	<b>15.671</b>
Otras flores (secas)	610.461
<b>TOTAL Flores</b>	

Fuente: US Department of Commerce, Customs Service and FATUS, ERS, USDA  
Elaborado Autora



**TABLA 2.4 : Importación de Flores Frescas (Valor Importado) por País de Origen-Estado Unidos, 2000.**

<b>País</b>	<b>Valor (miles de US\$)</b>
Colombia	347.790
Ecuador	89.114
Países Bajos	70.514
México	21.628
Costa Rica	19.390
Canadá	16.975
Guatemala	5.434
Israel	4.773
Chile	2.881
Tailandia	2.854
Perú	2.467
Nueva Zelanda	2.420
Australia	2.361
<b>TOTAL</b>	<b>594.790</b>

Fuente: US Department of Commerce.  
Elaborado Autora

**TABLA 3.1**  
**EXPORTACIONES DE FLORES TROPICALES 1990**

<b>COD_PARTIDA</b>	<b>NOMBRE_PAÍS</b>	<b>TONELADAS</b>
0603109000	ALEMANIA	100,48
0603109000	ARGENTINA	2,18
0603109000	AUSTRIA	1,77
0603109000	CANADA	178,47
0603109000	CHILE	0,12
<b>0603109000</b>	<b>TAIWAN (FORMOSA)</b>	<b>7,42</b>
0603109000	ESPAÑA	0,32
0603109000	ESTADOS UNIDOS	2.594,16
0603109000	FRANCIA	18,47
0603109000	HONG KONG	8,87
0603109000	ITALIA	0,77
0603109000	KUWAIT	0,20
0603109000	HOLANDA(PAISES BAJOS)	6,31
0603109000	REINO UNIDO	7,38
0603109000	SUIZA	28,60
0603109000	URUGUAY	0,29

**EXPORTACIONES DE FLORES TROPICALES 1991**

<b>COD_PARTIDA</b>	<b>NOMBRE_PAÍS</b>	<b>TONELADAS</b>
0603109000	ALEMANIA	105,32
0603109000	ARGENTINA	11,09
0603109000	AUSTRIA	7,93
0603109000	CANADA	148,61
0603109000	ESPAÑA	2,09
<b>0603109000</b>	<b>ESTADOS UNIDOS</b>	<b>3.026,60</b>
0603109000	FINLANDIA	0,68
0603109000	FRANCIA	16,81
0603109000	GRECIA	1,81
0603109000	HONG KONG	2,53
0603109000	ITALIA	21,22
0603109000	JAPON	0,48
0603109000	HOLANDA(PAISES BAJOS)	50,24
0603109000	PARAGUAY	0,06
0603109000	REINO UNIDO	15,28
0603109000	SUIZA	52,23
0603109000	URUGUAY	0,77

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

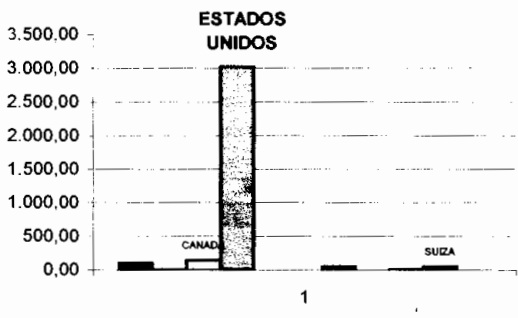
ELABORADO: AUTORA

## EXPORTACIONES 1991



- ALEMANIA
- ARGENTINA
- AUSTRIA
- CANADA
- CHILE
- TAIWAN (FORMOSA)
- ESPANA
- ESTADOS UNIDOS
- FRANCIA
- HONG KONG
- ITALIA
- KUWAIT
- HOLANDA(PAISES BAJOS)
- REINO UNIDO
- SUIZA
- URUGUAY

## EXPORTACIONES 1992



- ALEMANIA
- AUSTRIA
- CANADA
- ESTADOS UNIDOS
- FINLANDIA
- GRECIA
- HOLANDA(PAISES BAJOS)
- PARAGUAY
- REINO UNIDO

**TABLA 3.2  
EXPORTACIONES DE FLORES 1992**

<b>COD PAÍS</b>	<b>NOMBRE PAÍS</b>	<b>TONELADAS</b>
023	ALEMANIA	304,25
063	ARGENTINA	43,13
072	AUSTRIA	18,55
087	BELGICA	4,98
149	CANADA	191,51
169	COLOMBIA	7,28
245	ESPAÑA	8,08
249	ESTADOS UNIDOS	4.806,61
271	FINLANDIA	6,75
275	FRANCIA	32,43
285	GAMBIA	0,00
351	HONG KONG	5,77
355	HUNGRIA	0,09
375	IRLANDA (EIRE)	5,45
386	ITALIA	49,48
399	JAPON	11,78
538	NORUEGA	0,80
573	HOLANDA(PAISES BAJOS)	214,73
580	PANAMA	9,91
589	PERU	0,00
647	REPUBLICA DOMINICANA	0,45
764	SUECIA	4,23
767	SUIZA	45,76
845	URUGUAY	1,34
850	VENEZUELA	1,52

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

ELABORADO: AUTORA

**EXPORTACIONES 1992**



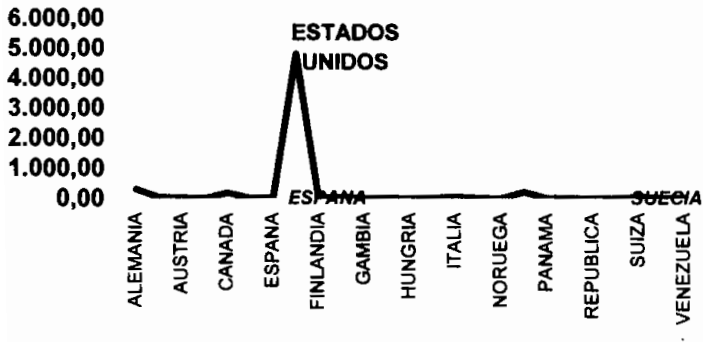
**TABLA 3.3**  
**EXPORTACIONES DE FLORES 1993**

<b>COD PAÍS</b>	<b>NOMBRE PAÍS</b>	<b>TONELADAS</b>
023	ALEMANIA	337,88
063	ARGENTINA	90,94
072	AUSTRIA	17,42
087	BELGICA	0,83
149	CANADA	252,94
169	COLOMBIA	9,60
183	COOK ,ISLAS	0,12
211	CHILE	4,81
232	DINAMARCA	0,02
245	ESPAÑA	6,93
249	ESTADOS UNIDOS	5.142,76
271	FINLANDIA	1,22
275	FRANCIA	66,77
317	GUATEMALA	0,03
351	HONG KONG	0,18
355	HUNGRÍA	0,34
375	IRLANDA (EIRE)	0,76
386	ITALIA	141,57
399	JAPON	0,03
538	NORUEGA	2,67
573	HOLANDA(PAISES BAJOS)	62,41
580	PANAMA	12,02
586	PARAGUAY	0,43
589	PERU	1,01
628	REINO UNIDO	18,74
644	REPUBLICA CHECA	1,35
647	REPUBLICA DOMINICANA	0,89
676	RUSIA	1,82
764	SUECIA	7,37
767	SUIZA	25,83
845	URUGUAY	1,54

**FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR**

**ELABORADO: AUTORA**

### EXPORTACIONES 1992



### EXPORTACIONES 1993



- |                  |             |
|------------------|-------------|
| ■ ALEMANIA       | ■ ARGENTINA |
| □ AUSTRIA        | □ BELGICA   |
| ■ CANADA         | ■ COLOMBIA  |
| ■ COOK ,ISLAS    | □ CHILE     |
| ■ DINAMARCA      | ■ ESPAÑA    |
| □ ESTADOS UNIDOS | ■ FINLANDIA |
| ■ FRANCIA        | ■ GUATEMALA |
| ■ HONG KONG      | ■ HUNGRIA   |
| ■ IRLANDA (EIRE) | □ ITALIA    |

**TABLA 3.4**  
**EXPORTACIONES DE FLORES TROPICALES 1994**

<b>COD PAÍS</b>	<b>NOMBRE PAÍS</b>	<b>TONELADAS</b>
017	ALEMANIA	385,53
023	ANTILLAS HOLANDEAS	0,03
047	ARGENTINA	145,76
063	AUSTRALIA	0,22
069	AUSTRIA	36,68
072	AZERBAIDJAN	0,05
074	BAHREIN	0,26
080	BELGICA	2,00
087	BRASIL	0,47
105	CANADA	397,72
149	COLOMBIA	32,58
169	CHILE	1,83
211	ESPAÑA	6,90
245	ESLOVENIA	0,46
249	ESTADOS UNIDOS	6.728,18
247	FINLANDIA	0,69
271	FRANCIA	105,71
275	GRECIA	1,62
301	HONG KONG	0,38
351	HUNGRIA	1,76
355	IRAK	4,58
369	IRLANDA (EIRE)	2,74
375	ITALIA	335,40
386	JAPON	1,83
399	KUWAIT	0,42
413	LETONIA	0,11
429	MARTINICA	0,06
477	NORUEGA	2,13
538	HOLANDA(PAISES BAJOS)	151,13
573	PANAMA	8,86
580	PERU	13,28
589	PUERTO RICO	0,03
611	REINO UNIDO	71,12
628	REPUBLICA CHECA	12,95
644	RUMANIA	7,47
670	RUSIA	34,57
676	SUECIA	22,74
764	SUIZA	37,53
767	UCRANIA	0,30
830	URUGUAY	1,48
845	VENEZUELA	0,36
850	ROS PAISES Y TERRITORIOS NO DETERMIN	0,68

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

FLABORADO: AUTORA

**TABLA 3.5**  
**EXPORTACIONES DE FLORES 1995**

<b>COD PAÍS</b>	<b>NOMBRE PAÍS</b>	<b>TONELADAS</b>
013	AFGANISTAN	1,76
023	ALEMANIA	376,93
063	ARGENTINA	53,60
069	AUSTRALIA	2,42
072	AUSTRIA	34,86
074	AZERBAIDJAN	29,21
077	BAHAMAS, ISLAS	0,45
087	BELGICA	11,37
105	BRASIL	4,95
149	CANADA	381,70
169	COLOMBIA	31,43
198	CROACIA	1,40
211	CHILE	3,29
240	EGIPTO	0,14
245	ESPAÑA	9,89
247	ESLOVENIA	1,31
249	ESTADOS UNIDOS	8.749,52
251	ESTONIA	0,02
271	FINLANDIA	2,16
275	FRANCIA	90,75
301	GRECIA	12,33
305	GROENLANDIA	0,48
317	GUATEMALA	3,09
345	HONDURAS	2,52
351	HONG KONG	0,12
375	IRLANDA (EIRE)	10,02
386	ITALIA	334,82
399	JAPON	0,74
413	KUWAIT	15,37
429	LETONIA	0,80
438	LIBIA	0,48
448	MACEDONIA	0,45
501	MONTSERRAT, ISLAS	0,99
538	NORUEGA	11,61
573	HOLANDA(PAISES BAJOS)	318,41
580	PANAMA	0,05
586	PARAGUAY	2,01
589	PERU	12,56
603	POLONIA	0,11
607	PORTUGAL	0,95
611	PUERTO RICO	2,62
628	REINO UNIDO	128,75
670	RUMANIA	0,11
676	RUSIA	20,77
756	SUDAFRICA, REP. DE	0,23
764	SUECIA	18,77
767	SUIZA	77,15
845	URUGUAY	4,07
850	VENEZUELA	4,38
885	YUGOSLAVIA	0,33

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

FLABORADO: AUTORA



**TABLA 3.6**  
**EXPORTACIONES DE FLORES 1996**

<b>COD_PAÍS</b>	<b>NOMBRE_PAÍS</b>	<b>TONELADAS</b>
023	ALEMANIA	400,15
063	ARGENTINA	29,23
069	AUSTRALIA	1,80
072	AUSTRIA	26,35
077	BAHAMAS, ISLAS	2,51
087	BELGICA	5,32
105	BRASIL	41,00
149	CANADA	441,27
169	COLOMBIA	44,97
211	CHILE	55,09
218	TAIWAN (FORMOSA)	0,90
245	ESPAÑA	11,21
246	ESLOVAQUIA	0,00
249	ESTADOS UNIDOS	33.205,74
253	ETIOPIA	0,11
271	FINLANDIA	7,01
275	FRANCIA	95,79
281	GABON	0,23
301	GRECIA	9,20
317	GUATEMALA	0,11
351	HONG KONG	0,38
355	HUNGRÍA	0,25
375	IRLANDA (EIRE)	5,98
386	ITALIA	459,22
399	JAPON	0,83
413	KUWAIT	17,77
429	LETONIA	0,00
448	MACEDONIA	0,03
493	MEXICO	0,09
538	NORUEGA	11,13
573	HOLANDA(PAISES BAJOS)	438,27
580	PANAMA	6,42
586	PARAGUAY	6,56
589	PERU	16,83
603	POLONIA	0,41
607	PORTUGAL	1,50
611	PUERTO RICO	0,30
628	REINO UNIDO	112,12
670	RUMANIA	0,02
676	RUSIA	165,57
700	SAN PEDRO Y MIGUELON	0,83
741	SINGAPUR	0,11
748	SOMALIA	0,51
764	SUECIA	28,40
767	SUIZA	75,95
830	UCRANIA	4,74
845	URUGUAY	0,22
850	VENEZUELA	8,46

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

FLABORADO: AUTORA

**TABLA 3.7**  
**EXPORTACIONES DE FLORES 1997**

<b>COD PAÍS</b>	<b>NOMBRE PAÍS</b>	<b>TONELADAS</b>
013	AFGANISTAN	17,09
023	ALEMANIA	498,32
063	ARGENTINA	12,89
069	AUSTRALIA	1,34
072	AUSTRIA	33,58
087	BELGICA	5,34
097	BOLIVIA	2,09
105	BRASIL	54,08
127	CABO VERDE	2,01
149	CANADA	520,22
155	CANAL (ANGLONORMANDAS), ISLAS	0,96
169	COLOMBIA	27,73
199	CUBA	2,58
211	CHILE	90,76
245	ESPAÑA	23,28
249	ESTADOS UNIDOS	11.952,04
271	FINLANDIA	2,42
275	FRANCIA	142,27
301	GRECIA	8,09
375	IRLANDA (EIRE)	3,45
386	ITALIA	388,94
399	JAPON	9,28
413	KUWAIT	14,30
538	NORUEGA	9,63
573	HOLANDA(PAISES BAJOS)	656,63
580	PANAMA	8,28
586	PARAGUAY	2,68
589	PERU	60,66
628	REINO UNIDO	88,03
644	REPUBLICA CHECA	8,58
676	RUSIA	92,42
764	SUECIA	23,11
767	SUIZA	72,10
830	UCRANIA	3,11
845	URUGUAY	9,24
850	VENEZUELA	11,51

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

ELABORADO: AUTORA

**TABLA 3.8**  
**EXPORTACIONES DE FLORES 1998**

<b>COD PAÍS</b>	<b>NOMBRE PAÍS</b>	<b>TONELADAS</b>
013	AFGANISTAN	8,62
017	ALBANIA	1,88
023	ALEMANIA	344,85
063	ARGENTINA	28,23
069	AUSTRALIA	3,27
072	AUSTRIA	26,04
105	BRASIL	36,45
149	CANADA	669,76
169	COLOMBIA	32,33
198	CROACIA	1,65
211	CHILE	65,99
215	CHINA	0,15
245	ESPAÑA	33,80
249	ESTADOS UNIDOS	14538,85
275	FRANCIA	161,61
301	GRECIA	7,31
309	GUADALUPE	0,11
375	IRLANDA (EIRE)	1,31
386	ITALIA	367,37
399	JAPON	15,04
406	KAZAJSTAN	0,30
413	KUWAIT	4,13
538	NORUEGA	3,78
573	HOLANDA(PAISES BAJOS)	1297,77
580	PANAMA	50,19
586	PARAGUAY	5,10
589	PERU	28,02
611	PUERTO RICO	3,38
628	REINO UNIDO	63,43
644	REPUBLICA CHECA	6,69
647	REPUBLICA DOMINICANA	7,34
676	RUSIA	108,66
764	SUECIA	14,84
767	SUIZA	57,48
827	TURQUIA	0,34
830	UCRANIA	1,55
845	URUGUAY	8,18
850	VENEZUELA	0,82

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

FLABORADO: AUTORA

**TABLA 3.9**  
**EXPORTACIONES DE FLORES 1999**

<b>COD PAÍS</b>	<b>NOMBRE PAÍS</b>	<b>TONELADAS</b>
013	AFGANISTAN	4,25
023	ALEMANIA	385,44
063	ARGENTINA	30,50
069	AUSTRALIA	0,69
072	AUSTRIA	19,98
080	BAHREIN	1,00
087	BELGICA	0,87
097	BOLIVIA	2,41
105	BRASIL	12,06
145	CAMERUM, REP.UNIDA DEL	3,72
149	CANADA	589,66
169	COLOMBIA	85,43
199	CUBA	0,57
211	CHILE	76,84
244	EMIRATOS ARABES UNIDOS	0,15
245	ESPAÑA	31,52
246	ESLOVAQUIA	0,36
249	ESTADOS UNIDOS	14.867,57
267	FILIPINAS	0,43
271	FINLANDIA	4,21
275	FRANCIA	178,87
301	GRECIA	3,03
317	GUATEMALA	2,51
325	GUAYANA FRANCESA	0,02
341	HAITI	2,34
351	HONG KONG	4,91
361	INDIA	0,90
375	IRLANDA (EIRE)	0,53
379	ISLANDIA	0,17
386	ITALIA	364,92
399	JAPON	21,80
413	KUWAIT	8,11
573	HOLANDA(PAISES BAJOS)	1.634,36
580	PANAMA	25,59
586	PARAGUAY	3,48
589	PERU	8,12
603	POLONIA	0,05
607	PORTUGAL	2,98
611	PUERTO RICO	7,04
628	REINO UNIDO	89,51
644	REPUBLICA CHECA	1,51
647	REPUBLICA DOMINICANA	13,88
676	RUSIA	92,83
764	SUECIA	11,78
767	SUIZA	62,35
827	TURQUIA	1,17
830	UCRANIA	1,20
845	URUGUAY	14,34
850	VENEZUELA	13,80

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

ELABORADO: AUTORA

**TABLA 3.10**  
**EXPORTACIONES DE FLORES 2000**

<b>COD PAÍS</b>	<b>NOMBRE PAÍS</b>	<b>TONELADAS</b>
249	ESTADOS UNIDOS	0,09
386	ITALIA	0,23
756	SUDAFRICA, REP. DE	0,06
776	TAILANDIA	0,03

**EXPORTACIONES DE FLORES 2001**

<b>COD PAÍS</b>	<b>NOMBRE PAÍS</b>	<b>TONELADAS</b>
013	AFGANISTAN	4,68
017	ALBANIA	3,40
023	ALEMANIA	426,88
047	ANTILLAS HOLANDESAS	2,84
053	ARABIA SAUDITA	0,86
063	ARGENTINA	26,05
069	AUSTRALIA	0,34
072	AUSTRIA	22,61
077	BAHAMAS, ISLAS	46,09
080	BAHREIN	1,20
087	BELGICA	0,66
105	BRASIL	2,64
149	CANADA	892,55
169	COLOMBIA	325,94
196	COSTA RICA	1,32
198	CROACIA	2,14
199	CUBA	2,33
211	CHILE	74,30
245	ESPAÑA	31,27
246	ESLOVAQUIA	0,23
249	ESTADOS UNIDOS	15.980,56
275	FRANCIA	149,67
301	GRECIA	3,62
345	HONDURAS	1,44
351	HONG KONG	15,83
365	INDONESIA	1,10
386	ITALIA	288,63
399	JAPON	10,48
413	KUWAIT	11,11
443	LITUANIA	3,57
445	LUXEMBURGO	2,25
521	NICARAGUA	0,02
573	HOLANDA(PAISES BAJOS)	2.929,83
580	PANAMA	154,66
586	PARAGUAY	1,58
589	PERU	9,96
611	PUERTO RICO	1,86
628	REINO UNIDO	288,69
644	REPUBLICA CHECA	7,23
647	REPUBLICA DOMINICANA	19,63
676	RUSIA	146,91
764	SUECIA	7,10
767	SUIZA	123,66
845	URUGUAY	9,52
850	VENEZUELA	70,17

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

FLABORADO: AUTORA

**TABLA 3.11  
EXPORTACIONES DE FLORES 2002**

<b>COD PAÍS</b>	<b>NOMBRE PAÍS</b>	<b>TONELADAS</b>
023	ALEMANIA	181,98
053	ARABIA SAUDITA	1,90
069	AUSTRALIA	1,01
072	AUSTRIA	14,57
077	BAHAMAS, ISLAS	9,16
087	BELGICA	30,00
091	BELARUS O BIELORRUSIA	0,37
105	BRASIL	0,02
149	CANADA	511,22
169	COLOMBIA	428,97
196	COSTA RICA	5,78
198	CROACIA	1,06
199	CUBA	0,94
211	CHILE	83,85
245	ESPAÑA	24,73
249	ESTADOS UNIDOS	10.515,48
267	FILIPINAS	0,69
271	FINLANDIA	0,33
275	FRANCIA	111,44
301	GRECIA	3,85
341	HAITI	3,16
351	HONG KONG	2,55
386	ITALIA	142,12
493	MEXICO	22,43
573	HOLANDA(PAISES BAJOS)	1.574,60
580	PANAMA	12,43
589	PERU	13,39
628	REINO UNIDO	293,40
644	REPUBLICA CHECA	1,89
647	REPUBLICA DOMINICANA	15,14
676	RUSIA	220,70
764	SUECIA	6,92
767	SUIZA	65,89
845	URUGUAY	1,90
847	UZBEKISTAN	0,45
850	VENEZUELA	25,66
903	ZONA FRANCA DE ECUADOR	105,09

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

FLABORADO: AUTORA

**TABLA 3.12  
EXPORTACIONES DE FLORES 2003**

<b>COD_PAÍS</b>	<b>NOMBRE_PAÍS</b>	<b>TONELADAS</b>
023	ALEMANIA	116,60
087	BELGICA	7,39
111	BULGARIA	0,31
149	CANADA	415,22
169	COLOMBIA	230,69
196	COSTA RICA	0,91
199	CUBA	1,52
211	CHILE	48,69
244	EMIRATOS ARABES UNIDOS	0,92
245	ESPAÑA	74,98
249	ESTADOS UNIDOS	6.775,14
275	FRANCIA	64,64
301	GRECIA	4,38
386	ITALIA	60,91
399	JAPON	102,02
413	KUWAIT	1,70
573	HOLANDA(PAISES BAJOS)	1.346,49
580	PANAMA	6,00
589	PERU	14,87
607	PORTUGAL	3,05
611	PUERTO RICO	1,35
628	REINO UNIDO	247,76
647	REPUBLICA DOMINICANA	7,37
676	RUSIA	512,24
764	SUECIA	1,73
767	SUIZA	67,15
903	ZONA FRANCA DE ECUADOR	83,19

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

ELABORADO: AUTORA

**TABLA 3.13**  
**EXPORTACIONES DE FLORES TROPICALES 2004**

<b>COD PAÍS</b>	<b>NOMBRE PAÍS</b>	<b>TONELADAS</b>
023	ALEMANIA	95,45
072	AUSTRIA	2,17
077	BAHAMAS, ISLAS	2,68
080	BAHREIN	0,72
087	BELGICA	1,88
111	BULGARIA	0,26
149	CANADA	455,39
169	COLOMBIA	124,60
245	ESPANA	73,34
249	ESTADOS UNIDOS	8.579,55
275	FRANCIA	62,57
301	GRECIA	2,08
399	JAPON	226,72
429	LETONIA	1,21
573	HOLANDA(PAISES BAJOS)	2.111,07
580	PANAMA	4,01
589	PERU	15,98
607	PORTUGAL	9,18
628	REINO UNIDO	162,16
647	REPUBLICA DOMINICANA	2,94
676	RUSIA	77,08
767	SUIZA	65,44
903	ZONA FRANCA DE ECUADOR	283,37

FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

ELABORADO: AUTORA