

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
ADMINISTRATIVAS**

CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

TEMA:

**Análisis de las exportaciones de flores ecuatorianas hacia el
mercado Chino periodo 2010 - 2015**

AUTORA:

Encalada Crespo, Andrea Lyssett

**Componente práctico del examen complejo previo a la
obtención del grado de INGENIERO EN GESTIÓN
EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

REVISOR

Ing. Armijos Tandazo, Vicente Paul

Guayaquil, Ecuador

20 de marzo del 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente **componente práctico del examen complejo**, fue realizado en su totalidad por **Encalada Crespo Andrea Lyssett**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**.

REVISOR



f. _____

Ing. Armijos Tandazo, Vicente Paul

DIRECTORA (e) DE LA CARRERA



f. _____

Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth Mgs.

Guayaquil, a los 20 días del mes de marzo del año 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Encalada Crespo Andrea Lyssett**

DECLARO QUE:

El **componente práctico del examen complejo, Análisis de las exportaciones de flores ecuatorianas hacia el mercado Chino periodo 2010 – 2015**, previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 20 días del mes de marzo del año 2017

LA AUTORA

f. Andrea Encalada C.

Encalada Crespo, Andrea Lyssett



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN

Yo, **Encalada Crespo Andrea Lyssett**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen complejo Análisis de las exportaciones de flores ecuatorianas hacia el mercado Chino periodo 2010 - 2015**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 20 días del mes de marzo del año 2017

LA AUTORA:

f. Andrea Encalada C.

Encalada Crespo, Andrea Lyssett



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

REPORTE URKUND

Link: <https://secure.orkund.com/view/25692638-674825-502154#q1bKLVayio7VUSrOTM/LTMtMTsxLTIWYmQgFAA==>

AGRADECIMIENTO

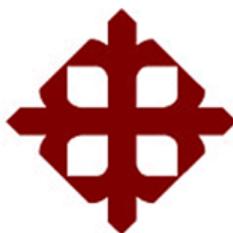
Agradezco en primer lugar a Dios por haberme dado la sabiduría, la fe y las fuerzas necesarias para cumplir una meta más en mi vida profesional. A mis padres, que me han formado con valores y principios y que con sus sabios consejos me han sabido acompañar en este largo proceso de preparación profesional. A mis familiares y amigos que con su cariño y amor siempre me brindaron su confianza y apoyo incondicional. A mi tutor de tesis Vicente Armijos, que con sus conocimientos y experiencia me supo guiar durante el proceso de realización de este proyecto.

Andrea Encalada Crespo

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de investigación con mucho cariño y amor a Dios, que gracias a él y su divina gracia he podido cumplir una etapa más de mi vida. A mi familia, especialmente a mis padres y a mis abuelos, por creer siempre en mí, por ser mi fuente de inspiración y motivación en cada meta que me propongo. A mis amigos, que de una u otra manera han contribuido para el logro de mis objetivos. A mis profesores, por los conocimientos que me transmitieron, ayudando a fortalecer el desarrollo de mi formación profesional.

Andrea Encalada Crespo



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ing. Armijos Tandazo, Vicente Paul

REVISOR

f. _____

Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth Mgs.

DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

Ing. Padilla Lozano, Carmen Paola PhD.

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

CALIFICACIÓN

Encalada Crespo, Andrea Lyssett

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN.....	iv
REPORTE URKUND	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN	viii
CALIFICACIÓN.....	ix
ÍNDICE.....	X
RESUMEN	XV
ABSTRACT.....	XVI
RÉSUMÉ	XVII
INTRODUCCIÓN.....	18
CAPÍTULO I.....	20
ANTECEDENTES.....	20
1.1 Desarrollo	20
1.2 Planteamiento del problema	21
1.3 Propósito de la investigación	22
1.4 Naturaleza de la investigación	22
1.5 Objetivos de la investigación	23
1.5.1 Objetivo General	23
1.5.2 Objetivos específicos.....	23
1.6 Definición de términos	23
1.6.1 Astromelias.....	23
1.6.2 Limonios	23

1.6.3 Crisantemos	23
1.6.4 Gipsófilas.....	24
1.7 Limitaciones y delimitaciones	24
1.7.1 Limitaciones	24
1.7.2 Delimitación geográfica	24
1.7.3 Delimitación temporal	24
CAPITULO II	25
MARCO TEÓRICO	25
2.1. Comercio internacional	25
2.2 Libre comercio	26
2.3 Balanza comercial o de comercio	27
2.4 Comercio Bilateral	28
CAPÍTULO III	31
Comportamiento de las exportaciones de flores ecuatorianas en los últimos 5 años	31
3.1 La dinámica de las exportaciones de flores ecuatorianas y su destino	31
Tabla N°1 Mercados importadores de flores ecuatorianas (Miles USD)	31
Tabla N° 2, Mercados importadores de flores ecuatorianas (Toneladas)	32
3.2 Exportaciones de flores a China	37
CAPÍTULO IV.....	40
Estrategias de negociación que se han utilizado en el intercambio internacional de flores entre China y Ecuador en los últimos 5 años.....	40
4.1 Situación macroeconómica de China	40
4.2 Consumidor chino.....	41
4. 3 Estrategias comerciales de países exportadores de flores en el mundo	43
CAPÍTULO V.....	47

Información secundaria estudiada de las exportaciones de flores en el periodo 2010 – 2015 precios y rentabilidades alcanzadas	47
5.1 Competencia directa de la flor ecuatoriana en China	47
CONCLUSIONES	54
RECOMENDACIONES.....	56
REFERENCIAS	58
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN.....	61
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN.....	62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1 Mercados importadores de flores ecuatorianas (Miles USD)	31
Tabla N° 2 Mercados importadores de flores ecuatorianas (Toneladas)	32
Tabla N° 3 Mercados importadores de flores ecuatorianas (Costo por Tonelada).....	33
Tabla N° 4 Crecimiento en valor de exportación de flores ecuatorianas (%)	34
Tabla N° 5 Crecimiento en cantidad de exportación de flores ecuatorianas (%)	36
Tabla N° 6 Exportación de flores a China (Miles USD).....	37
Tabla N° 7 Exportación de flores a China (Toneladas)	38
Tabla N° 8 Exportación de flores a China (Costo por Tonelada)	39
Tabla N° 9 Comparativo en relación a la competencia directa (Miles USD)	47
Tabla N° 10 Crecimiento en Miles USD en relación a la competencia (%) ..	48
Tabla N° 11 Comparativo en relación a la competencia directa (Toneladas)	49
Tabla N° 12 Crecimiento en volumen en relación a la competencia (%)	50
Tabla N° 13 Comparativo en relación a la competencia directa (Costo por tonelada).....	52

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1 El Comercio bilateral entre Ecuador y China	29
Figura N° 2 Mercados importadores de flores ecuatorianas (Miles USD)....	32
Figura N° 3 Mercados importadores de flores ecuatorianas (Toneladas)	33
Figura N° 4 Mercados importadores de flores ecuatorianas (Costo por Tonelada).....	34
Figura N° 5 Crecimiento en valor de exportación de flores ecuatorianas (%)	35
Figura N° 6 Crecimiento en cantidad de exportación de flores ecuatorianas (%)	37
Figura N° 7 Exportación de flores a China (Miles USD).....	38
Figura N° 8 Exportación de flores a China (Toneladas).....	38
Figura N° 9 Exportación de flores a China (Costo por tonelada)	39
Figura N° 10 China Producto Interno Bruto Real	40
Figura N° 11 Producto Interno Bruto Real, Tasas de Variación Trimestral ..	41
Figura N° 12 Flores ecuatorianas en China	43
Figura N° 13 Comparativo en relación a la competencia directa (Miles USD)	47
Figura N° 14 Crecimiento en Miles USD en relación a la competencia (%) .	49
Figura N° 15 Comparativo en relación a la competencia directa (Toneladas)	50
Figura N° 16 Crecimiento en volumen en relación a la competencia (%)	51
Figura N° 17 Comparativo en relación a la competencia directa (Costo por tonelada).....	52

RESUMEN

Las exportaciones ecuatorianas a largo de este tiempo han tenido un breve repunte a nivel de productos no tradicionales, ya que la economía ecuatoriana en su mayor parte siempre se apuntalado en la exportación de petróleo, por lo tanto los exportadores ecuatorianos han puesto su objetivo y metas en la diversificación de productos no tradicionales, especialmente en el sector florícola, en países que tienen una alta demanda sobre estos productos como lo es China, que a través de la aplicación de estrategias comerciales como la de mantener precios altos por ser considerado un producto exclusivo y de lujo, obliga a las empresas exportadoras ecuatorianas a mejorar continuamente la calidad del producto, tecnificando sus plantaciones mediante certificaciones internacionales. El gobierno junto a los empresarios ecuatorianos estimulan el intercambio comercial del país, con los socios comerciales generando nuevas oportunidades de inversión, como es el caso del país asiático, que en la actualidad emerge como un mercado potencial para la industria florícola ecuatoriana ante la creciente demanda de este producto entre sus habitantes, razón por la que las empresas exportadoras de flores ecuatorianas buscan incursionar sus productos dentro del continente asiático con el fin de diversificar los destinos de su actividad comercial.

Palabras Claves: EXPORTACIÓN; FLORES; PRECIO; DIVERSIFICACIÓN; ESTRATEGIAS; INVERSIÓN; MERCADO; PROMOCIÓN.

ABSTRACT

A long of this time the Ecuadorian exports have had a brief rebound level of non-traditional products, since the Ecuadorian economy for the most part always underpinned in the export of oil, therefore Ecuadorian exporters have set their goal and targets In the diversification of non-traditional products, especially in the floricultural sector, in the countries which have a high demand on these products like China, with the through application of commercial strategies like maintaining high prices to be considered an exclusive and luxury product, it forces Ecuadorian exporting companies to continuously improve the quality of the product, technifying their plants through international certifications. The government with the Ecuadorian businessmen stimulate the commercial exchange of the country, with the commercial partners generating new opportunities of investment, as is the case of the Asian country that at the moment emerges as a potential market for the Ecuadorian flower industry before the increasing demand of this product among its inhabitants, the reason why the exporting companies of Ecuadorian flowers seek to penetrate their products within the Asian continent in order to diversify the destinations of their commercial activity.

Keywords: EXPORTATION; FLOWERS; PRICE; DIVERSIFICATION; STRATEGIES; INVESTMENT; MARKET; PROMOTION.

RÉSUMÉ

Les exportations équatoriennes tout au long de ce temps ont eu un bref pic au niveau de produits non traditionnels, étant donné que son économie s'est toujours pavée dans sa majorité des exportations de pétrole. Pour cette raison les exportateurs équatoriens ont mis leur but et les objectifs la diversification des produits non traditionnels, en particulier dans le secteur de la floriculture dans les pays ayant une forte demande de ces produits comme la Chine, à travers la mise en œuvre des stratégies commerciales comme le maintien des prix élevés étant considéré comme un produit exclusif et de luxe, ce qui oblige aux entreprises équatoriennes à améliorer donnant des techniques à leurs usines pour des certifications internationales. Le gouvernement ainsi que les entrepreneurs équatoriens stimulent le commerce dans le pays, avec les partenaires commerciaux et génèrent de nouvelles opportunités d'investissement, comme dans le cas de la Chine qui émerge aujourd'hui comme un marché potentiel pour l'industrie des fleurs équatoriennes grâce à la demande croissante de ce produit parmi ses habitants, la raison pour laquelle les entreprises exportatrices cherchent incursion avec leurs produits (le fleurs) dans le continent asiatique afin de diversifier les destinations de leur activité commerciale.

Mots Clés: EXPORTATIONS; FLEURS; PRIX; DIVERSIFICATION; STRATÉGIES; INVESTISSEMENT; MARCHÉ; PROMOTION.

INTRODUCCIÓN

Ecuador siendo un país en vías de desarrollo, es considerado rico en recursos naturales, formando parte de los países cuya actividad principal es la exportación. Muchas empresas exportadoras ecuatorianas están minimizando sus riesgos a través de la diversificación de mercados buscando introducir sus productos en nuevos nichos (Varela, M., 2010).

Ecuador introduce sus productos en el comercio internacional, considerando mucho la innovación y de esta manera dándole valor agregado a los productos y así satisfacer cada vez más la exigencia de sus socios comerciales.

En lo que respecta al estudio de las exportaciones de las flores ecuatorianas a China, las condiciones climáticas con las que cuenta Ecuador, lo ha beneficiado en cuanto a la producción y en su reconocimiento a nivel mundial por su extraordinaria calidad, color, tamaño y larga duración después del corte, lo que hace una demanda más atractiva.

La mayor parte de rosas en el Ecuador se producen en Cayambe debido a su ubicación geográfica, la suficiente luminosidad y el suelo fértil con lo que cuenta este lugar; hace que las flores ecuatorianas tanto en su crecimiento y desarrollo tengan ventajas competitivas (Clerque, K., 2016).

La conquista de nuevos mercados, el desarrollo constante del sector florícola y la capacidad de transar bienes y servicios, hace que Ecuador se convierta en un país más competitivo. Las exportaciones de la flor ecuatoriana ha tenido un crecimiento significativo, actualmente llega a 103 destinos distribuidos por todo el mundo (Expoflores, 2016).

Son varios los factores que convierte a China en un mercado de gran importancia para los floricultores ecuatorianos, sin embargo todavía es un mercado desconocido para la gran mayoría de empresas exportadoras de flores ecuatorianas a pesar de los altos crecimientos de exportaciones en los últimos dos años (ProEcuador, 2015).

En este análisis del comportamiento de las exportaciones de flores ecuatorianas en el mercado Chino podremos fortalecer las grandes ventajas competitivas que tiene el Ecuador en el sector florícola, posicionar este producto, intensificar el intercambio comercial entre ambos países, así como el desarrollo de oportunidades de inversión.

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES

1.1. Desarrollo

En Ecuador la floricultura tiene sus inicios en la década de los 70. Este sector empieza a desarrollarse y a tener un mayor dinamismo en la década de los 90 debido a las capacidad de apertura comercial con la que contaba el país con el acuerdo de la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas en el mercado estadounidense (Pallas, 2014).

La industria florícola en el Ecuador se inició con el cultivo de flores como astromelias, margaritas, limonios, claveles, crisantemos, gipsófilas, flores de verano, etc. Después se hizo posible la producción de rosas con características como: botones grandes, colores vivos y mayor duración de vida (ProEcuador, 2013).

Las rosas ecuatorianas son la especie de flores con mayor desarrollo dentro de la actividad exportadora de la industria florícola ecuatoriana. Con un 75% de las exportaciones, son consideradas el producto de mayor demanda a nivel mundial por su calidad y belleza inigualables (Expoflores, 2016).

Ecuador a través de los años ha descubierto su potencial para cultivar y exportar flores. En la actualidad la industria florícola ha ampliado su horizonte hacia la diversificación de sus mercados ganando mayor participación en el mercado Asiático, Americano y Europeo.

El uso de rosas en China se encuentra en crecimiento, en el 2015 el país importó USD 5 millones en rosas. Actualmente, Ecuador es el principal proveedor de rosas del mercado chino, manteniendo una venta positiva en los precios altos que posee, en comparación a las rosas colombianas y kenianas, que se venden a un precio inferior (ProEcuador, 2016).

Según los datos de importaciones de rosas provistos por la Aduana China (2016) en el año 2015 Ecuador tuvo un crecimiento en la participación de este mercado con 60% en volumen y 61% en valor, esto equivale a importaciones por 234.3 toneladas y USD 3.2 millones respectivamente.

Los principales puntos de ingreso de rosas ecuatorianas son las ciudades de Beijing y Shanghái. A estos dos puertos llega alrededor del 80% del volumen de las rosas importadas por China. Por otro lado, esta actividad exportadora de la industria florícola ecuatoriana también se ha posicionado en el mercado estadounidense. Para el periodo 2015 en los meses de julio a septiembre, las exportaciones registran un crecimiento de 29% en valor en relación al mismo periodo para el 2014, con un volumen exportado del 28% (Expoflores, 2016).

Con lo que respecta a Europa, el 40 % del mercado de las flores ecuatorianas lidera en Rusia con 83 millones de dólares. El país euroasiático es también considerado un destino principal para las exportaciones de flores cortadas (ProEcuador, 2016).

1.2. Planteamiento del problema

La balanza comercial de Ecuador con China es deficitaria, es por ello que el gobierno ecuatoriano está fortaleciendo la relación comercial con el continente asiático a través de la inversión y exportación de recursos naturales hacia este mercado, considerada la segunda economía del mundo, explicó el director ejecutivo de ProEcuador (Jurado, 2015).

Desde el 2015, en la industria florícola ecuatoriana, la sobreoferta, la devaluación de monedas de los principales competidores como Colombia, los factores como el clima y la pérdida de las preferencias arancelarias (ATPDA) con Estados Unidos, han afectado la producción de flores y restado competitividad al sector, por lo que es importante que exista una diversificación de mercados (Romero, 2016).

La falta de inversión en este sector y la falta de competitividad de nuestro país con lo que respecta a este recurso natural, han provocado un decrecimiento en las exportaciones de flores, castigando las relaciones comerciales y la pérdida de participación de mercados importantes.

1.3. Propósito de la investigación

Como se ha podido mencionar en el planteamiento del problema la industria florícola ecuatoriana presenta varias dificultades, por lo que una inversión considerable en este sector productor de flores nos ayudará a introducir nuevas variedades de flores en el mercado Chino, aumentando el índice de las exportaciones y fortaleciendo así la relación comercial existente, a su vez permitiendo que el sector productivo exportador del país mejore.

Así mismo, el empresario floricultor, representante de la firma Trébol Roses y presidente de Asofloraustro menciona que Ecuador y China mantienen relaciones comerciales, sin embargo es necesario que exista mayor campaña de promoción en los diferentes recursos naturales ecuatorianos, para así posicionarlos cada vez más en el mercado asiático (Velez, 2015).

Debido a los costos altos de transportación y mantenimiento de rosas por la ubicación geográfica, Ecuador está posicionando las flores como un producto de lujo, apuntando a un target de consumidores chinos de alto poder adquisitivo, por los que están dispuestos a pagar un precio alto.

Con este breve estudio, se va a poder determinar las oportunidades y mejoras que ha tenido nuestro país en cuanto a las exportaciones de flores hacia el mercado Chino durante el periodo 2010 – 2015.

1.4. Naturaleza de la investigación

La investigación que se va a realizar será de tipo exploratoria, siguiendo un paradigma cualitativo que analizará data secundaria e histórica y a su vez, describirá hechos facticos sucedidos en los últimos cinco años.

1.5. Objetivos de la investigación

1.5.1. Objetivo General

Analizar el comportamiento de las exportaciones de flores ecuatorianas hacia el mercado chino durante el periodo 2010-2015.

1.5.2. Objetivos específicos

- Estudiar el comportamiento de las exportaciones de flores ecuatorianas en los últimos 5 años en el mundo.
- Determinar las estrategias de negociación que se han utilizado en el intercambio internacional de flores entre China y Ecuador en los últimos 5 años.
- Detallar estadísticamente la información secundaria estudiada de las exportaciones de flores en el periodo 2010 – 2015 y determinar los precios y rentabilidades alcanzadas.

1.6. Definición de términos

1.6.1. Astromelias

Las astromelias son un género de planta perenne con pocas hojas cada una provista de seis pétalos. Sus tonalidades blanca, naranja o amarillo varían según el incremento del cultivo y a las hibridaciones realizadas (Regalarflores, 2014).

1.6.2. Limonios

Este tipo de plantas son conocidas como acelgas saladas, viven en suelos salinos de sitio húmedo (Life Humedales de la Mancha, 2016).

1.6.3. Crisantemos

Este tipo de flores son hierbas en forma de arbustos perennes. Sus flores grandes son semejantes a las de las margaritas, aparecen en la época de otoño (Botanical, 2016).

1.6.4. Gipsófilas

La Gypsophila es un tipo de planta ornamental con especies de flores rosas o blancas (InfoAgro, 2016).

1.7. Limitaciones y delimitaciones

1.7.1. Limitaciones

El estudio del comportamiento de las exportaciones de flores ecuatorianas hacia el mercado Chino, se realizará durante un periodo de 5 años. En este análisis solo se tomará en cuenta la estructura arancelaria utilizada para el sector florícola, correspondiente a la partida 0603 (06.03 Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma)

1.7.2. Delimitación geográfica

Beijing y Shanghai

1.7.3. Delimitación temporal

Análisis de exportaciones de flores ecuatorianas durante el periodo 2010 – 2015.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Comercio internacional

“El comercio es una parte importante en la actividad económica general de las naciones. Son numerosas las dimensiones de esta cuestión, entre ellas el crecimiento, los niveles y la estructura del comercio en relación con la producción nacional” (Markusen, Melvin, Kaempfer, & Maskus, 1995, pág. 7).

Según Markusen, Melvin, Kaempfer, & Maskus (1995):

Dentro de cada nación hay un agregado de individuos que actúan en el área económica. El comercio internacional es el resultado de las interacciones entre esos individuos y con personas de otras naciones, comprendiendo el estudio de este nivel de la economía internacional. (pág. 5)

Con el comercio internacional muchas naciones pueden desplazar su producción de bienes y servicios a distintos países o mercados. Esta interacción permite que ambas partes se beneficien del posicionamiento de sus productos y de las oportunidades de negocio que este puede generar.

Para González (2011):

Con el libre comercio, cada país podría especializarse en la producción de aquellos bienes en los cuales tuviera una ventaja absoluta (o que pudiera producir de manera más eficiente que otros países) e importar aquellos otros en los que tuviera una desventaja absoluta (o que produjera de manera menos eficiente). (pág. 104)

De acuerdo a lo publicado, basándose en la teoría de Smith, las negociaciones entre países en el comercio internacional hacen posible que las naciones mantengan un buen desempeño en las negociaciones internacionales, ayudando a que los países se integren y prosperen en el ámbito económico y social, incrementando la producción mundial. Por otro lado, en caso de que una nación no tenga una ventaja

absoluta en ningún producto, deberá especializarse en la producción y exportación del bien en el cual posee la desventaja absoluta, ganando así una ventaja comparativa. A su vez, el país deberá importar el bien con mayor desventaja absoluta, es decir, el bien en el que posee la desventaja comparativa. Esto se conoce como la teoría de la ventaja comparativa explicada por David Ricardo (González , 2011, pág. 104).

“Se entiende por comercio intraindustrial aquel que tiene lugar cuando un país exporta e importa, en un mismo periodo, productos que pertenecen al mismo sector o industria” explica (González , 2011, pág. 110).

Dentro del comercio internacional es importante también mencionar que la ventaja comparativa en el comercio será mayor cuanto mayores sean las diferencias entre los países participantes, lo que da lugar a la existencia de un comercio intraindustrial, en el que los países participantes pueden exportar e importar productos pertenecientes a industrias diferentes, mostrando la presencia de un comercio mucho más dinámico (González , 2011, pág. 110).

2.2 Libre comercio

Con el libre comercio las naciones pueden importar y exportar bienes o servicios sin la intervención gubernamental, ofreciendo a sus consumidores una gama de opciones. Es decir, fomenta la competencia, mejorando la eficiencia productiva. Las empresas se concentran cada vez más en la innovación de sus productos haciéndolos cada vez mejores para ganar una mayor participación en el mercado.

Por otra parte, el libre comercio también genera un crecimiento económico, generando oportunidades para las empresas inversionistas y para la sociedad, lo que permite un incremento en sus ventas y en los márgenes de ganancias, haciendo que estas sean cada vez más rentables en la expansión de sus operaciones, del ingreso a nuevos sectores del mercado y a la creación de nuevos empleos mejor remunerados.

Para Parrilla (2016):

El economista británico Adam Smith acuñó el concepto de mano invisible en el siglo XVIII para describir el fenómeno natural auto-regulador del libre mercado. Un proceso en el que la competencia juega un papel primordial en busca de la eficiencia y equidad en el uso de los recursos y el producto de la actividad económica. (s.p).

Esta teoría de Adam Smith, se concentra en que el mercado libre se debe potencializar y no entorpecerlo. Es fundamental que los gobiernos de diversos mercados intervengan en el desarrollo y comportamiento de los mercados globales, tomando en cuenta los aspectos positivos que puede tener un mercado libre de restricciones o leyes que afecten en el dinamismo del comercio internacional.

2.3 Balanza comercial o de comercio

La balanza comercial forma parte de la balanza de pagos de un país que incluye el saldo que existe en las importaciones y exportaciones de mercancías de una nación. Si tenemos una balanza comercial positiva la economía del estado tendrá un superávit comercial, de esta manera entrarán más recursos al país generando ganancias debido a las exportaciones de bienes o servicios que se producen, esto a su vez incentiva y desarrolla la economía nacional.

El director de la Cámara de Comercio Ecuatoriano–China, mencionó que “en la relación comercial entre China – Ecuador todavía se presenta una balanza comercial deficitaria para Ecuador, debido a las importaciones que ingresan desde el gigante asiático” (Hidalgo, 2015, s.p).

Para lograr equilibrar la balanza comercial entre ambos países se deben eliminar los aranceles para el banano, el camarón y las flores que pagan una tasa del 10%, 22% (5% de arancel y 17% de IVA) y el 10% respectivamente.

Por otro lado todos los productos alimenticios ecuatorianos tienen que cumplir las exigentes inspecciones de cuarentena y sanidad para ingresar. A través de la

obtención de las certificaciones fitosanitarias a corto plazo, se podrían impulsar la entrada de otros recursos naturales ecuatorianos como la pitahaya, piña, papaya, granadilla, uvilla y aguacate (Cámara de Comercio Ecuatoriano-China, 2016).

Según Hidalgo (2016), director de la Cámara Binacional menciona que “actualmente el país exporta unos USD 600 millones en productos no petroleros a China, pero con la reducción arancelaria y la diversificación en dos o tres años serían USD 1 200 millones”

2.4 Comercio Bilateral

Ecuador es considerado uno de los países más importantes para el mercado chino, debido a la calidad en el cultivo y producción de sus productos no tradicionales que posee como por ejemplo el banano y camarón, el mango, langostinos congelados y cacao. Esta participación comercial se complementa con otros productos ecuatorianos como las flores, aunque el producto de mayor demanda es el petróleo (ProEcuador, 2016).

Según el Banco Central del Ecuador (2016) China es considerado el tercer destino comercial del Ecuador, después de Estados Unidos y la Unión Europea. En el año 2015 Ecuador vendió a China USD 723 millones, y se importó USD 3 087 millones, dando lugar a una balanza comercial negativa.

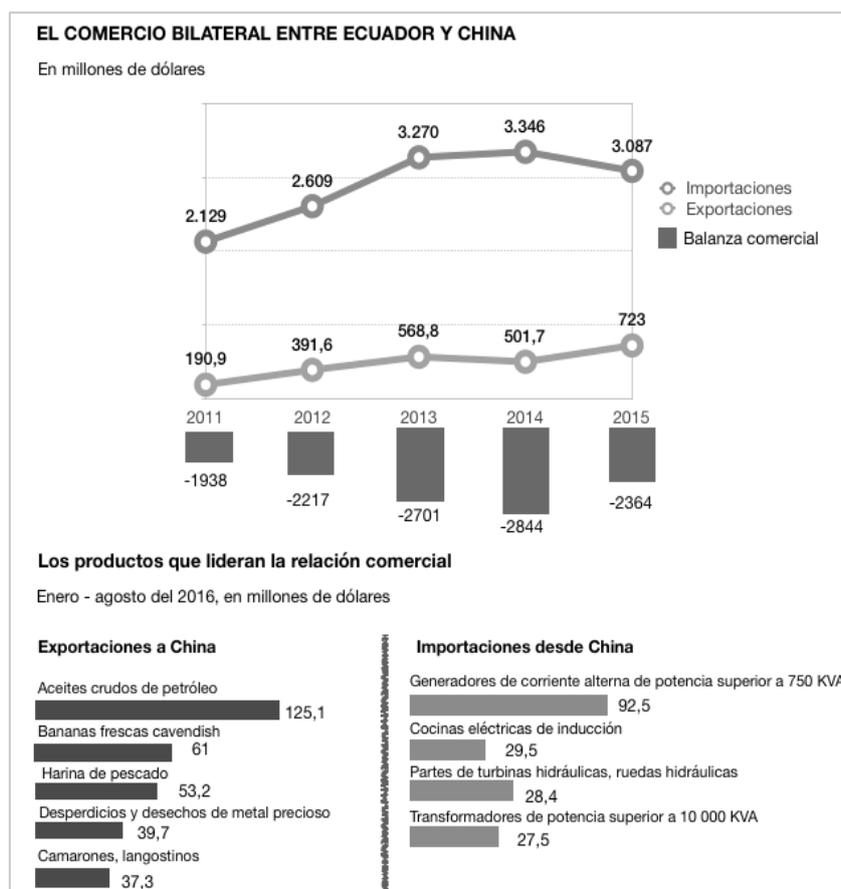


Figura N° 1 El Comercio bilateral entre Ecuador y China

Fuente: BCE / Proecuador

Como observamos en la imagen, durante el periodo de enero a agosto del año 2016, en el comercio bilateral que existe entre estos dos países, los productos que lideran en las exportaciones a China tenemos los aceites crudos de petróleo con USD 125,1 millones, bananas frescas con USD 61 millones, la harina de pescado con USD 53,2 millones, desperdicios y desecho de metal precioso USD 39,7 millones y los camarones, langostinos congelados con USD 37,3 millones. Tomando en cuenta las importaciones desde China, el gobierno ecuatoriano ha permitido que el país realice su inversión en diferentes ramas de servicios como centrales hidroeléctricas y carreteras.

Existe un estimado de 90 firmas operando en Ecuador en sectores petrolero, minero y de la construcción. Unos de los proyectos estratégicos que se han implementado son el Servicio Integrado de Seguridad ECU 911 y la hidroeléctrica Coca-Codo Sinclair. Por otro lado, también se logró un acuerdo para una línea de

crédito concesional de Eximbank por USD 5 296 millones en el periodo de enero del 2015 que incluía proyectos sociales, infraestructura y el financiamiento para el plan de cocinas de inducción (Embajada China, 2016).

El presidente ecuatoriano (Correa, 2016, s.p) mencionó que “Ecuador en cuanto a relación comercial, existe un alto financiamiento chino, a pesar de ser un país pequeño”.

El embajador de China en Ecuador comentó que Ecuador y China están manteniendo excelentes relaciones bilaterales dentro del comercio internacional con diferentes tipo de inversiones económicas, para el crecimiento mutuo (Wang Yulin, 2016).

El gobierno ecuatoriano junto a la participación de la República China, establecieron convenios en ámbitos de cooperación y comercio bilateral, lo cual permitirá incrementar las exportaciones ecuatorianas a China y atraer la inversión de ese país para proyectos estratégicos.

La República Popular China junto a la Agencia de Calidad de la República Popular China (AQSIQ) se comprometieron en agilizar los procesos en medidas fitosanitarias para facilitar y diversificar la oferta ecuatoriana, a través del ingreso de otros recursos naturales como el mango, el limón, la piña y la pitahaya, entre otros.

El Gobierno chino también manifestó su interés en la creación de un vuelo comercial directo entre ambas naciones, para fomentar y fortalecer las relación comercial y turística (Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana, 2016).

CAPÍTULO III

Comportamiento de las exportaciones de flores ecuatorianas en los últimos 5 años

3.1 La dinámica de las exportaciones de flores ecuatorianas y su destino

Por medio de la Subdivisión de Estadísticas Comerciales de las Naciones Unidas (2016) se indica que los principales mercados compradores de las flores ecuatorianas durante el periodo 2010 – 2015 fueron Estados Unidos, Rusia, Países Bajos, Canadá, Italia y China.

En el año 2015, la importación de flores por parte de Estados Unidos fue de \$249'545.000. Este mercado es considerado el tercer importador de flores a nivel internacional, teniendo como principales proveedores a Ecuador y Colombia.

Tabla N°1 Mercados importadores de flores ecuatorianas (Miles USD)

Países importadores	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Estados Unidos	168680	186340	210752	214883	238218	249545
Rusia	115741	140717	176632	173663	193898	110656
Países Bajos	35621	39819	39313	38197	53780	46035
Italia	15896	18563	21568	18989	23693	20105
Canadá	15445	18916	18530	22113	19490	19101
China	33	47	56	366	1081	2584

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE/ BCE

Elaborado por: Autora

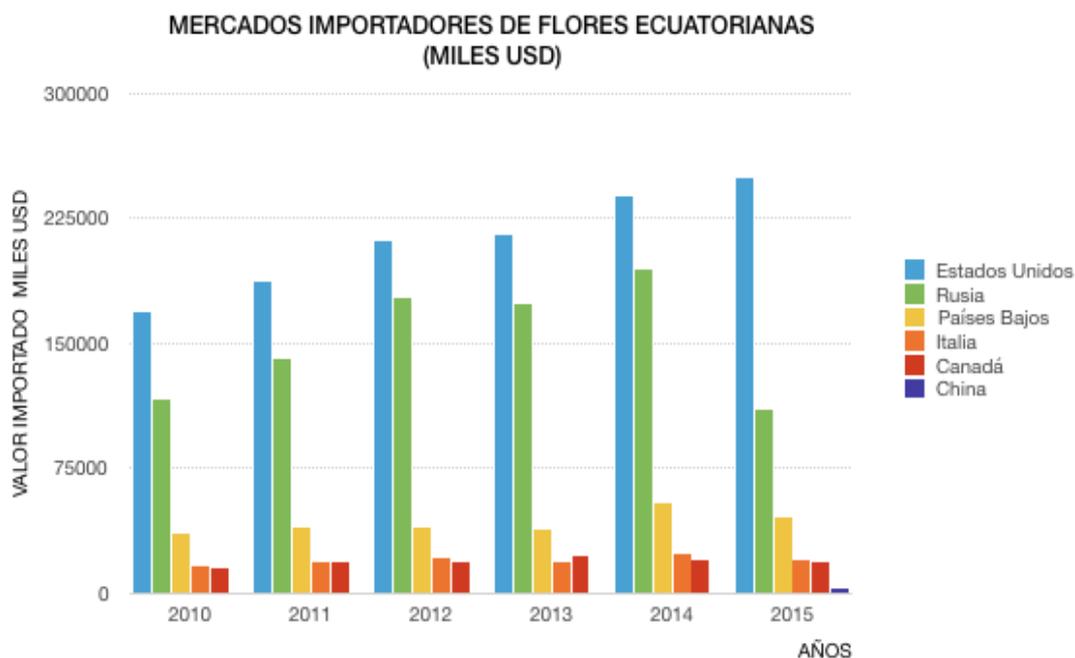


Figura N° 2 Mercados importadores de flores ecuatorianas (Miles USD)

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE/ BCE

Elaborado por: Autora

Tabla N° 2, Mercados importadores de flores ecuatorianas (Toneladas)

Países importadores	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Estados Unidos	31434	34087	36193	40488	43728	43624
Rusia	19311	22425	26548	26519	33178	23254
Países Bajos	6638	6802	6549	7809	8724	8434
Italia	2812	3266	3373	3495	4084	3450
Canadá	2675	3258	3092	3444	3501	3452
China	6	9	10	46,6	138,1	319,4

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE/ BCE

Elaborado por: Autora

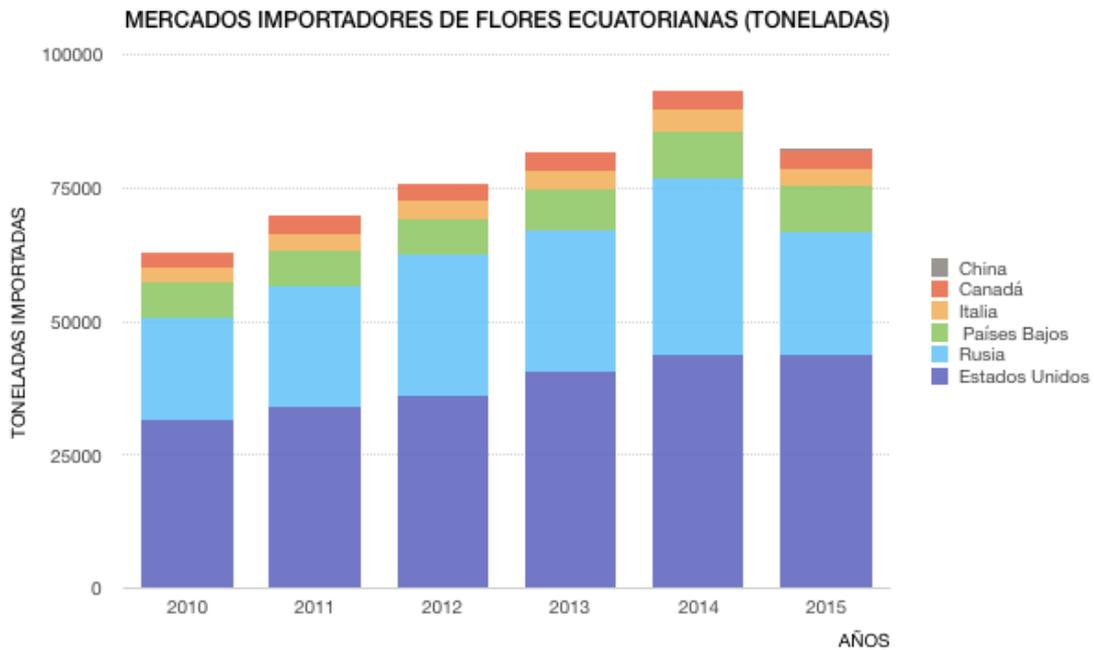


Figura N° 3 Mercados importadores de flores ecuatorianas (Toneladas)

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE/ BCE

Elaborado por: Autora

Durante el año 2014, Ecuador es considerado como el principal proveedor de Rusia, con una cantidad representativa de exportación de flores de 33.178 toneladas. Sin embargo, el alza del dólar y oferta de flores por parte de los demás competidores han provocado un decrecimiento en el año 2015 con 23.254 toneladas. Los principales proveedores de este mercado son Ecuador con el 41% del total importado, seguido por Holanda con el 22%, Kenia con un 11% y Colombia con un 9% (Expoflores, 2016).

Tabla N° 3 Mercados importadores de flores ecuatorianas (Costo por Tonelada)

Países importadores	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Estados Unidos	5,37	5,47	5,82	5,31	5,45	5,72
Rusia	5,99	6,28	6,65	6,55	5,84	4,76

Países Bajos	5,37	5,85	6,00	4,89	6,16	5,46
Italia	5,65	5,68	6,39	5,43	5,80	5,83
Canadá	5,77	5,81	5,99	6,42	5,57	5,53
China	5,50	5,22	5,60	7,85	7,82	8,09

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE/ BCE

Elaborado por: Autora

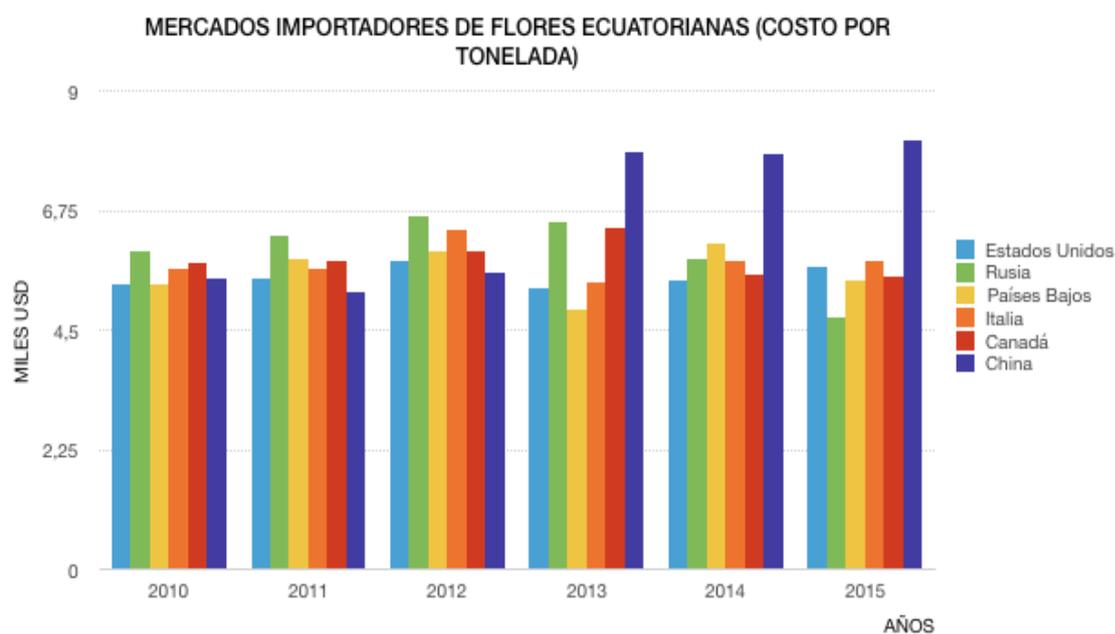


Figura N° 4 Mercados importadores de flores ecuatorianas (Costo por Tonelada)

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE/ BCE

Elaborado por: Autora

Tabla N° 4 Crecimiento en valor de exportación de flores ecuatorianas (%)

Países importadores	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
Estados Unidos	-14	10	13	2	11	5
Rusia	10	22	26	-2	12	-43

Países Bajos	-44	12	-1	-3	41	-14
Italia	-6	17	16	-12	25	-15
Canadá	12	22	-2	19	-12	-2
China	230	42	19	554	195	606

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE / BCE

Elaborado por: Autora

En el año 2013 y 2015 las exportaciones a Rusia disminuyeron debido a la caída del precio del crudo y el fortalecimiento del dólar, afectando el consumo de las flores ecuatorianas. Los ingresos estatales de la economía rusa se han visto afectados por los bajos precios del petróleo y del gas natural, provocando una caída en la demanda del 2% y 43% durante este periodo, indicó el presidente de la Asociación de Productores y Exportadores de Flores de Ecuador (Martinez, 2015).

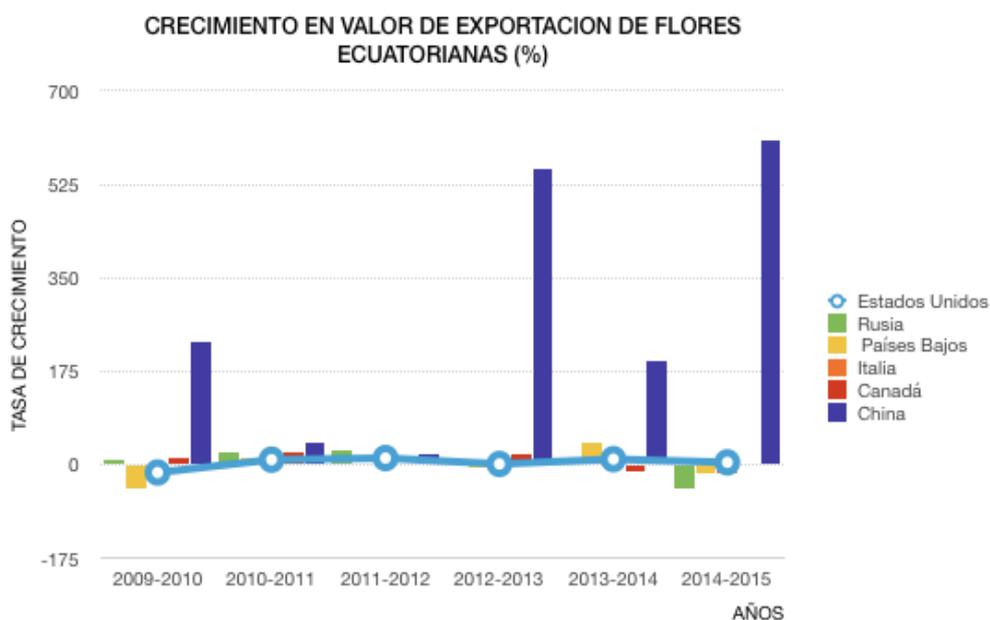


Figura N° 5 Crecimiento en valor de exportación de flores ecuatorianas (%)

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE / BCE

Elaborado por: Autora

Otro destino principal para las flores ecuatorianas es el mercado Chino, con una tasa de crecimiento positiva en el valor de exportaciones de flores ecuatorianas

entre los años 2012 – 2015. Esta nación se convierte en una verdadera oportunidad para conquistar un nuevo mercado (Expoflores, 2016).

Los exportadores de flores ecuatorianas a través estrategias comerciales buscan cada año incrementar aún más su demanda. Una de ellas es aprovechar las grandes festividades de este mercado asiático, como el día de San Valentín y el día de los Solteros. En estas fechas China tiene como preferencia el adquirir flores ecuatorianas, apreciadas por sus grandes características y calidad. En este mercado Ecuador le lleva una gran ventaja a sus competidores (ProEcuador, 2016).

Las rosas ecuatorianas son muy apreciadas por el consumidor chino por su calidad especialmente por el tamaño de su tallo y botón y se comercializan como un producto exclusivo. Las exportaciones ecuatorianas hacia China han crecido sustancialmente durante este periodo, lo cual lo convierte en un destino alto de consumo para las flores ecuatorianas (Expoflores, 2016).

Tabla N°5, Crecimiento en cantidad de exportación de flores ecuatorianas (%)

Países importadores	2009-2010	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
Estados Unidos	-13	8	6	12	8	0
Rusia	20	16	18	0	25	-30
Países Bajos	-52	2	-4	19	12	-3
Italia	-13	16	3	4	17	-16
Canadá	8	22	-5	11	2	-1
China	200	50	11	366	196	585

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE/ BCE

Elaborado por: Autora

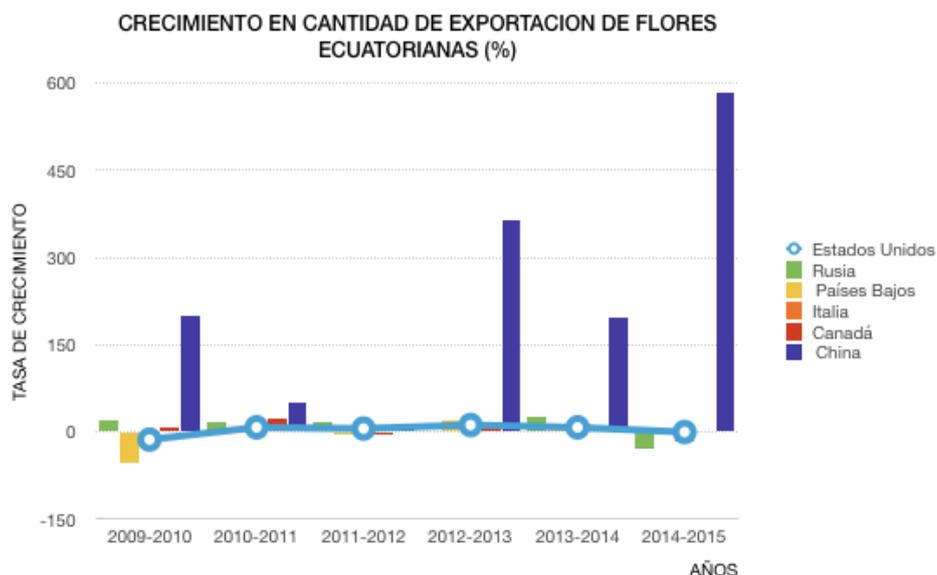


Figura N° 6 Crecimiento en cantidad de exportación de flores ecuatorianas (%)

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE / BCE

Elaborado por: Autora

3.2 Exportaciones de flores a China

Las exportaciones de flores ecuatorianas al mercado Chino registraron un rápido crecimiento entre los años 2014 – 2015 con un valor importado de \$1'081.000 y \$2'584.000 respectivamente. Para el año 2016, un valor de \$2'975.000 mostrando un incremento en el valor de las exportaciones de las flores ecuatorianas.

Tabla N° 6 Exportación de flores a China (Miles USD)

País	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
China	33	47	56	366	1081	2584	2975

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE / BCE

Elaborado por: Autora

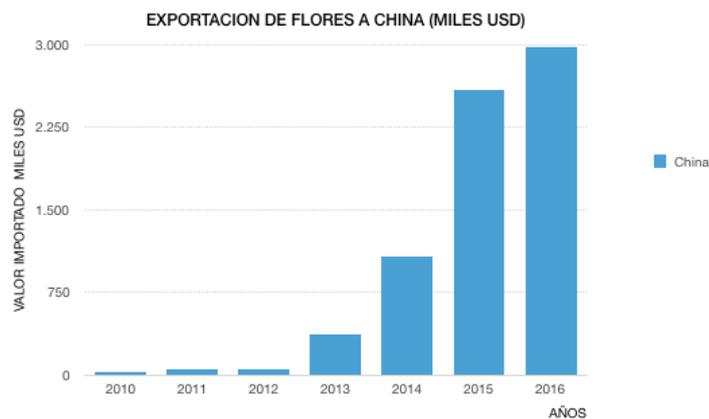


Figura N° 7 Exportación de flores a China (Miles USD)

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE/ BCE

Elaborado por: Autora

Tabla N° 7, Exportación de flores a China (Toneladas)

País	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
China	6	9	10	46,6	138,1	319,4	422,1

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE / BCE

Elaborado por: Autora

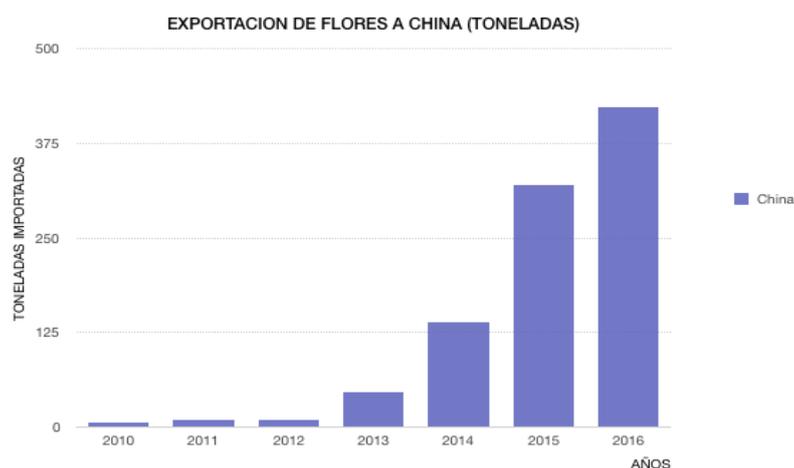


Figura N° 8 Exportación de flores a China (Toneladas)

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE / BCE

Elaborado por: El autor

A partir del año 2013 aumentaron la cantidad de flores ecuatorianas exportadas con 75 toneladas. Para el año 2014 y 2015, las toneladas importadas por el gigante asiático fueron 138 y 319 toneladas respectivamente. En el año 2016, las cantidades exportadas ascendieron a 422 toneladas.

Tabla N° 8, Exportación de flores a China (Costo por Tonelada)

País	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
China	5,50	5,22	5,60	7,85	7,82	8,09	7,05

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE / BCE
 Elaborado por: Autora

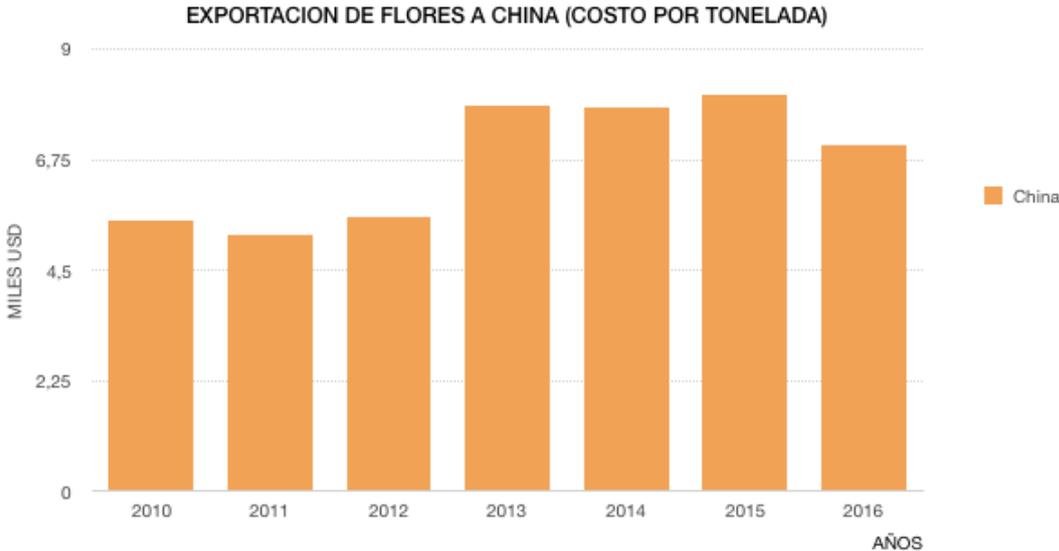


Figura N° 9 Exportación de flores a China (Costo por tonelada)

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE / BCE
 Elaborado por: El autor

CAPÍTULO IV

Estrategias de negociación que se han utilizado en el intercambio internacional de flores entre China y Ecuador en los últimos 5 años

4.1 Situación macroeconómica de China

Entre el año 2000 y el 2014 el Producto Interno Bruto Real (PIB) de la economía china creció el 9,7%. Actualmente, es considerada como la segunda economía más fuerte del mundo, después de EE.UU., y es la primera en paridad del poder adquisitivo (BCE, 2016).

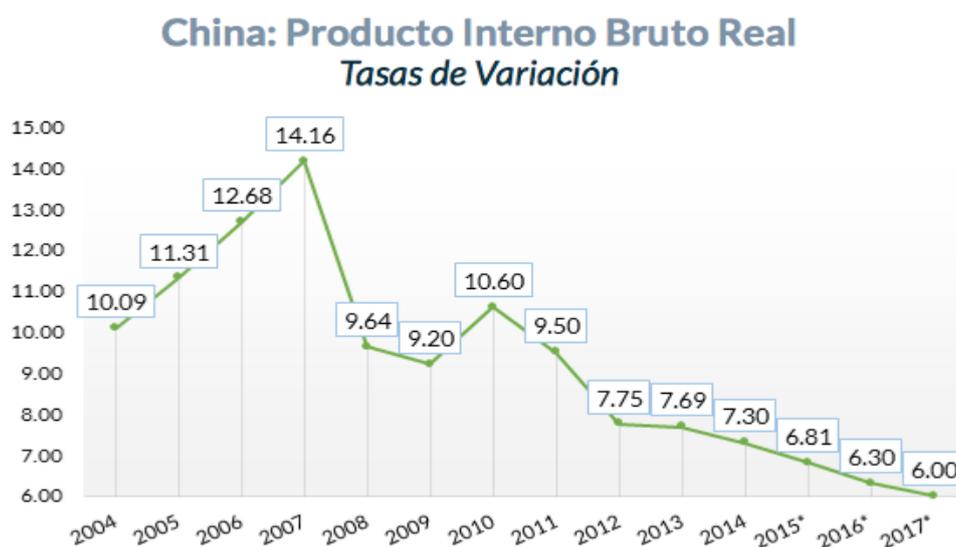


Figura N° 10 China Producto Interno Bruto Real

Fuente: FMI

Según datos obtenidos del Banco Central del Ecuador (2015) para el año 2014, la segunda economía mundial muestra un crecimiento del 7,3%, el más bajo desde 1990 para el gobierno chino (7,5%), lo que significa un bajo crecimiento mundial y una disminución de la demanda externa de bienes y servicios así como también el incremento de la deuda y una caída del consumo privado.

Producto Interno Bruto Real Tasas de Variación Trimestral

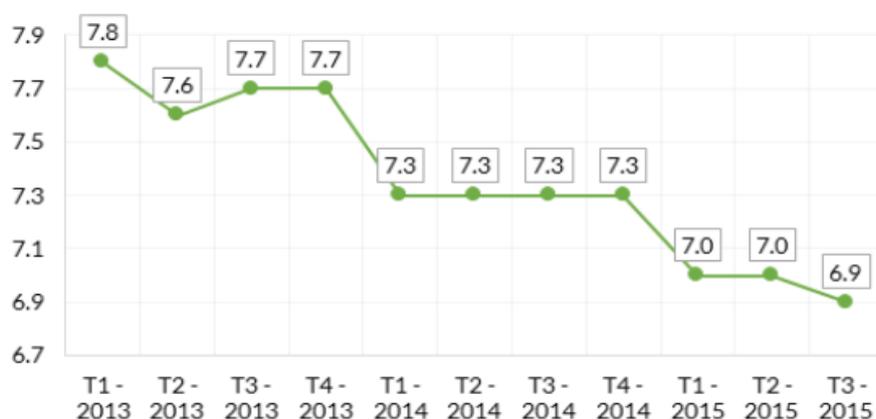


Figura N° 11 Producto Interno Bruto Real, Tasas de Variación Trimestral

Fuente: Oficina Nacional de Estadísticas de China

Del 2014 al 2015, el crecimiento del primer trimestre fue de un 7,0%, del segundo trimestre un 7,0%, del tercer trimestre un 6,9%. Este último registra el crecimiento más bajo de todo el año debido al debilitamiento de la producción industrial y de las inversiones de capital fijo.

Según previsiones del gobierno chino, se espera que el gigante asiático crezca en el 2015 a un 7%, mientras que el Fondo Monetario Internacional, prevé una expansión del 6,8% para el 2015, 6,3% para el 2016 y 6,0% para el 2017.

4.2 Consumidor chino

En la actualidad, China es considerada el principal mercado de destino para la producción florícola ecuatoriana, razón por la que las empresas exportadoras de flores ecuatorianas buscan incursionar sus productos dentro del continente asiático con el fin de diversificar los destinos de su actividad comercial y desarrollar nuevas oportunidades de inversión.

A pesar de que el gigante asiático posee una importante producción florícola, sigue prefiriendo comprar la flor ecuatoriana, las mismas que son consideradas como un bien de gama alta y exclusivo por sus características únicas como sus colores, calidad y duración (Martinez, 2015).

El fundador y director ejecutivo de la empresa florícola china Roseonly, Pu Yi (2014) establece que el mercado chino posee un enorme potencial y mantiene una demanda alta especialmente hacia los productos occidentales y de status por los que están dispuestos a pagar un precio alto.

La excelente calidad que poseen las flores ecuatorianas, son demandadas por los consumidores de clase alta y media, direccionado principalmente por la industria hotelera, por los diseñadores de bodas y el consumo online, lo que convierte a China en un mercado atractivo para las flores ecuatorianas que se venden solas debido a su distinción como un bien exclusivo y de lujo.

Según un estudio realizado los colores de las rosas que prefieren los consumidores chinos varían según la ciudad. En Beijing, los chinos prefieren la rosa roja, blanca y rosada. En la ciudad de Shanghai, las prefieren rojas, moradas y rosadas. Mientras que en Guangzhou las blancas, rosadas y de color champán (ProEcuador Guangzhou, 2015).

En cuanto a los principales motivos para comprar rosas están los festivales, también usan la flor ecuatoriana para obsequiarlas a familiares, amigos, enfermos o para atraer la suerte con el uso de la flor roja, que se la utiliza comúnmente en festividades como la Navidad, el Año Nuevo chino y San Valentín.

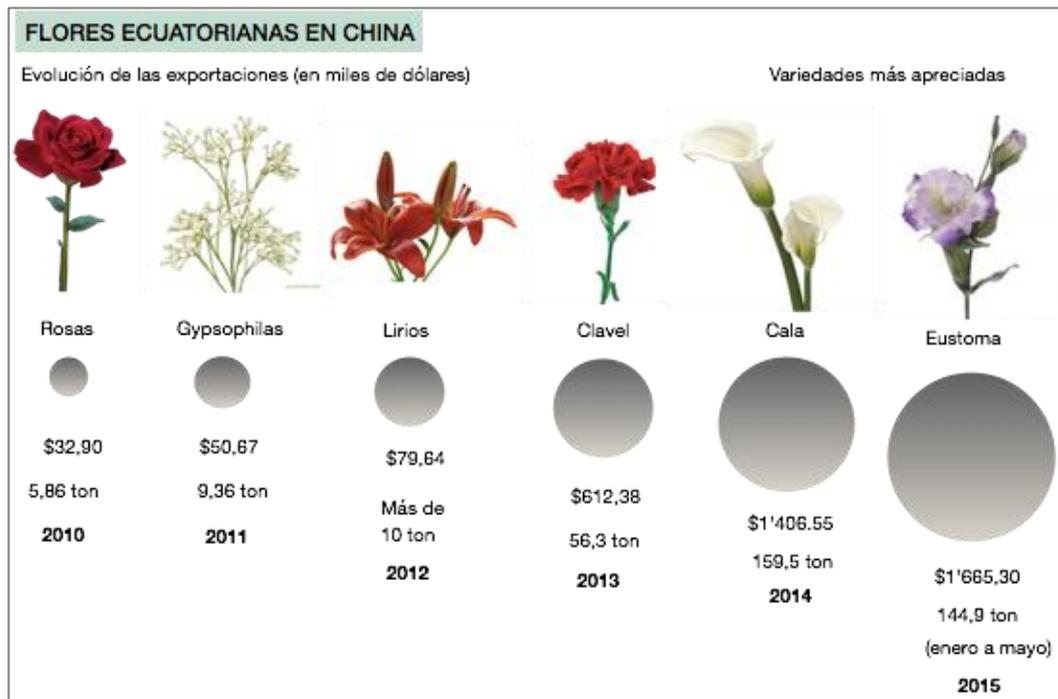


Figura N° 12 Flores ecuatorianas en China

Fuente: ProEcuador

4. 3 Estrategias comerciales de países exportadores de flores en el mundo

Ecuador a través de estrategias competitivas mantiene un enfoque específico de clientes, cumple con las necesidades, exigencias y preferencias de sus grandes compradores, como en el caso de China y Estados Unidos. Con la aplicación de esta estrategia Ecuador busca especializarse en mercados bien definidos y, por tanto, ser más eficiente de lo que se sería atendiendo a un mercado variado.

Las agroindustrias ecuatorianas de productos no tradicionales, a través de la estrategia competitiva de diferenciación establecen una barrera protectora contra sus competidores directos, debido a la lealtad y preferencia que poseen sus consumidores. Hoy en día, la flor ecuatoriana es considerada como un símbolo de exclusividad y de lujo, lo que le ha permitido que las industrias florícolas ecuatorianas mantengan sus precios altos y así no puedan competir con los precios bajos que ofrece el mercado Chino (Porte, 1980).

Para mantener la alta calidad y el buen cuidado de las flores consideradas un producto de alta clase, las empresas especializadas en investigación química y en investigación genética, a través de la constante innovación, mantienen excelentes características en el proceso productivo, ofreciendo cada vez mayor número y variedades sofisticadas de flores al mercado internacional, altamente competitivo y exigente (Breilh, 2010).

Las empresas ecuatorianas que se dedican a la producción y exportación de flores, se rigen en el cumplimiento de requisitos sociales y ambientales, a través del cumplimiento de la certificación FlorEcuador® Certified, que se basa en la conservación del suelo y fertilización, utilizando prácticas orgánicas mediante el uso de recursos naturales, disminuyendo así el uso de químicos tradicionales, ayudando a proteger la salud de los trabajadores y el medio ambiente (FlorEcuador, 2005).

Otra certificación que cumplen las fincas o empresas floricultoras ecuatorianas es la de Rainforest Alliance, que ayuda a cumplir normas rigurosas diseñadas para proteger los ecosistemas, asegurar el bienestar de las comunidades locales y mejorar la productividad. Esta certificación es reconocida internacionalmente por su sostenibilidad ambiental, social y económica.

Adicional a esto existen otros organismos certificadores avalados por la asociación de flores ecuatorianas Expoflores en la que las empresas exportadoras ecuatorianas pueden certificar su producto y procesos de producción (Expoflores, 2017).

Por otro lado, el gobierno ecuatoriano junto al Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones ProEcuador, han coordinado la realización de varios eventos promocionales para dar a conocer la flor ecuatoriana en el mercado asiático, mediante citas de negocios entre empresarios ecuatorianos y chinos para estimular el intercambio comercial entre estos dos países, además de contribuir a la promoción y formación de oportunidades de inversión.

Las flores ecuatorianas como principal producto de exportación de Ecuador, han sido protagonistas de ceremonias y eventos importantes que se han llevado a cabo en distintas partes del mundo, destacándose como las mejores del mundo por su inigualable calidad y belleza.

Uno de los principales eventos en los que participaron varias empresas florícolas ecuatorianas con rosas de altísima calidad fue Beijing International Film Festival, uno de los principales eventos de la industria cinematográfica y de la industria del entretenimiento de China.

En la feria Hortiflorexpo IPM Shanghai, se realizaron reuniones de negocios, entre empresas ecuatorianas y empresas chinas importadoras de flores, con el fin de promocionar y aumentar la demanda de flores para los próximos años (ProEcuador, 2015).

Por otro lado, se aprovechó la fecha de San Valentín, como una gran oportunidad de venta y promoción de las rosas ecuatorianas en el centro comercial Grand View, con el fin de impulsar el crecimiento de las exportaciones de flores ecuatorianas hacia el mercado asiático (Oficina Comercial de Ecuador en Guangzhou, 2014).

Además, en el lanzamiento de esta campaña se presentó una serie de arreglos florales realizados por famosos diseñadores locales que utilizaron rosas del país en sus creaciones. También se realizó una alianza estratégica junto a la florería china Goelia, en la que dictó talleres de diseño de arreglos florales a los visitantes del centro comercial.

Otra estrategia de comercialización es el comercio electrónico. Cada día el mercado de las rosas ecuatorianas aumenta sus ventas en China a través de la venta en línea a través de ordenadores y móviles, mediante el uso de plataformas como TMall.com del grupo Alibaba, y en JD.com.

Con lo que respecta a Colombia, dentro de sus principales productos de exportación se encuentran los arreglos florales. En este mercado debido al Tratado

de Libre Comercio, los productos pueden ingresar sin pagar arancel, lo que lo convierte en un país más competitivo, debido a la apertura comercial que posee.

Por otro lado, Etiopía cuenta con una gran inversión por parte de empresas extranjeras españolas y tiene como ventaja su ubicación geográfica cerca de sus principales países importadores como Europa, Asia y Rusia, lo que ayuda a reducir sus costes de transporte aéreo (Expoflores, 2016).

El portavoz de FloraHolland, señaló que Holanda pese a los cambios en el funcionamiento del sector de la industria florícola y a la creciente competencia de nuevos mercados emergentes como Kenya, Etiopía, Colombia y Ecuador, incrementa su tendencia de ventas, a través de estrategias como la aplicación de la ingeniería genética, mejorasen su capacidad de distribución, marketing y la implementación de transacciones a nivel digital (Horssen, 2014).

CAPÍTULO V

Información secundaria estudiada de las exportaciones de flores en el periodo 2010 – 2015 precios y rentabilidades alcanzadas

5.1 Competencia directa de la flor ecuatoriana en China

En este capítulo se hará una breve reseña de cómo las exportaciones ecuatorianas de flores con relación a otros países como Kenia y Países Bajos se ha ido fluctuando con el país de China en el comercio de las flores en miles de dólares. Este análisis se realiza con esto dos países que son los más fuertes competidores en la producción floricultora.

Tabla N° 9, Comparativo en relación a la competencia directa (Miles USD)

Países exportadores	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ecuador	33	47	56	366	1081	2584
Países Bajos	28	44	131	262	1178	899
Kenya	-	2	64	108	672	897

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE/ BCE

Elaborado por: Autora

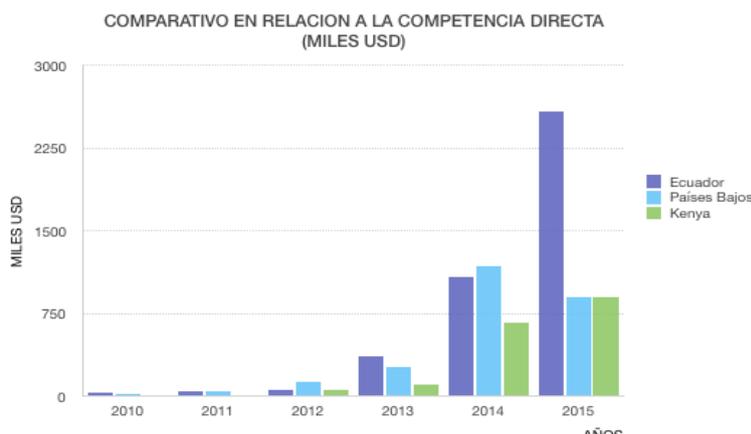


Figura N° 13 Comparativo en relación a la competencia directa (Miles USD)

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE/ BCE

Elaborado por: Autora

De acuerdo a cálculos del CCI basados en estadísticas de General Customs Administration of China y el Banco Central del Ecuador (2015) la relación que el Ecuador mantuvo con otros países competidores en el mercado de flores como Kenya, Países Bajos en relación a sus exportaciones al mercado asiático como China en el 2010 el Ecuador exportó cerca de 33 mil dólares mientras Países Bajos alcanzó a los 28 mil dólares y Kenya obtuvo cero dólares obteniendo un margen de 5 mil dólares en relación Países Bajos.

En relación al año 2012 el Ecuador se contrae en la exportación de flores en un valor 56 mil dólares en relación con los Países Bajos que llegaron 131 mil dólares y Kenya 64 mil dólares se produce por una baja producción de flores y poca demanda de nuestra flores, en el año 2013 el Ecuador repunta en las exportaciones superando a los Países Bajos y Kenya, en el año 2014 el Ecuador tiene una baja de producción siendo superado por Países Bajos.

En el año 2015 Ecuador supera en casi tres veces en miles de dólares a los Países Bajos y Kenya teniendo una venta de 2.584.000 dólares, mientras Países Bajos tuvo 899.000 dólares y Kenya 897.000 dólares lo cual demuestra la que la producción ecuatoriana en flores va en repunte y con una aceptación a la alza por su calidad y precio lo cual demuestra que nuestros productores de flores ven como un futuro potencial la venta de flores a China, rigiéndose a las normas y forma de comercializar con el país asiático.

Tabla N° 10, Crecimiento en Miles USD en relación a la competencia (%)

Países exportadores	2010 - 2011	2011 - 2012	2012 - 2013	2013 - 2014	2014 - 2015
Ecuador	42	19	554	195	139
Países Bajos	57	198	100	350	-24
Kenya	-	3100	69	522	33

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE/ BCE
Elaborado por: Autora

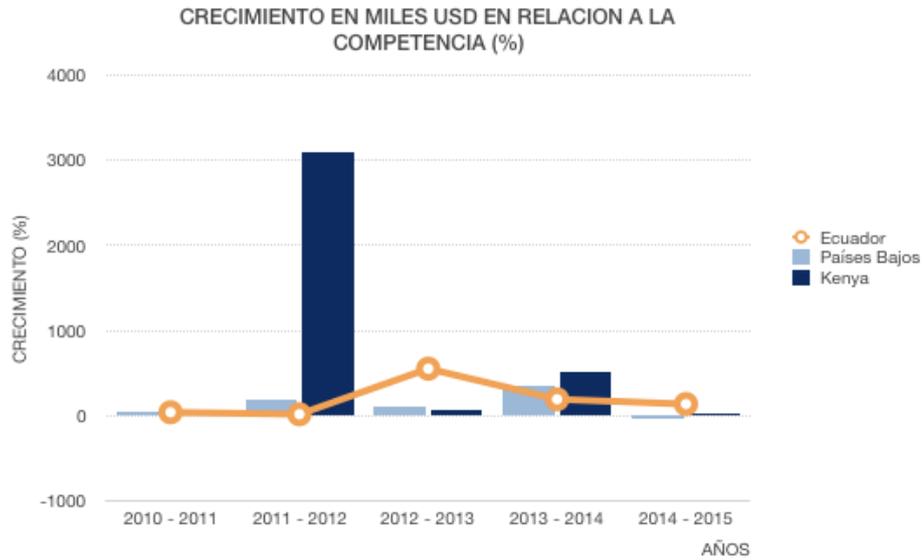


Figura N° 14 Crecimiento en Miles USD en relación a la competencia (%)

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE/ BCE

Elaborado por: Autora

Tabla N° 11, Comparativo en relación a la competencia directa (Toneladas)

Países exportadores	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ecuador	6	9	10	46,6	138,1	319,4
Países Bajos	76	94	153	238	401	367
Kenya	-	2	7	15	69	104

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE/ BCE

Elaborado por: Autora

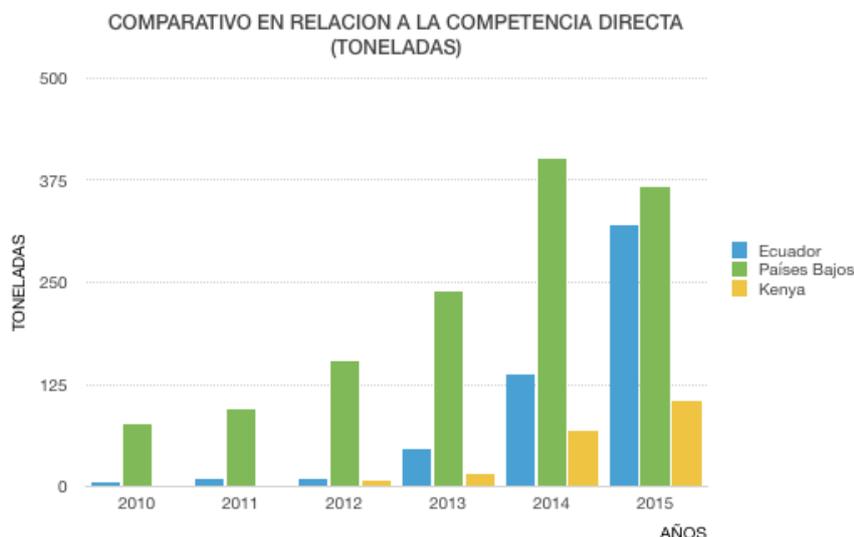


Figura N° 15 Comparativo en relación a la competencia directa (Toneladas)

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE/ BCE

Elaborado por: Autora

En respecto a la cantidad en toneladas exportadas por el Ecuador en el año 2010, en relación a los Países Bajos, debido a algunos factores climáticos que afectaron a la producción florícola tanto en el año 2010, 2011 y 2012.

En el año 2013 el Ecuador empieza a incrementar su producción de flores pero no llegando a un nivel óptimo en relación a los países competidores, ya que los Países Bajos continúan exportando mayor tonelaje de flores al país asiático China, debido a que el Ecuador se viene recuperando de una crisis climática de años anteriores mencionados.

Tabla N° 12, Crecimiento en volumen en relación a la competencia (%)

Países exportadores	2010 – 2011	2011 - 2012	2012 - 2013	2013 - 2014	2014 - 2015
Ecuador	50	11	366	196	131
Países Bajos	24	63	56	68	-8
Kenya	-	250	114	360	51

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE/ BCE

Elaborado por: Autora

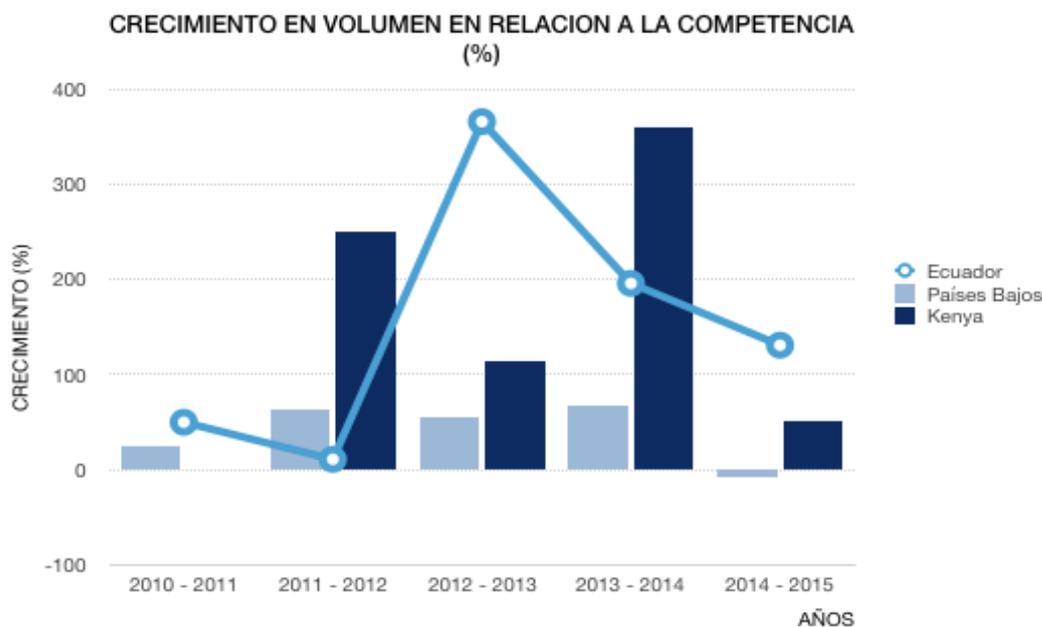


Figura N° 16 Crecimiento en volumen en relación a la competencia (%)

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE/ BCE

Elaborado por: Autora

Ecuador exportó a China en el 2013 un total de 46,6 toneladas de flores valoradas en 366 miles de dólares con una tasa de crecimiento en volumen de 366% en relación a los años 2010, 2011 y 2012. En los próximos periodos 2014 y 2015, se exportó 138,1 toneladas y 319,4 toneladas respectivamente, alcanzando una tasa de crecimiento de 131%, que en dólares representó 1'081.000 y 2'584.000, que en relación con los Países Bajos sigue siendo inferior en producción y venta.

La extraordinaria calidad que poseen las flores ecuatorianas y las estrategias comerciales utilizadas por las empresas exportadoras ecuatorianas, como la de mantener los precios altos, han ayudado a que los ingresos totales del sector florícola ecuatoriano se incrementen.

La gestión de mantener precios altos y la estrategia con la que se están promocionando las flores ecuatorianas, sigue siendo uno de los instrumentos de ventas y marketing más importantes para el Ecuador, lo que ha determinado una mayor participación y reconocimiento de las flores de calidad en el mercado asiático, generando una mayor rentabilidad en el sector y un alto margen de ganancia.

Tabla N° 13, Comparativo en relación a la competencia directa (Costo por tonelada)

Países exportadores	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ecuador	5,5	5,2	5,6	7,9	7,8	8,1
Países Bajos	0,4	0,5	0,9	1,1	2,9	2,4
Kenya	-	1,0	9,1	7,2	9,7	8,6

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE/ BCE

Elaborado por: Autora

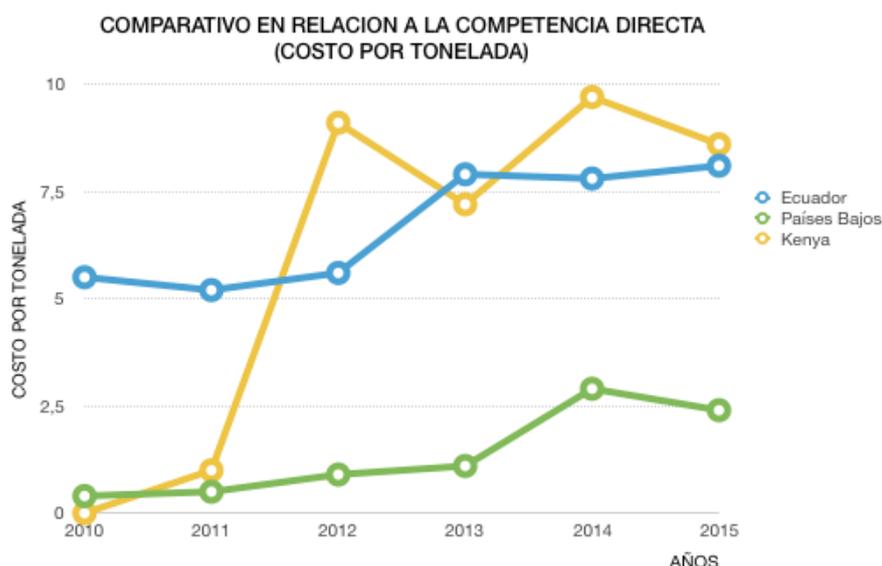


Figura N° 17 Comparativo en relación a la competencia directa (Costo por tonelada)

Fuente: Cálculos del CCI basados en estadísticas de UN COMTRADE/ BCE

Elaborado por: Autora

En relación a los costos que mantiene Ecuador con los países competidores directos, podemos observar en el gráfico el comportamiento que ha mantenido el costo por tonelada de flores exportadas a China desde el año 2010 con un repunte a la alza hasta el año 2015 en relación a los países como Kenya que es el único país que nos supera desde el 2012 hasta el 2015, debido al fuerte desarrollo e inversión en el desarrollo tecnológico en la floricultura y los factores como el clima, la

producción de diferentes tipos de flores y el apoyo del gobierno. A través de la eliminación de aranceles en la importación de insumos e incentivos tributarios, este país registra grandes crecimientos en la exportación de flores en los últimos 5 años (Expoflores , 2015)

Ecuador mantiene un nivel de precios superior al país antes mencionado, lo cual compensa la rentabilidad que mantiene el sector florícola aunque no tiene las ventajas en materia de transporte y precios entre los acuerdos de libre comercio entre China y la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático.

CONCLUSIONES

Ecuador siendo un país en vías de desarrollo, es considerado rico en recursos naturales, formando parte de los países cuya actividad principal es la exportación. Las condiciones climáticas con las que cuenta el país, lo ha beneficiado en la producción florícola y en su reconocimiento a nivel mundial por su extraordinaria calidad, color, tamaño y larga duración después del corte, lo que hace una demanda más atractiva.

Las empresas florícolas ecuatorianas mantienen estrategias competitivas de diferenciación, a través de la constante innovación en la investigación química y en la investigación genética, que junto al cumplimiento de certificaciones internacionales, ofrecen flores con ventajas competitivas y excelentes características en su proceso productivo. Las empresas exportadoras de flores ecuatorianas buscan incursionar sus productos dentro del continente asiático con el fin de diversificar los destinos de su actividad comercial y desarrollar nuevas oportunidades de inversión.

Ecuador es considerado uno de los países más importantes para el mercado chino. Las exportaciones de flores ecuatorianas al mercado Chino registraron un rápido crecimiento entre los años 2014 – 2015 con un valor importado de \$1'081.000 y \$2'584.000 respectivamente. Para el año 2016, un valor de \$2'975.000 mostrando un incremento en el valor de las exportaciones de las flores ecuatorianas.

A partir del año 2013 aumentaron la cantidad de flores ecuatorianas exportadas con 75 toneladas. Para el año 2014 y 2015, las toneladas importadas por el gigante asiático fueron 138 y 319 toneladas respectivamente. En el año 2016, las cantidades exportadas ascendieron a 422 toneladas.

Ecuador a través de la estrategia competitiva de diferenciación cumple con las necesidades y exigencias de sus grandes compradores, como en el caso de China y Estados Unidos. Con la aplicación de esta estrategia nuestro país busca especializarse en mercados bien definidos y, por tanto, ser más eficiente en producción, teniendo una mayor disponibilidad de oferta, con la más alta calidad, enmarcando un modelo de negocio positivo hacia la exportación.

Por otro lado, el gobierno ecuatoriano ha coordinado la realización de varios eventos promocionales para dar a conocer la flor ecuatoriana en el mercado asiático, estimulando el intercambio comercial entre estos dos países, además de contribuir a la promoción y formación de oportunidades de inversión.

Estos mecanismos utilizados, han permitido que el sector floricultor obtenga mayor participación y reconocimiento en el mercado asiático, generando una mayor rentabilidad y un alto margen de ganancia.

RECOMENDACIONES

Nuestros exportadores ecuatorianos y el gobierno nacional junto al Ministerio de Comercio Exterior y medios diplomáticos como embajadas y consulados, deben continuar fortaleciendo el sector agricultor, ayudando al productor y empresas exportadoras ecuatorianas, con créditos, ferias promocionales, capacitación y tecnificación de sus plantaciones, para que ellos puedan fortalecer sus ventajas competitivas al momento de incursionar sus recursos naturales en el mercado internacional. A través de estas actividades, se busca desarrollar espacios interactivos que permitan identificar compradores que buscan mejorar la calidad de su oferta, al utilizar productos de primera clase como son las flores que provienen de nuestro país.

Es importante que las empresas ecuatorianas se centren en tener como estrategia de modelo de negocio la inversión en la renovación constante en sus estándares tecnológicos, para lograr una producción florícola más eficiente y así tener una mayor disponibilidad de la oferta con la más alta calidad del mercado y poder competir con las exigentes preferencias del consumidor chino, aumentando el índice de las exportaciones y fortaleciendo así la relación comercial existente, a su vez haciendo que el sector productivo exportador del país mejore.

Es recomendable que se continúe fomentando el comercio bilateral a través de la diversificación de mercados entre países competitivos por medio de nuevos convenios comerciales, para tener un mejor trato arancelario y así las flores ecuatorianas puedan competir dentro del mercado florícola mundial, generando mayores oportunidades de inversión y empleo en el país. Manteniendo una balanza comercial positiva entre Ecuador y China, nos permitirá tener un superávit comercial, de esta manera nuestros recursos naturales participarán en el comercio internacional, generando ganancias debido a las exportaciones de bienes o servicios que se producen, esto a su vez, incentiva y desarrolla la economía nacional.

Con lo que respecta al escenario digital, es necesario que se fortalezca el comercio electrónico, el marketing y la comunicación con el consumidor a través de las plataformas sociales para analizar inquietudes y responder de inmediato a las quejas que se presenten con respecto al producto. Con estos mecanismos se agregaría valor al negocio florícola ecuatoriano, creando un canal para tomar mejores decisiones a través del conocimiento de las emociones y la humanización que existe con el consumidor, logrando así una satisfacción post-venta y una mayor fidelización.

REFERENCIAS

- Regalarflores* (2014). Obtenido de Flores astromelias:
<https://www.regalarflores.net/blog/flores-astromelias/>
- InfoAgro* (2016). Obtenido de El Cultivo de la Gypsophila:
<http://www.infoagro.com/flores/flores/gypsophila.htm>
- Life Humedales de la Mancha*. (2016). Obtenido de Las plantas de saladar: Limonium sp.:
<http://www.humedalesdelamancha.es/index.php/es/noticias-2/312-las-plantas-de-saladar-limonium-sp>
- Botanical (2016). Obtenido de El cultivo de los Crisantemos: <http://www.botanical-online.com/florcrisantemo.htm#>
- Breilh (2010). *Nuevo modelo de acumulación y agroindustria: las implicaciones ecológicas y epidemiológicas de la floricultura en Ecuador*. Centro de Estudios y Asesoría en Salud. Asturias N2402 y G. de Vera (La Floresta).
- Cámara de Comercio Ecuatoriano-China. (2016). *El Comercio*. Obtenido de Ecuador busca reducir la brecha comercial con China:
<http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-reduccion-brecha-comercio-china.html>
- Clerque (2016). *Economía y Finanzas Internacionales*. Obtenido de La Industria de las rosas en el Ecuador.
- Correa (2016). *El Comercio*. Obtenido de La visita de Xi Jinping impulsa la relación bilateral de Ecuador y China: <http://www.elcomercio.com/actualidad/visita-xijinping-relacionbilateral-ecuador-china.html>
- Embajada China. (2016). *El Comercio*. Obtenido de La visita de Xi Jinping impulsa la relación bilateral de Ecuador y China : <http://www.elcomercio.com/actualidad/visita-xijinping-relacionbilateral-ecuador-china.html>
- Expoflores (2015). *Expoflores*. Obtenido de Informe de los Principales Exportadores de Flores 2015: <http://es.slideshare.net/mobile/florecuador/informe-principales-exportadores-de-flores-2015>
- Expoflores (2016). Obtenido de Principales Competidores:
<https://sway.com/fbMka4tPj0zx1xX5>
- Expoflores (2016). *Diario el Mercurio Independiente de Cuenca*. Obtenido de Exportación de flor ecuatoriana enfrenta compleja realidad.
- Expoflores (2016). *El Mercurio Diario Independiente de Cuenca*. Obtenido de Exportación de flor ecuatoriana enfrenta compleja realidad : <https://www.elmercurio.com.ec/513493-exportacion-de-flor-ecuadoriana-enfrenta-compleja-realidad/>

- Expoflores (2017). Obtenido de Servicios expoflores: https://expoflores.com/?page_id=1157
- FlorEcuador (2005). *Expoflores*. Obtenido de https://expoflores.com/?page_id=1289
- González (2011). *Diferentes Teorías del Comercio Internacional*. ICE.
- Hidalgo (2016). *El Comercio*. Obtenido de Ecuador busca reducir la brecha comercial con China: <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-reduccion-brecha-comercio-china.html>
- Hidalgo (2015). *Camara China*. Obtenido de La caída bursátil china no nos afecta: <http://camarachina.ec/2015/09/29/jose-antonio-hidalgo-la-caida-bursatil-china-no-nos-afecta-este-contenido-ha-sido-publicado-originalmente-por-revista-lideres-en-la-siguiente-direccion-httpwww-revistalideres-e/>
- Horssen. (2014). *El Comercio*. Obtenido de Holanda compite con Ecuador, el productor de rosas de mayor calidad del mundo: <http://www.elcomercio.com/actualidad/holanda-compite-ecuador-productor-rosas.html>
- Jurado (2015). *Boletín Mensual de Comercio Exterior*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/BoletinDiciembre14-final.pdf>
- Markusen, Melvin, Kaempfer, & Maskus. (1995). *International Trade Theory and Evidence*. McGraw-Hill, Inc.
- Martinez (2015). *El Telegrafo*. Obtenido de Las flores ecuatorianas son vistas como productos de lujo en China.: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/las-flores-ecuatorianas-son-vistas-como-productos-de-lujo-en-china-la-demanda-crece>
- Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana. (2016). Obtenido de Gobiernos de Ecuador y China firmaron siete convenios bilaterales en cooperación, comercio y seguridad: <http://www.cancilleria.gob.ec/gobiernos-de-ecuador-y-china-firmaron-siete-convenios-bilaterales-en-cooperacion-comercio-y-seguridad/>
- Oficina Comercial de Ecuador en Guangzhou. (2014). *El Telegrafo*. Obtenido de China celebra su San Valentín con rosas ecuatorianas : <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/china-celebra-su-san-valentin-con-rosas-ecuatorianas>
- Parrilla (2016). *El Mundo*. Obtenido de La mano invisible en los mercados: <http://www.elmundo.es/economia/2016/05/09/572f7b7d268e3e6a188b4614.html>
- Porte (1980). *Harvard Deusto EAE Business School*. Recuperado el 2017, de La estrategia competitiva de Porter y el análisis de las cinco fuerzas: <http://retos-directivos.eae.es/la-estrategia-competitiva-de-porter-y-el-analisis-de-las-cinco-fuerzas/>
- ProEcuador (2013). Obtenido de Analisis Sectorial de Flores: http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/PROEC_AS2013_FLORES.pdf

- ProEcuador (2015). Obtenido de Boletín Comercial de Comercio Exterior:
<http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/07/JULfinal.pdf>
- ProEcuador (2015). *Agencia Pública de Noticias de Ecuador y Suramérica*. Obtenido de Rosas ecuatorianas favoritas en China, un mercado emergente :
<http://www.andes.info.ec/es/noticias/rosas-ecuatorianas-favoritas-china-mercado-emergente.html>
- ProEcuador (2016). Obtenido de Rosas ecuatorianas, las preferidas del mercado chino:
<http://www.proecuador.gob.ec/2016/05/13/rosas-ecuatorianas-las-preferidas-del-mercado-chino/>
- ProEcuador (2016). *Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica*. Obtenido de Ecuador lidera exportaciones de flores cortadas hacia Rusia:
<http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-lidera-exportaciones-flores-cortadas-hacia-rusia.html>
- ProEcuador (2016). *El Comercio*. Obtenido de La visita de Xi Jinping impulsa la relación bilateral de Ecuador y China : <http://www.elcomercio.com/actualidad/visita-xijinping-relacionbilateral-ecuador-china.html>
- ProEcuador Guangzhou (2015). *El Telegrafo*. Obtenido de Gremio de exportadores espera alcanzar este año los \$ 8 millones:
<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/las-flores-ecuatorianas-son-vistas-como-productos-de-lujo-en-china-la-demanda-crece>
- Pu Yi. (2014) *China Hoy*. Obtenido de El Valor de una Rosa:
http://www.chinatoday.mx/eco/info/content/2014-07/17/content_630003.htm
- Pullas (2014). *Economía y Finanzas Internacionales*. Obtenido de Vistazo a un país; sector florícola: <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/163-vistazo-a-un-pais-sector-floricola>
- Romero (2016). *Gestión Economía y Sociedad*. Obtenido de Adiós a la época dorada del sector florícola: <http://www.revistagestion.ec/?p=20570>
- Varela, M (2010). *La Hora Nacional*. Obtenido de Las actividades extractivas en Ecuador:
<http://lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1100983839>
- Velez (2015). *El Ciudadano, Medio Oficial de la Revolución Ciudadana*. Obtenido de Empresarios observan con agrado alianza estratégica con China:
<http://www.elciudadano.gob.ec/empresarios-observan-con-agrado-alianza-estrategica-de-ecuador-con-china/>
- Wang Yulin (2016). *El Comercio*. Obtenido de La visita de Xi Jinping impulsa la relación bilateral de Ecuador y China : <http://www.elcomercio.com/actualidad/visita-xijinping-relacionbilateral-ecuador-china.html>

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Encalada Crespo Andrea Lyssett**, con C.C: # **0931404693** autor/a del **componente práctico del examen complejo: Análisis de las exportaciones de flores ecuatorianas hacia el mercado Chino periodo 2010 - 2015** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **20 de marzo de 2017**

f. Andrea Encalada C.

Nombre: **Encalada Crespo, Andrea Lyssett**

C.C: **0931404693**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Análisis de las exportaciones de flores ecuatorianas hacia el mercado Chino periodo 2010 - 2015		
AUTOR(ES)	Andrea Lyssett Encalada Crespo		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Vicente Paul Armijos Tandazo		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
CARRERA:	Gestión Empresarial Internacional		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	20 de marzo de 2017	No. DE PÁGINAS:	17 - 59
ÁREAS TEMÁTICAS:	Negocios Internacionales, Economía Internacional, Comercio Exterior		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Exportación, flores, precio, diversificación, estrategias, inversión, mercado, promoción.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	Las exportaciones ecuatorianas a largo de este tiempo han tenido un breve repunte a nivel de productos no tradicionales, ya que la economía ecuatoriana en su mayor parte siempre se apuntalado en la exportación de petróleo, por lo tanto los exportadores ecuatorianos han puesto su objetivo y metas en la diversificación de productos no tradicionales, especialmente en el sector florícola, en países que tienen una alta demanda sobre estos productos como lo es China, que a través de la aplicación de estrategias comerciales como la de mantener precios altos por ser considerado un producto exclusivo y de lujo, obliga a las empresas exportadoras ecuatorianas a mejorar continuamente la calidad del producto, tecnificando sus plantaciones mediante certificaciones internacionales. El gobierno junto a los empresarios ecuatorianos estimulan el intercambio comercial del país, con los socios comerciales generando nuevas oportunidades de inversión, como es el caso del país asiático, que en la actualidad emerge como un mercado potencial para la industria florícola ecuatoriana ante la creciente demanda de este producto entre sus habitantes, razón por la que las empresas exportadoras de flores ecuatorianas buscan incursionar sus productos dentro del continente asiático con el fin de diversificar los destinos de su actividad comercial.		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-991588047 ; +593-42430237	E-mail: andri_liss15@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Román Bermeo, Cynthia Lizbeth		
	Teléfono: +593-9-84228698		
	E-mail: cynthia.roman@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			