



**UNIVERSIDAD DEL AZUAY
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INTERNACIONALES**

**“LA IMPORTANCIA DE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL
EN EL PROCESO EXPORTADOR
DE LAS PYMES DEL AZUAY DEL SECTOR FLORÍCOLA
A LA UNIÓN EUROPEA”**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE LICENCIADO EN ESTUDIOS INTERNACIONALES CON MENCIÓN
BILINGÜE EN COMERCIO EXTERIOR**

Autora:

Ximena Maritza Célleri Tenesaca

Director:

Eco. María Gabriela Fajardo Monroy

Cuenca-Ecuador

2013

Dedicatoria

Dedicó este presente trabajo a mi madre por ser mi inspiración y mi guía a cada paso del camino, a mis tías Fani y Judy por su apoyo incondicional durante todas las etapas de mi vida, a mi hermana Andrea por su fuerza, motivación y empeño para que concluya con este trabajo y a ti Felipe por enseñarme que con amor y perseverancia se puede llegar a ser más fuerte que el Olimpo y cumplir todos los sueños trazados.

Agradecimientos

Agradezco a Dios por darme la fuerza y la fe en mi misma para realizar el presente trabajo; a mi madre, familiares y amigos por su incondicional apoyo. A todos los docentes que fueron parte de mi formación académica durante mis cuatro años de estudio en la Universidad del Azuay; de manera especial quiero agradecer a la Eco. Gabriela Fajardo M. por su buena voluntad y dedicación en la realización de esta tesis.

Índice de Contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimientos.....	iii
Índice de Contenidos.....	iv
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
Introducción.....	1
CAPÍTULO 1	
1. La Industria Florícola en el Ecuador.....	3
1.1. Antecedentes.....	3
1.1.1. Evolución de la Industria Florícola en el Ecuador.....	4
1.1.2. Ventajas Competitivas del Sector Florícola Ecuatoriano en el Mercado Internacional.....	6
1.1.3. Principales Competidores.....	7
1.1.4. Evolución de las Exportaciones.....	9
1.1.5. Mercados de Destino de los Productos Florícolas.....	10
1.1.5.1. Estados Unidos y la Unión Europea.....	11
1.1.6. Comportamiento y Tendencias.....	12
1.1.6.1. Comportamiento y Tendencias del Consumo.....	13
1.1.6.2. Comportamiento y Tendencias del Mercado.....	15
1.1.6.3. Comportamiento y Tendencias de la Distribución.....	16
1.1.6.4. Tendencia de Precios.....	17
1.2. Análisis de la Producción Florícola en el Ecuador.....	18
1.2.1. Zonas Productoras.....	19
1.2.2. Procesos de Producción.....	20
1.2.3. Costos de la Producción.....	24
1.3. Fincas Productoras Exportadoras en el Austro.....	24
1.3.1. Exportaciones de la Provincia del Azuay.....	26
1.3.2. Principales Productos Florícolas.....	26

1.3.2.1. Rosas.....	26
1.3.2.2. Ghypsofilias.....	27
1.3.2.3. Claveles.....	28
1.3.2.4. Orquídeas.....	28

CAPÍTULO 2

2. La Distribución Física Internacional.....	30
2.1. Logística de Distribución Física Internacional.....	30
2.1.1. Concepto.....	30
2.1.2. Objetivo y Funciones de la Distribución Física Internacional.....	32
2.1.3. Tendencias de la Distribución Física Internacional.....	34
2.1.4. Distribución Física Internacional Como Generador de Ventajas Competitivas.....	35
2.2. Componentes de la Distribución Física Internacional.....	36
2.2.1. La carga.....	37
2.2.2. El Transporte.....	41
2.2.3. El Empaque.....	49
2.2.4. El Embalaje.....	51
2.2.5. El Mercado.....	53
2.2.6. El Almacenamiento.....	55
2.2.7. La Documentación.....	56
2.2.8. Los Seguros.....	58
2.2.9. Términos de Negociación Internacional: INCOTERMS 2010.....	59
2.2.10. Costos.....	61

CAPÍTULO 3

3. Procedimiento y Condiciones a Considerar para Exportar al Mercado de la Unión Europea.....	63
3.1. Requisitos para Calificar como Exportador en la Aduana del Ecuador.....	64
3.2. El Mercado de la Unión Europea.....	65
3.2.1. Políticas de Importación de la Unión Europea.....	66
3.2.2. Comercio Bilateral Ecuador - Unión Europea.....	67
3.2.3. Modalidades de Pago y Financiamiento.....	67
3.2.3.1. Formas de Pago en la Unión Europea.....	68

3.2.3.2 Reducción de Riesgos.....	70
3.2.4. Las Leyes y los Requisitos del Mercado: Definiciones.....	70
3.2.5. Obstáculos Técnicos al Comercio.....	71
3.2.6. Salud y Seguridad.....	72
3.2.6.1. Medidas Sanitarias y Fitosanitarias.....	73
3.2.6.2. Etiquetado y Embalaje del Producto.....	73
3.2.7. Requisitos Voluntarios del Mercado.....	76
3.2.8. Aranceles e Impuestos.....	78
3.2.8.1. Aranceles.....	78
3.2.8.2. Impuestos.....	78
3.2.8.3 Cuotas.....	79
3.2.8.4. Competencia Desleal.....	80
3.2.8.5. Licencias de Importación.....	80
3.2.8.6. Prohibiciones.....	80

CAPÍTULO 4

4. Desempeño Logístico y Distribución Física Internacional de las Pymes

Florícolas del Azuay al Mercado de la Unión Europea	81
4.1. Documentación: Fases de Pre- Embarque y Post- Embarque.....	83
4.2. Transporte.....	85
4.2.1. Flujo Actual de Carga.....	86
4.3. El papel de las Asociaciones Florícolas en el Desempeño Exportador de las Pymes.....	89
4.3.1. Expoflores.	89
4.3.2. Asofloraastro.....	89

CAPÍTULO 5

5. Fortalezas y Debilidades del Sector Florícola Ecuatoriano.....91

5.1. Factores de Riesgo.....	96
5.1.1. Internacionales.....	96
5.1.2. Gubernamentales.....	96
5.1.3. Del Sector florícola.....	98
5.2 Factores de la Producción.....	99

5.2.1 Factores Básicos.....	99
5.2.1.1. Recursos Humanos.....	99
5.2.1.2. Recursos Físicos y Ambientales.....	100
5.2.1.3. Recursos Técnicos y de Capital.....	101
5.2.1.4. Infraestructura.....	102
5.3. Condiciones de la Demanda.....	102
5.3.1. Demanda Interna.....	102
5.3.2. Demanda Externa.....	103
6. Conclusiones y Recomendaciones.....	104
6.1. Conclusiones.....	104
6.2. Recomendaciones.....	107
Índice de Gráficas.....	109
Bibliografía.....	111

RESUMEN

A través del presente trabajo de investigación “La Importancia de la Distribución Física Internacional en el Proceso Exportador de las Pymes del Azuay del sector florícola a la Unión Europea” se analizó la situación actual de sector florícola ecuatoriano y de las fincas productoras de la localidad, así como su desempeño en los procesos productivos y de exportación, y el papel de las asociaciones gremiales florícolas dentro del sector. Se desarrolló también un análisis del mercado de la Unión Europea, y de los requerimientos y procedimientos que son necesarios para que las Pymes ingresen sin mayor dificultad sus productos a este mercado. Se detallaron cada uno de los componentes de la cadena logística de la Distribución Física Internacional con el fin de dar una clara explicación de las funciones de los mismos, así como también de actores que intervienen. Finalmente, la relevancia de esta investigación radica en la determinación de la importancia de los procesos de Distribución Física Internacional como factor competitivo y de desarrollo para las Pymes dedicadas a la floricultura en la zona del Azuay.

ABSTRACT

Through the present paper "the importance of the international physical distribution in the export process of the flower SMEs in Azuay to the European Union" it was possible to show the current situation of the Ecuadorian flower sector and the local productive farms, as well as its performance in the productive process and exports. Also it was possible to show the role of the associations within the sector. Additionally it was developed an analysis of the European Union market, its requirements and the necessary procedures for the SMEs to introduce their products to the European market without difficulties. There were described each element of the logistics chain for the international physical distribution, in order to give a precise explanation of their function, and the actors involved in it. Finally, the relevance of this research is mainly recognizing the importance of the international physical distribution process as a competitive factor for the growth of the flower SMEs in Azuay.

INTRODUCCIÓN

El sector floricultor se ha consolidado, tras quince años, como un pilar de gran importancia en la economía ecuatoriana, que genera empleo y permite el ingreso de recursos al país. Ecuador es en la actualidad el segundo productor de rosas cortadas en el mundo, y el tercer exportador de flores en el mercado internacional. En el país las flores alcanzaron a ocupar el 4to puesto como producto no tradicional más importante de exportación, después del petróleo, camarón y banano. Las flores ecuatorianas llegan a más de cien países en el mundo, siendo los principales mercados demandantes: Estados Unidos, Europa y Rusia. La industria florícola se renueva constantemente lo que obliga a las empresas ecuatorianas a poner en marcha estrategias que les permitan mantenerse en las preferencias de los consumidores, haciendo frente a la competencia y satisfaciendo a los compradores, y más aún aquellas empresas que se encuentran en fase de crecimiento y desarrollo.

Una manera de lograr competitividad es evitar contratiempos en las exportaciones, que son en su mayoría el resultado de un mal dominio de las operaciones de Distribución Física Internacional. Las flores son un producto muy sensible al tratamiento que reciben una vez que han sido cortadas y su calidad depende de la manipulación, del almacenamiento y el transporte que se escoja para trasladarlas a su país de destino. Es entonces necesario asegurar la favorable movilidad del producto para obtener resultados satisfactorios en la exportación.

Debido a la consolidación que ha logrado el Ecuador como un importante participante en la exportación de flores a nivel mundial, y siendo las Pymes del Azuay un potencial importante en el crecimiento de este sector, surge la necesidad de prestar primordial atención a las operaciones de Distribución Física Internacional que se aplican en los procesos exportadores, puesto que en la actualidad la Logística Internacional se ha convertido en un sector de gran peso en el entorno económico mundial. Este sector supone un porcentaje importante del producto interno bruto de la actividad económica de varios países, esto significa que todo lo relacionado con su ordenación, regulación y fomento va a incidir de manera directa en el marco económico nacional. Para la comercialización de las flores al extranjero, es necesario que el exportador domine los requerimientos de empaque, etiquetado,

documentación, información arancelaria, manera de colocación del producto en el transporte y requerimientos de seguro del producto.

El presente trabajo busca destacar la importancia del correcto manejo de las operaciones de la Distribución Física Internacional, en el proceso exportador de las Pymes florícolas localizadas en la provincia del Azuay al mercado de la Unión Europea. Esto a través del análisis del manejo de los componentes de la logística internacional que usan las empresas en general para comercializar su producto. Se consideró a la Unión Europea en este trabajo ya que este mercado es un importante nicho para las flores ecuatorianas. Además, se pretende desarrollar soluciones que favorezcan al mejoramiento de las operaciones logísticas y ayuden a determinar el camino más viable que puede ser usado para lograr el objetivo principal de la cadena logística internacional, que es reducir al máximo los tiempos, los costos y el riesgo que se puedan generar durante el trayecto, desde el punto de salida de las flores en origen hasta el punto de entrega.

Se pretende finalmente, conocer las fortalezas y debilidades del sector y de las empresas y determinar si los medios escogidos de distribución de las flores son lo más idóneos y favorables, así como también generar una especie de guía que contenga los procesos y las mejores vías para trasladar las flores a su lugar de destino sin mayores contratiempos.

CAPITULO 1

LA INDUSTRIA FLORÍCOLA EN EL ECUADOR

1.1 Antecedentes

Los orígenes del despunte de la industria florícola a nivel mundial, se remontan a la década de los años ochenta, en donde, gracias a los procesos globalizadores y la alta demanda a nivel mundial, la industria se traslada de Estados Unidos y Países Bajos hacia África, Asia y América Latina, significando un proceso de reubicación de una industria de mano de obra intensiva, a países en donde esta resultaba más barata.

En el continente Africano, Kenia, Etiopía y Tansania se han consolidado como importantes productores y exportadores de flores, abarcando gran parte del mercado europeo. En América Latina el primer país en incursionar en este sector fue Colombia, posteriormente ingresó Ecuador, y con mucho menos intensidad Perú y Bolivia. Esto debido en gran parte, al interés de Estados Unidos de fomentar en los países latinoamericanos los denominados Cultivos Agrícolas No Tradicionales de Exportación, los cuales tenían como fin motivar a los empresarios a concentrarse en la producción agrícola como alternativa para estimular el comercio internacional.

El boom de la industria florícola en el Ecuador se dio a la par con el desarrollo de dicha industria en el resto del mundo, e igualmente surgió como una alternativa gubernamental para promover los productos no tradicionales de exportación.

En la actualidad, las flores son el tercer producto de exportación del Ecuador, el más importante de la Sierra Andina, y el primero no tradicional de exportación. Esta industria abarca la producción, el cultivo y la comercialización de distintos tipos de flores siendo las principales variedades exportadas las flores de verano, gypsophilias, flores tropicales, claveles y rosas. La rosa es el producto más cotizado a nivel mundial. De hecho, Ecuador se caracteriza por ser uno de los países con la mayor diversidad de rosas a nivel mundial, disponiendo de más 300 variedades entre rojas y de colores. (Pro Ecuador, 2011). Además Ecuador se coloca como el mayor productor de rosas del mundo con aproximadamente 4.000 hectáreas sembradas de producción de flores. (Pacific Credit Rating, 2011). Las flores ecuatorianas son de alta calidad; factor que ha favorecido para su rápido posicionamiento en el mercado internacional. La alta calidad de este producto es obtenida, en gran parte, gracias a

las bondades geográficas y naturales exclusivas del Ecuador que permiten que las flores posean características únicas de color, botón y textura. Además, el país cuenta con fincas florícolas certificadas a nivel mundial, las mismas que avalan las buenas prácticas tanto ambientales como sociales, que se complementan con estrategias de desarrollo y de promoción sostenible. Los principales mercados de destino de las flores ecuatorianas se encuentran en América del Norte: específicamente en Estados Unidos y Canadá; en Europa: Rusia, Países Bajos, España, Alemania; América del Sur: Chile y Colombia. Estados Unidos es el mayor socio comercial, los principales países competidores de Ecuador son Países Bajos y Colombia.

1.1.1 Evolución de la Industria Florícola en el Ecuador

En la década de los años 80 surge la floricultura en el Ecuador con la inserción de las primeras plantaciones en el área rural de la sierra norte ecuatoriana, esto en el marco de las nuevas políticas económicas de promoción de productos no tradicionales implementadas en la época. El proceso del establecimiento y consolidación de la industria florícola en el Ecuador está determinado básicamente por dos etapas. La primera de 1985 hasta el año 2000, que abarca desde sus inicios hasta su desarrollo, y la segunda desde el año 2000 hasta la actualidad, en la que la industria se consolida ya a nivel mundial, caminando a la par con la evolución internacional de este sector.

En el inicio de la primera etapa las exportaciones ecuatorianas de flores no estaban registradas oficialmente, sin embargo a partir de 1987 el sector empieza ya a desarrollarse, contando en 1995 con 200 empresas formalizadas.

La segunda etapa nace a partir de la crisis que se dio en el país por la estrategia industrial de sustitución de importaciones, lo cual obligó a buscar alternativas en el sector agrícola que aplaquen los problemas que afrontaban los sectores tradicionales como el cafetero, bananero y cacaoero. La industria florícola sin duda era una muy buena opción para reactivar la economía del país.

Por este motivo el estado ecuatoriano a través de la Corporación Financiera Nacional otorgó varios créditos a pequeños y medianos empresarios que aspiraban a crear empresas florícolas. De esta manera la industria creció significativamente. Además el estado realizó fuertes inversiones orientadas a modernizar la infraestructura

aeroportuaria, disminuir los costos de transporte aéreo, introducir mejoras significativas en los sistemas de información y comunicación. (Tello, S. 2004)

A pesar de que Colombia, su principal competidor, dominaba gran parte del mercado, no podía abastecer a todos los compradores y sufrió una gran crisis productiva, que puso en ventaja a Ecuador. En 1995 las flores ecuatorianas, en especial la rosa ya era mundialmente conocida y altamente demandada por varios países. En la actualidad es una industria dinámica, que ha crecido de manera rápida, está constituida principalmente por los productores, los mayoristas y los minoristas cuyas actividades comerciales están interrelacionadas.

Los primeros cultivos modernos de flores se localizaron en Puenbo, en la década de los 80, Parroquia rural del Distrito Metropolitano de Quito, luego se extendieron a otras provincias del resto de la Sierra del Ecuador. A pesar de que antes ya existían cultivos de flores en zonas cercanas a Quito y Ambato, esta producción se inclinaba a abastecer solamente la demanda local.

Conjuntamente con el boom de la industria florícola, y con el propósito de representar gremialmente los intereses de la misma, en 1984 se creó la Asociación de Cultivadores de Flores bajo la decisión de enfrentar problemas relacionados con el transporte aéreo y la entrega de divisas al Banco Central. Pocos meses luego de su creación, este gremio optó por la denominación de Asociación de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador la cual en la actualidad es una organización activa con gran respaldo gubernamental.

A partir de entonces esta actividad ha tenido un significativo crecimiento, concentrando su producción en las provincias de Pichincha, siendo esta la mayor zona dedicada al cultivo con aproximadamente 66% de la superficie total, Cotopaxi con el 16.% de la superficie, Azuay con el 6%, Imbabura con el 5% y las demás provincias como Carchi, Chimborazo, Cañar, y Loja con el 6,6%. Y en lo que respecta a la región Costa, la provincia involucrada en la producción de flores es Guayas con el 4,4%.

Tabla 1. Distribución de áreas de flores cultivadas por provincia

DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS CULTIVADAS POR PROVINCIA		
Provincia	Distribución	Ha. Cultivada
Pichincha	66.00%	3,615.07
Cotopaxi	16.00%	1,214.94
Azuay	6.00%	178.45
Guayas	4.40%	306.06
Imbabura	5.00%	232.28
Otros	2.60%	305.80
TOTAL	100.00%	5.852.60

Fuente: Agrocalidad

Actualmente, Ecuador cuenta con cerca de 4.000 hectáreas de producción de flores, en 13 provincias y ocupa a aproximadamente 100 mil trabajadores directos e indirectos, las flores abastecen a 107 países. Las provincias con mayor diversidad de flores ofertadas son Azuay y Pichincha, siendo esta última el principal productor de flores ecuatorianas, y primer productor de rosas, claveles, flores de verano y follajes. Existen aproximadamente 4.729 haciendas en el Ecuador dedicados al cultivo de flores, de estos el 73,6% corresponden a flores permanentes y el resto 26,4% a flores transitorias. (Comunidad Todo Comercio Exterior.com, 2011)

1.1.2 Ventajas Competitivas del Sector Florícola Ecuatoriano en el Comercio Internacional

Las principales ventajas competitivas de las flores ecuatorianas son la ubicación geográfica, los costos de producción, la cercanía al mercado norteamericano y la calidad del producto. En el Ecuador, gracias a sus condiciones climatológicas, se pueden cultivar gran variedad de flores por lo que los inversionistas ecuatorianos y extranjeros consideran a nuestro país como un lugar propicio para el desarrollo de la floricultura.

La flor ecuatoriana es considerada como una de las mejores del mundo por su calidad y belleza inigualables. La situación geográfica del país permite contar con una variedad de micro climas y con una alta luminosidad que proporciona características únicas a las flores como son: tallos gruesos, largos y totalmente

verticales, botones grandes y colores sumamente vivos y el mayor número de días de vida en florero.

En el país se producen diferentes tipos de flores como la rosa, con más de 300 variedades entre rojas y de colores, convirtiéndolo en uno de los países con el mayor número de hectáreas cultivadas y produciendo la gama más variada de colores; la Gypsophila, que en muy poco tiempo ha convertido al Ecuador en el principal productor y con el mayor número de hectáreas en cultivo, clavel, el Limonium, Liatris, Aster y muchas otras Flores de Verano; Crisantemo y Pompón de tamaño y colores únicos; las Flores Tropicales con más de 100 variedades que se caracterizan por sus formas variadas, colores, tamaños, por su larga vida después del corte, no necesitan de refrigeración y por ser muy fuertes, resisten la manipulación.

Otros factores que tornan competitivas a las flores ecuatorianas son la mano de obra barata y la innovación constante en los procesos técnicos. Esto facilita los procesos productivos, y reduce los costos de producción.

La mejora constante de los departamentos de comercialización de las florícolas es otra ventaja, pues se enfocan en procurar la introducción de fincas pequeñas en los procesos exportadores, por medio de empresas grandes ya establecidas lo que les permite a las pequeñas y medianas empresas, Pymes, acceder a nuevos mercados y a las empresas grandes reducir el porcentaje de intermediación correspondiente. Esto conlleva a la venta directa al mercado final y a la diversificación de la producción exportable. Otra ventaja del Ecuador es la integración gremial, que permite a los exportadores intercambiar ideas para el mejoramiento de los procesos productivos de comercialización y logísticos y así poder obtener una mayor ventaja en el mercado internacional.

1.1.3 Principales Competidores

Los principales competidores de Ecuador en el mercado mundial son Países Bajos y Colombia. Países Bajos ocupa un importante lugar en la producción y venta mundial de flores de ornato llegando a mercados como Europa, Estados Unidos y Japón. La producción neerlandesa de flores se desarrolla en parte por actividad productiva en invernadero y en parte por cultivo en superficie hortícola. El 70% de la producción de los Países Bajos se destina a la exportación. Las variedades más importantes en

este rubro son las rosas, las flores bulbosas, los crisantemos, las fresias y las gérbas.

En Colombia, la producción de flores alcanza las 7.200 hectáreas, concentrada mayoritariamente en Cundinamarca y Antioquia. Los tipos de flores que se producen son: rosas, claveles, mini claveles, crisantemos y otros. (Pro Ecuador, 2011).

En los últimos años la participación de Ecuador en cuanto a su oferta ha decaído frente al nacimiento de nuevos competidores como Kenia y Etiopía. Esto perjudica la entrada de las flores ecuatorianas al mercado de Europa y Europa del Este, debido a que Kenia y Etiopía cuentan con ventajas como la mano de obra más barata, los fletes más baratos debido a la ubicación geográfica, además estos países cuentan con un alto apoyo gubernamental. A pesar de esta situación el mercado de flores en el Ecuador cuenta con la ventaja de la amplia variedad, pues mientras el producto colombiano y el keniano reducen sus precios, en el país surgen nuevas variedades lo que mantiene su participación internacional.

Tabla 2. Principales países Exportadores de flores a Nivel Mundial.

PRINCIPALES EXPORTADORES DE FLORES						
MILES USD						
PAIS	2007	2008	2009	2010	TCPA 2007 - 2010	PARTIC. 2010
Países bajos (Holanda)	3.944.605	4.179.795	3.620.270	3.627.291	-2,76%	47,80%
Colombia	1.114.884	1.094.475	1.049.225	1.240.481	3,62%	16,35%
Ecuador	403.028	565.513	507.810	650.975	17,33%	8,58%
Kenya	313.412	445.996	421.484	413.417	9,67%	5,45%
Zimbabwe	201.05	185.772	334.117	23.660	-51,00%	0,31%
Bélgica	87.305	103.868	167.716	248.628	41,74%	3,28%
Etiopía	68.827	104.740	131.518	159.265	32,27%	2,10%
Israel	83.055	67.341	97.497	156.978	23,64%	2,07%
Italia	91.772	104.319	82.207	88.734	-1,12%	1,17%
Estados Unidos de América	73.095	85.679	80.306	80.304	3,18%	1,06%
Tailandia	79.220	77.634	76.127	81.757	1,06%	1,08%
Malasia	52.025	62.937	70.857	96.855	23,02%	1,28%
República de Corea	31.922	40.433	57.826	79.894	35,77%	1,05%
Alemania	56.636	58.096	47.069	41.466	-9,87%	0,55%
China	35.719	42.625	54.021	57.109	16,93%	0,75%
Demás países	485.489	487.863	519.467	541.310	3,69%	7,13%
Mundo	\$ 7.122.050	7.707.086	7.317.517	7.588.124	2,14%	100,00%

Fuente: Pro Ecuador 2011

1.1.4 Evolución de las Exportaciones

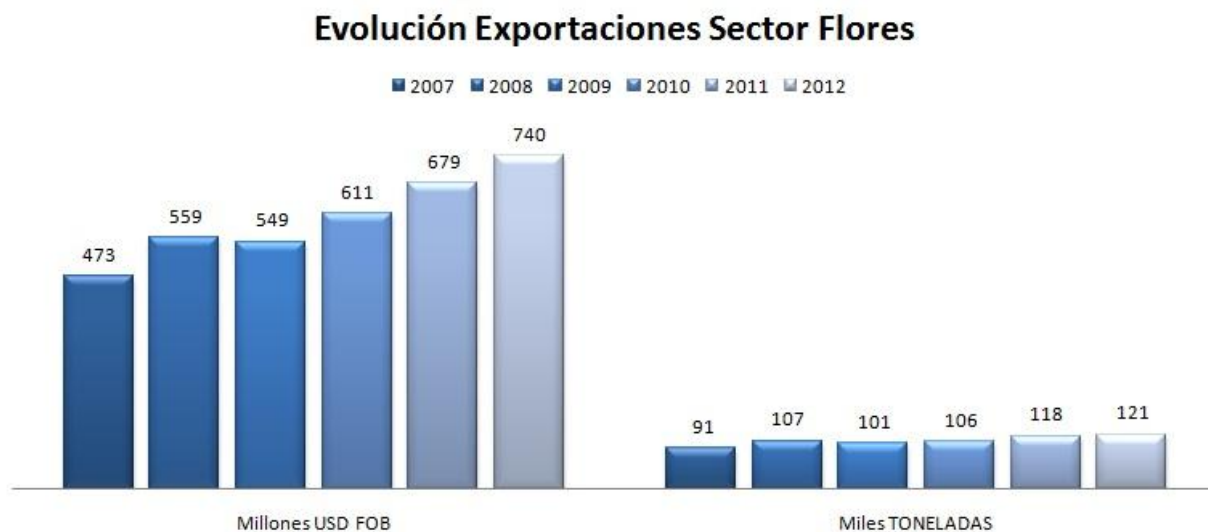
A inicios de la década de los noventa, la exportación de flores experimentó un importante crecimiento hasta convertirse en el quinto rubro general de exportación, el principal producto no tradicional de exportación y la tercera fuente de divisas, detrás del petróleo y el banano. En la actualidad las exportaciones de flores ecuatorianas se concentran principalmente en las rosas y las gypsophilas, las exportaciones en dólares de ambos tipos de flores han tenido un crecimiento promedio positivo del 7,4% y 8,68% anual en el año 2011. El monto exportado en toneladas de rosas creció en el 6,36% y de gypsophilas en el 4,12%. Desde el año 2007, las rosas continúan siendo líderes en el mercado ecuatoriano, a pesar de que su participación en las exportaciones florícolas de ciertos años se ha visto reducida por las demás flores. (Pro Ecuador, 2011).

Con respecto a los dos últimos años las exportaciones del sector floricultor han experimentado un importante crecimiento. En el año 2012, se experimentó un crecimiento de entre el 11% y el 13% en ingresos y del 2,5% al 4% en tonelaje, respecto a 2011. La participación del producto ecuatoriano en determinados mercados se distribuye de la siguiente manera: Estados Unidos (24% de participación), Europa (17%) y los países de la ex Unión Soviética (63%).

El mercado estadounidense compra flores ecuatorianas en eventos ocasionales; en Europa es constante, pues se compra la misma cantidad durante todo el año, mientras que en Rusia las características que más atraen son la fuerza del tallo y la larga duración de los pétalos. (El Telégrafo, diciembre 2012).

La estructura arancelaria utilizada para el sector florícola, corresponde a la partida 0603, y todas las subpartidas dentro de esta. Tal estructura se divide en dos grupos, las flores “frescas” y las “demás”; en las “frescas” se presenta un detalle de los tipos de flores relevantes a nivel mundial, como rosas, claveles, orquídeas y crisantemos. A partir de la subdivisión a 8 dígitos, la estructura arancelaria corresponde a una descripción únicamente aceptada en Ecuador.

Gráfica 1. Evolución de las exportaciones del sector florícola del año 2007 al 2012 en el Ecuador.



Fuente: Pro Ecuador. *Análisis del Sector de Flores 2012*.

1.1.5 Mercados de Destino de los Productos Florícolas

A nivel externo Ecuador exporta sus variedades de flores alrededor del mundo a varios países, como principales mercados de destino de las exportaciones están: Estados Unidos, Federación de Rusia, Holanda, España, Canadá e Italia, prevaleciendo las exportaciones de variedad rosas, gypsophila y flores de verano.

Por su parte, el consumo mundial anual de flores, es muy heterogéneo. Por ejemplo, en Estados Unidos, el consumo per cápita es de 26 euros al año. Mientras que en Holanda, una persona gasta 60 euros al año en flores; y los suizos 94 euros. Si bien esta estadística está distorsionada por el precio de las flores en cada país, y no es un indicativo de la cantidad de flores consumidas por habitante, sí nos permite tener una idea de la demanda en cada sitio. (Pacific Credit Rating, 2011).

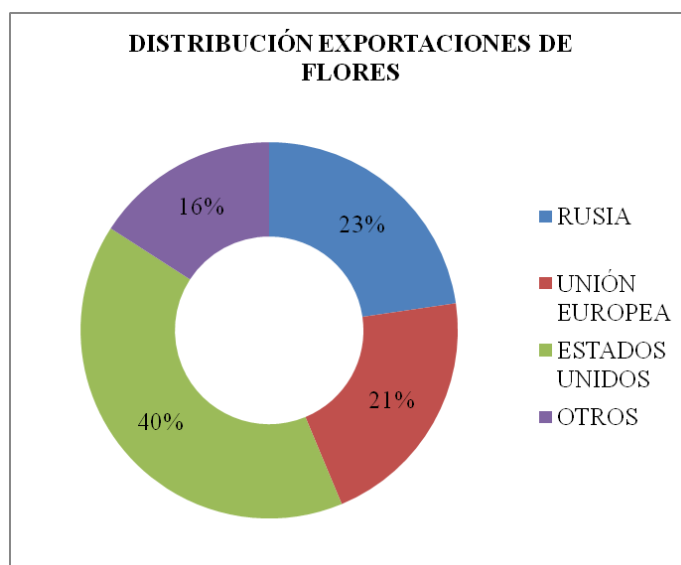
Estados Unidos es nuestro mayor socio comercial, el 42% de nuestras exportaciones poseen este destino y el 22% a Rusia, el valor vendido a este último destino expuso un crecimiento promedio anual del 27% en el periodo 2007-2010. (Pro Ecuador, 2011)

Tabla 3. Distribución de las exportaciones florícolas por país.

DISTRIBUCIÓN POR PAÍS EXPORTACIONES DE FLORES	
RUSIA	22,70%
UNIÓN EUROPEA	21,00%
ESTADOS UNIDOS	40,40%
OTROS	15,90%

Fuente: Pro Ecuador. *Análisis del Sector florícola, 2011.*

Gráfica 2. Distribución por porcentajes de las exportaciones de flores por país.



Fuente: Pro Ecuador. *Análisis del Sector florícola, 2011.*

1.1.5.1 Estados Unidos y la Unión Europea

Estados Unidos se encuentra entre los 3 primeros importadores de flores a nivel mundial, en el año 2007 absorbió el 14,74% de las importaciones mundiales después de Inglaterra y Alemania.

El Ecuador representa 13,8% de las importaciones totales de los Estados Unidos, siendo su segundo proveedor, detrás de Colombia, que ocupa el 59,9% del total de las importaciones de este país. El 40,4% de las exportaciones de flores del Ecuador se dirigen a este país.

El mercado de la Unión Europea, UE, ha tenido un significativo crecimiento en los últimos años. La UE es el mayor importador mundial de flores y follaje. En efecto este mercado consume más del 50% de las flores del mundo. Sin embargo, la falta de un acuerdo comercial con la Unión Europea y la no renovación de las preferencias arancelarias con Estados Unidos podrían poner en riesgo las proyecciones de este sector. A pesar de esto, el 22,1% de las exportaciones de flores en el año 2012 se exportaron a la UE.

Tabla 4. Principales países importadores de flores en miles de dólares.

PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES DE FLORES						
MILES USD						
PAIS	2007	2008	2009	2010	TCPA 2007 - 2010	PARTIC. 2010
Alemania	1.102.244	1.194.639	1.042.551	1.087.733	-0,44%	14,95%
Estados Unidos de America	1.043.617	1.021.196	960.405	1.043.818	0,01%	14,34%
Reino Unido	1.133.862	1.056.847	877.690	958.287	-5,45%	13,17%
Países Bajos (Holanda)	672.374	821.100	711.073	716.697	2,15%	9,85%
Federación de Rusia	485.764	555.026	500.408	560.678	4,90%	7,70%
Francia	521.488	588.871	544.030	514.270	-0,46%	7,07%
Japón	258.764	281.778	303.416	369.977	12,66%	5,08%
Bélgica	166.934	192.270	233.679	284.422	19,44%	3,91%
Italia	238.180	248.284	212.315	234.463	-0,52%	3,22%
Suiza	177.646	184.329	167.390	176.068	-0,30%	2,42%
Australia	141.806	141.727	135.372	139.534	-0,54%	1,92%
Canadá	115.206	119.762	112.199	119.264	1,16%	1,64%
Polonia	76.639	113.854	89.920	105.229	11,15%	1,45%
Dinamarca	103.519	123.469	101.543	98.841	-1,53%	1,36%
España	110.701	113.683	96.700	89.815	-6,73%	1,23%
Demás países	764.248	906.798	805.869	778.468	0,62%	10,70%
Mundo	\$ 7.112.992	7.663.633	6.894.560	7.277.564	0,77%	100,00%

Fuente: Unidad de Inteligencia Comercial, Pro Ecuador.

1.1.6 Comportamiento y tendencias

La actual demanda mundial de flores cortadas se concentra principalmente en tres regiones: Europa Occidental, América del Norte y Japón. Las preferencias de

consumo de flores en el mundo pueden variar de un país a otro. Sin embargo, existen características comunes que buscan los compradores.

Estas son:

- Calidad
- Innovación
- Precio
- Presentación

La mayoría de las flores cortadas se compran como regalos, y también para bodas y funerales. Sin embargo, estas cifras varían mucho entre países. En general, la compra de flores para uso personal es mayor en países donde los ingresos son más altos.

En fechas como San Valentín, Navidad, el Día de la Madre y el Día de la Secretaria, hay un incremento en las ventas de flores. Existen otras fechas especiales en las cuales la demanda aumenta, pero eso depende de cada país.

Las expectativas en calidad son generalmente muy altas. No sólo esperan productos frescos al momento de la compra, sino que sean durables.

Aunque el precio no siempre es el criterio principal de compra, tiene mucha importancia. Finalmente, ciertos países valoran mucho el aroma de las flores, tanto el color como la forma de las flores son aspectos que se han tornado muy importantes dentro de los criterios de compra.

1.1.6.1 Comportamiento y tendencias del consumo

La demanda de flores de corte ecuatorianas, se mantiene durante todo el año, pero es generalmente en los meses de febrero y diciembre, cuando las ventas llegan a su tope máximo en Europa y Estados Unidos.

Europa

La intención con la cual se compran flores en Europa, es en su mayoría para darlas como un obsequio. Aproximadamente el 15% de las personas las compran para funerales y cerca del 20% para uso personal; cifras que varían de acuerdo a los países.

Los principales productos que representan competencia para las flores son los libros, los chocolates y el vino. Si el precio de las flores es relativamente alto, o si las

flores son de mala calidad, los consumidores tienden a cambiar sus preferencias hacia los productos mencionados. El criterio para la intención de compra de flores se basa principalmente en la calidad, el precio, las especies de flores usadas en los bouquets, el color, la frescura y el tiempo de vida en el florero. Los consumidores europeos no consideran a las flores como un regalo común; al contrario, para ellos las flores son el símbolo de las emociones y los sentimientos. Por lo general se da en el Día de San Valentín, sin embargo también son utilizadas como decoración para los hogares a fin de crear un ambiente acogedor con más iluminación y color.

Los patrones y preferencias de consumo pueden variar de un país a otro, incluso dependiendo de la región geográfica y los ingresos de cada uno de ellos. Los consumidores europeos demandan que las flores sean de brillantes colores y de singular belleza.

Estados Unidos

Las flores frescas han sido siempre importantes en la vida del consumidor norteamericano, principalmente en ocasiones especiales como el Día de San Valentín. Los principales motivos de compra de productos florícolas para los estadounidenses son cumpleaños y aniversarios, condolencias, etc.

Las investigaciones sobre patrones de compra de la industria de la flor cortada han mostrado que los compradores frecuentes de estos productos son de una edad mediana y pertenecen a hogares cuyos hijos dejaron la casa para comenzar sus propias familias. Estos compradores generalmente vienen de hogares acaudalados y se encuentran sobre todo en Nueva Inglaterra y en los estados del Este de Estados Unidos. Existe mucha innovación en cuanto a colores y texturas. Además, se aprovechan las flores de bajo estándar para su venta en envases plástico para decoración de platos de comida y otros.

1.1.6.2 Comportamiento y tendencias del mercado

Estados Unidos

El mercado se ha tornado cada vez más exigente en cuanto a la calidad y variedad de las flores, por tanto se puede encontrar flores en ramos de una sola variedad, como en arreglos de flores variadas y primando el producto recién cortado, es decir fresco..

Aunque Estados Unidos es el tercer productor mundial de flores cortadas, a lo largo de las últimas décadas este mercado se ha surtido cada vez más de las importaciones y se ha convertido en un destino importante para los floricultores sudamericanos, especialmente de Colombia y Ecuador, por su fuerte demanda y altos ingresos disponibles. Es necesario recalcar que cerca del 75% de las ventas se hacen a través de los supermercados y floristerías, y actualmente a través del Comercio Electrónico, el cual se lo usa en su mayoría para comprar arreglos florales.

Unión Europea

De acuerdo al Estudio de Mercado de flores del Centro de Promoción de Importaciones desde Países en Desarrollo de Holanda, de noviembre del 2008, la Unión Europea consume más del 50% de las flores del mundo. Dentro de este porcentaje se incluyen a países que tienen un PIB per cápita relativamente alto en el consumo de flores. Alemania es el consumidor más grande, seguido por el Reino Unido, Francia e Italia por orden de importancia. Según este estudio, los mercados en la Unión Europea se dividen en tres categorías:

Mercados maduros: se caracterizan por tener niveles relativamente altos del gasto per cápita en flores. Los consumidores tienden a gastar una parte relativamente alta de su ingreso en flores para el uso personal. Ellos están familiarizados con las flores y están interesados en nuevos productos. Estos países son Holanda, Francia, Bélgica, y los países escandinavos.

Mercados en Crecimiento: son generalmente de tamaño considerable, pero existe la expectativa de crecimiento en el futuro. En algunos de estos mercados, el gasto per

cápita todavía es relativamente bajo comparado con los mercados maduros. Se encuentran España y el Reino Unido como ejemplo.

Mercados en Desarrollo: pertenecen a países cuyas economías se han expandido de una manera veloz. Como el poder adquisitivo de los consumidores está aumentando, ellos tienden a comprar más flores. Sin embargo, las flores son consideradas aún como artículo suntuario y son comprados principalmente como regalos en países de Europa del Este y Grecia.

1.1.6.3 Comportamiento y tendencias de la distribución

Unión Europea

Las flores al trasladarse de exportadores a consumidores pasan por varias etapas, las cuales son manejadas por cuatro actores importantes dentro de la cadena de distribución: agentes, subastas, mayoristas y minoristas.

Los productos pueden seguir diferentes rutas en los mercados europeos antes de llegar al consumidor. En general, las flores de corte y el follaje provienen de países en vía de desarrollo mediante los siguientes canales de distribución.

Vía una de las subastas: En este caso, los productos son recibidos, desempacados y preparados para su puja por el departamento de manejo de subastas en el país de destino.

Vía agente de subastas: Las flores son recibidas por un agente que las prepara para subastarlas.

Vía un agente mayorista: los productos importados son recibidos por un agente, quien los envía a un mayorista.

Vía un mayorista de importación: las flores llegan directamente del encargado de la logística al mayorista de importación. Después del desembalaje y preparación son vendidos a importadores locales o extranjeros, y minoristas.

Estados Unidos

En Estados Unidos, Miami es el inicio de la cadena de distribución de las flores. Gracias a su ubicación estratégica, especial infraestructura y modernas facilidades, el Aeropuerto Internacional de Miami constituye la puerta de entrada del 85% del volumen total de importación de flores frescas a los Estados Unidos, seguido por los

aeropuertos de Nueva York, los Ángeles y Dallas. En el aeropuerto de Miami se encuentran las oficinas y establecimientos de los importadores de flores frescas. Desde estos aeropuertos, las flores se distribuyen a todo el territorio estadounidense. Existen alrededor de 130 importadores en Miami, a los cuales se les suman unos 1.000 mayoristas en todo el país, 57.000 detallistas especializados, más 60.000 tiendas de cadena que venden flores al detalle. El 90% de las flores importadas por Miami se venden fuera del estado de Florida a través de la red de transporte y comercialización existente en el país. La participación de supermercados en el comercio minorista ha crecido de manera sostenida desde el año 2000. De hecho, los supermercados se han convertido en los principales canales de distribución y éstos generalmente prefieren comprarle al productor directamente (CORPEI, 2009).

1.1.6.4 Tendencia de precios

Es importante señalar que las rosas son un producto primario, considerado como un bien de lujo en algunos países. La elasticidad ante variaciones del precio es muy alta, es decir, que cualquier alza en el precio produce un inmediato efecto negativo en la cantidad demandada, o puede suceder lo contrario que los precios se reduzcan lo cual favorece al mercado. Como no se trata de un producto de primera necesidad, su demanda es muy sensible ante las distintas variables económicas que afecten el ingreso de los países importadores. Las exportaciones de rosas en el Ecuador han presentado distintas tendencias con un comportamiento variable, registrando una tasa de crecimiento promedio de 13,04% durante el periodo 2006 - 2010. Sin embargo, en el año 2009 se evidenció una caída de sus exportaciones por la crisis financiera mundial y el cambio radical de clima en la Federación de Rusia, lo cual generó importantes pérdidas económicas que hicieron reducir significativamente las importaciones de la mayoría de productos, entre ellos las flores. (Pacific Credit Rating, 2011).

La gran variedad de especies, longitudes y calidades de flores de corte hacen difícil estimar la exactitud en los precios, pues actualmente existen 15.000 códigos usados para los diferentes productos, también es importante recalcar que el precio depende de algunas fechas especiales y festividades.

Los siguientes son los factores que más influyen en los precios: estacionalidad, color y cantidad de hojas, variedad, libre de sustancias químicas, tamaño de capullos, libre

de parásitos y enfermedades, etapa de apertura de brotes, embalaje, brillo y color de la flor, apariencia, daños en el capullo, temperatura de las flores, longitud de tallo por manojo o ramo, tiempo de vida en el florero, uniformidad de tamaño del capullo, experiencia previa entre el comprador y proveedor y regularidad de envíos.

Adicionalmente, existen otros factores importantes como: fletes, costos aeroportuarios o la disponibilidad del producto. Debido al aumento de la oferta mundial y al constante crecimiento del sector florícola, los precios han venido registrando reducciones, además están estrechamente correlacionados con la temporada, sea invierno o verano. (Pacific Credit Rating, 2011).

1.1 Análisis de la Producción Florícola en el Ecuador

La floricultura de exportación surgió a mediados de los años 80 cerca de Quito, pero la producción de flores en Ecuador es anterior a este boom exportador. El país produce y exporta gran variedad de flores como rosas, claveles, crisantemos, gypsophilas, entre otras. Ecuador cuenta con cerca de 4.000 hectáreas de producción de flores, en 13 provincias distribuidas en Pichincha, Imbabura, Tungurahua, Cotopaxi y Azuay y ocupa a cerca de 100 mil trabajadores directos e indirectos. El 80% de la producción está destinada al mercado exterior, el principal consumidor es Estados Unidos, que capta el 60% de las exportaciones. Las condiciones de luminosidad y el clima favorecen a la región sierra para la producción de ciertos tipos de flores. Las provincias con mayor diversidad de flores ofertadas son Azuay y Pichincha. Hay más de 60.000 trabajadores en las fincas de flores y más de 100.000 personas que trabajan en empresas directamente relacionadas con la floricultura.

En el Ecuador, el promedio de ingresos en esta actividad es el más alto dentro del sector agrícola y agroindustrial. El PIB per cápita en las zonas de floricultura es superior a \$5.000, casi el doble de la media nacional y la industria de las flores ha limitado la migración ecuatoriana desde el campo hacia las ciudades y hacia el extranjero, lo que ha trastornado las familias y los estilos de vida rurales. Se puede decir que la industria de las flores ha contribuido al mejoramiento general de las condiciones de vida en las zonas rurales del Ecuador.

La inversión en la capacitación de los empleados se estima en un 8% del total de los gastos, muy por encima de la media nacional (0,5%) (Rosaprima, 2008)

Tabla 5. Descripción del total de florícolas y hectáreas cultivadas según el tipo de flor.

PRODUCCIÓN NACIONAL DE FLORES		
TIPO	TOTAL	
	N° FLORICOLAS	HECTÁREAS
Total	447	3.504,50
Rosas	275	2.517,20
Claveles	16	88,6
Gypsophila	29	316,4
Calla	8	31,8
Hypericum	19	163,2
Alstromeria	3	12,5
Limonium	13	29,3
Gerbera	3	3,4
Aster	4	5,2
Delphinium	12	29,6
Flores de Verano	45	188,9
Flores Tropicales	7	76,3
Follajes	10	41,5
Otras Flores	3	1,7

Fuente: Pro Ecuador 2011.

1.2.1 Zonas Productoras

La ubicación geográfica de la producción es muy amplia dependiendo del tipo de cultivo. Las rosas se producen en la sierra ecuatoriana que abarca provincias como Pichincha, Cotopaxi, Cayambe y Azuay. Las flores tropicales se producen también en el nor-occidente de Pichincha y en la costa ecuatoriana, Guayas. Las flores de verano y otras variedades se producen en la sierra ecuatoriana. La producción se centra en las provincias: Pichincha, Cotopaxi, Azuay, Imbabura, Guayas, Cañar, Chimborazo, El Carchi y Loja. La mayoría de fincas dedicadas a flores de verano

siembra gypsophila, hypericum, delphinium y lirios, y se encuentran en Cayambe, Quito, Tabacundo, Machachi, Latacunga, Ambato y Cuenca.

La situación de las fincas quiteñas es favorable, sobre todo, en el Quinche, al oriente de la ciudad, donde hay temperaturas promedio de 14. 5 y 15°C. Cada vez más fincas utilizan métodos orgánicos para los sembríos, lo cual es un plus en la producción. La planta no se estresa con el exceso de químicos, el follaje no es acartonado, en florero los capullos se abren naturalmente (Pro Ecuador, 2011).

Tabla 6. Descripción de la distribución de áreas cultivadas según las provincias.

DISTRIBUCIÓN DE ÁREAS CULTIVADAS POR PROVINCIA		
Provincia	Distribución	Ha. Cultivada
Pichincha	66%	3.615,07
Cotopaxi	16%	1.214,94
Azuay	6%	178,45
Guayas	4,40%	306,06
Imbabura	5%	232,28
Otros	2,60%	305,8
TOTAL	100%	5.852,60

Fuente: Expoflores, Agrocalidad.

1.2.2 Procesos de Producción

1) Acondicionamiento del espacio de producción

El proceso se inicia con la selección de las variedades por sembrar, según las preferencias del cliente y los mercados objetivos. Es necesario realizar una minuciosa evaluación sobre la fertilización y control de plagas con el fin de obtener una producción óptima. Dentro de los procesos de producción se involucra la construcción de los invernaderos, la preparación del suelo, los pasos para la siembra, montaje de sistemas de riego por microaspersión automatizado, control de plagas y

enfermedades, etc. Es necesario prestar atención a las exigencias del mercado durante la producción, como por ejemplo la Comunidad Económica Europea que exige el desarrollo de cultivos con abonos orgánicos, es decir utilizando biofertilizantes compuestos de estiércol de vaca y de los residuos de las propias flores, reemplazando así los habituales fertilizantes químicos y de esta manera protegiendo la salud de los trabajadores y de la plantas. Esta nueva tecnología consiste en emplear un Biodigestor, mediante el cual se obtiene abono 100% orgánico luego de su descomposición. Esto es muy favorable pues, además de reducir los costos de producción, no afecta en lo absoluto la calidad y la productividad de la flor.

2) Construcción de Invernaderos

Los invernaderos están adecuados con sistemas de control climático, equipos de riego y fertilización que sirven para proteger las plantaciones de flores. Los invernaderos tienen como propósito hacer producir zonas que por sus condiciones climáticas o de suelo no podían ser cultivadas, de esta manera se puede producir en diferentes épocas del año evitando así que las flores se vean afectadas por fenómenos climáticos como lluvias intensas, granizadas, heladas o vientos fuertes. Además poseen otras ventajas como el uso eficiente del agua de riego, condiciones propicias para el control de plagas y protegen la planta de rayos solares en exceso.

Los invernaderos son de varios tipos: madera, metálicos, mixtos, automatizados; con un plástico específico que contiene ciertas películas contra rayos ultravioleta que rechazan determinado tipo de rayo que afecte al botón. El papel fundamental de los invernaderos es regular el microclima interno que ahí se produce y optimizar el rendimiento del suelo y la calidad del producto. En el Ecuador Pichincha cuenta con el mayor número de invernaderos en el país con 3.062, le sigue Cotopaxi con 1.084 y tercero está Imbabura con 295.

3) Control de enfermedades y plagas

Las flores a pesar de los cuidados que se les dé, son muy susceptibles al ataque de hongos, bacterias, virus, insectos y otro tipo de plagas. No obstante pueden ser controlados con productos biológicos y químicos pues es necesario que la flor se

traslade en perfectas condiciones y cumpla así con las exigencias del mercado, es decir una flor durable, libre de hongos y de cualquier enfermedad o plaga.

4) Cosecha

Con el objetivo de satisfacer las exigencias del cliente, se emplea un equipo técnico adecuadamente capacitado que se encarga de determinar el punto de corte exacto de cada botón por variedad. Con la utilización de un correcto transporte, siempre en agua, la flor llega a la etapa de pos-cosecha para ser procesada, de tal modo que al final las rosas llegan a su destino manteniendo la calidad exigida.

5) Pos-cosecha

Después del corte, la preparación de la flor para enviarla a los clientes es minuciosa. Luego de una adecuada hidratación y tratamiento en el pre-frío a una temperatura entre 4 a 8 °C durante dos a tres horas, se procede a la clasificación se revisan punto de corte, largo de tallo, tamaño de botón dependiendo de las variedades y las exigencias de calidad. Luego las flores son trasladadas a la mesa de boncheo en donde los tallos que han pasado el adecuado control son empacados y los botones protegidos internamente con láminas de cartón que le da rigidez al bonche, se utiliza un cartón corrugado como envoltura externa. Los ramos son ubicados en una banda y transportados a una guillotina para cortarlos uniformemente, este proceso se conoce como Despate. Posteriormente, se identifica cada ramo por grado y variedad, para ingresarlos al inventario. A continuación, se protege el follaje y se colocan los ramos en el área de hidratación; oportunamente son ingresados al cuarto frío aproximadamente a 2°C, a la espera de ser utilizados en las diferentes órdenes fijas de los clientes.

Finalmente, en los cuartos fríos, la flor es cuidadosamente empacada en cajas de cartón y almacenada antes de enviarlas en un camión refrigerado a las agencias de carga para su exportación. (BellaRosa, 2012)

Foto1. Selección de las flores



Foto 2. Porcesos de boncheo y despate.



Foto 3. Traslado de las flores a los camiones fríos, luego del proceso de empaque.



1.2.3 Costos de la Producción

La inversión para cultivos de flores es de 23.000 mil dólares por hectárea. La inversión promedio por Finca es de aproximadamente 1'500.000 mil dólares (Expoflores, 2010).

Dentro de los costos de producción en el sector florícola:

- La mano de obra representa el 45%,
- Materiales e insumos 19%,
- Pos cosecha y empaque 12%,
- Ventas y mercadeo 4%,
- Gastos administrativo 5%,
- Financieros 3% y otros el 14% (Agronegocios y Tecnología, 2012).

1.3 Fincas Productoras Exportadoras en Austro

La producción de flores en el Azuay ha crecido de manera paulatina con el resto de provincias productoras en el Ecuador. Los principales cantones en los que desarrolla esta industria son el cantón Cuenca, Sayusí, Tarqui, Gualaceo y Paute.

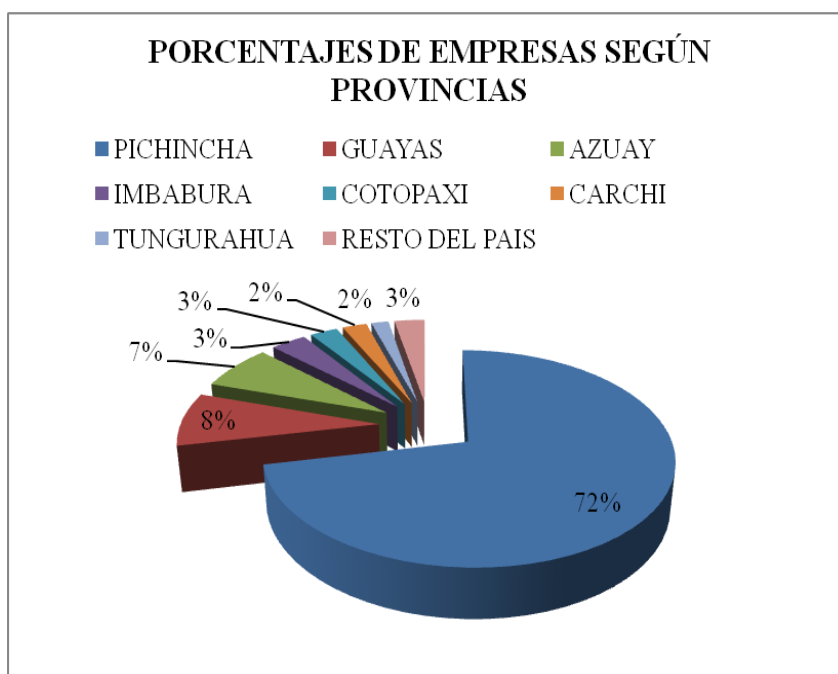
En la zona sur del país los floricultores están agrupados en la organización Asofloraustro, se trata de las empresas Malima, Flores del Valle, Isla Plants, Ecuagenera, Flores del Lago, Alta Flor y El Trébol, que están ubicadas en las provincias de Azuay y Cañar, dedicadas sobre todo al cultivo de rosas y orquídeas. Según datos de Asofloraustro, desde la zona sur del país se aporta con el 8% de la exportación nacional de rosas. Por las condiciones del clima que las rosas necesitan, las fincas están ubicadas en el sector de Biblián en la provincia de Cañar. Una de ellas es Altaflor, empresa que exporta rosas desde hace 15 años, principalmente a los mercados de la Federación Rusa, también a Estados Unidos, España, Italia, Alemania. En el Azuay también se ubica la principal exportadora de orquídeas de América Latina. Se trata de la empresa Ecuagenera, que exporta sus productos a Canadá, Estados Unidos, Tailandia, China, Japón, Francia y Alemania, entre otros. La empresa está en el sector Llampasay, en Gualaceo, y cultiva una variedad de 2. 500 especies diferentes. La compañía produce 3. 000 plantas cada día (Diario Hoy, febrero 2013).

La producción de rosas y gypsophilias del Austro del país están dirigidas hacia la Unión Europea y Rusia, mientras que las flores de verano (gerberas, limonium y también gypsophilias) son exportadas a Estados Unidos.

Tabla 7. Cuadro del número de empresas florícolas existentes en el Ecuador, según cada provincia.

PROVINCIA	NUMERO DE EMPRESAS
PICHINCHA	738
GUAYAS	86
AZUAY	73
IMBABURA	35
COTOPAXI	27
CARCHI	24
TUNGURAHUA	17
RESTO DEL PAIS	30
TOTAL NACIONAL	1.030

Gráfica 3. Cuadro de porcentajes de empresas florícolas según las provincias en el país.



Fuente: Pro Ecuador 2011

1.3.1 Exportaciones de la Provincia del Azuay

En la actualidad se venden 120 mil plantas en el Azuay de las cuales 70 mil se exportan. El Azuay se destaca por su producción de Orquideas, en efecto desde el cantón Gualaceo se exportan 20.000 plantas cada año aproximadamente. La producción y exportación de este tipo de flores están en auge y en crecimiento. Las empresas azuayas tienen una importante contribución al rubro de exportación nacional hacia diversos países del mundo, con un valor FOB de alrededor de 215 millones de dólares durante el año 2010. Entre los principales mercados de exportación están: Perú, Estados Unidos, Italia, Colombia, Venezuela y Chile. . (Diario El Mercurio, octubre 2011).

1.3.2 Principales Productos Florícolas

1.3.2.1 Rosas

En el país existen 450 variedades de rosas, en comparación con otros países donde no se llega ni al medio centenar. La Rosa, que figura como la líder del conjunto de flores exporta más de 60 variedades, incluidas las variedades de la rosa roja “First Red”, “Classi”, “Dallas”, “Mahalia”, “Madame Del Bar” y “Royal Velvet”. Las variedades de la rosa amarilla que se cultivan son la “Allsmer Gold” y la “Skyline”. Otras incluyen la rosa de pimpollos “Anna Nubia” y las de color púrpura “Ravel” y “Gretta”. Naturalmente, las hay de todos los tonos intermedios también. Las flores de corte, en particular las rosas, constituyen la porción más importante de la exportación. (Pro Ecuador, 2011)



Foto 4. Rosa Roja

1.3.2.2 Gypsophila

Es poco conocido que el 70% de la producción mundial de gypsophila es ecuatoriana. Este producto es la segunda flor de exportación del país, luego de la rosa. Se la utiliza para acompañar los arreglos y decoraciones florales. La gypsophila aporta con el 8% de las exportaciones florícolas del país. En Ecuador existen aproximadamente 320 hectáreas sembradas de este producto, con lo que se obtienen 35 cajas semanales por hectárea. Esto quiere decir que se pueden exportar 11.200 cajas semanales de la flor, en promedio. Una característica importante del proceso de producción es que las flores son cortadas cuando todavía están cerradas, para que luego completen su fase de apertura en un invernadero, lo que permiten que se mantengan con vitalidad y color por más tiempo en los floreros y sean atractivas para los compradores internacionales. Actualmente, del total de la producción nacional de gypsophila, el 20% se exporta a Estados Unidos, otro 20% va a Italia, la misma cantidad llega a Rusia y el resto viaja a Chile, Brasil, Colombia, Panamá y la mayoría de países de la Unión Europea. Además, Corea y Singapur se han sumado a los compradores externos. En el país existen 18 fincas de flores de esta especie: 12 se encuentran ubicadas en Pichincha, tres en Azuay y tres en Imbabura. El pasado 14 de febrero, los productores firmaron un convenio para la creación del Consorcio de Gypsophila, que busca la promoción del producto en ferias internacionales. (Revista Líderes, diciembre 2012)



Foto 5. Gypsophila

1.3.2.3 Claveles

En el Ecuador se cultivan dos importantes tipos, claveles normales y miniclaveles. Los normales son desyemados a una única flor terminal y la mayoría cultivada actualmente provienen de un cultivar americano. Dentro de las distintas variedades de colores de los claveles, los más utilizados, son el blanco, el rojo y el rosa. Los claveles, son otro tipo de flor que se da en la época de primavera pues no resisten muy bien temperaturas extremas. Los claveles estándar y miniatura, son una de las más importantes flores de corte en el comercio mundial. Además, debido a su fácil y rápida multiplicación, el clavel es objeto de un importante comercio internacional de esquejes.



Foto 6. Claveles

1.3.2.4 Orquídeas

Las orquídeas poseen características como la calidad de las flores, la variedad, las formas los diseños y el tiempo de duración sin marchitarse. Se clasifican según el tipo de área en la que se desarrollen. Epifitas que se dan sobre los árboles, Terrestres se producen en la tierra, Litòfitas sobre las rocas y Saprofitas que se dan en desechos orgánicos. Por su gran diversidad y colores y morfología son sumamente apetecidas en el mercado nacional y extranjero. En el país existen aproximadamente unas 4.200 especies de Orquídeas.

En la zona del Azuay las condiciones climáticas son propicias para su cultivo. En el Cantón Gualaceo, existe una empresa que se destaca en la producción de esta flor. Cuenta con aproximadamente 6.000 especies entre híbridas y originarias, sin

embargo solo un 40% de las mismas sirven para la venta y la exportación a Estados Unidos y Europa. (Revista Líderes, abril 2011).



Foto 7. Orquídeas

CAPITULO 2

LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL

El intercambio constante de bienes y servicios entre los países, hace del comercio internacional un factor de gran importancia para el desarrollo y crecimiento de las economías mundiales. Cada vez es más grande la necesidad de desarrollar estrategias de intercambio comercial que faciliten las operaciones inmersas dentro del comercio exterior, reduciendo los costos, los tiempos y satisfaciendo las exigencias del mercado. En este contexto surge la importancia de la Distribución Física Internacional para controlar y procurar la movilidad y manejo óptimo de las cargas.

2.1 Logística de Distribución Física Internacional

La importancia de la Distribución Física Internacional (DFI) surge de la necesidad de la movilización y del manejo de cargas debido a una gran cantidad de contratiempos producidos por un mal dominio del transporte y de sus operaciones conexas, el mundo sintió la necesidad de analizar los medios contundentes que aporten a una mejor y mayor seguridad en la movilidad de las mercancías. Esto dio paso al nacimiento del estudio y desarrollo de la DFI de mercancías y su gestión logística internacional. En base a esto se puede decir que la DFI tiene por finalidad descubrir la solución más satisfactoria para llevar la cantidad adecuada de un producto, desde su origen al lugar de destino, en el tiempo necesario y al mínimo costo posible.

2.1.1 Concepto

El término logística ha evolucionado, a través del tiempo, del ámbito militar para ser utilizado en el ámbito comercial y empresarial. En la organización militar la logística tendía a cuidar del movimiento y el mantenimiento de las tropas en campaña. En tiempos de guerra, la eficiencia para almacenar y transportar los elementos resulta vital. De lo contrario, los soldados pueden sufrir la escasez de medios para enfrentar la dureza de los combates.

A partir de estas experiencias, la logística empresarial se encargó de estudiar cómo colocar los bienes y servicios en el lugar apropiado, en el momento preciso y bajo las condiciones adecuadas. Esto permite que las empresas cumplan con los requerimientos de sus clientes y obtengan la mayor rentabilidad posible.

Surgieron varias definiciones de este término dos de las más precisas son:

La logística es un modelo, un marco referencial no una actividad funcional ni una función operacional sino por el contrario un mecanismo de planificación que permite reducir la incertidumbre. (Castellano A. 2009)

Es una función operativa importante que comprende todas las actividades necesarias para la obtención y administración de materias primas y componentes, así como el manejo de los productos terminados, su empaque y distribución a los clientes. (Ferrel O.C y colaboradores, 2004)

Es entonces la logística el conjunto de los medios y métodos que permiten llevar a cabo la organización de una empresa o de un servicio. Además de ser el puente entre la producción y el mercado, pues los une a través del buen manejo de sus técnicas y estrategias. La logística empresarial implica un cierto orden en los procesos que involucran a la producción y la comercialización de mercancías.

En el ámbito comercial internacional, la evolución de este término ha aportado a la base conceptual para planear y diseñar sistemas de transporte nacionales, regionales y globales. Entendiendo a la logística como el proceso de planeación ejecución y control eficientes del flujo y almacenamiento de bienes, información y servicios, desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el propósito de satisfacer los requerimientos de los clientes y disminuir los costos; se puede decir entonces que la logística busca superar de la manera más eficaz posible las brechas espaciales y temporales entre la producción y el consumo.

La logística de la Distribución Física Internacional entonces se puede denominar como el conjunto de operaciones necesarias para el desplazamiento de los productos preparados como carga desde el lugar de producción o manufactura en el país de exportación hasta el local del importador en el país de destino, bajo el concepto de calidad, costo razonable y entrega en el tiempo acordado.

El campo de aplicación de la DFI concentra muchos otros procesos a más del transporte, como comúnmente se suele creer. De hecho los aspectos a considerar son bastante amplios:

- El acondicionamiento.
- El embalaje.
- Los transportes complementarios hasta el puerto o el aeropuerto de embarque.
- Las manipulaciones y los puntos de depósitos intermedios.
- Las formalidades de despacho de Aduana a la salida del país exportador y a la entrada del país importador.
- Los derechos y tasas de aduana a pagarse según el INCOTERMS aplicado.
- El seguro de transporte.
- Las modalidades de entrega desde el puerto o el aeropuerto de llegada.
- La selección y el control del personal de servicio durante el desplazamiento de la mercancía.
- La seguridad de pago. (Castellano, A. 2009)

2.1.2 Objetivo y Funciones de la Distribución Física Internacional

El objetivo de la gestión de la DFI es transportar el producto adecuado en la cantidad requerida al lugar acordado con el objetivo de satisfacer las necesidades del consumidor en el mercado internacional justo a tiempo y con calidad. Para que la logística sea eficiente deberá llevarse a cabo al menor costo posible. Sin embargo también se debe tomar en cuenta a más de los costos directos de cada una de las actividades que son parte de este proceso, la interrelación que existe entre cada una de ellas y los costos de oportunidad en que pueden cubrirse.

Otro de los objetivos de la DFI es evitar al máximo los costos de oportunidad. Estos costos son aquellos que resultan de las ventas que se dejan de realizar a causa de ciertos retrasos en el suministro, por no tener el producto en existencia cuando se demanda o por no atender al cliente antes de que decida marcharse y comprar el producto en otro sitio. El enfoque clave es proveer la cantidad de producto

demandado a los puntos de venta adecuados en el momento exacto al menor costo total.

Funciones de la Distribución Física.

Para que la distribución física pueda cumplir su objetivo principal es necesario que se lleven a cabo las siguientes actividades:

- **Procesamiento de los pedidos:** Contiene todas las actividades relativas a la recepción, comprobación y traspaso de órdenes de compra.
- **Manejo de materiales:** Es el proceso de elección de los medios materiales y procedimientos para movilizar los productos dentro y entre almacenes y locales de venta de la propia empresa.
- **Embalaje:** Se eligen los sistemas y las formas de protección y conservación de los productos.
- **Transporte del producto:** Es necesario determinar el medio de transporte y las rutas a usar para trasladar el producto desde el punto de origen a su destino.
- **Almacenamiento:** Selección de los almacenes en los que se deben guardar los productos.
- **Control del inventario:** Se debe determinar las cantidades de productos que el vendedor tiene que tener disponible para la entrega al comprador.
- **Servicios al cliente:** Se debe también tomar en cuenta la calidad de servicio que se brinda al cliente, y elegir el medio idóneo, material y personas, para atender al cliente y entregar y cobrar el producto.

2.1.3 Tendencias de la Distribución Física Internacional

Actualmente existen grandes flujos comerciales entre la mayoría de países del mundo, cada país se enfoca en diferentes mercados y buscan aplicar estrategias que les permitan agilizar los flujos de comercio entre sí. Los procesos de intercambio de bienes y servicios se actualizan continuamente y se van ajustando a las nuevas necesidades de compradores y vendedores, que están determinadas por variables económicas, tecnológicas, ambientales y sociales.

Como consecuencia las organizaciones se ven en la necesidad de replantearse su forma de producir, comercializar y distribuir sus productos para mantener su participación y competitividad en el mercado.

El sector logístico es parte fundamental de la actividad comercial, actualmente es un sector emergente y en crecimiento, sin embargo a nivel mundial es relativamente nuevo y diferente para cada país por lo tanto no existe un modelo estándar que se aplique mundialmente. Sin embargo las empresas a nivel general están de acuerdo en tres puntos: reducir los costos, efectuar las operaciones en el menor tiempo posible y mejorar la calidad de servicio a los clientes.

Por lo tanto las tendencias actuales de la logística se enfocan en los siguientes puntos:

- Integración de la cadena de abastecimiento
- Colaboración en la cadena de abastecimiento
- Incorporación acelerada de tecnologías
- Logística ambiental
- Tercerización
- Proliferación de acuerdos bilaterales y multilaterales regionales
- El transporte Multimodal, puerta a puerta.
- La tecnología pasa de ser ventaja competitiva a infraestructura general de los diferentes modos de transporte
- Integración cada vez más de las cadenas logísticas
- Coberturas de transporte cada vez más globales

- La logística es cada vez más una ventaja estratégica y competitiva para las Empresas
- El Conocimiento y la información serán las verdaderas armas de competencia. (Simposio Internacional Logística Global y Competitividad, S.A)

Estas tendencias procuran integrar los procesos logísticos en las empresas con las operaciones de comercio exterior, buscando como resultado no solo facilitar el flujo de mercancías de un país a otro, si no el crecimiento y la participación de las empresas en la economía mundial.

2.1.4 Distribución Física Internacional Como Generador de Ventajas Competitivas

De la aplicación de una estrategia eficaz y eficiente en la planificación de la DFI, depende el nivel de competitividad de las empresas exportadoras. La logística es el más importante generador de ventajas competitivas en las empresas, ya que ayuda a expandir y lanzar nuevos modelos de negocios y permite que las pequeñas y grandes empresas logren un mayor alcance geográfico y por lo tanto cobertura en el mercado. Los países que ostentan un mejor desempeño logístico aceleran su crecimiento y mejoran su competitividad.

En el momento en el que la empresa logra desarrollar e integrar las actividades de su cadena de valor en forma menos costosa y mejor diferenciada que sus rivales, está generando una ventaja competitiva ante sus rivales. Lo más propicio es que la empresa minimice sus costos con el fin de ofrecer un mejor precio por el bien o servicio en relación a sus competidores; o puede desarrollar atributos que generen más valor para el consumidor y que puedan ser pagados a mayores precios en una estrategia de diferenciación. (Garcés, 2010)

Según investigaciones del Banco Mundial, manifiestan que si se incrementa el desempeño logístico en los países de ingreso bajo hasta alcanzar el nivel de desempeño medio de los países de ingreso mediano, el comercio aumentaría un 15% y las empresas y los consumidores se beneficiarían gracias a la disminución de los precios y la mayor calidad de los servicios. (Montoro, J. 2010).

Esto se lograría trabajando principalmente en la mejora de los servicios de operaciones logísticas de los países y los sistemas de tránsito internacionales, que son los componentes que más falencias presentan en la cadena de distribución logística.

2.2 Componentes de la Distribución Física Internacional

Los componentes de la cadena logística son: la carga, el transporte, el empaque, el embalaje, el marcado, el almacenamiento, la manipulación, la documentación, los seguros, los términos de negociación internacional: INCOTERMS 2010 y los costos los cuales se detallaran uno por uno en el desarrollo de este capítulo.

Para que estos componentes operen de una manera adecuada es necesaria la intervención de personas, instituciones y empresas dedicadas al manejo de los procesos logísticos, quienes serán las encargadas coordinar de la mejor manera el manejo de la carga para que esta llegue a su destino. A continuación se describen cada uno de estos componentes.

Agente de carga: Es la persona jurídica cuyo portafolio comprende desde una gestión integral de la carga, movilización de la carga hasta operaciones puntuales de proyectos especiales, coordinando actividades como los embarques, la consolidación de la carga de exportación o la desconsolidación de la carga de importación, emitir o recibir del exterior los documentos de transporte propios de su actividad. El Agente de carga actúa a nombre de terceros como coordinador entre los generadores de carga y los transportadores efectivos de la misma.

Agente de Aduanas: Es la persona natural o jurídica cuya licencia otorgada por el gerente general de la corporación aduanera respectiva de cada país, le faculta gestionar de manera habitual y por cuenta ajena. Un agente de aduana es aquella persona autorizada por la aduana nacional para manejar el despacho de mercancías por cuenta propia, siempre y cuando lo haga de acuerdo a los regímenes aduaneros y de conformidad con la legislación aduanera vigente.

Almacén Temporal y Depósitos Comerciales: Estos son infraestructuras prestatarias de servicios de almacenamiento bajo régimen aduanero.

Operador logístico: Un operador logístico es la persona que coordina todas las actividades de dirección del flujo de los materiales y productos que necesite una empresa, desde la fuente de suministro de los materiales hasta su utilización por el consumidor final.

Transportistas: Empresa con flota vehicular propia que ofrece servicios nacionales e internacionales para el desplazamiento terrestre de la carga.

Navieros y líneas aéreas: Empresas proveedores de transporte internacional.

2.2.1 La Carga

Es necesario el estudio de la carga para determinar el tipo de transporte que se escogerá. La carga se puede definir como el conjunto de bienes o mercancía protegidos por un embalaje apropiado que facilita su rápida movilización. La naturaleza de la carga condiciona el tipo de vehículo que se va a utilizar. Se debe tomar muy en cuenta la relación de peso y volumen para determinar el factor de estiba y posteriormente escoger el medio de transporte más idóneo y seguro para la mercancía. La carga se clasifica según:

El tipo:

Carga general: Son los productos que se transportan en cantidades más pequeñas esta carga la conforman productos individuales cuya preparación determina su tipo y pueden ser unitarizada y suelta. La carga suelta son productos sueltos o individuales manipulados y cargados como unidades separadas tales como fardos, sacos, cajas, barriles, atados etc.



Foto 8. Ejemplo de carga general

La carga unitarizada es la carga suelta agrupada en unidades como paletas y contenedores.



Foto 9. Ejemplo de carga unitarizada

Carga a granel: Esta puede ser líquida o sólida. Se almacena por lo general en tanques y son transportadas a través de bandas mecanizadas o por medio de ductos o tuberías. Ambas se movilizan por bombeo o succión y otros elementos mecánicos. Estos son por ejemplo aceites, petróleo, cereales y fertilizantes.



Foto 10. Ejemplo de carga al granel

Por su naturaleza:

Frágil: Requiere un manejo especializado durante su transporte ya que sus características así lo exigen.



Foto 11. Ejemplo de carga frágil

Perecedera: Productos que normalmente pierden partes de sus características químicas, físicas y microbiológicas como resultado de la exposición a la que se someten durante el tiempo de movilización. Para estos casos se requiere medios de preservación como el control de temperatura de los productos durante su recorrido. Es por eso que se debe rodear la carga con una cantidad suficiente de material que le de amortiguación apropiada.



Foto 12. Ejemplo de carga perecedera

Peligrosa: Es todo a aquella carga, sustancia química, mezcla o artículo que por sus características puede ocasionar daño a otros productos, al medio de transporte, a las personas o al medio ambiente.



Foto 13. Ejemplo de carga peligrosa

Por sus dimensiones y pesos especiales. Son cargas muy voluminosas o pesadas que requieren un manejo especial. Cuando se trata de este tipo de carga se le agrega una sobre tasa a la tarifa básica.



Foto 14. Ejemplo de traslado de carga por su peso y volumen especial.

2.2.2 El Transporte

Se entiende como transporte a la acción y el efecto de trasladar un bien a un destino determinado. El transporte es un binomio inseparable del comercio, pues no se puede llevar a cabo el comercio sin transporte. Surge por razones económicas, sociales y políticas, enfocadas principalmente en las diferencias geográficas, la especialización manufacturera, las economías de escala y la integración internacional del comercio. Un servicio de transporte exitoso comprende un tiempo medio de traslado del producto, las dependencias del mismo, la calidad en función de las pérdidas y desperfectos, la frecuencia y la disponibilidad, los costos y la estructura de tarifas que varía según el modo de transporte.

Para la determinación del transporte internacional deben analizarse las características de todos los medios y rutas de transporte que se van a usar para trasladar la carga. También es necesario considerar las características de cada una de las empresas transportadoras a evaluar, tales como: frecuencia del transporte, tiempo del viaje y tipo de carga que transporta el buque.

El transporte representa uno de los costos logísticos más elevados que influye en el precio de los productos.

Tipos de Transporte

Transporte Terrestre

El transporte terrestre internacional es aquel que permite el traslado de mercancías desde un país exportador a un país importador cumpliendo normas sobre tránsito aduanero internacional y normas sobre operación de servicios, utilizando a empresas debidamente reconocidas y habilitadas por los distintos países donde circulara la carga. La mayor parte de las regiones se encuentran intercomunicadas con los países industrializados por medio de carreteras.

Características

- Se contrata Puerta a Puerta a través de agentes de carga.
- La carga se transporta en contenedores especializados de acuerdo a sus características.
- No tiene restricciones para productos peligrosos
- Según las distancias puede ser menos costoso que el aéreo pero más costoso que el marítimo.

Objetivos Principales del Transporte Terrestre:

- Flexibilizar los procesos del flujo de la carga.
- Fomentar la rapidez en los procesos de entrega.
- Evitar complejas cadenas de Suministro.
- Procurar la Seguridad de la Carga Transportada.
- Reducir los tiempos de Entrega.
- Definir las rutas más accesibles para facilitar el proceso de transporte de la carga.
- Minimizar los riesgos y peligros en las carreteras

Ventajas

- **Versatilidad:** permite el acceso más rápido de las instalaciones de los despachadores embarcadores y destinatarios de cualquiera de los demás modos de transporte lo cual facilita la operación de recogida y entrega de la mercancía
- **Accesibilidad:** una de las ventajas más significativas del transporte por carretera es la agilidad de los vehículos para la distribución prontitud: por su flexibilidad, la partida y llegada de camiones pueden fijarse en la relativa exactitud, lo que evita demoras
- **Seguridad:** el conductor acompaña el camión durante todo el trayecto, ejerciendo una supervisión personal que permite reducir el daño y saqueo.

Desventajas

- **Poca Capacidad:** no puede competir con los otros modos de transporte que tienen mayor capacidad para trasladar volúmenes más grandes de mercancía.
- **Congestión de tráfico:** en algunos países la congestión de tráfico se ha convertido en un gran problema, causando demoras en los despachos de la carga
- **Regulación de tráfico y vías:** el control de seguridad, las dimensiones de carreteras, la capacidad de puentes no están estandarizados en todos los países en vía de desarrollo.

Transporte Aéreo

El transporte aéreo es el más seguro de todos los tipos de transporte. Los adelantos de la navegación aérea, de las telecomunicaciones y de las facilidades electrónicas han permitido que la aviación haya progresado muchísimo.

Este transporte goza de la ventaja de la continuidad que se extiende sobre tierra y mar, pero se ve limitado por la necesidad de contar con costosas infraestructuras y un mayor coste económico que otros transportes.

Características

- Creciente aumento de flotas y Rutas
- Mayor rapidez en el transporte
- Ideal para el envío de mercancías con poco peso o volumen y valor alto
- Muy eficaz en el transporte de muestras
- Eficacia comprobada en la prioridad de entrega
- Acceso a determinados mercados difíciles de alcanzar por otros medios de transporte.
- Reducción de costos de almacenaje
- No afectado por influencias ambientales
- Eficacia

Servicios de las aerolíneas transportadoras de carga

Regular: Es el que presenta las aerolíneas comerciales a través de su respectiva red de rutas, según itinerarios fijos programados las cuales en su mayoría pertenecen al IATA (International Air Transport Association), estas empresas tienen acuerdos firmados que les permiten compartir las cargas, y de esta forma pueden hacer llegar mercaderías a zonas no cubiertas por las mismas, repartiéndose la parte proporcional de los fletes. La mayoría de los envíos de mercadería se realizan en avión tipo COMBI.

Charter: es el que prestan las aerolíneas comerciales según las necesidades de sus clientes, arrendando un avión completo o en forma parcial. En este último caso la mercadería debe esperar algunos días a fin de completar la carga del avión. En el servicio arrendado las tarifas pueden ser negociables, pudiéndose conseguir importantes reducciones sobre la tarifa regular.

Ventajas

- Medio rápido para envío y recepción de carga internacional
- Amplia frecuencia de servicios
- Costos de seguro más bajo

- Los embalajes no necesitan ser de gran robustez por lo que resultan más económicos
- Debido a la frecuencia de los vuelos y la rapidez no se necesita tener grandes stocks de mercadería.

Desventajas:

- Transporta pocos volúmenes de carga
- Consume altos niveles de combustible
- El costo de flete es elevado
- Posee una limitada capacidad de bodega
- No se pueden transportar determinados productos peligrosos

Transporte Marítimo

El transporte marítimo es el sistema de intercambio de mercadería que más ha utilizado el hombre a lo largo de su historia, y aún mantiene su posición de privilegio en materia de comercio internacional. El transporte marítimo permite trasladar un gran volumen de mercancías a mayores distancias. Hay que tomar en cuenta que el intercambio comercial internacional se realiza principalmente por este medio.

Características y ventajas

- **Gran capacidad**, pueden transportar grandes volúmenes de productos de variadas características.
- **Flexibilidad y versatilidad**, este tipo de transporte permite la adaptación a una gama amplia de productos de diversos estados físicos, de distintos orígenes pudiendo trasladar hasta animales vivos.
- **Infraestructura internacional**: es el mejor medio para trasladar grandes volúmenes de mercancías entre dos puntos alejados geográficamente.
- **Bajos Costos**: La utilización del transporte marítimo es el momento el más económico lo que lo coloca en el medio más utilizado para el comercio internacional.

Desventajas:

- Tiempo que transcurre para la entrega de los productos
- Requiere de una terminal portuaria
- Contratación pre programada
- Se ve afectado por fenómenos meteorológicos

Tipos de transporte marítimo

- **Transporte marítimo de cabotaje:** Es aquel que se realiza entre puertos continentales o insulares.
- **Transporte marítimo internacional:** Es aquel que se realiza entre puertos nacionales y extranjeros.
- **Transporte marítimo mixto:** Es aquel en el que se movilizan conjuntamente pasajeros y carga.
- **Transporte marítimo privado:** Es aquel por medio del cual una persona natural o jurídica moviliza en naves o artefactos navales de su propiedad
- **Transporte marítimo público:** Es aquel que se presta por una empresa de transporte marítimo de servicio público para movilizar pasajeros y/o carga, a cambio de una contraprestación económica.
- **Transporte marítimo turístico:** Es aquel que realiza una empresa de transporte marítimo de servicio público para el traslado de personas con fines de esparcimiento.

Transporte Ferroviario

El transporte ferroviario es un medio de transporte a gran escala, que utiliza un ferrocarril definido como un vehículo con ruedas guiadas que se desplazan sobre rieles paralelos y arrastrados por otro vehículo motor.

Características

- **Gran Capacidad:** es el único medio de transporte que puede competir con el marítimo en el movimiento de grandes cargas.

- **Internacionalidad:** la uniformidad técnica de infraestructuras y medios en la mayor parte de los países, con algunas excepciones como España, ha facilitado enormemente los intercambios ferroviarios.
- **Facilidad de seguimiento:** también denominada “dependabilidad”, significa la posibilidad de controlar la situación de la carga en un momento dado, lo que se logra gracias al sistema de control de movimiento que caracteriza a los ferrocarriles y a los medios informáticos.
- **Penetrabilidad:** con excepción de la carretera, es el medio mejor preparado para el servicio “puerta a puerta” (apartaderos particulares, estaciones en los grandes centros comerciales e industriales).
- **Flexibilidad:** basta observar que el transporte ferroviario se extiende desde el movimiento de paquetería hasta el de grandes masas por trenes completos. (Hay, W. 1998)

Ventajas

- **Capacidad:** mayores ventajas a causa de su mayor capacidad respecto al transporte carretero o aéreo.
- **Flexibilidad combinada:** Cuenta con el sistema ferroacuatico pues los vagones del tren se transportan en buques portatrenes.
- **Velocidad:** Gracias a las adecuadas vías férreas y a las rieles
- **Documentación:** la documentación es similar a la que se necesita para el transporte por carretera.

Desventajas

- **Poca flexibilidad:** este transporte tiene menor flexibilidad que se deriva de las características de la red y las diferencias en el ancho de las vías
- **Transbordos:** casi siempre es necesario el transporte previo o posterior al embarque de la mercancía lo cual implica mayor manipulación y mayor riesgo de daño de la carga.

En el Ecuador por ejemplo sólo se usa este medio para turismo y transportación de muy pequeños volúmenes de productos, por lo que no es considerado una vía para

nuestro comercio exterior, pero en la Unión Europea, en partes de Estados Unidos si se lo utiliza en transporte de cargas

Trasporte Multimodal

El transporte multimodal hace referencia a la articulación entre diferentes modos de transporte, a fin de realizar más rápida y eficazmente las operaciones de trasbordo de materiales y mercancías. En este tipo de transporte es necesario emplear más de un tipo de vehículo para movilizar la mercancía desde su lugar de origen hasta su destino final, pero mediante un sólo contrato de transporte.

Ventajas

- Seguridad de la carga y la mayor velocidad del transporte.
- Se evita la manipulación de la carga
- Se dan menos averías o daños en las mercaderías y esto trae también lo que disminuye el costo del seguro.
- La carga y descarga se ha simplificado porque en la mayoría de los casos se realiza en forma mecánica y rápida.
- La transferencia de la carga, las estadías, son más cortas y los trámites portuarios se simplifican, por todo ello se beneficia el cargador.
- El transporte multimodal permite obtener ahorros substanciales en los procesos de distribución física de las mercancías de importación y exportación, posibilitando así a los empresarios a mejorar la competitividad de sus productos en el mercado externo.
- El operador de transporte modal facilita al empresario los procesos de contratación del transporte, brindándoles mayor precisión en los tiempos de entrega de las mercancías.

Desventajas

- El impacto económico pues la instalación de este sistema de transporte requiere una alta inversión en tecnología e infraestructura.

- El impacto social que la adaptación a este nuevo sistema produce, pues es necesario la capacitación de los operadores encargados para que se puedan adaptar fácilmente al sistema.
- El debilitamiento del estado en cuanto a su poder de regulación y aplicación de una política de transporte.

2.2.3 El Empaque

Sus funciones son la protección, preservación y presentación del producto.

Para empezar el proceso de exportación se debe tomar muy en cuenta la naturaleza del producto, pues este puede sufrir alteraciones en su volumen debido a la compresión por otros productos u otras cargas que puedan en un momento colocarse encima, en el almacenamiento en su manipulación o durante el transporte. Se puede definir como empaque al conjunto de materiales que forman la envoltura y armazón de los empaques, tales como papeles, telas, cuerdas, cintas, etc. El empaque debe ser consistente con la forma tamaño y peso, además deberá garantizar un cierto grado de conservación de los materiales que contiene. Es decir el empaque es la presentación comercial de la mercancía. El empaque es el nombre genérico que en ocasiones se usa para describir los empaques y embalajes; material de amortiguamiento, sistema de sello en la unión de dos productos o de un envase y su tapa. El envase se podría decir que es un objeto manufacturado que contiene, protege y presenta una mercancía para su comercialización en la venta al detalle, diseñado de modo que tenga el óptimo costo compatible con los requerimientos de protección del producto y del medio ambiente. Es la unidad primaria de protección de la mercadería, la cual es acondicionada para su manipuleo, almacenamiento y traslado dentro del embalaje. Para su fabricación existe una amplia variedad de materiales como papel, cartón, vidrio, madera, plásticos, etc.

Las principales funciones del envase son: conservar el producto, contener, proteger, manipular, distribuir y como elemento de venta y marketing del producto.

Sistemas de Envase y Tipos de materiales

Son recipientes de estructura rígida como cajas, bótellas, frascos y tarros, con o sin impresión grafica que pueden contener uno o varios productos líquidos sólidos o gaseosos, para proteger sus características específicas, estando o no en contacto directo con el contenido. Su diseño está destinado a la distribución comercial y facilitación al consumidor final. El objetivo principal del envase es dar protección al producto para su transportación.

Existen diversos envases que se los emplean según la naturaleza del producto:

- Envases de papel
- Bolsas y sacos de papel
- Cajas plegadizas
- Plásticos
- Vidrio, vidrio emplomado
- Metálicos
- Aluminio
- Eclético
- Flexible laminado

Sistema de empaque y su función

Para algunos productos el empaque se constituye en embalaje por ende es necesario la aplicación de un sistema que, según el tipo de carga, proteja y de seguridad al producto.

Primer nivel o empaque primario

Es aquel que será usado para la venta del producto, es la presentación elemental o interior. Está en contacto directo con el producto específico con la función de envasarlo y protegerlo. Dentro de este nivel se encuentran por ejemplo: vasos, botellas, garrafas, bolsas, envolturas de papel, tubos colpsibles, entre otros muchos.

Comprende elementos adicionales que lo integran tapa, foil, banda de seguridad etiquetas, cintas adhesivas etc

Segundo nivel o empaque secundario o intermedio.

Es el elemento que se usa como complemento externo, con la función de contener o agrupar varias unidades de empaque primario, en esta línea se encuentra cajas plegadizas, de cartón corrugado, cubetas plásticas, guacales, etc.

Tercer Nivel o empaque colectivo

Es el elemento que se usa como complemento externo con el objeto de agrupar o contener varias unidades de empaque secundario. Se encuentran las cajas de cartón corrugado, estibas, cajas de madera.

2.2.4 El Embalaje

Es la cubierta con que se resguardan los objetos que van a transportarse. Deberá permitir de manera segura la maniobrabilidad, el transporte el almacenamiento y sobre todo la fácil identificación del material que contiene; tiene por objeto proteger la mercancía durante su transporte en el transcurso de la manipulación y cuando se realizan almacenamientos preliminares intermedios y terminales. Un buen embalaje influye sobre la calidad y el precio del transporte, sobre la calidad y el precio de los manipuleos, sobre la cobertura y el costo del seguro. Por ejemplo un embalaje no deberá ser muy pesado ni muy voluminoso porque tendrá un efecto directo en costos de transporte y de manipuleo; tampoco deberá ser muy ligero ya que se traducirá en disminución de la seguridad de la carga. Su costo de producción está en función de su sofisticación. Un mal embalaje puede deteriorar la calidad y la vida útil del producto en el transporte o almacenamiento e impedir su acceso a los mercados internacionales. El embalaje debe adecuarse a las penalidades que vaya a sufrir el producto hasta el mercado de utilización y por ello debe pensarse en:

- Términos de recorrido total del transporte en que se vaya a realizar.
- El apilamiento al que deberá estar sometido en camiones bodegas o almacenes.

- La manera en que será cargado, descargado y manipulado desde que será soltado del terminal al lugar de estiba.
- Los climas de condiciones de humedad a los que será sometido, tanto en el país de destino como en el de utilización, y lluvias que deberán soportar.
- Las revisiones aduaneras a los que se verá sometido, por las consiguientes aperturas y cierres del embalaje.
- Las posiciones en las que podrá manipularse y estibarse,
- Los almacenes en los que se ubicara
- Los países de trasbordo y destino (para el idioma de las marcas)
- Los medios de transporte que se utilizarán.
- La importancia con los aranceles aduaneros. (Castellanos, 2009)

Para la selección del embalaje se debe tomar en cuenta los siguientes criterios:

- Características físicas y químicas de la mercancía
- Condiciones ambientales
- Materiales compatibles con la mercancía
- Almacenamiento intermedios y en destino.
- Disipaciones legales y exigencias de calidad de los países compradores.
- Regulaciones y controles ambientales y aduaneros.
- Coeficiente o factor de estiba

Tipos de embalaje más comúnmente empelados

- Cajas de madera
- Cajas de cartón
- Guacales
- Contenedores
- Toneles
- Tambores
- Sacos
- Fardos
- Balas

- Forros plásticos
- Garrafas
- Paletas

2.2.5 El Mercado

Todo envío debe ser objeto de un cuidadoso marcado pues de lo contrario corre el riesgo de no llegar a su destino. El marcado es una operación esencial para el buen desarrollo de la exportación. Es el proceso de identificación que se hace sobre el sistema de empaque, mediante impresión directa o con rótulos adhesivos, etiquetas stickers, caligrafiado manual, según la norma ISO 7000 y de rotulado específico buscando los siguientes objetivos:

- El correcto marcado facilita la localización del bulto,
- La rápida comprensión de lo escrito
- La fácil localización de los bultos con los documentos que amparan el equipaje.

Especificaciones que debe cumplir el marcado

- El material de las marcas debe ser indeleble, de gran resistencia a la abrasión y al manejo.
- La legalización existente en el país exportador e importador, y estar acorde con las disposiciones aduaneras respectivas.
- El tamaño de las marcas debe ser por lo menos de 100 milímetros a menos que las piezas a marcar sean más pequeñas.
- Todos los bultos deben llevar un número constituido por una fracción cuyo denominador indica el número y el denominador en número total de cajas o bultos.
- Las dimensiones son indicadas exclusivamente en centímetros, los pesos en kilogramos y las marcas figuran según el caso sobre dos o tres lados del embalaje.

Marcas estándar o principales

Constan del nombre y dirección del consignatario, número de referencia, puerto o aeropuerto de descarga país y lugar de descarga. Para el caso de uso postal no es necesario colocar el puerto o país de descarga.

Marcas informativas o adicionales

Contiene el número de cada bulto en un lote y permiten identificar a cada uno de los bultos pertenecientes a un mismo cargamento; cubierto por un conocimiento de embarque con la misma marca principal, peso bruto y neto, dimensiones, puerto o aeropuerto de carga, país de carga, vehículo y contenido.

Marcas de manipuleo y auxiliares

Son un especie de instrucciones para el manipuleo mediante el uso de símbolos internacionalmente aceptados que advierten peligro, fragilidad, contenido, etc. Para una aplicación del marcado se deben tener en cuenta la norma ISO 7000

Siempre que sea posible se debe utilizar el sistema métrico.

Los materiales que se usan son: pintura indeleble, rótulos, placas, entre otros.

Debe cumplirse con las características de legibilidad, localización, suficiencia y conformidad.

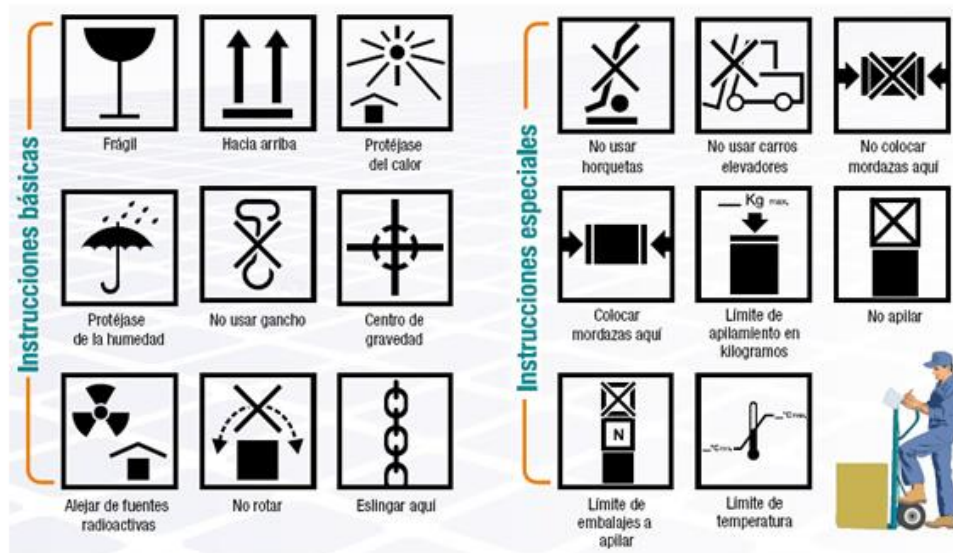
Tipos de Marcas

Pictogramas

En las operaciones de manipuleo, se usa símbolos denominados “pictogramas”, las que son indicaciones abreviadas por medio de gráficos, marcas o ilustraciones y permiten identificar algunos detalles relativos a las mercancías de exportación. Para el caso de la carga aérea, los pictogramas, debe hacerse en idioma inglés. Permiten tomar precauciones en las operaciones de manipuleo a que se somete las mercancías durante el transporte. Puede realizarse de modo manual utilizando matrices impresas

en las cajas de preferencia, para identificar y facilitar el manipuleo, transporte y almacenamiento. De acuerdo al ISO 7000, los pictogramas más utilizados son:

Gráfica 4. Pictogramas internacionales utilizados en el mercado de la mercancía de exportación.



Fuente: Revista de Logistica.com

2.2.6 El Almacenamiento

Se define como almacenamiento la disposición que se le da a los materiales en un lugar determinado generalmente llamado almacén,.

Técnicas de Almacenamiento

Estantería:

Son los anaqueles en donde se coloca la carga en el almacén. Se debe calcular la capacidad y resistencia de la estantería para sostener los materiales por almacenar, teniendo en cuenta que la altura más apropiada la determina la capacidad portante del piso, la altura disponible al techo, la capacidad del alcance del equipo de manipulación y la altura media de la carga en los entrepaños. Los materiales más pesados, voluminosos y tóxicos, deben ser almacenados en la parte baja y es necesario tomar en cuenta la resistencia, estabilidad y facilidad de manipulación del embalaje.

Almacenamiento a granel: Son pilas de materiales sin empaquetar, en condiciones libres como: polvos, granos, escamas o productos originales.

Apilamiento Compacto: Está constituido por contenedores de cartón, cajas, bolsas, etc. que están en contacto los unos con los otros.

Almacenamiento en estibas. Se acomoda sobre una superficie (paleta o estiba) mercadería de fácil manejo. La paletización busca optimizar el tiempo y reducir el esfuerzo durante el transporte y almacenamiento de materiales..

2.2.7 La Documentación

La documentación es básica en el proceso exportador, y va de acuerdo a las regulaciones de los organismos legales de cada país, sin embargo existen ciertos documentos generales que se expiden en todos los países de acuerdo al tipo de transporte que se usa.

Contrato de transporte de mercancías: Son acuerdos por los que el transportista se compromete con el cargador, a cambio de un precio o flete, a entregar en el puerto convenido al consignatario la mercancía en perfectas condiciones. El contrato se emite de acuerdo al tipo de transporte que se está usando.

Documento de transporte Aéreo: Guía Aérea conocida también como AWB por sus siglas en inglés Air Way Bill. La guía aérea es un instrumento no negociable que sirve como recibo para el remitente. Es emitida por la aerolínea o por la agencia consolidadora de carga y sirve como evidencia documentaria de haber completado los trámites aduaneros previos al embarque. Además de que ofrece indicaciones al personal del transportista sobre el manejo, despacho y entrega de los envíos.

Documento de transporte marítimo: Conocimiento de Embarque: B/L (por sus iniciales en inglés, Bill of lading) es un documento propio del transporte marítimo que se utiliza como contrato de transporte de las mercancías en un buque en línea regular. El objetivo de este contrato es proteger al cargador y al consignatario de la

carga frente al naviero y dar seguridad a las partes del cumplimiento del contrato previamente establecido.

Documento de transporte ferroviario: La Carta de Porte Ferroviario es el documento que acredita el contrato de transporte cuando el medio utilizado es el tren y sirve como título de propiedad de la mercancía. Comprobante de recepción de las mercancías

Documento de transporte terrestre: La Carta de Porte es un documento emitido por un transportista que detalla las instrucciones sobre el envío de las mercancías. Incluye los nombres del consignador y el consignatario, el punto de origen, el destino, la ruta y el método de envío y el valor cobrado por la entrega.

Documento de Transporte Multimodal: En este documento es un contrato entre dos o más medios de transporte, que ejecutan las operaciones de traslado de mercancías, siempre que el medio principal sea el marítimo. El Operador de Transporte Multimodal emite este contrato de transporte y lo entrega al cargador, que a su vez lo envía al destinatario de la mercancía. Con la entrega del documento, el operador toma la responsabilidad de la mercancía y se compromete a realizar la entrega al destinatario.

Además de otros documentos de uso general en los países:

- Lista de embarque, en la que se relacionan todos los documentos que acompañan el embarque y se anotan las instrucciones especiales del usuario
- Factura por el flete y los cargos cobrados.
- Documento para los trámites de ADUANAS
- Certificación de origen: Este documento certifica el origen de las mercaderías del país de exportación, para ser presentado por el importador, ya que existen acuerdos de preferencia arancelaria entre los países. Cada país beneficiario determina el organismo autorizado para emitirlo.

2.2.8 Los Seguros

El seguro de transporte es aquel contrato por medio del cual, el asegurador, asume los daños y pérdidas materiales que pueden sufrir los objetos transportados, en caso de traslado o viaje por vía marítima, fluvial, aérea o terrestre. La contratación de un seguro tiene como misión proteger la mercancía o más bien el valor de la misma, cuando esta tiene que ser transportada de un lugar a otro. El contratante del seguro puede ser el comprador o vendedor dependiendo de los términos de negociación a los que hayan llegado las partes. La cobertura genérica del seguro de transporte internacional incluye la pérdida total, pérdidas parciales y daños que pueda sufrir la mercancía durante la realización de un transporte internacional. Las modalidades de las pólizas de seguros se establecen según las necesidades y características de cada caso. Las pólizas de uso más común son:

Pólizas aisladas: Se utilizan para cubrir un solo viaje. Su duración es por el periodo que dure el viaje y, en el caso de mercancías, como máximo seis meses desde la fecha de emisión.

Pólizas abiertas: Se utilizan para una operación o un conjunto de ellas relacionadas que implique un número considerable de viajes. Su duración es por el periodo de la operación.

Pólizas flotantes: Tienen una duración indefinida y se mantiene vigente mientras no se oponga ninguna de las partes. Sirven para cubrir todas las operaciones de un asegurado en unas ciertas condiciones, límites y ámbitos convenidos. El asegurado da comunicación de cada viaje mediante un Boletín y la prima se regula periódicamente mediante suplementos en función del número de viajes efectuados y el valor asegurado en cada uno de ellos.

Pólizas sobre volúmenes: Estas pólizas se basan en la facturación o el volumen que se pretende asegurar sin necesidad de comunicar cada desplazamiento. En función de este parámetro se calcula una prima anual, siendo regularizable después de cada periodo, según el volumen realmente transportado. (Agrolider, 2012).

2.2.9 Términos de Negociación Internacional: INCOTERMS 2010

Los Incoterms (*Internacional Commercial Terms*) son aquellos términos que definen claramente cuáles son las obligaciones entre compradores y vendedores, dentro de un contrato internacional en cuanto a los gastos y obligaciones. Hace referencia a aspectos como el transporte, el seguro, la manipulación, el embalaje, la gestión y la entrega de la documentación. Los Incoterms están regidos por la Cámara de Comercio Internacional y los mismos regulan la distribución de documentos, las condiciones de entrega de la mercancía, la distribución de costos de la operación y la distribución de riesgos de la operación. Si bien estaban establecidos consuetudinariamente desde hace mucho tiempo atrás, su alcance y contenido actuales fueron sistematizados en 1928 por una comisión de especialistas, constituida por la iniciativa de la Cámara de Comercio Internacional (CCI), con sede en París.

Desde el primero de enero de 2011, está vigente la última actualización de los Incoterms. En función de las obligaciones que asumen el vendedor y el comprador, los Incoterms han sido agrupados en cuatro categorías:

Categoría EXW

La primera categoría, está constituida por un único Incoterm: EXW (*Ex Works*). Este Incoterm impone menos obligaciones al vendedor en el contrato. De hecho las obligaciones del vendedor se limitan solo a colocar las mercaderías en su propio establecimiento a disposición del comprador. Por lo general el vendedor no es responsable por el cargamento de las mercaderías para su exportación, a menos que haya acuerdo en contrario. En esta categoría, el comprador asume todos los costos y riesgos que implica retirar las mercaderías de las instalaciones del vendedor hasta su destino.

Categoría F

La segunda categoría, denominada grupo “F”, se compone de tres Incoterms: FCA (*Free Carrier o Transportador Libre*), FAS (*Free Alongside Ship o Libre en el Costado del Navío*) y FOB (*Free on Board o Libre a Bordo*). El vendedor debe cargar la mercadería y transportarla hasta el puerto de exportación, asumiendo las

tasas de exportación. El vendedor cumple con la obligación de entregar las mercaderías en su propio país al transportador principal. La obligación de contratar el transporte principal y el pago del flete y del seguro, está a cargo del comprador.

FCA: Por la parte del vendedor las obligaciones acaban y el riesgo es asumido por el comprador, cuando entrega la mercadería al transportador designado por el comprador. El costo de la descarga en el puerto corre por cuenta del comprador

FAS: Aplica cuando la mercancía es colocada al costado del navío, en el muelle o en barcazas, esto es antes de ser cargada. En este Incoterm la descarga en puerto es de cuenta del vendedor pero el embarque de la mercadería lo paga el comprador.

FOB: Cuando la carga se coloca a bordo del navío o en el vagón, en este caso el embarque de la mercadería, también, corre por cuenta del vendedor. Esto significa que la FOB es la Incoterm más riesgoso para el vendedor.

Categoría C

La tercera categoría, denominada grupo “C”, está constituida por cuatro Incoterms: CFR (*Cost and Freight o Costo y Flete*), CIF (*Cost, Insurance and Freight o Costo, Seguro y Flete*), CPT (*Carriage Paid to o Transporte hasta*) y CIP (*Carriage and Insurance Paid to o Transporte y Seguro Pago hasta.*) En estos casos el vendedor deberá contratar el transporte principal, sin asumir los riesgos por la pérdida o el daño de la mercadería en su viaje hacia el país importador. El vendedor deberá, también, realizar los trámites aduaneros de exportación.

Los Incoterms CFR y CIF suponen el pago del flete por parte del vendedor, y se reconocen por transferir el riesgo por la pérdida o el daño de la mercadería al embarcarla. La modalidad CIF supone, además, que el vendedor se hace cargo del seguro marítimo.

Los Incoterms CPT y CIP se distinguen por transferir el riesgo por la pérdida o el daño de la mercadería, recién al entregarla a la custodia del transportador. La modalidad CIP supone, además, que el vendedor contrata el seguro para el comprador y paga el premio.

Categoría D

A partir de la publicación 2010 de las Incoterms, la cuarta categoría, denominada grupo “D” está constituida por las siguientes tres: DAT (*Delivered At Terminal*); DAP (*Delivered At Place*) y DDP (*Delivered Duty Paid* o Entregado Derechos Pagados). Estos Incoterms tienen en común que el vendedor asume todos los costos y los riesgos que implique llevar la mercadería hasta el lugar pactado en el país del importador.

DAT: Se caracteriza porque el vendedor se hace cargo de todos los costes, incluido el transporte principal, hasta que la mercadería se coloca en el puerto de destino convenido.

DAP: El vendedor se hace cargo de todos los costos, hasta que la mercadería se ponga a disposición del comprador en el destino final. El vendedor asume los riesgos hasta ese momento. Sin embargo, el vendedor no paga el seguro ni se encarga de la tramitación aduanera, ni del pago de los impuestos de importación.

DDP: En este Incoterm se extienden las obligaciones del vendedor hasta el lugar designado por el comprador en el país de importación. Además de los costos asumidos en todas las Incoterms del grupo D, al vendedor le corresponde pagar el seguro, y cumplir con las formalidades aduaneras y los tributos de importación. (Interamerican Cargo Group SA, 2012)

2.10 Costos

Costos Directos: Hacen referencia a los costos por embalaje, marcado, documentación, unitarización, manipuleo, seguro transporte, almacenaje aduanero, bancario y agentes. **Costos Indirectos:** Son los costos administrativos y de capital.

Componentes de costo en el país exportador

Embalaje: Costo de acondicionar los lotes comerciales empacados, en el vehículo del modo técnico principal de la cadena de transporte .

Marcado: Costo para la identificación de las unidades embaladas.

Documentación de exportación: Costo de la integración de la documentación y de los trámites de exportación.

Transporte: Contratación del transporte interno hasta la agencia de carga.

Unitarización: Costo de la paletización o contenedorización en el local del exportador, terminal de contenedores, etc y otras formas de unitarización de la carga.

CAPITULO 3

PROCEDIMIENTO Y CONDICIONES A CONSIDERAR PARA EXPORTAR AL MERCADO DE LA UNIÓN EUROPEA

Para cualquier empresa involucrada en el proceso exportador es necesario que conozca las exigencias y requerimientos del mercado al que pretende entrar con sus productos y así pueda optimizar sus procesos de DFI. En este caso se ha tratado de desarrollar una especie de guía en base a otra ya existente publicada por el Banco Interamericano de Desarrollo, con los procedimientos necesarios para que las PYMES ingresen al mercado de la Unión Europea sin mayores complicaciones procurando cumplir con las exigencias y políticas del mercado, así como también los pasos que se requieren para calificar como exportador en la Aduana del Ecuador y el procedimiento de los trámites y la documentación necesaria.

La producción de rosas y gypsophillas del Austro del país están dirigidas hacia la Unión Europea en su mayor parte, es por esto que se vuelve indispensable que los productores y exportadores conozcan las especificaciones que deben cumplir las flores para ingresar al mercado europeo, normas de calidad, registros ambientales, normas fitosanitarias, impuestos y aranceles, requerimientos del empaque y mercado, requisitos voluntarios del mercado, las formas de pago, etc. Para así evitar problemas y contratiempos que obstaculicen el proceso exportador. Así como también al tener el conocimiento exacto de cuáles son los pasos a seguir, se puede encontrar la clave para generar un valor agregado a los productos florícolas a través del fortalecimiento de los procesos de producción, la implementación de normas ambientales y de calidad y el desarrollo de acertadas estrategias logísticas, volviéndolas así más atractivas y apetecidas en el mercado europeo lo que favorece al crecimiento y desarrollo del sector.

Desde 1991, los productos ecuatorianos se han visto beneficiados por el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), un esquema que otorga condiciones preferenciales de acceso a ese mercado. En la actualidad, más del 56% de las importaciones totales que la UE realiza desde Ecuador tienen algún tipo de preferencia al amparo del SGP, porcentaje que aumenta a 85% al excluir al banano,

lo que da cuenta de la importancia de la cobertura del SGP+ para los productos nacionales en ese mercado. Lo cual representa una ventaja importante para el ingreso de las flores ecuatorianas al mercado europeo. (Fedexpor, 2012)

3.1. Requisitos para calificar como exportador en la Aduana del Ecuador

Contar con los siguientes documentos: Registro Único de Contribuyentes (RUC), copia de cédula, constitución de la empresa y nombramiento del representante legal, croquis de ubicación del centro de acopio y cultivo.

Factura de pago según la solicitud del registro único de contribuyentes otorgado por el servicio de rentas internas.

Registrarse para el sistema ECUAPASS (Sistema informático aduanero del Ecuador, el cual entró en vigencia en Septiembre del año 2012 y permite a todos los importadores y exportadores facilitar todas las operaciones de Comercio Exterior, reduciendo tiempos asociados al cumplimiento de formalidades aduaneras de manera dinámica e integral, mediante la implementación de una ventanilla única de comercio exterior) para el cual debe cumplir:

Paso 1

Adquirir un certificado digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

Banco Central del Ecuador

Security Data

Paso 2

Registrarse en el portal de ECUAPASS con el fin de actualizar la base de datos

Crear usuario y contraseña

Aceptar las políticas de uso

Registrar una firma electrónica

Requisitos Específicos

Autorizaciones Previas. La exportación de ciertos productos requiere autorización previa del Consejo Nacional de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI), que estableció que los exportadores adicionalmente se registren con el Ministerio de Industrias y Competitividad.

3.2 El mercado de la Unión Europea

La Unión Europea es un bloque regional con el nivel de integración económica más alto del mundo, a que abarca también la integración y cooperación política y social entre sus miembros. Lo integran 27 países miembros Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre República Checa, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, Irlanda, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal, Rumanía, Eslovaquia, Eslovenia, España, Suecia, Reino Unido.

Esta unión permite la libre circulación de mercancías, servicios, capital y personas entre sus miembros, estimulando así el crecimiento económico y el comercio interno de los países de este bloque. De la misma forma, la aplicación de un arancel externo común a las importaciones originarias de terceros países y la armonización de normas sanitarias y técnicas han consolidado a la Unión Europea como el bloque regional con mayor participación en el comercio internacional. Su economía se basa en la prestación de servicios, la industria y la agricultura, en orden de importancia. Además de que han adoptado una moneda común entre sus miembros, el euro lo que facilita el intercambio comercial entre los mismos, actualmente es la segunda moneda más negociada del mundo después de dólar.

A pesar de que la Unión Europea representa solamente el 7% de la población mundial, es el origen y destino de más del 20% del comercio global. El comercio representa alrededor del 25% del PIB europeo. La Unión Europea es el mayor exportador de mercancías y servicios, el principal importador de servicios y el segundo importador de mercancías después de los Estados Unidos. Sus principales socios comerciales, tanto de importación como de exportación, son Estados Unidos,

China, Rusia, Suiza y Japón. (Retos y oportunidades las exportaciones no tradicionales de Honduras- minec gob)

3.2.1 Políticas de Importación de la Unión Europea

La Unión Europea gestiona las relaciones comerciales con terceros países mediante una política comercial común, manejada por la Comisión Permanente de Comercio Internacional, que abarca el comercio exterior de productos y de servicios, aspectos comerciales sobre los derechos de propiedad Intelectual y la inversión extranjera directa. La Política Comercial Común tiene sustento legal en el artículo 113 del Tratado de la Comunidad Europea, en el cual se autoriza a la Comisión la conducción de relaciones comerciales externas sujetas a la dirección del Consejo, que da la autoridad a la Comunidad Europea a concluir acuerdos internacionales. (Banco Nacional de Comercio Exterior, 2005).

La Comisión Europea negocia con los socios comerciales internacionales en nombre de todos los países de la Unión Europea. La Política Comercial Común descansa sobre una tarifa exterior común, la cual es el resultado de la creación de la unión aduanera en julio de 1968. Esta tarifa implica la aplicación de un arancel común a todo producto que ingrese en el mercado de la Unión Europea procedente de un tercer país, este arancel supone un conjunto de medidas fiscales y de gestión de aduanas uniforme para todo el territorio aduanero comunitario y establece cuales serán los derechos que tendrán que satisfacer cualquier mercancía para ser introducida en la UE, de esta manera se consigue facilitar u obstaculizar la entrada según el tipo de mercancía o según el país de origen. Además supone una homogenización de la nomenclatura arancelaria a la hora de clasificar las mercancías en partidas arancelarias.

La política comercial también incluye los regímenes comerciales para gestionar o autorizar la importación o exportación de una mercancía a la UE, que abarcan el régimen de libertad comercial y el régimen de restricción comercial. Por último la política comercial ha implementado también medidas de defensa comercial, que van desde las medidas anti-dumping hasta las medidas anti-subsidios.

3.2.2 Comercio Bilateral Ecuador - Unión Europea

Entre 2005 y 2008, las exportaciones del Ecuador hacia la Unión Europea pasaron de € 1.564 millones a € 2.109 millones, es decir un crecimiento promedio anual de 10,5%. En 2009 esta dinámica se redujo 10,9% y el total de exportaciones alcanzó € 1.880 millones. Por su lado, las importaciones del Ecuador desde los diferentes países del bloque europeo avanzaron de € 869 millones en 2005 a € 1.019 millones en 2008, anotando un crecimiento promedio de 5,4% por año, mientras que en 2009 éstas registraron una caída de 4,1% llegando a € 977 millones. En todo el período analizado, las ventas de bienes desde Ecuador hacia la Unión Europea han superado el flujo de compras desde el bloque europeo, dando como resultado un superávit comercial a favor del Ecuador que pasó de € 695 millones en 2005 a € 1.091 millones en 2008 y posteriormente se redujo a € 903 millones en 2009. Del total de productos exportados por el Ecuador hacia la UE en 2009, el 64% correspondió al segmento de agrícolas (sin incluir pesca), seguido de productos de la pesca con 32%. Las manufacturas concentraron solamente el 3% del total y otros productos el 1% restante. Entre 2005 y 2008, las exportaciones de productos agrícolas pasaron de € 1.079 millones a € 1.255 millones, reflejando un crecimiento promedio de 5,2% por año, mientras que en 2009 alcanzaron € 1.195 millones con una caída de 4,8%. De las exportaciones realizadas por el Ecuador hacia los países miembros de la Unión Europea en 2009, el 18,9% se concentraron en los envíos a Italia por un valor de € 356 millones. Le siguieron España (17%) por un valor de € 320 millones, Bélgica (15,5%) con € 291 millones, Alemania (14,6%) con € 275 millones y Holanda (13,2%) con envíos por € 148 millones, entre los principales. Los diez principales países compradores de productos ecuatorianos en la Unión Europea concentraron el 95,7% del total de las exportaciones. Al ampliar a los 15 principales compradores, la cifra llega a 99,5% del total. (Fedexport, 2009)

3.2.3 Modalidades de Pago y Financiamiento en la Unión Europea

Cuando se inscribe un nuevo acuerdo de exportación con clientes de la UE, las condiciones de entrega y formas de pago del importador al exportador son muy importantes. La forma de pago que se utiliza depende de la relación que el exportador ya tiene con el importador europeo. Sin embargo, se debe tomar en cuenta que los importadores sólo pagan cuando los bienes llegan al puerto de destino. Es importante entonces que las condiciones de entrega y forma de pago se

definan antes de firmar un contrato. Se debe buscar la asesoría de un banco con un ejecutivo experimentado para lograr que se consideren las condiciones convenientes en el contrato.

3.2.3.1 Formas de Pago en la Unión Europea

Pago anticipado

El pago anticipado implica que el importador tiene que pagar al exportador el valor total de los bienes antes de recibirlos. Sin embargo, este método expone al importador a riesgos muy altos que en la mayoría de los casos no está dispuesto a correr. En algunos casos, el importador puede realizar un depósito que represente un porcentaje del pago total, y abonar el saldo al momento de recibir los bienes. Cuando las cantidades no son tan altas se utiliza una tarjeta de crédito como garantía. Sin embargo, muy pocas veces se da el caso de que el exportador reciba dinero antes de realizar la exportación, ya que las transferencias internacionales se pueden demorar varias semanas. Lo ideal es optar por una garantía bancaria que pueda minimizar la pérdida del exportador en caso de que hubiera.

Cuenta abierta o crédito al importador

Este procedimiento de pago hace referencia a que el exportador envía una factura, con los bienes, al importador. Generalmente, la factura incluye una fecha límite para la recepción del pago. Sin embargo, este método envuelve un alto riesgo para el exportador pues no hay documentos legales ni procesos bancarios involucrados.

Consignación

Cuando se trata de productos perecederos o se negocia con distribuidores, el importador paga al exportador en base a lo que se vende al consumidor, en lugar de la cantidad exportada. El importador comúnmente también recibe una comisión y los costos relacionados corren por cuenta del exportador.

Documentos contra pago

Los exportadores pueden instruir a un banco a retener los documentos de propiedad de los bienes, como el conocimiento de embarque por ejemplo, hasta que el importador haya pagado en su totalidad. Esta forma de pago conlleva un riesgo menor para el exportador, pero no garantiza el pago, ya que el banco no se hace responsable por el pago si el importador no cumple su compromiso y el exportador tendrá que encarar dificultades extras y costos por el retiro de los bienes. Este método contempla un cobro bancario y el exportador e importador deben negociar sobre quién recae la responsabilidad por el pago de esta tarifa.

Carta de crédito documentaria

También un importador puede utilizar un documento conocido como carta de crédito garantizada por el banco del importador. Este pago se hace efectivo cuando el banco emisor confirma que se han saldado las condiciones de pago. Este es el método más común de pago cuando se inicia una nueva relación entre exportador e importador. Es el método de pago más seguro para los exportadores, ya que el banco emisor está obligado a pagar si la documentación está en orden y se cuenta con el tipo correcto de carta de crédito. Dicho procedimiento posee costo bancario, que en general es responsabilidad del importador o puede negociarse para hacer más competitiva la transacción.

Cobranza documentaria

Esto es similar al uso de un cheque, pero tiene una mayor garantía de pago, ya que el importador debe demostrar su capacidad de pago. Se puede utilizar una **letra a la vista** si el exportador prefiere retener la propiedad de los bienes hasta su arribo a la UE y si se ha realizado el pago.

Una **letra de cambio** se utiliza cuando el exportador da crédito al importador y se especifica su vencimiento. El importador está obligado a pagar dentro del tiempo límite establecido, una vez que la letra ha sido firmada. Al igual que las cartas de crédito, se debe decidir quién paga el cargo bancario que, generalmente, es responsabilidad del importador.

3.2.3.2 Reducción de Riesgos

Además del incumplimiento de pago, existen otros riesgos en que pueden incurrir los exportadores cuando realizan transacciones con compradores extranjeros como daños de los productos durante el transporte; cambios en políticas internacionales el no retiro de los bienes al momento de arribo por parte del importador, cambios en los precios y fluctuaciones monetarias.

Los exportadores pueden reducir estos riesgos solicitando facturar en su moneda local, dejando así el riesgo de cambio a su importador, o de haber inconvenientes, se puede optar por una tercera moneda, extranjera para ambas partes.

Cuando una empresa hace negocios en una moneda extranjera, hay riesgos en las variaciones y en los tipos de cambio. Un exportador puede hacer varias cosas para protegerse de esos riesgos.

3.2.4 Las Leyes y los Requisitos del Mercado: Definiciones

Es necesario que un producto de exportación que se coloque en el mercado de la Unión Europea cumpla con la legislación establecida por esta comunidad en atributos tales como salubridad, seguridad y medioambiente, entre otros. Las leyes pueden estar relacionadas con las características del producto (bienes o servicios) o con los requisitos aplicables a los procesos de producción y métodos. Existen procesos de evaluación de conformidades diseñados para determinar si estos requisitos obligatorios se cumplen antes de entrar en el mercado. Existen dos tipos de leyes: la Ley comunitaria que se desarrolla al nivel de la UE y es aplicable en todos sus Estados Miembros, y la Ley nacional que se desarrolla a nivel nacional y solamente aplicable en el Estado Miembro involucrado.

Están también los llamados requerimientos voluntarios del mercado son aplicables a campos como la calidad, el medioambiente y la responsabilidad social.

Aunque estos requerimientos no son instrumentos legales, deben ser vistos como una Manifestación de las prioridades de algunos consumidores.

Estándares

La estandarización es un proceso voluntario para el desarrollo de especificaciones técnicas para productos o procesos, llevado a cabo, generalmente, por entidades de estandarización independientes a nivel nacional, europeo o internacional.

En la UE, existen tres entidades de estandarización: el Comité Europeo de Normalización (CEN), el Comité Europeo de Normalización Electrotécnica (CENELEC) y el Instituto Europeo de Normas de Telecomunicación (ETSI). Las normativas legislativas de la UE.

3.2.5 Obstáculos Técnicos al Comercio

Con el fin de proteger la salud y la seguridad del consumidor y el medioambiente, se debe cumplir con ciertas especificaciones técnicas. Lógicamente, estas regulaciones pueden convertirse en limitaciones de acceso al mercado y pueden ser costosas para los exportadores.

El objetivo del marco internacional legal de la Organización Mundial del Comercio (OMC) es prevenir que las medidas técnicas se conviertan en barreras restrictivas e innecesarias para el comercio internacional. En base al Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC) de la OMC se busca minimizar el impacto de los requisitos técnicos. Este acuerdo es parte del Acuerdo de la Organización Mundial del comercio e incluye regulaciones técnicas obligatorias, estándares voluntarios y procedimientos de evaluación de conformidad. Las medidas sanitarias y fitosanitarias de la OMC están excluidas del alcance del Acuerdo sobre OTC.

Los principios fundamentales del Acuerdo sobre OTC son:

1. El principio de no discriminación.
2. Proporcionalidad.
3. Armonía
4. Transparencia

3.2.6 Salud y Seguridad

La UE ha implementado altos niveles de protección para sus consumidores en los temas en referencia a la salubridad y seguridad. Por lo tanto, ha diseñado leyes e impuestos estándar que todo producto que quiera entrar en el mercado de la UE debe cumplir. El sistema armonizado de seguridad tiene tres componentes:

Requisitos esenciales obligatorios: Estos son los requisitos mínimos que deben cumplir los productos. Las especificaciones técnicas detalladas para cumplir con estos requisitos se dejan a criterio de los fabricantes o de los exportadores, a entidades cuyo fin es establecer estándares y a entidades auditoras designadas por los gobiernos. De esta forma, se garantiza la seguridad a nivel de la UE, mientras que se mantiene un nivel de flexibilidad.

Procedimientos de evaluación de conformidad: también se han diseñado procesos para evaluar si un producto cumple con los requisitos y estándares.

Marcado CE: el marcado CE fijado a un producto es la declaración de una persona responsable (el fabricante o exportador) de que el producto cumple con todas las disposiciones aplicables por la UE y que los procedimientos de evaluación han sido cumplidos.

La marca CE es obligatoria para un amplio rango de productos manufacturados específicos y para productos que pueden presentar ciertos riesgos específicos. Para los siguientes productos, la marca CE es obligatoria si están relacionados con:

- Un producto nuevo, independientemente de si es fabricado en la UE o en terceros países.
- Un producto usado o de segunda mano que se importe a la UE desde terceros países.
- Un producto sustancialmente modificado que debe cumplir con las directivas como nuevo producto.

3.2.6.1 Medidas Sanitarias y Fitosanitarias

Con el fin de proteger la salud y la vida humana, animal y vegetal, se han diseñado medidas sanitarias y fitosanitarias. La UE es conocida por tener altas exigencias en los estándares de MSF para asegurar la salud y la seguridad de sus ciudadanos. La Organización Mundial del Comercio define los estándares de MSF así: “incluyendo todas las leyes relevantes, decretos, regulaciones, requisitos y procedimientos aplicados a: proteger la vida animal o vegetal dentro del territorio del Estado Miembro por riesgos que surjan por i) la entrada, establecimiento o transmisión de pestes, enfermedades, organismos portadores de enfermedades; ii) aditivos, contaminantes, toxinas u organismos patógenos en alimentos, bebidas o productos comestibles; iii) enfermedades transmitidas por animales, plantas o productos derivados, o de la entrada, establecimiento, transmisión de pestes; así como también las medidas aplicadas para prevenir o limitar otro daño dentro del territorio del Estado Miembro por la entrada, establecimiento o diseminación de pestes.” Más información disponible en los siguientes enlaces.

3.2.6.2 Etiquetado y Embalaje del Producto

Se deben procurar que el etiquetado y el embalaje cumplan con características específicas basadas en la ley alimentaria de la UE. :

La ley alimentaria de la UE se centra en los procesos de control a través de toda la cadena alimentaria: **De la finca a la mesa.**

Por lo tanto se deben tomar en cuenta los siguientes puntos:

- Seguridad: los operadores no venderán alimentos o forrajes no aptos para el consumo.
- Responsabilidad: los operadores son responsables por la seguridad del alimento y forraje que producen, transportan, almacenan o venden.
- Trazabilidad: los operadores serán capaces de identificar rápidamente a cualquier proveedor o consignatario.

- **Transparencia:** los operadores informarán de inmediato a las autoridades correspondientes si tienen una razón para dudar de que su alimento o forraje esté contaminado o no apto para el consumo.
- **Emergencia:** los operadores retirarán del mercado en forma inmediata un alimento o forraje si consideran que no es seguro para el consumo.
- **Prevención:** los operadores deberán identificar y revisar con regularidad los puntos críticos en sus procesos y asegurarse de que los controles se apliquen a estos puntos.
- **Cooperación:** los operadores cooperarán con las autoridades competentes en acciones tendientes a reducir.

Requisitos sanitarios

Podrán aplicarse requisitos adicionales de productos específicos de otros grupos en relación con: contaminantes; niveles máximos de residuos por pesticidas; la adición de conservantes; materiales en contacto con los productos alimenticios; irradiación de los alimentos; comidas novedosas; radioactividad; alimentos congelados; productos alimenticios o derivados con propósitos nutricionales específicos; y organismos genéticamente modificados.

Requisitos de sanidad vegetal

Ciertas plantas y productos vegetales deberán cumplir obligatoriamente con los requisitos fitosanitarios.

Niveles incrementados de control

Con base en algún riesgo ya conocido o emergente, la Comunidad Europea podrá emitir una lista de productos alimenticios de origen no animal que deberán someterse a niveles mayores de control oficial. En tal caso, se establecen puntos de entrada específicos y los operadores de alimentos están obligados a notificar por anticipado el arribo de estos productos.

Otros requisitos sanitarios

Se podrán aplicar requisitos adicionales de otro grupo de alimentos en relación con: contaminantes; el uso de aditivos alimenticios; irradiación de alimentos; radioactividad; sustancias alimenticias congeladas; productos alimenticios con propósitos alimenticios específicos; y organismos genéticamente modificados.

Requisitos de sanidad animal

Algunos productos compuestos podrán requerir una inspección en un puesto fronterizo de inspección para verificar si se han cumplido todos los requisitos de sanidad animal.

Requisitos de sanidad vegetal

Es poco probable que los productos compuestos sean sujetos a requisitos de sanidad vegetal, al menos que el producto sea categorizado bajo la definición de plantas o productos vegetales.

Tanto para productos alimenticios como para productos no alimenticios, existen requisitos de etiquetado y embalaje en la UE. La mayoría de los requisitos de etiquetado obligatorios afectan a los productos alimenticios.

El objetivo de los requisitos para el etiquetado, la presentación y la publicidad de los productos alimenticios es garantizar no sólo la salud del consumidor si no que éste disponga de información completa sobre el contenido y la composición del producto.

Requisitos generales para el etiquetado de productos alimenticios

- Nombre bajo el cual se vende el producto alimenticio.
- Lista de ingredientes, por orden descendente de peso.
- Cantidad de ciertos ingredientes o categorías de ingredientes.
- Cantidad neta de pre-envase de los productos alimenticios, expresada en unidades métricas.
- Fecha máxima de duración bajo un formato específico.

- Condiciones de almacenaje o de uso.
- Nombre y dirección del fabricante, envasador o vendedor establecido dentro de la UE.
- Datos particulares referentes al lugar de origen o procedencia, ya que la ausencia de tal información podría engañar al consumidor.
- Instrucciones de uso.
- Contenido de alcohol para las bebidas que contengan más de 1,2% de alcohol.
- Un código para identificar el lote al que pertenece el producto alimenticio.
- Tratamientos a los que ha sido sometido el producto, con indicaciones específicas sobre irradiación y comidas congeladas.

3.2.7 Requisitos Voluntarios del Mercado

Normas de calidad

Los estándares de manejo de la calidad se refieren al nivel de calidad de las prácticas de manejo de la empresa. Tales estándares de manejo de la calidad no son obligatorios para tener acceso al mercado de la UE, aunque en varios sectores constituyen un requisito de la industria y son, cada vez más, una condición para la elegibilidad de una empresa en los procesos de adquisición del público. En general, ofrecen una oportunidad para que una empresa revalorice su imagen en el mercado. Los más utilizados y reconocidos estándares de manejo de la calidad son los “sistemas de manejo genéricos” diseñados por la Organización Internacional de Estandarización (ISO), conocido como el estándar ISO 9001:2000. El ISO 9001:2008 establece los requisitos para un sistema de manejo de la calidad en una organización. Este marco de referencia puede aplicarse a cualquier tipo de empresa. Una empresa certificada debe tener un gerente de calidad interno que sea responsable de la política de calidad, procedimientos, implementación, monitoreo y consecuente documentación.

Los exportadores de países en desarrollo certificados con el estándar ISO tendrán ventaja para atraer clientes potenciales en la UE. En un mercado tan competitivo como el de la UE, los consumidores gozan del lujo de poder escoger entre varios

proveedores, de ahí que una certificación ISO podría convertirse en un elemento decisivo en el proceso de selección.

Requisitos Voluntarios del Mercado: Área de Salubridad y Seguridad

Además de los requisitos legales de carácter obligatorio para productos alimenticios y manufacturados, existe también un rango de requisitos de carácter voluntario en el área de salubridad y seguridad. Sin duda el poder cumplir con este tipo de requisitos resultaría en una ventaja para ganar acceso al mercado.

Fair Trade – Comercio justo

Existen varios sellos en el ámbito del comercio justo; el más conocido es la “Marca Internacional de Certificación Justa” o “International Fair Trade Certification Mark”. El objetivo general principal de los movimientos de comercio justo es promover una forma de comercio basado en una relación voluntaria y justa, especialmente entre países en desarrollo y países desarrollados. El comercio justo promueve que los productores de países en desarrollo obtengan precios y condiciones de comercio razonables y que el comercio se realice con base en estándares sociales y medioambientales. Los productos principales en los que se centra la marca incluyen café, cacao, azúcar, té, plátanos, miel, algodón, vino, frutas frescas, chocolate y flores.

Agricultura orgánica

El aumento del nivel de concientización del consumidor en relación con temas de seguridad alimentaria y medioambiente ha provocado un incremento en la demanda de productos alimenticios producidos orgánicamente. La agricultura orgánica se ha desarrollado hasta convertirse en uno de los sectores agrícolas más dinámicos de la UE. En el año 2002, la UE estableció un logo especial para identificar productos alimenticios producidos en forma orgánica que indica que dichos productos fueron sometidos al proceso de inspección de la UE. Los productores lo utilizan voluntariamente cuando sus productos reúnen las condiciones requeridas. La UE también ha otorgado a varias organizaciones nacionales la potestad de certificar la producción orgánica.

3.2.8 Aranceles e Impuestos

Existen muchas medidas y políticas que regulan el intercambio comercial y el acceso al mercado de la UE. Para los exportadores, las tarifas arancelarias son muy importantes, ya que pueden aumentar considerablemente los costos de los bienes exportados.

También son importantes dentro del proceso de exportación las salvaguardias, los impuestos, las cuotas, las regulaciones contra la competencia desleal (antidumping) y las licencias de importación.

3.2.8.1 Aranceles

Desde la creación del mercado interno de la Unión Europea en 1992, la región cuenta con un rancel Exterior Común. Esto significa que se aplican las mismas tarifas arancelarias en todo el sistema aduanero de los Estados Miembros, no importa cuál Estado Miembro sea el país de destino de la importación. Una vez que los bienes han ingresado en el mercado de la UE, pueden circular libremente dentro de toda la UE. El AEC aplicable desde el 1 de enero del 2010 se hizo público el 31 de octubre del 2009.

3.2.8.2 Impuestos

Impuesto al Valor Agregado (IVA)

Todos los productos vendidos e importados a la UE están sujetos a la aplicación del Impuesto al Valor Agregado (IVA). Dicho impuesto es un impuesto general directamente proporcional al precio de los bienes y servicios. Las tasas varían entre los Estados Miembros y dentro de ellos, pero existe un acuerdo sobre el tipo de transacción a las cuales se aplica el IVA así como sobre la base de su valoración. La cantidad imputable a los productos incluye el valor del producto, más los aranceles aduaneros y cualquier otro impuesto de importación, al igual que los costos suplementarios hasta el arribo del producto a su destino final (por ejemplo, costos de empaque (embalaje, manejo en puerto de origen), de transporte (marítimo y aéreo) y

de seguros (de bienes transportados y de responsabilidad de la empresa de transporte).

En general, la tasa aplicada es del 15 por ciento del valor del producto como mínimo; por ejemplo, en Alemania es del 19%; en Francia, 19,6%; en el Reino Unido, 15%.

Impuestos sobre consumos específicos

El impuesto al consumo se aplica a ciertos productos al momento de su importación. Estos productos incluyen bebidas alcohólicas, productos relacionados a la energía, la electricidad y el tabaco manufacturado

Los impuestos adicionales se reflejan en precios más altos para los consumidores. Este impuesto se aplica a un producto si tiene impacto sobre la salud pública, el ambiente y el uso de la energía. Al igual que el IVA, la tasa del impuesto varía según el Estado Miembro de que se trate, aunque existe un nivel mínimo de tasación en la UE. El nivel de impuesto para importaciones es igual a los impuestos aplicados a bienes producidos dentro de la UE. El impuesto al consumo se paga en el país de consumo, lo cual significa que la mercadería sobre la que se puede aplicar el impuesto puede ser transportada de un Estado Miembro a otro y pagarse en el destino final.

3.2.8.3 Cuotas

Cuotas y contingentes arancelarias

Las cuotas son restricciones impuestas a las cantidades de importación o exportación de un producto para regular su oferta o para garantizar que se cumplan ciertas normas sanitarias. En el pasado, las cuotas fueron muy utilizadas para regular los textiles, la ropa y las importaciones agrícolas, pero se eliminaron gradualmente cuando los acuerdos de la OMC estipulaban que las restricciones cuantitativas en el comercio internacional se sustituyeran por tarifas arancelarias.

No obstante, la UE todavía hace uso de contingentes arancelarios, que se pueden aplicar a productos de cualquier origen, y también de techos arancelarios que se pueden aplicar a productos importados por la UE amparados por tratados comerciales.

3.2.8.4 Competencia desleal

Ante una sospecha de competencia desleal, como el subsidio a algún producto u oferta de un producto a precios inferiores a los que prevalecen en el país de origen, la UE puede introducir medidas de *antidumping* para esos productos específicos y se podrán tomar medidas a través del Comité Consultivo de Competencia Desleal, en el cual está representado cada Estado Miembro de la UE, para proteger a los productores del mismo producto. Estas medidas generalmente consisten en agregar un impuesto ad valorem a pagarse al momento de efectuarse la importación y esas medidas pueden durar cinco años.

3.2.8.5 Licencias de importación

Algunos productos requieren de una licencia de importación para ingresar en la UE. Este es el caso de los productos sujetos a restricciones de tipo cuantitativo (por ejemplo, textiles y ropa), pero también para ciertos productos sensibles o de carácter estratégico, como bebidas alcohólicas, armas y armamento, ciertas drogas y químicos, y algunos productos alimenticios

Algunos de estos productos pueden estar sujetos a vigilancia (como una medida contra el fraude aduanero o la desviación comercial).

Debe obtenerse un Documento de Vigilancia Comunitario (licencia de importación) para productos clasificados bajo esta categoría.

3.2.8.6 Prohibiciones

En algunos casos, la UE puede prohibir la importación de ciertos bienes. Estas prohibiciones se aplican a productos peligrosos, como desechos químicos, productos pirateados o de contrabando, fauna y flora protegidos (por ejemplo, productos hechos Otros productos pueden estar prohibidos por consideraciones de salubridad o seguridad, por ejemplo, medicinas, pesticidas, plantas, alimentos y productos eléctricos. (BID, 2010)

CAPITULO 4

DESEMPEÑO LOGÍSTICO Y DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL DE LAS PYMES FLORÍCOLAS DEL AZUAY AL MERCADO DE LA UNIÓN EUROPEA

En el Ecuador el 50% de la población económicamente activa (PEA) está ubicada en el sector microempresarial, verdadero motor del desarrollo nacional. Este sector es identificado como sector subempleado o informal.

El sector microempresarial está compuesto por trabajadores que son dueños socios, trabajadores familiares y también trabajadores remunerados, razón por la cual, fácilmente supera el 50% de la población económicamente activa.

La Unión Europea es el principal destinatario de las exportaciones no petroleras del Ecuador, abarcando cerca del 30% del total. Es además un significativo mercado para las medianas, pequeñas y microempresas, estableciéndose como el principal destino de los productos exportados por estas unidades; las pymes que exportan a ese destino (30% del universo exportador de mipymes) concentran entre el 39,5% y el 46,7% de su cartera en esos mercados, constituyéndose en una de las principales fuentes de ingresos para este segmento de sociedades (Fedexport, 2012).

"Una exitosa logística en el ámbito de la floricultura se logra integrando los procesos de producción, comercialización y distribución física con el flujo de información requerido en cada operación, permitiendo a los productores hacer un seguimiento preciso en todas las etapas y garantizar la entrega en condiciones de calidad óptima, a buen precio y a tiempo "(Diazgranados, J. 2008). En el Austro del Ecuador, a la fecha, existen 10 fincas que producen y exportan flores, otras son de tamaño doméstico tal vez unifamiliares y solo venden en el ámbito local y algunas son huertos familiares.

El flujo de la cadena logística que actualmente mantienen las fincas florícolas del Azuay inicia cuando el comprador o importador realiza la diligencia del pedido de flores a los productores, las flores se negocian en términos FOB. Una vez hecho el pedido el productor elabora la orden de venta y luego solicita la cantidad de flores requeridas a la finca.

Las empresas florícolas azuayas comparten prácticas similares, en cuanto a la producción, con respecto de las demás florícolas del Ecuador. Una vez que las flores han pasado por su respectivo proceso productivo de empaque y de almacenaje,

están listas para emprender su recorrido hasta llegar a los mercados extranjeros. Las flores deben ser cuidadosamente empacadas en cajas de cartón corrugado y almacenadas en cuartos fríos para luego ser enviadas en un camión refrigerado a las agencias de carga para su exportación. Cuando las flores van a ser comercializado en el mercado local, las flores solo pasan por una fase de transportación interna, es decir desde la finca hasta las floristerías locales o nacionales, por medio de transporte terrestre, caminos con refrigeración para mantener la vida útil de las flores.

Sin embargo, cuando las flores van a ser exportadas y comercializadas en el mercado extranjero los productores analizan previamente que medio de transporte internacional será el más idóneo para este producto. El medio escogido por las empresas nacionales y locales es el transporte aéreo por la velocidad, la frecuencia de transporte y la cobertura geográfica ya que los tiempos de entrega son menores y al ser las flores un producto perecible necesitan conservar sus características naturales y poder así mantener una vida comercial útil más larga. Además la manipulación es menor lo que permite que las características de la flor permanezcan casi intactas. En el caso de las flores que van a ser exportadas de la zona del Austro ecuatoriano, son trasladadas en camiones refrigerados hacia la ciudad de Quito y allí son entregadas en las agencias de carga, entonces se presenta los documentos de exportación, luego de aprobados los documentos, se carga las flores al contenedor y después al avión. (Diazgranados, J. 2008).

Para la contratación de la carga aérea, el exportador puede tratar directamente con las compañías aéreas esto si tiene el conocimiento y la experiencia necesaria, en el caso de las PYMES al no poseer el conocimiento técnico suficiente deben contratar un agente de carga aérea quien posee un panorama completo de las compañías aéreas alternativas y de los espacios disponibles, lo cual les permite ofrecer fletes a precios competitivos a los productores. Las agencias de carga son empresas dedicadas a la venta de espacios de carga de las aerolíneas. Ellos consolidan las cajas de todas las fincas proveedoras del importador mayorista; las estiban y emiten una guía certificada de peso y volumen, que será registrada por la aerolínea. Deben mantener las cajas en cuartos fríos hasta el momento del envío a la aerolínea.

Por lo general, las empresas azuayas trabajan con importadores en los diferentes países; en algunos casos el producto sale de Cuenca y va con destino a Miami, allá existen quienes lo venden a todo Estados Unidos hasta Canadá. En el caso de Europa hay compradores directos o también a través de una Bolsa donde subastan las flores para Holanda y todo el mercado consumidor de Europa. En el Ecuador están asociadas aproximadamente 58 agencias de carga en la ASEACI cuyo objetivo es promover el desarrollo de la actividad de transporte y logística de carga nacional e internacional por las vías aérea, marítima, terrestre y fluvial, procurando que las condiciones en las que se desenvuelvan sus actividades permitan mantener la competitividad en el ámbito local e internacional a las empresas. (ASEASI, 2013.)

Gráfico 5. El proceso de empaque y exportación de las flores.



Fuente: Diario El Universo.

4.1 Documentación: Fase de Pre-Embarque y Post- Embarque

Fase de Pre- Embarque

Se inicia con la transmisión electrónica de una declaración aduanera de exportación DAE en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañada por una factura o documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple declaración de embarque si no que crea un vínculo legal y

obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los datos que se consignaran en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignante
- Destino de la Carga
- Cantidades
- Peso y demás datos relativos a la mercancía

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original
- Autorizaciones previas
- Certificado de origen electrónico

Además se deben tomar en cuenta los siguientes procedimientos y requerimientos:

Verificación del estatus fitosanitario: Verificar si el país de destino ha levantado las restricciones sanitarias de acceso a los productos de origen vegetal ecuatorianas a través del Estatus Fitosanitario, que consiste en la información que se encuentra disponible en la página web de Agrocalidad, y que detalla la situación sanitaria y fitosanitaria de las flores en el Ecuador para revisión y aprobación del país de destino.

Registro en Agrocalidad: Solicitar el registro de operador en la página web de Agrocalidad.

Inspección: Un auditor de Agrocalidad realizará la inspección del lugar detallado en el croquis entregado como documento requerido, y prepara un informe que debe ser aprobado por Agrocalidad. Luego de aprobada la inspección se emite al usuario un certificado y un código d, los cuales avalan el registro como operador en agrocalidad. **Solicitar Certificado Fitosanitario:** El certificado Fitosanitario se lo

requiere por cada exportación y se lo debe solicitar máximo dos días antes del despacho de la misma. (Pro Ecuador, 2012 y 2013).

Fase de Post-Embarque

Una vez aceptada la DAE la mercancía ingresa a la zona primaria de distrito en donde se embarca, el depósito temporal lo registra y almacena previo a su exportación.

Al exportar se notificara el canal de aforo asignado los mismos que pueden ser:

- Canal de Aforo Documental
- Canal de Aforo Físico intrusivo
- Canal de Aforo Automático

Agentes de Aduanas: El agente de aduana anteriormente era el encargado de realizar los trámites aduaneros necesarios en nombre del exportador, sin embargo, según la nueva reglamentación de Aduana dispuesta en el código orgánico de la producción comercio e inversiones no es necesaria la utilización de un agente de aduanas para los trámites de importación y exportación, exceptuando las importaciones a consumo.

Documentos de Acompañamiento

Se constituye documentos de acompañamiento aquellos que son de control previo deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía deben presentarse física o electrónicamente en conjunto con la declaración aduanera cuando estos sean exigidos, en el caso de las flores estos son los certificados fitosanitarios. (Pro Ecuador, 2012)

4.2 Transporte

Transporte Interno

El transporte interno dentro de la finca se hace utilizando un sistema de cable vía similar al sistema de un teleférico que transporta los tallos de un lugar a otro. El transporte desde la Finca productora hasta los almacenes, involucra todos aquellos elementos y procesos necesarios para el transporte de mercancías cargadas en un lugar dentro del almacén para luego ser descargadas en otro lugar situado dentro del

mismo almacén. En el caso de las flores, están tienen que ser trasladadas en camiones refrigerados desde Cuenca hasta las agencias de carga en Quito.

Transporte Internacional

El transporte internacional es aquel que transporta mercancías de un país a otro, e inicia desde el momento del embarque, en el medio de transporte escogido para trasladar la mercadería, hasta que llega a su puerto de destino. Este puede ser, aéreo, marítimo, terrestre, fluvial o ferroviario.

Transporte Aéreo

El transporte aéreo es medio más común usado para trasladar los productos florícolas a los diversos destinos en el extranjero. Los exportadores florícolas prefieren optar por este medio de transporte para trasladar su mercancía, puesto que al ser las flores un producto altamente perecible y que requiere ser manipulada lo menos posible, el transporte aéreo se vuelve la mejor opción ya que es uno de los medios más rápidos y seguros, a pesar de los altos costos que representa.

- Es necesario que los exportadores previamente realicen una cotización del flete antes de contratar este transporte
- El peso neto, el peso del producto más el empaque.
- Las medidas de los bultos, que consiste en que si se refiere a cajas, se debe proveer el alto, ancho y largo en centímetros.
- El nombre del aeropuerto en destino.
- Se tiene que especificar quién hará inmune el pago del servicio por el flete.

4.2.1 Flujo Actual de Carga

El flujo actual de la carga de ornamentales que se lleva a cabo tanto en el aeropuerto de Quito como de Guayaquil, manifiesta la participación de los exportadores, agencias de carga, paletizadoras y líneas aéreas. Las flores del Azuay son trasladadas a las agencias de carga en Quito, luego a las bodegas de acondicionamiento de las aerolíneas, para su posterior embarque. Existen tres tipos de tarifas aéreas basados en la prioridad de entrega de la carga:

Priority one

Esta tarifa es para tipo de cargas urgentes, por lo que su costo es el más alto.

Priority two

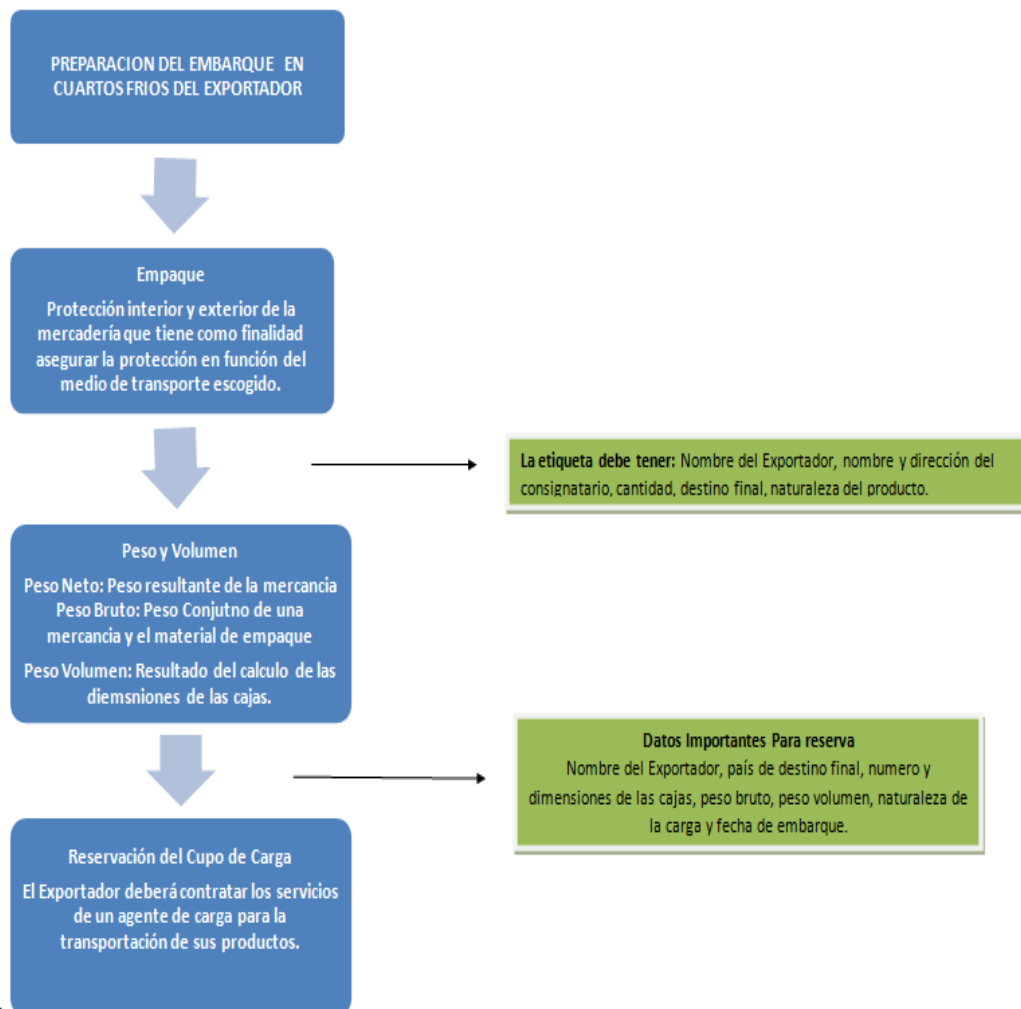
Esta es para cargas en tiempo promedio y su tarifa es intermedia.

Priority three

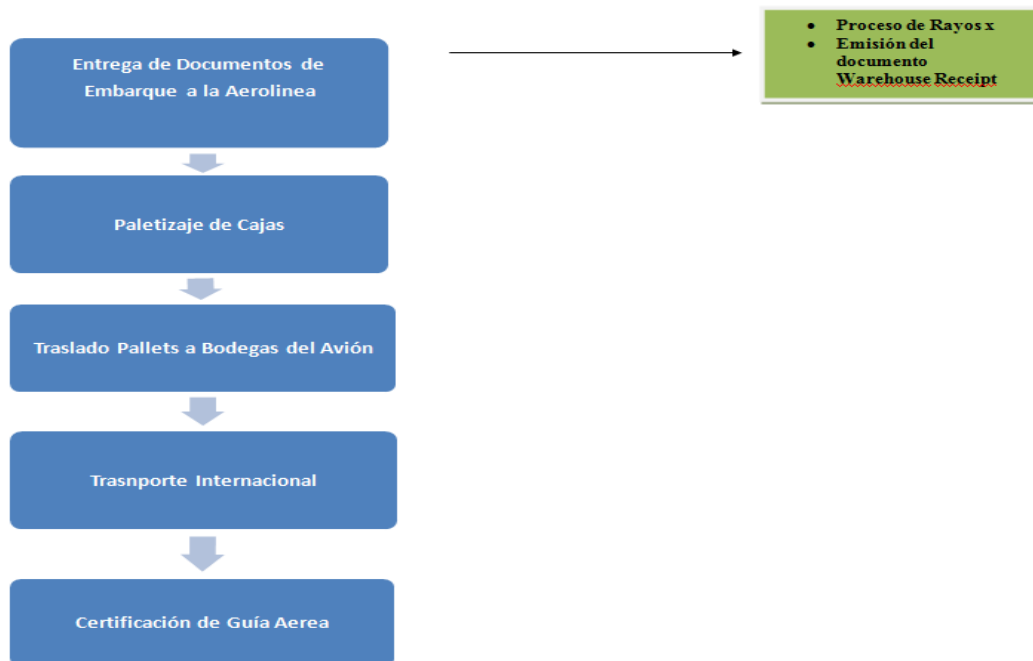
Esta tarifa es para cargas que pueden esperar más tiempo y aplica el costo más bajo.

Mapa Conceptual 1. Mapa Conceptual descriptivo de la cadena logística de embarque aéreo de flores

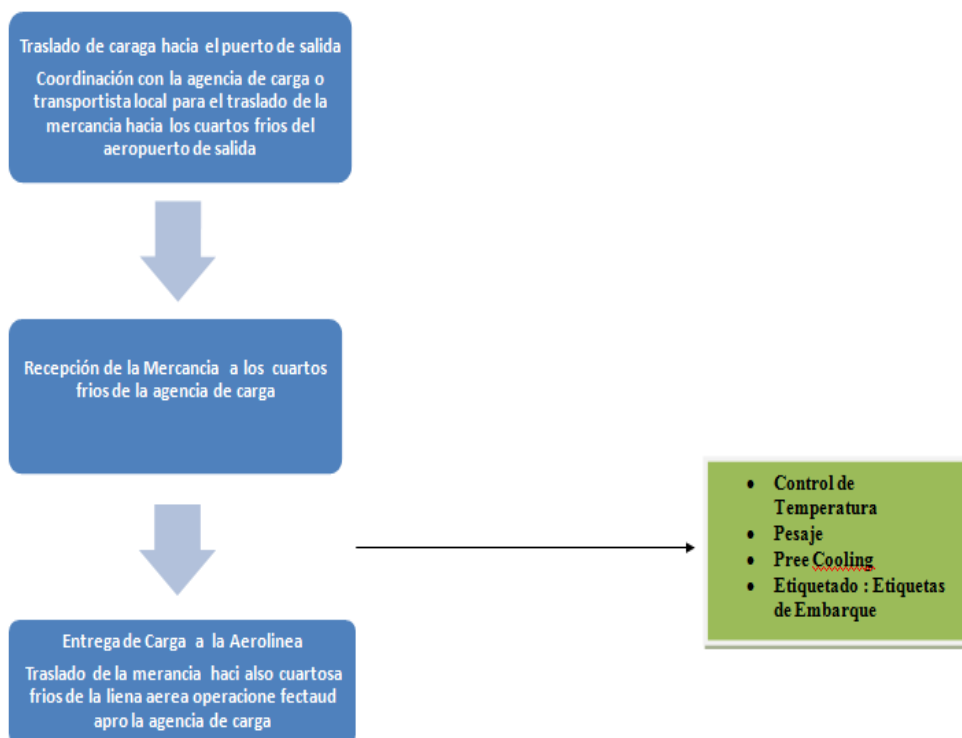
Etapa 1



Etapa 2.



Etapa 3.



4.3 El papel de las Asociaciones Florícolas en el Desempeño Exportador de las Pymes

El papel de las asociaciones gremiales florícolas del Ecuador ha sido fundamental para el desarrollo y crecimiento de esta industria en el país. Se han logrado grandes avances para el sector así como también importantes beneficios para quienes trabajan en esta industria. Estas asociaciones procuran realizar una buena gestión en la defensa de los intereses generales de sus miembros. No tienen fines de lucro y se mantienen con las cuotas de los miembros o por medio de publicaciones y otros servicios de interés común.

4.3.1 Expoflores

Expoflores es el gremio que agrupa a los exportadores de flores del Ecuador, proporciona a los emprendedores ecuatorianos y sus empleados todos los servicios y ayuda para continuar generando desarrollo en las zonas de producción y bienestar a sus trabajadores. Expo flores nació hace 25 años con la misión de representar al sector floricultor ecuatoriano y satisfacer las necesidades de los socios, a través de servicios rápidos y efectivos que los ayuden a generar valor agregado en los negocios, enfocándose principalmente en las normas sociales y ambientales

Expoflores cuenta con una serie de programas que benefician al sector en las áreas técnicas y sociales. Un importante aporte es el desarrollo del programa de certificación de protección al trabajador y al medio ambiente que se llama FlorEcuador.

4.3.2 Asofloaustro

Asofloraustro es la asociación florícola del austro que agrupa a seis empresas floricultoras en la zona sur del país. Los floricultores están agrupados en la organización Asofloraustro, se trata de las empresas Malima, Flores del Valle, Isla Plants, Ecuagenera, Flores del Lago, Alta Flor y El Trébol, que están ubicadas en las provincias de Azuay y Cañar, dedicadas sobre todo al cultivo de rosas y orquídeas

Según datos de Asofloraastro, desde la zona sur del país se aporta con el 8% de la exportación nacional de rosas. Por las condiciones del clima que las rosas necesitan por las condiciones del clima, las fincas están ubicadas en el sector de Biblián en la provincia de Cañar. En el Azuay también se ubica la principal exportadora de orquídeas de América Latina. Se trata de la empresa Ecuagenera, que exporta sus productos a Canadá, Estados Unidos, Tailandia, China, Japón, Francia y Alemania son algunos de los destinos.

CAPITULO 5

FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL SECTOR FLORÍCOLA ECUATORIANO

El sector florícola es un sector con mucho dinamismo, sus actores siempre se han preocupado por innovar la industria utilizando los recursos que estén a su alcance para reforzar los procesos productivos y de distribución del producto a su lugar de destino. Sin embargo, es necesario analizar cuáles son las fortalezas y debilidades existentes y así poder determinar cuáles son aquellos aspectos que condicionan el desempeño de las pymes en las operaciones exportadoras. Se debe tomar en cuenta que muchos de los factores de riesgo están fuera del control de los exportadores pues se trata de la intervención de agentes externos al sector como el gobierno, las políticas internacionales y el comportamiento del mercado. Otros en cambio pueden ser controlados por los productores y exportadores pues abarcan áreas de la producción, de la cadena logística dentro del país, los flujos de información, etc.

A continuación se detallan las fortalezas y debilidades principales, y posteriormente los factores que están involucrados directa o indirectamente con el rendimiento del sector florícola.

	DEBILIDADES	FORTALEZAS
ACUERDOS COMERCIALES CON LOS PRINCIPALES COMPRADORES DE FLORES DEL PAÍS	<ul style="list-style-type: none"> • En cuatro años no se ha logrado concretar acuerdos comerciales a largo plazo con los Estados Unidos y la Unión Europea, que son los principales compradores del país. • Nuestro principal competidor Colombia mantiene acuerdos con EEUU por ende la renovación del acuerdo es absolutamente necesaria. 	<ul style="list-style-type: none"> • El sector florícola está constantemente aplicando estrategias de diferenciación e innovación que generen un valor agregado a las flores, para que estas se mantengan entre las preferencias de los consumidores en el mercado internacional y así compensar los beneficios que se obtendrían al tener acuerdos comerciales.
INFRAESTRUCTURA LOGISTICA	<ul style="list-style-type: none"> • La falta de inversión en la infraestructura de los puertos de salida de las flores ecuatorianas, es un problema que causa contratiempos en las operaciones de exportación en el Ecuador. • La falta de contar con un centro consolidado único de perecibles de características industriales en el Ecuador. 	<ul style="list-style-type: none"> • La conclusión exitosa de la construcción de la Terminal de Carga en el Aeropuerto de Tababela, facilitaría las operaciones, permitiendo que las flores se entreguen justo a tiempo en el puerto de destino.

<p style="text-align: center;">RECURSOS HUMANOS: MANO DE OBRA</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reducciones en la mano de obra en Azuay y Cañar. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se compensa con la mejora de los procesos de producción, para lograr eficiencia y de esa manera compensar la disminución de mano de obra. Sin embargo esto representa más inversión. • Mano de obra barata en comparación con otros países exportadores de flores.
<p style="text-align: center;">CALIDAD DE LOS PRODUCTOS FLORICOLAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dificultad para cumplir los altos estándares de calidad del producto exigidos por las Unión Europea, los cuales abarcan un manejo apropiado del agua, el riego, la fertilización, el uso de los plaguicidas, el destino de los residuos, los vertimientos domésticos, el paisajismo y la protección ocupacional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Expoflores ha desarrollado un programa denominado La Flor de Ecuador que es una estrategia integral para acercar al sector floricultor ecuatoriano a los requerimientos de los sellos ambientales y sociales existentes en el extranjero que a través de la optimización de recursos y energía.

<p>FACTORES AMBIENTALES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La esporádica aparición de plagas como ácaros. • Producción de flores en zonas con alta temperatura como el Cantón Paute; perjudicial para el desarrollo de las rosas lo que provoca que el valor de las flores se diversifique según las características. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bajo nivel de incidencia de los ácaros y oportuno control de las plagas en la zona austral. • Las zonas cálidas del Azuay son beneficiosas para el desarrollo de plantas exóticas como las Orquídeas.
<p>COSTOS DE TRANSPORTE INTERNACIONAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Es el principal obstáculo que tiene que atravesar el sector exportador florícola del Ecuador, debido al alto costo de los fletes. Esta situación hace que el producto ecuatoriano sea menos competitivo en comparación con los otros países exportadores. • En Colombia, el principal competidor de Ecuador, los costos de los flete se aproximan a los US\$0.80 por kilo, mientras que en Ecuador el costo promedio es de US\$1.30 por kilo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Para contrarrestar esta problemática las empresas tratan de recuperar la diferencia de los costos altos de transporte disminuyendo los costos de producción.

<p style="text-align: center;">DEMANDA LOCAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La producción de flores del Azuay no abastece a la demanda local, pues los comerciantes locales tienen que hacer pedidos a las fincas florícolas el norte del país. 	<ul style="list-style-type: none"> • La producción se enfoca principalmente en las exportaciones, lo cual es beneficioso para el desarrollo de las empresas, sin embargo sería necesario tomar en cuenta la demanda local para su desarrollo económico.
<p style="text-align: center;">APARICIÓN DE NUEVOS COMPEPTIDORES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kenia y Etiopia se han convertido en competidores directos de Ecuador. Cuentan con ventajas como mano de obra más barata, los fletes más económicos debido a la ubicación geográfica lo que les permite reducir los tiempos de entrega, además de que poseen una excelente infraestructura logística y un fuerte apoyo gubernamental, podrían ser un peligro en un futuro para la reducción de las exportaciones ecuatorianas a este mercado. 	

5.1 Factores de Riesgo

5.1.1 Internacionales

La no renovación del ATPDA (Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de la Droga) con Estados Unidos puede afectar enormemente al sector, pues el Gobierno Nacional aplicó en el año 2011 mecanismos de compensación para contrarrestar los efectos por la no renovación del ATPDEA en el sector florícola productivo, con la duración de un año. Lo que de alguna manera ayudo al sector productivo para enfrentar el pago de impuestos a la exportación de sus productos a Estados Unidos, sin las preferencias arancelarias del ATPDEA que les beneficiaba. Sin embargo, este bono solamente significó una medida paliativa por corto tiempo, pues lo que el sector necesita que son acuerdos y tratados a largo plazo.

La próxima caducidad del SGP PLUS Sistema General de Preferencia también es un tema de preocupación. El pasado año la Comisión Europea planteó que las naciones que sean calificadas por el Banco Mundial, durante tres años consecutivos, como países de renta media alta o alta perderán el beneficio arancelario desde enero del 2014. Favorablemente el bloque determinó que 89 países, incluido Ecuador, seguirían siendo beneficiarios luego de analizar las cifras. Pero de mantenerse el ritmo de crecimiento actual por tres años seguidos Ecuador perderá el beneficio arancelario de que 9. 717 partidas ingresen al mercado europeo con arancel cero, entre ellas las flores. Es totalmente necesario el convenio para conseguir las mismas condiciones de acceso de las partidas de Colombia y Perú. Además de que el posicionamiento en el mercado europeo es un gran reto para las empresas florícolas, pues es el de mayor consumo per cápita de flores en el mundo. (Fedexport, 2012).

5.1.2 Gubernamentales

Falta de una política clara de comercio por parte del gobierno nacional, pues debido a las diferencias en el interior del gobierno se han suspendido diálogos para la firma de la reactivación de acuerdos con los principales países importadores de las flores ecuatorianas, EEUU y la EU.

La falta de inversión en la infraestructura de los puertos de salida de las flores ecuatorianas, es un problema que causa contratiempos en las operaciones de exportación en el Ecuador. Es por el aeropuerto de Quito que son despachadas la mayor cantidad de flores al mercado extranjero, sin embargo con la inauguración del nuevo aeropuerto localizado en Tababela se han presentado complicaciones debido a la inconclusión en las obras del centro de consolidación de carga en la nueva terminal aérea. No se entregaron las obras a tiempo. Lo que ha ocasionado la necesidad de implementar medidas de contingencia con el fin de evitar retrasos en las entregas de pedidos, y esto necesariamente genera costos adicionales a los productores. Los exportadores de flores implementaron una estrategia que consiste en seguir realizando la consolidación de carga en Quito y posteriormente trasladarla en camiones hacia el nuevo aeropuerto, para que allí se utilice las paletizadoras y así concluir el proceso hasta que llegue al avión. Lo que implica que se triplique la flota de camiones y suban los costos. Sin embargo beneficiaría enormemente a los exportadores, la conclusión exitosa de las obras de la construcción del Centro de Carga.

Otra terminal aérea con la que cuenta el Ecuador para sus exportaciones es la de Latacunga, mas los floricultores descartan el envío de flores a través de la misma, no por problemas con las vías de acceso sino con la consolidación de la carga. Es una terminal que sería de gran utilidad, pero tan solo el 15% de las exportaciones de flores se realizan ahí puesto que no cuenta con cuartos fríos.

La infraestructura vial a pesar de no ser la mejor, no es de la preocupación de los exportadores, si no la falta de contar con un centro consolidado único de perecibles no solo para flores, sino también para frutas, de características industriales, lo que favorecería enormemente a las exportaciones de pequeñas, medianas y grandes empresas. Los aeropuertos de Lima y Bogotá, Kenia y Etiopía, cuentan con centros de carga perfectamente implementados, lo cual los vuelve mayor competitivo en el mercado.

5.1.3 Del Sector florícola

Problemas de reducciones en la mano de obra en Azuay y Cañar, lo que obliga a mejorar los procesos de producción, y ha ser más eficientes y de esa manera compensar esa disminución de mano de obra. Sin embargo esto representa más inversión.

La aparición de plagas como ácaros son comunes en todas las fincas del país, pero lo preocupante y grave es cuando se incrementa el nivel de incidencia que puede pasar del 1% al 50%. El control de las plagas es un reto para las florícolas quienes tienen que procurar salvar la producción.

Para quienes recién se están iniciando en la actividad de la floricultura, es decir para las PYMES, es necesario un fuerte apoyo financiero para sustentar los fuertes gastos de inversión que requiere la implementación de una finca que contenga toda la infraestructura requerida, mediante un sistema que otorgue créditos para el desarrollo de estas empresas, esto en coordinación con el Banco de Desarrollo del Ecuador.

El mercado Europeo exige altos estándares de calidad para los productos florícolas, los cuales abarcan un manejo apropiado del agua, el riego, la fertilización, el uso de los plaguicidas, el destino de los residuos, los vertimientos domésticos, el paisajismo y la protección ocupacional. Con el fin de contrarrestar esta problemática Expoflores ha desarrollado un programa denominado **La Flor de Ecuador** que es una estrategia integral orientada a generar una conciencia de Responsabilidad Social y Ambiental a todos los empresarios y talento humano relacionados con el sector floricultor del Ecuador. Esta estrategia se fundamenta en la optimización de recursos y energía, uso racional de plaguicidas y otros químicos, prevención de contaminación, seguridad y mejora de las condiciones laborales del trabajador ecuatoriano. **La Flor de Ecuador** es un espacio generado también para acercar al sector floricultor ecuatoriano a los requerimientos de los sellos ambientales y sociales existentes en el extranjero, por lo que su desarrollo es paralelo con los requerimientos de éstos. (Flor Ecuador info)

5.2 Factores de la Producción

Al momento de la producción de las flores y follaje se debe procurar la optimización de todos los procesos y recursos que intervienen en la misma, pues de esto dependerá el éxito en la calidad del el producto final y por ende el éxito en el posicionamiento en el mercado extranjero.

Los factores de la producción pueden ser básicos o avanzados. Los factores básicos hacen referencia al buen manejo de los recursos humanos, recursos físicos y ambientales, recursos técnicos, recursos de capital, recursos de infraestructura y de transporte. Los factores avanzados se orientan a la inversión en la aplicación de procesos productivos modernos y así como de estrategias empresariales lo que fácil labor de campo a tiempo, aplicación de los agroquímicos en su momento oportuno, conocimiento acerca del manejo y ubicación de cada variedad, salubridad, fertilización del suelo y enfermedades de raíces o presencia de insectos, dado a que estos factores influyen en mediano plazo la disminución de su producción.

A pesar de que las flores en general como producto ecuatoriano no han presentado problemas fitosanitarios mayores, estos podrían mostrarse si no se toman las medidas preventivas y de limpieza, sobre todo si se trata de comercializarlas al mercado externo, dado a que en ciertos países poseen estatutos muy rigurosos con respecto a estos problemas, por lo que es recomendable que indistintamente del destino que tenga su producto final, mantenga un manejo adecuado en temas ambientales, laborales y de seguridad, así como también contar con las normas y certificados fitosanitarios y sanitarios de calidad llamados “sellos verde”.

5.2.1 Factores Básicos

5.2.1.1 Recursos Humanos

La mano de obra es relativamente barata en el Ecuador. El Azuay no es la excepción, esto favorece a que el precio de la flor ecuatoriana sea más competitivo en relación con otros países. Es necesario contar con un personal altamente capacitado en las aéreas de producción. La ciudad de Cuenca lleva la ventaja de ser la ciudad con mayor número de profesionales floristas del país. La capacitación es permanente, los profesionales cuencanos son parte de la Escuela Iberoamericana de Arte Floral

(EIAF) y de la Asociación Internacional de Floristas Iberoamericanos (ADEFI) lo que favorece a la implementación de las técnicas adecuadas para obtener una favorable producción. Es importante también que las empresas florícolas cuenten con un departamento de logística internacional, pues así pueden monitorear permanentemente el movimiento de la mercancía desde que sale de las fincas hasta que llega a manos del importador o comprador. Es decir es necesaria la contratación de especialistas en comercio internacional, quienes tengan conocimientos sobre la documentación, los procesos aduaneros, el transporte internacional, los términos de negociación, los acuerdos arancelarios y convenios en vigencia con los países de destino, los aspectos legales, los sistemas de pagos, el embalaje adecuado el empaque y demás aspectos fundamentales para el éxito en las exportaciones.

5.2.1.2 Recursos Físicos y ambientales

El suelo es un recurso físico indispensable para el éxito en el cultivo de la flor. Y en el caso de la floricultura ecuatoriana la fertilidad del suelo es una gran ventaja productiva que se aprovecha en su totalidad. Se tiene que tener especial cuidado escoger bien el suelo en el que se va a cultivar la flor pues si los suelos son muy ácidos o muy húmedos tiende a secarse y las flores no captan la suficiente humedad.

Las plantaciones están localizadas en zonas donde se cumplen todas las condiciones necesarias para que las flores se desarrollen de una manera adecuada a fin de que sean validas para ser exportadas. El suelo azuayo ha presentado las condiciones de fertilidad necesarias para que los productos agrícolas se desarrollen exitosamente. Las florícolas se ubican principalmente en los valles donde existe suficiente iluminación y temperatura adecuada que favorecen al alto rendimiento productivo de las mismas.

Los factores ambientales son las condiciones climáticas que ayudan al crecimiento y desarrollo de los cultivos. Sin embargo, al ser este un factor que esta fuera del control de los productores, muchas veces es motivo de perjuicio para la producción.

En las épocas en las que las temperaturas oscilan entre los cero y 26 grados, provocan la formación de ácaros en las rosas o que no llegue a formarse el botón de la flor. En otras ocasiones la falta de luminosidad y las bajas temperaturas reducen la producción. En la zona de Paute, cantón Cuenca, la temperatura ambiental es

mayor que en otras zonas del austro lo que provoca que el tamaño del botón sea más pequeño en comparación de la producción de otras zonas esto desencadena en que no se cumpla con toda la demanda internacional y además el valor de las flores se diversifica según las características.

5.2.1.3 Recursos Técnicos y de capital

La tecnificación es la base para el éxito en el cultivo de las flores. Los recursos técnicos hacen referencia a las diversas tecnologías que se emplean en el cultivo de las flores. Las técnicas del cultivo de flor están determinadas por el calendario de producción y la selección de variedades y están dirigidas a la preparación para la siembra, el control durante el período de crecimiento, la cosecha, el procesamiento, empaque, la refrigeración, rigurosos controles de la temperatura, intensidad de luz y humedad del aire de los invernaderos, controles electrónicos, selección de las flores idóneas para la exportación, etc.

Estas técnicas comprenden los sistemas hidropónicos, cultivos en suelo, sistemas de producción ecológicos, etc. La elección de uno de estos sistemas se basa en el tipo de cultivo, las preferencias del cliente y la disponibilidad de recursos.

De hecho en los últimos años se ha despertado en el Ecuador un marcado interés por el cultivo hidropónico de Rosas. Para este fin se han implementado técnicas desarrolladas en Holanda, las cuales han sido introducidas al Ecuador sin mayores modificaciones. Estas tecnologías, están centradas en la utilización de la cáscara de coco como sustrato y el control meticuloso del riego y la fertilización.

Para fomentar el uso de productos amigables con el medioambiente, las florícolas nacionales y locales tienen hasta el mes de diciembre del 2014 para cumplir con la eliminación del uso del Bromuro de Metilo en la producción de flores, por ser una sustancia agotadora de la capa de ozono mediante el Ministerio de Productividad e Innovación Tecnológica que se enfoca en el asesoramiento técnico en las áreas de producción florícola.

Establecer convenios con el gobierno para obtener asesoramiento técnico en las áreas de producción florícola dentro de las PYMES.

Los cálculos de Expoflores revelan que cada una invierte por hectárea USD 231 000 y que la inversión total por cada plantación alcanza un total de USD 1, 5 millones. Cada finca posee en promedio 6,5 hectáreas. El promedio nacional de área cultivada es de 3 900 hectáreas. El monto de inversión es muy bajo comparado con otros países, por ejemplo, para cultivar y producir una hectárea de flores se necesitan en Israel 600.000 dólares, en Holanda 1.300.000 y en Ecuador 350.000.

5.2.1.4 Infraestructura

Una adecuada implementación de la infraestructura es fundamental para el éxito en el cultivo. Los invernaderos, los sistemas de riego, los cuartos de refrigeración, las instalaciones en donde se realiza el proceso de selección, boncheo, corte y empaque de las flores idóneas para la exportación.

La implementación de un invernadero cualquiera que sea su tipo es fundamental. La principal función de un invernadero es la creación de un microclima dentro de este espacio, que la posibilidad de controlar la temperatura mínima y óptima muy valiosa para el desarrollo del cultivo. Esto ayuda a evitar el deterioro de la planta por factores como las variaciones de temperatura.

5.3 Condiciones de la demanda

5.3.1 Demanda Interna

La demanda interna de las flores es bastante fuerte en fechas especiales como San Valentín, día de la madre, día de difuntos. Estas son comercializadas por las floristerías y supermercados dentro del mercado local, sin embargo las empresas florícolas del Azuay no alcanzan a bastecer al mercado interno. Ciertas floristerías se ven en la necesidad de hacer pedidos a otras provincias para comercializar las flores dentro de la localidad.

Actualmente, las fincas productoras de flores y follajes fijan sus precios de venta en mayor magnitud para el mercado externo, dado a que en este destino obtienen mayor significado lucrativo por los volúmenes altos de ventas y puesto que también este tipo de especies tiene mayor acogida y preferencias por los consumidores internacionales que los nacionales.

5.3.2 Demanda Externa

El requerimiento de flores de alta calidad está en aumento, principalmente los ramilletes, flores de verano y follaje. Los consumidores se interesan cada vez más por el medio ambiente, a través de certificados y otras formas de garantizar la protección del medio ambiente lo cual obliga a los productores a aplicar buenas prácticas ambientales y fitosanitarias en sus procesos.

La Unión Europea adquiere más del 60% de las flores exportadas por el mundo, de esto se deriva el alto consumo per cápita de flores de la mayoría de sus países. Alemania, Reino Unido, Francia e Italia son los principales actores en el comercio de flores. El mercado de la Unión Europea puede ser dividido según el gasto per cápita en flores, el primer grupo es conformado por Alemania, Holanda, Francia, Bélgica, y los países escandinavos, estos poseen un alto nivel del gasto per cápita en flores que en su mayoría es para uso personal, el mercado es estable y dan apertura a nuevos e interesantes productos. Al segundo grupo pertenecen España y Reino Unido, cuyo tamaño es considerable con expectativa de crecimiento, el gasto per cápita no es tan alto como en el grupo anterior. Finalmente, el Mercado en desarrollo, países europeos del Este y Grecia, economías crecientes, cuyo poder adquisitivo permite que compren más flores. (Pro Ecuador, 2011)

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

El despunte de la industria florícola a nivel mundial motivó a que países como Ecuador aprovechen su alto potencial agrícola apostando por la floricultura como nueva fuente de ingreso económico en el país. Su crecimiento fue paulatino y se vio favorecido por la alta inversión y apoyo gubernamental en sus primeros años de inicio, además de que las bondades naturales de los suelos y la diversidad de microclimas han sido factores claves en el éxito de la producción. A esto se suma el gran desempeño de los productores quienes constantemente han estado innovando y diversificando las técnicas y procesos productivos para así obtener flores de gran calidad potencialmente competitivas en el mercado extranjero.

Las pymes florícolas del Azuay han tenido una participación interesante en el mercado extranjero en conjunto con las fincas más grandes cuyo desempeño es mayor. En el Azuay el número de empresas es reducido, es por eso que se las agrupa en la zona del Austro que incluye la provincia de Cañar en donde la producción es altamente importante. El Azuay abarca el 6% del total de áreas cultivadas en el país, sin embargo se puede notar que al existir pocas empresas azuayas dedicadas al abastecimiento del mercado extranjero se las considera en las estadísticas dentro de la producción del Austro Ecuatoriano, incluyendo las fincas productoras de la provincia del Cañar.

La alta inversión que se requiere en este sector es un limitante para que el número de empresas en el Azuay se incrementen, sin embargo su aporte es substancial para el sector florícola ecuatoriano, en especial en la producción de orquídeas cuya demanda se incrementa substancialmente cada año.

Los procesos de producción y de manejo de la cadena de logística, así como de promoción y distribución están muy bien encaminados, la diversa variedad de rosas y orquídeas es un factor de competitividad tanto en el mercado interno como en el mercado externo.

La asociatividad de las empresas del sector, tanto a nivel nacional como a nivel del Austro, beneficia a los productores pues se ven representados a nivel nacional y

cuentan con una organización directa que se preocupa por sus necesidades y por fortalecer su desarrollo.

La Unión Europea representa un mercado de gran importancia para las pymes, de acuerdo a las cifras indicadas que demuestran que hay un flujo muy importante de comercio entre el Ecuador y esta comunidad. Sus tendencias y preferencias se centran en las buenas prácticas agrícolas, en los productos orgánicos y sobre todo en un estricto control fitosanitario de la mercancía que ingresa a la región.

El proceso de exportación a la Unión Europea requiere un amplio conocimiento de las barreras de entrada y de los requisitos que exige la Unión Europea para el ingreso de los productos, en especial de aquellos que, como las flores, demandan el cumplimiento de medidas fitosanitarias, y otras opcionales como certificación orgánica y certificados de buenas prácticas ambientales y sociales.

Los actuales preferencias arancelarias que mantiene la UE a través del SGP con el Ecuador son una gran ventaja para el ingreso nuestros productos, sin embargo las mismas tienen vigencia solo hasta el 2016, por lo tanto se hace urgente la necesidad de desarrollar acuerdos comerciales a largo plazo que favorezcan a los floricultores pues si se deja de contar con el SGP plus el precio de las flores subiría y el trámite para la desaduanización sería más largo y complejo.

Se comprobó la gran importancia que la DFI para el desempeño y desarrollo de las pymes ya que figura como un factor de competitividad para el producto florícola ecuatoriano en el mercado mundial. La clave está en saber determinar previamente cuales van a ser los medios que se van a utilizar para trasladar la mercancía desde el lugar de producción hasta su destino en el extranjero.

Para esto debe haber una adecuada toma de decisiones en la cadena de DFI empezando por el tipo de negociación y de contratos tanto en la compra venta, en el transporte de carga, en el seguro de la carga y en los pagos, además de establecer los términos más convenientes de comercio que se utilizarán. Con respecto al producto se debe precisar el tipo de empaque que se va a emplear, y procurar que este cuente con las características adecuadas para proteger la mercancía, además de que sea comercial y atractivo para los clientes. El mercado es muy importante también, pues contiene las especificaciones del producto. El embalaje es determinante para proteger la mercancía de los daños que esta pueda sufrir en el transcurso del traslado a su destino final. Es necesario también evaluar los servicios que se van a utilizar, en el

caso del transporte se debe analizar la velocidad, la frecuencia, la localización geográfica del destino, la confiabilidad del servicio y sus características.

De hecho, en el sector florícola no se han presentado mayores problemas en la administración de los flujos de la cadena de DFI, sin embargo los mayores inconvenientes se centran en los altos costos de transporte internacional y en las prácticas en los procesos de producción determinantes en el resultado final de las operaciones logísticas.

Una acertada estrategia es sin duda el resultado de una acertada planificación del proceso de la distribución física internacional, en relación a los costos y las actividades involucradas en el proceso. Esta planificación se materializará en la reducción de costos, optimización de inventarios, mejora en los niveles de servicio al cliente, optimización de rutas de transporte y adecuada selección de medios y modos de transporte. Cualquier estrategia que se decida emplear debe integrar cuatro aspectos esenciales: Análisis de la carga, preparación del empaque y embalaje, elección del transporte, costos y documentación.

Finalmente se concluye que la logística representa un factor clave en el crecimiento de las pymes, sobre todo en su decisión de expandirse a nuevos mercados en el extranjero.

6.2 Recomendaciones

Luego de haber analizado tanto las fortalezas y debilidades en el sector florícola, así como el manejo de la DFI en el proceso exportador de las pymes azuayas a la Unión Europea, se hacen las siguientes recomendaciones:

Es necesaria la diversificación de mercados y productos para hacer frente a la inmersión de los nuevos competidores en el mercado mundial y así mantener las preferencias del consumidor por las flores ecuatorianas. Se debe pensar en explorar otros nichos de mercado como el de esencias florales, para uso cosmético o perfumería. Existe un mercado al que ya se está ingresando con éxito, que es el de las rosas comestible. Se deben también implementar técnicas de producción amigables con el medio ambiente usando productos menos contaminantes y técnicas de fertilización orgánicas con el desarrollo de abonos elaborados con microorganismos que habitualmente se encuentran en el suelo o son el resultado de los residuos de las flores secas, los que no contaminan ni el agua ni el suelo y precautelan la salud de los trabajadores.

Se recomienda a los exportadores dominen las reglas para ingresar a este espacio comercial, y así puedan gestionar los procesos necesarios para planificar y desarrollar estrategias enfocadas en cumplir con las exigencias de este mercado y así garantizar el éxito en las exportaciones, evitando así la aparición de problemas posteriores.

Es importante que las PYMES aprovechen sus fortalezas y las ventajas competitivas que han caracterizado a este producto como la alta calidad, la enorme variedad de flores, la capacidad de cubrir la demanda del mercado, etc. y se enfoquen en fortalecer los procesos logísticos y de distribución física internacional desarrollando estrategias conjuntas con los organismos gubernamentales y gremiales, que integren de manera coordinada, desde el aprovisionamiento de insumos, la producción, el almacenamiento, el transporte interno e internacional, la distribución, los costos, las gestiones aduaneras, la infraestructura, adecuadas políticas comerciales, seguimiento y control, hasta la distribución comercial al país de destino.

Finalmente, una manera de que las pymes fortalezcan estos procesos es la implementación de un departamento de comercio exterior y logística dentro de sus empresas, que va más allá de las funciones de un departamento de compra o de ventas y se enfoque en el manejo, coordinación y seguimiento de las actividades

claves en las operaciones de comercio exterior como el análisis, interpretación y aplicación de tratados internacionales, acuerdos especiales, conocimiento y aplicación del sistema legal tanto del Ecuador como de aquellos mercados objetivos en la exportación, la legislación y despacho aduanero, regulaciones arancelarias y no arancelarias, medios y formas de cobro y pagos internacionales, conocimiento de los términos de Comercio Internacional, Incoterms, documentos de embarque, medios de transporte, contratación de seguros, seguridad, los canales más idóneos para la distribución del producto, el embalaje, la promoción internacional así como también el estudio y selección de mercados internacionales en donde el producto puede tener aceptación. Pensando en los altos costos que representaría la implementación de esta dependencia, se podría pensar en la implementación de un departamento dentro de cada gremio florícola local. En la zona del Austro, Asofloraustro se encargaría de la ejecución de este departamento que serviría para las empresas afiliadas a la localidad, y para aquellas nacientes. El trabajo sería arduo, se requeriría la contratación de profesionales altamente calificados.

Índice de Gráficas

Tabla 1. Distribución de áreas de flores cultivadas por provincia.....	6
Tabla 2. Principales países exportadores de flores a nivel mundial.....	8
Tabla 3. Distribución de las exportaciones florícolas por país.....	11
Tabla.4 Principales países importadores de flores en miles de dólares.....	12
Tabla 5. Descripción del total de florícolas y hectáreas cultivadas según el tipo de flor.....	19
Tabla 6. Descripción de la distribución de áreas cultivadas según las provincias.....	20
Tabla 7.. Cuadro del número de empresas florícolas existentes en el Ecuador, según cada provincia.....	25
Gráfica 1. Evolución de las exportaciones del sector florícola del año 2007 al 2012 en el Ecuador.....	10
Gráfica 2. Distribución por porcentajes de las exportaciones de flores por país.....	11
Gráfica 3. Cuadro de porcentajes de empresas florícolas según las provincias en el país.	25
Gráfica 4. Pictogramas utilizados en el mercado de la mercancía de exportación.	55
Gráfica 5. El proceso de empaque y exportación de las flores.....	83
Foto1. Selección de las flores.....	23
Foto 2. Procesos de boncheo y despate.....	23
Foto 3. Traslado de las flores a los camiones fríos, luego del proceso de empaque.....	23
Foto 4. Rosa Roja.....	26
Foto 5. Gypsophila.....	27
Foto 6. Claveles.....	28
Foto 7. Orquídeas.....	29
Foto 8. Ejemplo de carga general.....	38
Foto 9. Ejemplo de carga unitarizada.....	38
Foto 10. Ejemplo de carga al granel.....	39
Foto 11. Ejemplo de carga frágil.....	39

Foto 12. Ejemplo de carga perecedera.....	40
Foto 13. Ejemplo de carga peligrosa.....	40
Foto 14. Ejemplo de traslado de carga por su peso y volumen especial.....	41
Mapa Conceptual 1. Cuadro descriptivo de la cadena logística de embarque aéreo de flores.....	87

BIBLIOGRAFÍA

TEXTOS

ANTUN Callaba, Juan Pablo. *Logística Internacional. Universidad Autónoma de México, 2004*

BALLESTEROS ROMÁN, Alfonso. “Comercio Exterior, Teoría y Práctica.” 2001. España.

BALLOU H. Ronal. *Logística: administración de cadena de suministro.* 2004. Editorial Pearson Educación. México.

BARAHONA, Juan Carlos; GARITA, Ronald. “*Aduanas: competitividad y normativa centroamericana.*” 2006. Editorial Universidad Estatal a Distancia. San José, Costa Rica.

CASTELLANOS, Andrés. “*Manual de la gestión logística del transporte y distribución de mercancías*” 2009. Editorial Uninorte. Bogotá, Colombia.

Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones. “*Guía de Logística Internacional.*” Coordinación Serie Cultura Exportadora N° 8

FERREL, O.C; HIRT, Geoffrey; RAMOS, Leticia; ADRIAENSÉNS, Marianela y FLORES Miguel Angel. “*Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante. 2004*” Cuarta Edición, Editorial Mc Graw Hill, México.

HAY. William. “INGENIERÍA DE TRANSPORTE” 1998.

INIAP. Guía de cultivos. Ecuador. Instituto Nacional Autónomo de Investigaciones Agropecuarias. 2006.

Ministerio de Industrias y Productividad. “Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.” Corporación de Estudios y Publicaciones. 2010

MUÑOZ Suluaga, Rubén Darío. Diccionario de Logística y Distribución Física Internacional. 2006. Eco Ediciones Bogotá.

PACHECO, Rosendo. *Cultivo de Flores y Frutas en el Ecuador*. Editorial Departamento de Información y Publicaciones del Ministerio de Agricultura y Ganadería. 2000.

TELLO Silvia. *Condiciones de Trabajo y Derechos Laborales en la Floricultura 2005. Ecuatoriana*. Ecuador.

REFERENCIAS WEB

Aduana del Ecuador SENA. Procedimiento para exportar. Fecha de Acceso: 10/03/2013. Disponible en:
<http://www.aduana.gob.ec/contenido/procExportar.html>

Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica. *Boletín Agropecuario Mensual Productos del Mes: flores y piñas*. 2011. Fecha de Acceso: 15/02/2013. Disponible en www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/pdfs/boletinag06.pdf

Agronegocios y Tecnología- agrytec.com. *Floricultura en el Ecuador*. Fecha de Acceso: 15/04/2013. Disponible en
http://agrytec.com/agricola/index.php?option=com_content&view=article&id=9312:floricultura-en-el-ecuador&catid=39:articulos-tecnicos&Itemid=31

Agrolider. Transporte y Seguros en el Comercio Internacional. Fecha de Acceso: 10/01/2013. Disponible en: <http://www.aidescom.com>

Andina Freight S.A.C. *Internacional – DFI*. Fecha de Acceso: 10/05/2013. Disponible en
<http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=9157E8CF-1B2C-4014-95C6-BD936988CCA0.PDF>

Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria. *Transporte Terrestre de Carga*. Fecha de Acceso: 30/04/2013. Disponible en www.aserca.gob.mx/artman/uploads/1__transporte_de_carga.pdf

ASEASI. *Asociación Ecuatoriana de Agencias de Carga Internacional*. Fecha de acceso: 08 /05/2013. Disponible en www.aseaci.com.ec

Asociación Nacional de Empresarios de Colombia – ANDI. Seminario Desarrollo de Herramientas Gerenciales para la Optimización del Transporte de Carga por Carretera. 2012. Fecha de Acceso: 15/03/2013. Disponible en <http://www.andi.com.co/Archivos/file/Gerencia%20LTI/Seminario%20SENA/ANDI%202012%20Documento%208%20DISTRIBUCION%20FISICA%20INTERNACIONAL.pdf>

BAHAMONDE, Diana. Sector Florícola del Ecuador. 2011. Fecha de Acceso: 15 /02/2013. Disponible en http://www.ratingspcr.com/archivos/Boletin/012/SECTORIAL_ECUADOR_FLORICOLA_201106.pdf

Banco Interamericano de Desarrollo-BID. (2010) *Cómo exportar a la Unión Europea Guía práctica para Pymes en Centroamérica y Panamá*. Fecha de Acceso: 06 /03/2013. Disponible en www.camaralima.org.pe/bismarck/DESCARGAS/AccesoEEUU-UE/GUIAS%20BID/Guia%20practica%20para%20PYMES%20para%20Exportar%20a%20la%20UE.pdf

Banco Interamericano de Desarrollo. Foro Internacional de Logística y Facilitación del Comercio y del Transporte: Situación de la Logística en el Ecuador. Fecha de Acceso: 30/09/2012. Disponible en <http://www.mercadologistico.com/bibliotecavirtual/presentaciones/situacion-de-la-logistica-en-ecuador/view>

Banco Nacional de Comercio Exterior. Guía para exportar productos mexicanos a la Unión Europea. Fecha de acceso: 10/03/2013. Disponible en <http://www.promexico.gob.mx/work/models/promexico/Resource/82/1/images/GuiaParaExportarProductosMexicanosALaUnionEuropea.pdf>

BellaRosa. Producción Florícola. Fecha de Acceso: 05/03/2013. Disponible en (<http://www.bellarosa.com/tour.php?lang=es&men=tour&sme=2>)

Business School IDE. (2005). Flores en Ecuador: Pasado y Futuro. Fecha de Acceso: 28/01/2013. Disponible en la pagina web <http://investiga.ide.edu.ec/index.php/revista-febrero-2005/774-flores-en-el-ecuador-pasado-y-futuro>

Cámara de Comercio de Bogotá. Logística y Distribución Física Internacional: Clave en las Operaciones de Comercio Exterior. Fecha de Acceso: 08/09/2012. Disponible en http://camara.ccb.org.co/documentos/4220_logistica_dfi_cedritos.pdf

Comunidad Todo Comercio Exterior.com. *Exportación de Flores*. Fecha de Acceso: 10/02/2013. Disponible en <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/exportacion-de-flores-2>

Corpei. Sector Florícola 2009. Fecha de Acceso: 01/02/2013. Disponible en http://www.puce.edu.ec/documentos/perfil_de_flores_2009.pdf

Cooperación Internacional. *Transporte Marítimo*. Fecha de Acceso: 20/04/2013. Disponible en www.acex.es/transporte-maritimo

Diario El Mercurio.(2010). Azuay exportó 215 millones en el 2010. Fecha de Acceso: 20/10/2012. Disponible en <http://www.elmercurio.com.ec/304943-azuay-exporto-215-millones-en-el-2010.html>

Diario El Hoy. La Flor de Verano sale de Paute y Gualaceo. Fecha de Acceso: 05/05/2013. Disponible en

<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/la-flor-de-verano-sale-desde-paute-y-gualaceo-573346.html>

DIAZGRANADOS, Jeniffer. (2008). Entorno Competitivo De Gestión Logística De Flores Exóticas En Santa Marta. Universidad Sergio Arboleda. Santa Marta Colombia. Fecha de Acceso: 10/05/2013. Tesis disponible en http://www.usergioarboleda.edu.co/santamarta/biblioteca/trabajos_grado/escuela_empresa/trabajos/entorno_competitivo_gestion.pdf

Dirección General de Comunicación. Informe General sobre la actividad de la Unión Europea 2012. (Documento en línea disponible en http://europa.eu/generalreport/pdf/rg2012_es.pdf) Accedido el 10 de abril del 2013.

Ecured. La Floricultura. Fecha de Acceso: 20/10/2012.

Disponible en <http://www.ecured.cu/index.php/Floricultura>

El Comercio. (2013). Despacho de exportaciones tomará menos tiempo en nuevo Aeropuerto. Fecha de Acceso: 06/03/2013 Disponible en http://www.elcomercio.com.ec/negocios/nuevo_aeropuerto-tababela-exportaciones-productos_de_carga_0_865713496.html

El comercio. (2013). Expoflores preocupado porque el edificio de carga no está listo. Fecha de Acceso: 02/03/2013

Disponible en http://www.elcomercio.com.ec/quito/Sector-floricola-preocupado-edificio-Tababela_0_870513060.html

El comercio. (2013). Un operativo para transportar las flores al nuevo aeropuerto. Fecha de Acceso: 02/03/2013

Disponible en http://www.elcomercio.com.ec/negocios/flores-exportacion-Tababela-aeropuerto_Mariscal_Sucre_0_868713200.html

El Comercio. (2013). San Valentín demandó más flores ecuatorianas para celebrar a

los enamorados. Fecha de Acceso: 02/03/2013 Disponible en
http://www.elcomercio.com.ec/negocios/San_Valentin-Ecuador-flores-exportacion_0_865113702.html)

El Emprendedor. (2013). Rosas ecuatorianas: Principales Mercados de Exportación.
Fecha de Acceso: 10/04/2013
Disponible en <http://www.elemprendedor.ec/rosas-ecuatorianas-principales-mercados-de-exportacion/>

El Telégrafo. (2012). Exportación de flores creció 11% este año. Fecha de Acceso:
27 /10/2012. Disponible en
<http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/exportacion-de-flores-crecio-11-este-ano.html>

El mundo. El mercado único cumple 20 años. 2013 Fecha de Acceso: 02/03/2013
Disponible en
[http://www.elmundo.es/elmundo/2013/01/02/union_europea/1357127306.htm](http://www.elmundo.es/elmundo/2013/01/02/union_europea/1357127306.html)
l

Escuela de Dirección de Empresas. Análisis Flores en el Ecuador: Pasado y Futuro.
Fecha de Acceso: 10/01/2013. Disponible en:
http://www.elcomercio.com.ec/negocios/exportaciones-petroleras-pais-continuan-estancadas_0_724727621.html

Expoflores.com. Expoflores. Fecha de Acceso: 10/01/2013. Disponible en
http://www.expoflores.com/index.php?option=com_content&view=article&id=47&Itemid=53

Expoflores. La Floricultura en el Ecuador. Fecha de Acceso: 28/10/2012.
Disponible en
<http://www.camaradecomercioamericana.org/EXPOFLORES.pdf>

Fedexpor. Efectos de una Eventual Pérdida de las Preferencias Arancelarias al

Amparo del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP+) y la Importancia de Negociar un Acuerdo con la Unión Europea. 2012. Fecha de acceso: 15/03/2013. Disponible en http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.fedexpor.com%2Fprensa%2Fboletines%2Fdoc_download%2F23-efectos-de-una-eventual-perdida-de-las-preferencias-arancelarias-al-amparo-del-sgp-documento&ei=Sm21UculJdHW0gHYiYGADQ&usg=AFQjCNEI17JNAvsXKq4CB9PnoIeC1gbNbA&sig2=Q654_GkV_4oPc4kwl-ezqw&bvm=bv.47534661,d.dmQ

Fedexpor. Estudio Estadístico de las Relaciones Comerciales entre la UE y Ecuador. Fecha de acceso: 15/11/2013. Disponible en http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=fedexport.%20estudio%20estadistico%20de%20las%20relaciones%20comerciales%20entre%20la%20ue%20y%20ecuador.&source=web&cd=1&ved=0CCsQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.fedexpor.com%2Fprensa%2Fboletines%2Fdoc_download%2F20-estudio-de-las-relaciones-comerciales-entre-la-union-europea-y-ecuador&ei=LGu1UbPzMMfr0QGd84GAAw&usg=AFQjCNEKIHmeaa-K1Jsizdt4lNFm-XIIUw

FlorEcuador.info. Manual de Prácticas Socio Ambientales del Programa “La Flor de Ecuador”. Fecha de Acceso: 20/03/2013. Disponible en: http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCgQFjAA&url=http%3A%2F%2Fflorecuador.info%2FManuales%2FManual%2520Programa%2520La%2520Flor%2520de%2520Ecuador%2520final.doc&ei=kQi2UZyKCvPv0QG_tYDYCw&usg=AFQjCNFcX8iIIJomhXhVM0J2bQpIGDz8-A&sig2=l9q99DpAePDOVqZBbrpB3A&bvm=bv.47534661,d.dmQ

Flower Council Holland. Product Information. Fecha de Acceso: 25/02/2013. Disponible en <http://www.galapagosflowers.com/spanish/paginas-rosas-exportador-ecuador-online/boletin-rosas-flores-consejos-informacion.htm>

Galapagosflowers. Flores Frescas Ecuatorianas de Primera Calidad. Fecha de Acceso: 28/02/2013 Disponible en www.galapagosflowers.com

GARCÉS Carlos. Modelo de entregas directas para la reducción de Costos Logísticos de distribución en empresas de consumo masivo. Fecha de Acceso: 10/05/2013. Disponible en <http://www.bdigital.unal.edu.co/1859/2/carlosduvangarcesramirez20101.pdf>

Gobernación del Azuay. Azuay Territorio Mega Diverso. Fecha de Acceso: 23/10/2012 Disponible en <http://www.pnud.org.ec/art/frontEnd/images/objetos/INFO%20AZUAY.pdf>

IBCE. Perfil de Mercado de Flores enero 2011. Fecha de Acceso: 25/02/2013 Disponible en www.santacruztrade.com.bo/images/publicaciones/perfil_mercado_flores.pdf

Infoagro. El Mercado de la Unión Europea para Flores y Follajes. Fecha de Acceso: 26/10/2012. Disponible en: http://www.infoagro.com/flores/flores/flores_UE.htm

Interamerican Cargo Group SA. Incoterms 2012. Fecha de acceso: 09/04/2013. Disponible en http://www.interamerican.com.ar/tools/Incoterms_2012_Spanish_Version.pdf

MARCO, Elizabeth. Guía de Acondicionamiento y Embalaje. 2009. Fecha de Acceso: 20/03/2013. Disponible en www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/3405193rad609a3.pdf

Ministerio de Agricultura de Colombia. Logística Exportadora. Fecha de Acceso: 03/03/2013. Disponible en http://www.cci.org.co/cci/cci_x/Sim/Manuales/Logistica%20exportadora/logistica.htm

Ministerio de Relaciones Internacionales, Comercio e Integración. Fecha de Acceso: 20 /04/2013. Boletín de Comercio Exterior. Marzo 2013. Disponible en <http://cancilleria.gob.ec/boletin-comercio-exterior-marzo-2013/>

MONTORO, Javier . La Logística del Comercio Internacional en la Economía Mundial. Fecha de Acceso: 28/04/2013. Disponible en <http://jmontoro.wordpress.com/2010/02/09/la-logistica-del-comercio-internacional-en-la-economia-mundial>)

Noticias Quito Emprendimiento. Productores y Compradores de Rosas del Mundo se dan Cita en Quito. 2012. Fecha de Acceso: 15 /04/2013. Disponible en http://www.noticiasquito.gob.ec/Noticias/news_user_view/productores_y_compradores_de_rosas_del_mundo_se_dan_cita_en_quito--7579

Oficina Económica y Comercial de España en Quito. Informe Económico y Comercial. Fecha de Acceso: 30 /10/2012. Disponible en: <http://www.oficinascomerciales.es/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento/?doc=4577937>

OPAZO, Marco. La Cadena de Distribución Física Internacional. 2006. (Disponible en <http://www.emb.cl/negociosglobales/articulo.mvc?xid=1417&edi=72&xit=la-cadena-de-distribucion-fisica-internacional-40dfi41>) Accedido el 15 de mayo del 2013.

PGBrokers. Proceso Logístico de Exportación. Fecha de Acceso: 10/01/2013. Disponible en: <http://www.prompex.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=A2EAD105-7AEB-41E0-9907-9BF7A110A556.PDF>

ProEcuador. Análisis Sectorial de Flores 2011. Fecha de Acceso: 20/02/2013 Disponible en: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/01/PROEC-AS2011-FLORES.pdf>

Pro Ecuador Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. Análisis Sectorial de Flores 2011. Fecha de Acceso: 28/10/2012. Disponible en www.proecuador.gob.ec.

Pro Ecuador. Guía Comercial de la Republica del Ecuador 2013. 18/05/2013. Disponible en http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PROEC_GC2013_ECUADOR.pdf

Promonegocios.net. Definición de Logística. 2007. Fecha de Acceso: 18/05/2013. Disponible en <http://www.promonegocios.net/distribucion/definicion-logistica.html>

Revista Líderes.ec. La gypsophila quiere estar en más arreglos florales. 2011. Fecha de Acceso: 05/ 12/ 2011. Disponible en http://www.revistalideres.ec/mercados/gypsophila-QUIERE-ARREGLOS-FLORALES_0_662333764.html

Retos y oportunidades las exportaciones no tradicionales de Honduras. El mercado de la unión Europea. Fecha de acceso: 10/03/2013. Disponible en <http://www.minec.gob.sv/cajadeherramientasue/images/stories/relaciones-comerciales-ca-ue/hn-retos-y-oportunidades.pdf>

Rosaprima. La floricultura en el Ecuador. Fecha de Acceso: 20/02/2013. Disponible en http://www.rosaprima.com/rosaprima_espanol/pages/2_4_floriculture-in-ecuador.html

Simposio Internacional Logística Global y Competitividad. Fecha de Acceso: 10/05/2013. Tendencias de la logística Internacional de clase mundial. Presentación Power Point.

Todo Comercio Exterior. Exportaciones de Flores. Fecha de Acceso: 28/10/2012.

Disponible en:

<http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/forum/topics/exportacion-de-flores>

MATERIAL NO IMPRESO

Video. GLOBALBUSINESSEC. (2012). *Embalaje de rosas de exportación calidad premium de Flor Hermosa* Fecha de Acceso: 15/04/2013. Disponible en:

<http://www.youtube.com/watch?v=RgUxm9rwrIQ>

Video. Rocha Robson. (edición) 2012. *Reportaje Flores de Exportación*. Fecha de Acceso: 10/04/2013. Disponible en

<http://www.youtube.com/watch?v=XoRMFfM01eU>

Video. Riofrío Vicente. (2012). *Calidad de las Rosas ecuatorianas, al mundo, y a las dueñas de nuestros corazones*. ESPOL Fecha de Acceso: 10/04/2013.

<http://www.youtube.com/watch?v=Oqt83VWZ5bM>

Video. Telesur tv. (2011). *Ecuador entre los principales exportadores de rosas en el mundo* Fecha de Acceso: 15/04/2013. Disponible en

http://www.youtube.com/watch?v=1-k_J-5LVGo

Video. Telecuenca Canal Universitario. (2010). *Corpei Capacitó a Exportadores de Flores del Austro*. Fecha de acceso: 12/05/2013. Disponible en:

http://www.youtube.com/watch?v=Hnd2_6J1zws