

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR
FACULTAD DE COMUNICACIÓN LINGÜÍSTICA Y LITERATURA
ESCUELA MULTILINGÜE DE NEGOCIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES**

**DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADA MULTILINGÜE DE NEGOCIOS Y RELACIONES
INTERNACIONALES**

**ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACION DE PROTEAS
DESDE EL ECUADOR A JAPON EN EL PERIODO 2000- 2011**

MARIA CRISTINA SALAZAR CLAUDIO

**2013
QUITO – ECUADOR**

Dedicatoria

Dedico todo mi esfuerzo y trabajo a mi Dios por guiar mis pasos, darme la sabiduría y las fuerzas para seguir adelante, y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

Agradezco:

A mi madre Cristina Claudio y a mi padre Patricio Salazar, a quienes les debo la vida y son claros ejemplos de lucha y brindarme su incondicional amor

A mi hermana Estefanía Salazar y a mi hermano Andrés Salazar por siempre creer en mí, y estar junto a mí brindándome su apoyo.

A mi abuelita, Mariana Carcelén por ser un ejemplo diario a seguir como mujer

A Esteban Lara y Ricardo Sandoval por ser verdaderos amigos alentándome en esta gran etapa de mi vida

A Seleny y Estefany Erazo por ser como hermanas apoyándome con su amor incondicional de igual manera a Vannesa Santander por brindarme su apoyo

A mi familia en general, porque me han brindado su apoyo incondicional y por compartir conmigo buenos y malos momentos

Al Economista Freddy Monge, por la apertura de dirigir esta tesis

ÍNDICE

1.	TEMA	1
2.	INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I		
EL SECTOR PRODUCTOR Y EXPORTADOR DE FLORES ECUATORIANAS		
		7
1.1.	Evolución de las exportaciones de flores	7
1.1.1.	Ubicación geográfica del sector en el Ecuador	11
1.1.2.	Organizaciones gremiales del sector	13
1.2.	Situación de la industrial nacional	14
1.2.1.	Exportaciones del sector	17
1.2.2.	Exportación por grupos de productos	19
1.2.3.	Destino de las Exportaciones Ecuatorianas	21
1.3.	Situación Internacional de la industria florícola	22
1.3.1.	Exportaciones MundialesExportaciones Mundiales	22
1.3.2.	Importaciones Mundiales	26
1.3.3.	Principales Países Importadores	27
1.3.4.	Principales países competidores	
1.4.	Proceso para las exportaciones de flores a Mercados Internacionales	32
1.4.1.	Tratamiento Aduanero	35
1.4.2.	INCOTERM	39
CAPÍTULO II		
JAPON COMO DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE FLORES ECUATORIANAS		
		41
2.1.	Japón: Situación, superficie, superficie agrícola, relieve y clima	41
2.1.1.	Estructura Económica	41
2.1.2.	Comercio japonés	43
2.1.3.	Comercio Exterior	47
2.2.	Comercio Bilateral Ecuador-Japón	50
2.2.1.	Exportaciones	51
2.2.2.	Importaciones	54
2.2.3.	Balanza comercial	59
2.3.	Acceso al Mercado	61
2.3.1.	Tratamiento de las importaciones y Requisitos Arancelarios	63
2.3.2.	Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado	70
2.3.3.	Comercialización	73
CAPÍTULO III		
MERCADO DE PROTEAS		
		79
3.1.	Las Proteas	79
3.1.1.	Clasificación y descripción de las Proteas	79
3.1.2.	Características generales de las Proteas	82

3.1.3.	Sanidad	88
3.2.	Situación Internacional de las proteas	90
3.2.1.	Oferta Internacional	90
3.2.2.	Análisis del Mercado Ecuatoriano	91
3.2.3.	Ventajas comparativas y competitivas	92
3.2.4.	Principales géneros cultivados en Ecuador	95
3.3.	Análisis Estructural de Porter	100
3.3.1.	Cosecha y pos cosecha	106
3.3.2.	Embalajes, empaques y medios utilizados	108
3.	ANÁLISIS	109
4.	CONCLUSIONES	111
5.	RECOMENDACIONES	113
	BIBLIOGRAFÍA	117

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO No.1: Exportaciones Ecuatorianas de las principales flores ecuatorianas	10
CUADRO No. 2: Superficie cultivada en el Ecuador	12
CUADRO No. 3: Exportaciones de Flores Ecuatorianas por producto	20
CUADRO No. 4: Principales compradores de Flores Ecuatorianas	21
CUADRO No. 5: Importadores Mundiales de Flores	25
CUADRO No. 6: Exportadores Mundiales de Flores	26
CUADRO No. 7: Acuerdos bilaterales Ecuador- Japón	53
CUADRO No. 8: Exportaciones ecuatorianas a Japón (enero-octubre 2010)	54
CUADRO No. 9: Productos en crecimiento	57
CUADRO No.10: Importaciones Ecuador de Japón	59
CUADRO No. 11: Balanza comercial de Japón	61
CUADRO No. 12: Tarifas arancelarias Japón- Ecuador	66

ÍNDICE DE GRAFICOS

GRAFICO No.1: Exportaciones Ecuatorianas de Flores	18
GRAFICO No.2: Exportación en Toneladas	18
GRAFICO No. 3: Exportaciones de Flores por Producto	19
GRAFICO No 4: Exportaciones mundiales de Flores	22
GRAFICO No 5: Exportación de Rosas y demás flores	22
GRAFICO No 6: Importaciones Mundiales de Flores	23
GRAFICO No 7: Importaciones de Rosas y demás flores	24
GRAFICO No. 8: Exportaciones de Ecuador a Japón	56
GRAFICO No 9: Importaciones 2005-2009	60
GRAFICO No. 10: Balanza comercial Ecuador- Japón	62
GRAFICO No. 11: Sellos de Calidad JAS	70

1. TEMA

ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACION DE PROTEAS DESDE EL ECUADOR A JAPON EN EL PERIODO 2000- 2011

2. INTRODUCCION

La presente disertación se centra en la propuesta de la exportación de Proteas al mercado Japonés, oportunidad que trasciende en varios sectores. Las teorías del Comercio Internacional tratan de responder a cuestiones como: la producción de un país, la apertura al Comercio Internacional de los mismos, los factores que intervienen en el intercambio internacional, por lo que tomamos en consideración la teoría de Hechscher- Ohin sobre el comercio exterior

Ecuador, gracias a su rica diversidad, cuenta con todo lo necesario para su realización mediante el fortalecimiento en el sector florícola del país y retos en cuanto al mercado meta que se ha elegido estableciendo ejes importantes para el desarrollo del país

Con base en los análisis realizados al sector florícola ecuatoriano a nuestro mercado meta “Japón”, y las proteas, se han trazado tres objetivos: a) Identificar la demanda de los consumidores de flores, mediante un estudio de la oferta mundial de protea, b) Describir el entorno y la problemática del sector floricultor en el Ecuador, y c) Especificar las formas de entrada al mercado japonés, así como también los requisitos y condiciones de los términos de negociación en dicho mercado.

Para dar cumplimiento a los objetivos trazados, esta disertación cuenta con tres capítulos.

El primer capítulo abordara la evolución de la industria florícola ecuatoriana, mediante un análisis del sector ecuatoriano en el periodo en los últimos diez años.

Se realiza un análisis con las estadísticas del sector florícola nacional y de otros indicadores de tipo comercial que revelan que en el Ecuador esta industria constituye una de las actividades que más rubros aportan para los ingresos por exportaciones no tradicionales del país, generando cerca de 76.758 empleos directos, con una tasa de crecimiento anual de alrededor del 11% en valores monetarios y 4% en volumen.

El Ecuador se ubica a nivel mundial al Ecuador entre los principales exportadores de flores, ocupando el tercer lugar en las exportaciones mundiales de este producto.

El Ecuador es un país con oportunidades de ingreso en mercados internacionales, el crecimiento de la producción y exportación de productos no petroleros, como es el de las flores que está en auge con un incremento paulatino. No obstante, Ecuador continúa siendo un país dependiente de las exportaciones petroleras para abastecer al presupuesto del Estado, sin embargo, las exportaciones de productos no tradicionales van teniendo mayor importancia respecto a las exportaciones de barriles de petróleo que además no es un recurso ilimitado y tendrá que ser reemplazado.

El sector florícola del Ecuador enfrenta nuevos y más complejos desafíos. El proceso de globalización de la economía impone a cada país la necesidad de la especialización en aquellos productos que le permitan una mejor inserción al comercio internacional.

El sector florícola está ligado al comercio internacional, sin embargo, el contexto actual y futuro está caracterizado por condiciones de mayor competencia. Sin embargo se puede concluir que es una industria muy dinámica, que ha crecido de manera positiva por su rápida acogida.

Las flores ecuatorianas son consideradas como las mejores del mundo por su calidad y belleza inigualables. La situación geográfica del país ofrece un ambiente propicio para una producción eficiente, así como micro climas y una luminosidad que proporciona características únicas a las flores como son: tallos gruesos, largos y totalmente verticales; botones grandes y colores sumamente vivos, además de tiempo de vida incomparable.

En el segundo Capítulo se analiza el mercado japonés. Políticamente Japón tiene una importancia estratégica por ser parte y protagonista de los países que conforman la Cuenca del Pacífico. Geopolíticamente, la posición japonesa se distingue como una potencia asiática y mundial, lo cual vuelve a Japón como un país estratégico para las relaciones tanto comerciales como diplomáticas para el Ecuador.

En la esfera económica, Japón es la tercera economía más grande del mundo y representa actualmente para el Ecuador el mercado más importante de Asia; además, es uno de los principales socios comerciales de Ecuador, ya que en el 2009 ocupó el puesto 19 de 157 países a los que exportó y el puesto 8 de 142 países de los que importó.

El comercio bilateral Ecuador – Japón durante el periodo 2005-2010 ha presentado una balanza comercial estable en todos los años para el Ecuador, lo cual en el 2010 representó 577.280 millones de dólares. En el mismo período, las exportaciones hacia Japón representaron el 0,74% del total exportado mientras que las importaciones desde Japón representaron el 3,84% del total adquirido por el Ecuador.

Los principales productos que se exportaron a Japón fueron el banano, cacao y harina de pescado en el período 2005-2009; para el año 2009, esta tendencia cambió, siendo el principal producto comercializado los aceites crudos de petróleo con una representación de alrededor del 70%. En este punto hay que

destacar que este país es el mayor importador neto de alimentos del mundo, por lo que se recomienda promocionar productos de este sector.

Dentro del análisis de inserción estratégica a Japón, se pudo determinar que es un país de prioridad alta en el estudio estratégico comercial después de analizar algunos puntos como: Índice de dependencia importadora, accesibilidad de mercado y líneas estratégicas comerciales.

En el índice de dependencia importadora, este país posee una demanda alta de los productos determinados como prioritarios para el Ecuador; la infraestructura para el comercio es muy buena pero la distancia lineal es alta al compararlo con otros países del mundo. El mercado japonés es considerado como un gran consumidor de flores en el continente asiático y es uno de los que han ido adquiriendo gradualmente las flores exóticas ecuatorianas. Este mercado se caracteriza por su: difícil accesibilidad, la estricta calidad de sus productos, normas fitosanitarias y la distancia para la entrega, pero el incremento antes mencionado puede indicar que estamos ingresando en el mercado asiático con mayor participación para los próximos años; es importante recalcar que la flor que vamos a producir y a exportar mantiene sus picos en Japón en los últimos meses del año, ya que su cultura utiliza tallos Safari para recibir el año nuevo.

En el último capítulo se aborda el producto, especialmente la variedad de las Proteas, las cuales con el tiempo han ido constituyendo un rubro relativamente nuevo en el mercado de flores. La familia proteácea cuenta con el mayor número de especies y géneros botánicos en la naturaleza, lo que asegura la aparición de nuevas variedades todo el tiempo. Esta familia no sólo permite la producción de flores, sino también la producción de otros productos como macetas florales, flores secas.

El cultivo de las proteas radica principalmente en la diversidad de recursos que posee el Ecuador potencializando la producción y comercialización productos de la floricultura. El volumen de exportaciones de flores supera los 600 millones de

dólares por año. Conviene distinguir que a simple vista el dinamismo de esta actividad está en pleno crecimiento, con la ampliación continúa de los cultivos a lo largo del país.

Para el Ecuador, la floricultura convencional constituye una de las actividades económicas y sociales más importantes de su desarrollo en los últimos 20 años. Esto no significa que no tenga debilidades, sobre todo de tipo coyuntural más que estructural, debilidades que los floricultores han sabido superar por la gran experiencia adquirida, tal como lo demuestra el permanente crecimiento de esta economía de exportación. El 17% de las exportaciones de flores constituyen las exportaciones de especies exóticas donde están situadas las proteas. En esta perspectiva, se encuentran en producción las primeras 20 hectáreas de Proteas Sunset Safari y en crecimiento otras 50 hectáreas.

Las proteas son consideradas como flores exóticas y novedosas, las cuales tienen la posibilidad de convertir al país en uno de los principales productores del mundo, debido a las condiciones climáticas que ofrece para su desarrollo, ambiente en el cual permite realizar cosechas durante todo el año. Por esta razón, y de manera reciente, se han introducido en el mercado ecuatoriano con una aceptación exitosa en temas de exportación, volviéndose atractivos para los mercados internacionales, razones que han motivado un creciente interés por su cultivo. En cuanto al mercado doméstico, es bajo todavía, ya que el consumo local es intrascendente

La introducción de especies florales en el sector agrícola ha ido adquiriendo gran importancia durante los últimos años, convirtiéndose en un mercado potencial, el cual otorga buenas rentabilidades a los productores de este cultivo.

El enfoque en la teoría de la ventaja comparativa y comercio internacional que plantea esta disertación tiene el objetivo de fortalecer el sector florícola ecuatoriano. Con la ventaja comparativa, una nación se beneficiaría si se especializara en la producción de los productos de su ventaja absoluta,

intercambiando luego con la otra nación, haciendo su producción más eficiente y sobre todo contribuyendo al desarrollo de su economía.

CAPÍTULO I

EL SECTOR PRODUCTOR Y EXPORTADOR DE FLORES ECUATORIANAS

1.1 Evolución de las exportaciones de flores

La floricultura en el Ecuador es uno de los sectores económicos importantes del país, de hecho el más significativo para la región Sierra a nivel nacional y el primero en cuanto a productos no tradicionales se refiere. El crecimiento del sector floricultor en la última década ha ubicado al Ecuador entre los primeros rubros generadores de divisas en las exportaciones no tradicionales y entre los principales exportadores a nivel mundial.

Desde sus inicios, las exportaciones de flores han manifestado una tendencia incremental. Considerando el importante período 1985-2004, los ingresos por concepto de exportaciones de flores, pasaron de US\$ 525.600 a más de US\$ 338 millones de dólares, lo cual implicó un crecimiento anual promedio de un 40.54%. Una mirada más detenida sobre el comportamiento de las exportaciones advierte que la floricultura experimentó un crecimiento bastante intenso hasta 1994 (con tasas de crecimiento anuales promedio cercanas al 80%). (MONCADA, 2005)

El crecimiento del sector coincidió con el incremento de la demanda internacional y la disminución de los niveles de productividad en el contexto regional, sobre todo en Colombia. Mientras en los años anteriores a 1993, el mercado internacional creció a un ritmo del 5% anual, en el lapso comprendido entre 1991-1995, las importaciones totales de flores cortadas experimentaron un crecimiento cercano al 11%. (MONCADA, 2005)

Si bien en el período siguiente, de 1995 a inicios del 2000, se evidencia una disminución en su ritmo de crecimiento (tasas anuales promedio de alrededor del 20%), el desarrollo del sector sigue siendo acelerado a tal punto que desde 1997, la exportación de flores ocupa el primer lugar, por el volumen de ingresos, entre las

denominadas exportaciones no tradicionales primarias. En la actualidad, el Ecuador es el tercer mayor proveedor de flores a nivel mundial, solamente superado por Holanda y Colombia, abarcando cerca del 8% y representando la quinta fuente de divisas del país. (MONCADA, 2005).

En el 2001, las exportaciones de flores pasaron de 290,331 miles de USD a 435,851 miles de dólares en el 2005; esto significa una duplicación de las exportaciones en solo cinco años. (CORPEI, 2008)

En el año 2006, se destaca una disminución en toneladas, pero un crecimiento en el valor FOB; esto puede deberse al cambio de los destinos como a Rusia y Europa y por las devaluaciones del Dólar frente al Euro. Este crecimiento se caracteriza por un incremento en las exportaciones de prácticamente todas las variedades de flores que posee el Ecuador para el mercado internacional. (CORPEI, 2008)

El comportamiento fue distinto en cuanto a toneladas exportadas, ya que en el año 2006 se dio una reducción del 17% en comparación con las exportaciones del 2005. Y en el año 2007, hubo una reducción del 16% en relación al 2006. (FEDEXPOR, 2011)

Las exportaciones de flores pasaron de USD 354 millones en el año 2007 a USD 565 millones en el 2008; esto equivale a un crecimiento del 59.60%, mientras que el crecimiento promedio anual fue de aproximadamente 11%. (FEDEXPOR, 2011)

Las exportaciones de flores representaron en el año 2008 el 14% dentro de las exportaciones no tradicionales ecuatorianas. Cabe resaltar que este crecimiento fue una característica común en todos los años del quinquenio. En el año 2008, se registró una exportación de 109 mil toneladas. En 2009, las ventas externas de flores sumaron \$ 515 millones. Los principales países de destino de este producto han sido

tradicionalmente Estados Unidos, Rusia, Holanda, Italia, Canadá, España y Alemania. (FEDEXPOR, 2011)

Las flores constituyen un rubro importante dentro del total de exportaciones no petroleras ecuatorianas. Podemos recalcar que dentro de los años 2005-2010, las flores abarcaron, en promedio, el 8,7% de las ventas externas por este concepto, y crecieron a un ritmo de 14,4% por año. En el 2008; se alcanzó un registro histórico elevado por un valor de \$ 608,7 millones. Entre 2008 y 2009, las ventas externas de flores cayeron en 15,3%, ubicándose en \$515 millones. De este rubro, las rosas contribuyeron con el 88,8%, siendo el producto florícola ecuatoriano de mayor venta (FEDEXPOR, 2011).

En el periodo 2010, el crecimiento promedio anual fue del 11%; en comparación, hace 10 años antes equivale a una variación absoluta del 155%, es decir que el valor del 2010 es más del doble del valor exportado en el 2001.

En conclusión, en los últimos 10 años el sector floricultor ha venido creciendo a un ritmo bastante acelerado y sostenido, hasta convertirse en uno de los sectores más dinámicos y de mayor absorción de mano de obra del Ecuador.

En el 2011 superó los 700 millones de dólares, convirtiéndose las flores en uno de los productos de exportación estrella del Ecuador (HOY, 2005)

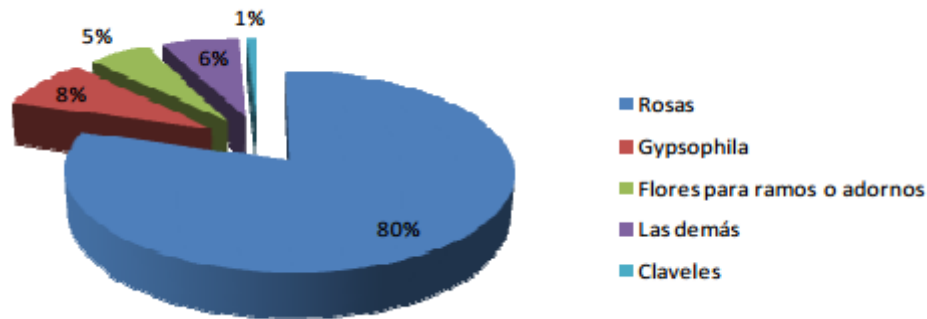
Por otro lado, al hablar de las diferentes especies exportadas por el Ecuador, las rosas tienen un papel protagónico, representando el 74% del total de las exportaciones de flores. Otras variedades alcanzan porcentajes importantes, especialmente por considerarse elementos que proporcionan valor agregado en bouquet y arreglos florales. (PROECUADOR, 2011)

La rosa, caracterizada por la calidad y el prestigio que tiene, es muy demandada en el mercado mundial. Sin embargo, no es la única variedad de flor

ecuatoriana que es apetecida en los mercados internacionales, Ecuador posee un fuerte posicionamiento externo con flores como las gypsophilas, claveles, lirios y otras como las de verano o aquellas exóticas. (PROECUADOR, 2011)

Dentro de las rosas rojas se pueden mencionar las variedades: First Red, Classi, Dallas, Mahalia, Madame del Bar y Royal Velvet. En el caso de las rosas amarillas: Allsmer Gold y Skyline. Otras variedades de rosas cultivadas en el país son: Anna Nubia, Ravel y Gretta. Las variedades de claveles que se cultivan en el país son: Norla Barlo, Charmeur, Dark Organe Telster y Dallas. (PROECUADOR, 2011)

CUADRO 1
EXPORTACIONES DE LAS PRINCIPALES FLORES ECUATORIANAS



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: PROECUADOR

AL mencionar la Gypsophila, podemos concluir que en muy poco tiempo ha convertido al Ecuador en el principal productor y con el mayor número de hectáreas en cultivo; el Limonium, Liatris, Aster y muchas otras flores de Verano se han venido desarrollando de manera dinámica. (PROECUADOR, 2011)

El Clavel, con características especiales en sus diferentes variedades, colores, tallos verticales y el mayor número de días de vida en florero. El Crisantemo y Pompón de tamaño y colores únicos. (PROECUADOR, 2011)

El mercado de las Flores Tropicales se ha ido desarrollando, 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, teniendo una ventaja sobre las otras flores. (PROECUADOR, 2011)

1.1.1 Ubicación geográfica del sector en el Ecuador

La ubicación geográfica es muy amplia dependiendo del tipo de cultivo. Las rosas, las flores de verano y otras variedades se producen en la sierra ecuatoriana que abarca provincias como Pichincha y Cotopaxi. Las flores tropicales se producen también en la costa ecuatoriana, Guayas. (PROECUADOR, 2011)

Las flores tropicales poseen intensos y brillantes colores. Su duración en florero va de 10 a 15 días, pudiéndose añadir gotas de limón al agua; como un perseverante floral natural. La producción se centra en las provincias: Pichincha, Cotopaxi, Azuay, Imbabura, Guayas, Cañar, Chimborazo, Carchi y Loja. (PROECUADOR, 2011)

La mayoría de fincas dedicadas a flores de verano como gypsophila, hypericum, delphinium y lirios, se encuentran en Cayambe, Quito, Tabacundo, Machachi, Latacunga, Ambato y Cuenca. (PROECUADOR, 2011)

La situación de las fincas quiteñas es favorable, sobre todo, en El Quinche (2450 msnm), 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 obteniendo una planta que no se estresa con el exceso de químicos, el follaje no es acartonado, en florero los capullos se abren naturalmente. (PROECUADOR, 2011).

Luego de un estudio muestra que actualmente en el Ecuador existen 446 fincas productoras de flores a nivel nacional. A continuación, se detalla la información de los cuadros de reporte:

CUADRO 2
SUPERFICIE CULTIVADA EN EL ECUADOR

Tipo	Número de productores	Superficie Plantada	Número de plantas
Rosas	275	2,517.20	179,812,089
Claveles	16	88.60	20,973,265
Gypsophila	29	316.40	23,739,152
Calla	8	31.80	1,264,600
Hypericum	19	163.20	26,894,900
Alstromeria	3	12.50	285,388
Limonium	13	28.30	1,338,788
Gerbera	3	3.40	126,734
Aster	4	5.20	2,216,600
Delphinium	12	29.60	2,424,231
Flores de Verano	45	188.90	34,549,668
Flores Tropicales	7	76.30	92,596
Follajes	10	41.50	1,592,940
Otras Flores	3	1.70	1,340,000

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: PROECUADOR

1.1.2 Organizaciones gremiales del sector

Con el propósito de representar gremialmente los intereses de la emergente industria florícola, 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 (Expoflores) (PROECUADOR, 2012).

En la actualidad, Expoflores lidera los asuntos relacionados al gremio florícola. Es una organización activa que detenta una fuerte capacidad de presión política y económica al Ecuador, aglutinando a las empresas más grandes del sector y al 90-95% del total de productores. (PROECUADOR, 2012).

La Asociación de Productores y/o Exportadores de Flores del Ecuador, Expoflores, con la presentación y aprobación del Proyecto de Estatutos, fue inscrita en el Registro General de Asociaciones del Ministerio de Agricultura y Ganadería, con fecha 22 de noviembre de 1984, Acuerdo Ministerial No 086, fecha considerada como el nacimiento de Expoflores (PROECUADOR, 2012).

Dentro de este gremio no están incorporadas las empresas de menor envergadura cuya producción se orienta al mercado interno, ni otras ligadas a la investigación o que funcionan como viveros proveedores de plantas. Parte de estos últimos están organizados bajo la Asociación de Pequeños Floricultores (PROECUADOR, 2012).

Otra de las medidas de política económica que repercutió directamente a favor de este sector fue la creación, en los años de la década de los 80, del Fondo de Promoción de Exportaciones administrado por la Corporación Financiera Nacional, y cuya creación los floricultores atribuyen directamente a su gestión (MONCADA, 2005).

La participación reciente de Expoflores dentro de la Corporación para la Promoción de Exportaciones -CORPEI-, le ha permitido acceder a nuevos espacios de comercio, así como a líneas de crédito preferenciales (MONCADA, 2005).

1.2 Situación de la industrial nacional

La industria de producción de flores destinadas a la exportación se inició en Ecuador hace más de 20 años, estas políticas estaban orientadas a promover nuevas alternativas de exportación con el objeto de sustituir y complementar la oferta

exportable del país la cual era fuertemente dependiente de rubros como el petróleo, banano, cacao y café. Mediante el aprovechamiento de las denominadas "ventajas comparativas", se asumía que el impulso de nuevos rubros exportables contribuiría a regular la gestión de la balanza de pagos, facilitando al país el cumplimiento de sus obligaciones con el exterior, generando plazas de empleo y apoyando a la descentralización (MONCADA, 2005).

Es una industria muy dinámica, que ha crecido de manera positiva por su rápida acogida; y se compone de 3 principales actores: los productores, los mayoristas y los minoristas cuyas actividades comerciales están interrelacionadas PROECUADOR, (2012).

Las tendencias actuales de Mercado son orientadas hacia la eliminación de los intermediarios, es decir que las flores pasen desde el productor hacia el consumidor directamente, ya que así se lograría una considerable disminución en los precios (PROECUADOR, 2011).

El establecimiento del sector florícola en el Ecuador tuvo una avalización desde los organismos internacionales, los gobiernos locales, una identificación territorial concreta y una visión mercantilista con la cual ha venido operando con políticas dictaminadas desde el sistema neoliberal.

Los beneficios de la industria florícola ecuatoriana ha presentado beneficios; sin embargo, este panorama se ve contrarrestado con los negativos impactos ambientales particularmente nocivos para las poblaciones vinculadas a las plantaciones o asentadas en zonas aledañas a las mismas (MONCADA, 2005).

Pero hoy en día, podemos ver el avance tecnológico y la concientización sobre problemas ambientales, los cuales se ven reflejados en los procesos de producción con el fin de reducir la contaminación hacia el medio ambiente. (MONCADA, 2005).

La lucha continúa para el Estado ecuatoriano y sectores económicos, nacionales e internacionales, por promover exportaciones no tradicionales; se concretó en un conjunto de políticas de estabilización financiera, de apertura de fronteras y de promoción de exportaciones no tradicionales como la exoneración de pago de aranceles para la exportación de los nuevos rubros productivos, las flores entre otros. (MONCADA, 2005).

Esta medida se ha venido renovando periódicamente con el ánimo, en un inicio, de respaldar el surgimiento de la industria florícola y de apoyar, en lo posterior, su consolidación. Actualmente el Ecuador mantiene acuerdos de liberación de aranceles para la exportación de flores tanto con Estados Unidos como con países de todo el mundo (MONCADA, 2005).

Por otro lado, en los últimos 10 años el Ecuador ha realizado fuertes inversiones orientadas a modernizar la infraestructura aeroportuaria, disminuir los costos de transporte aéreo e introducir mejoras significativas en los sistemas de comunicación e información.

La exportación de flores a países desarrollados como Canadá, Alemania, Holanda, Italia, Rusia y Estados Unidos es la principal razón del gran crecimiento del sector florícola ecuatoriano. Lo cual contribuyó al crecimiento del sector implicando un aumento de número de plazas de trabajo incidiendo de manera positiva en el sector laboral (AGRIPAC, 2011).

El sector floricultor se destaca como actor elemental y activo en el desarrollo del país y como un protagonista importante en el mercado mundial, es la actividad agrícola que más empleo genera por unidad de área en el país y además ocupa un espacio relativamente pequeño (AGRIPAC, 2011).

En nuestro país se producen alrededor de 3900 hectáreas de flores, siendo el sector florícola el principal generador de divisas y mano de obra de la sierra; es

decir, que en una hectárea de flores genera 12 veces más empleo que el banano y 130 veces más que la actividad camaronera. Esa misma hectárea genera 20 veces más divisas que el banano y 30 más que 1 hectárea de camarón. Este sector es el generador de 44840 plazas de trabajo de mano de obra directa y 50000 plazas de trabajo de mano de obra indirecta (MONCADA, 2005).

La fuerza de trabajo que se incorpora a la floricultura son principalmente los sectores campesinos e indígenas que habitan en las zonas altas, así como población migrante de otras provincias. De acuerdo a su estructura de edad, se trata fundamentalmente de población joven entre los 15 y 39 años de edad, incluyendo niños y niñas de menos de 15 años (MONCADA, 2005).

1.2.1 Exportaciones del sector

La estructura arancelaria utilizada para el sector florícola, corresponde a la partida 0603, y todas las Subpartidas que están inmersas en esta. Básicamente esta 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 (PROECUADOR, 2011).

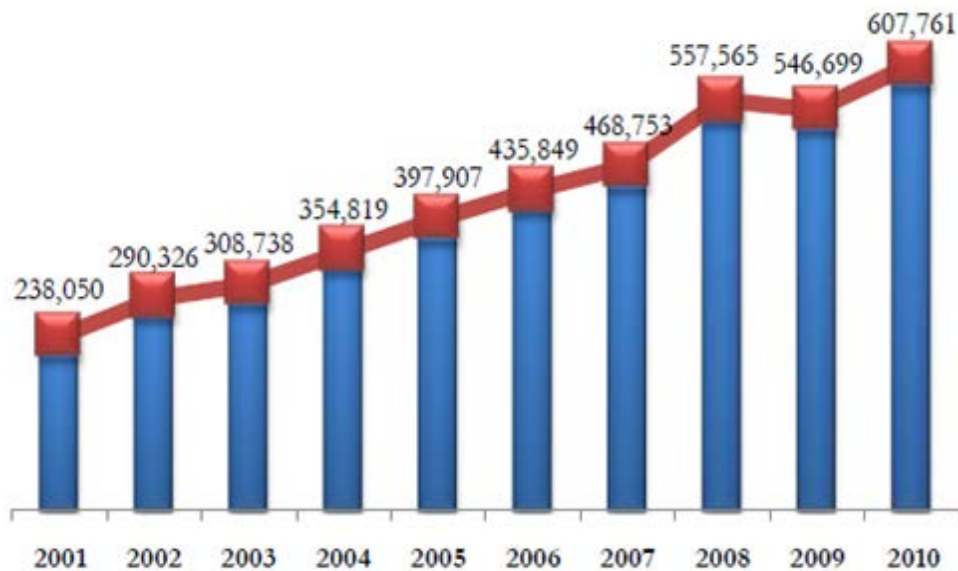
Las exportaciones del sector floricultor, uno de los motores del comercio exterior de Ecuador, registran en el 2012 un crecimiento entre el 11% y el 13% en ingresos y del 2,5% al 4% en tonelaje, respecto a 2011 (PROECUADOR, 2012).

En los últimos doce meses se comercializó en el exterior aproximadamente 203.000 toneladas métricas de estos productos, lo que representa para el país el ingreso de alrededor de 728 millones de dólares. Este crecimiento tomó a los representantes del sector por sorpresa, puesto que el 2012 se ha caracterizado por ser

uno de los más complicados para la floricultura, especialmente por asuntos internos del cultivo. (PROECUADOR, 2012).

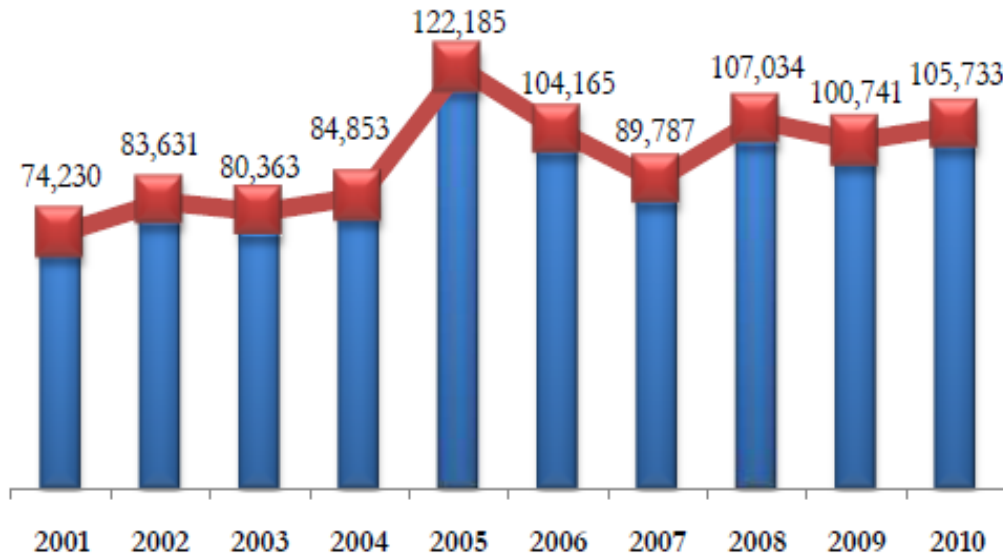
Durante ciertos períodos las ventas se vieron afectadas por la presencia de ácaros y otras plagas que se alimentan de los tallos y hojas de las flores, lo cual no permitía el crecimiento adecuado y adquirir la calidad de exportación, sin embargo el sector florícola ecuatoriano supo aprovechar la ventaja de un descenso en la oferta mundial, que actualmente está recuperándose. La flor Ecuatoriana, logro mantenerse en los mercados internacionales, con la oportunidad de expandir a nuevos mercados (PROECUADOR, 2012).

GRAFICO 1
EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE FLORES
VALOR FOB/ MILES USD



Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)
Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial, PRO ECUADOR

GRAFICO 2
TONELADAS

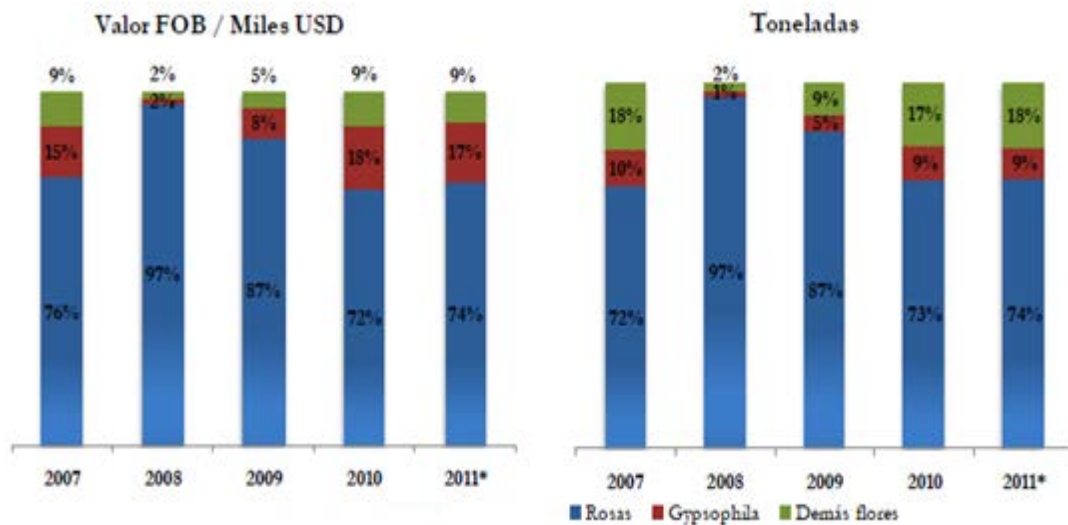


Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)
Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial, PRO ECUADOR

1.2.2 Exportación por grupos de productos

Para el caso de Ecuador, existen 2 grupos principales de flores, 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. 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. (PROECUADOR, 2012)

GRAFICO 3
EXPORTACIONES DE FLORES POR PRODUCTO



Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)
Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial, PRO ECUADOR

CUADRO 3
EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE FLORES POR PRODUCTO

EXPORTACIONES ECUATORIANAS DE FLORES							
Valor FOB / Miles USD							
Grupos	2007	2008	2009	2010	2011*	TCPA 2007 - 2010	Partic. 2010
Rosas	353,918	539,085	475,916	438,400	232,502	7.40%	72.13%
Gypsophila	44,524	8,554	25,646	57,159	27,075	8.68%	9.40%
Demás flores	70,311	9,925	45,137	112,202	53,000	16.86%	18.46%
Total General	468,753	557,565	546,699	607,761	312,576	9.04%	100.00%
Toneladas							
Rosas	64,418	103,546	87,485	77,507	37,383	6.36%	73.30%
Gypsophila	8,855	1,409	4,570	9,994	4,395	4.12%	9.45%
Demás flores	16,514	2,079	8,686	18,232	8,971	3.35%	17.24%
Total General	89,787	107,034	100,741	105,733	50,749	5.60%	100.00%

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)
Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial, PRO ECUADOR

En promedio, durante el periodo 2007-2010, el 99% de las flores exportadas por Ecuador al mundo corresponden a la clasificación de flores frescas, tanto en

dólares como en toneladas. La variación de las demás flores ha sido del 233%; además el crecimiento promedio anual de cada una de estas clasificaciones ha sido de 8.40% y 49.29% respectivamente. Por otra parte, el crecimiento total de las exportaciones en toneladas, dentro del periodo en cuestión, fue del 16% para las flores frescas y 245% para las demás, además que el crecimiento promedio anual fue del 5.18% y 51.06% respectivamente (PROECUADOR, 2011).

1.2.3 Destino de las Exportaciones Ecuatorianas

Los principales mercados de destino de las flores ecuatoriana se encuentran en América del Norte: específicamente en Estados Unidos y Canadá; Europa: Rusia, Países Bajos, España, Alemania; América del Sur: Chile y Colombia. 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 analizado (PROECUADOR, 2011).

CUADRO 4
PRINCIPALES COMPRADORES DE LAS FLORES ECUATORIANAS
VALOR FOB MILES USD

Importadores	Valor exportada en 2005	Valor exportada en 2006	Valor exportada en 2007	Valor exportada en 2008	Valor exportada en 2009	Valor exportada en 2010	Valor exportada en
Estados Unidos de América	220074	254280	219126	399036	227298	260334	275325
Federación de Rusia	39785	59094	58047	55182	111457	129316	154602
Países Bajos (Holanda)	43611	48115	42661	37587	77306	58239	65229
Italia	5577	7958	9092	7404	21166	24234	26768
Canadá	10604	10803	11872	6541	15822	21570	25000
Ucrania	642	1296	1812	2390	7460	15594	18996
España	8816	10984	12720	6908	15122	15027	17308
Alemania	7660	9021	6149	4810	12129	12744	12440
Chile	3204	3215	4304	4222	6288	7234	9912
Francia	3341	3642	8582	2935	7644	811	8280
Japón	4680	5283	5027	4336	5948	7187	8181
Suiza	5910	6188	8685	3527	8707	8221	6954
Kazajstán	284	279	343	291	1598	3957	5554
Zona franca	3109	1719	1385	2917	2634	892	5449
Colombia	4386	4488	3200	3236	2952	3685	4741
Eslovaquia	0	0	0	60	294	2155	3501
Argentina	792	972	1384	1483	2178	2344	2891
Brasil	16	76	142	85	279	1247	2852
Reino Unido	1545	1779	1444	2745	2825	2407	2614
Mundo	370251	435834	403028	557458	546698	607761	679902

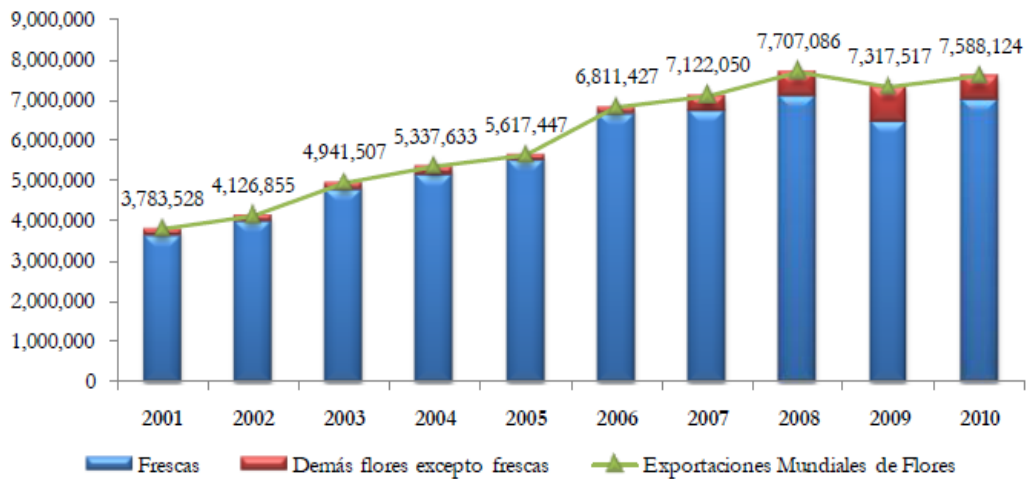
Fuente: Trade Map
 Elaboración: Cristina Salazar

1.3 Situación Internacional de la industria florícola

1.3.1 Exportaciones Mundiales

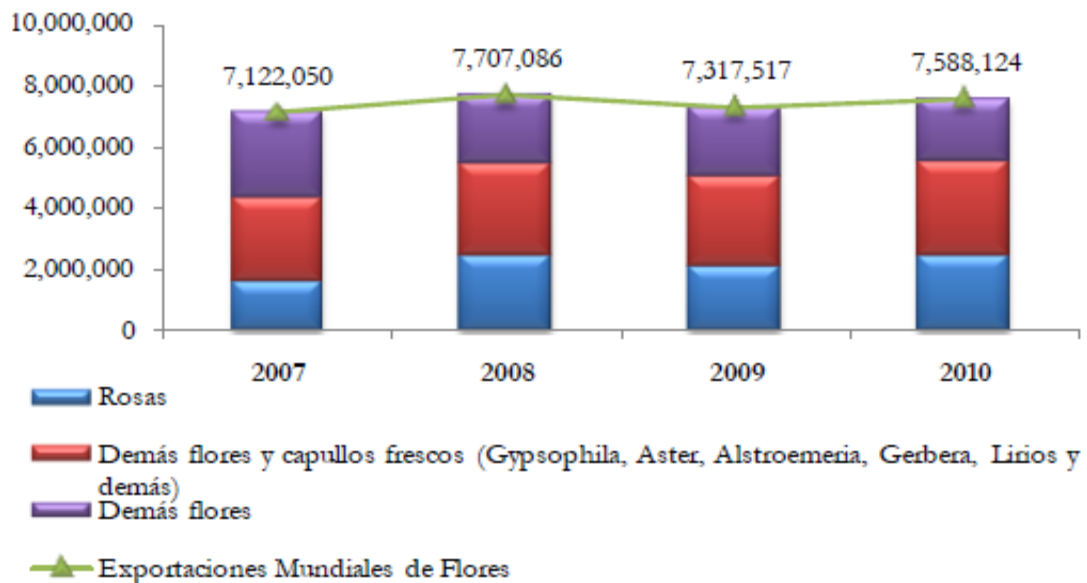
Las exportaciones mundiales de flores muestran un crecimiento sostenible anual relevante del 8%, siendo las flores frescas las más comercializadas. En el 2010 la participación de estas bordea el 92%, dejando un 8% para las demás flores no frescas. A pesar del peso que las flores frescas tienen en el mercado, sus ventas solo han crecido en un 8% anual promedio, a diferencia del grupo de las no frescas que han crecido en el 16% anual y cuya variación absoluta dentro del periodo estudiado fue del 281%.

GRAFICO 4
EXPORTACIONES MUNDIALES DE FLORES



Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)
Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial, PRO ECUADOR

GRAFICO 5
EXPORTACION DE ROSAS, DEMAS FLORES



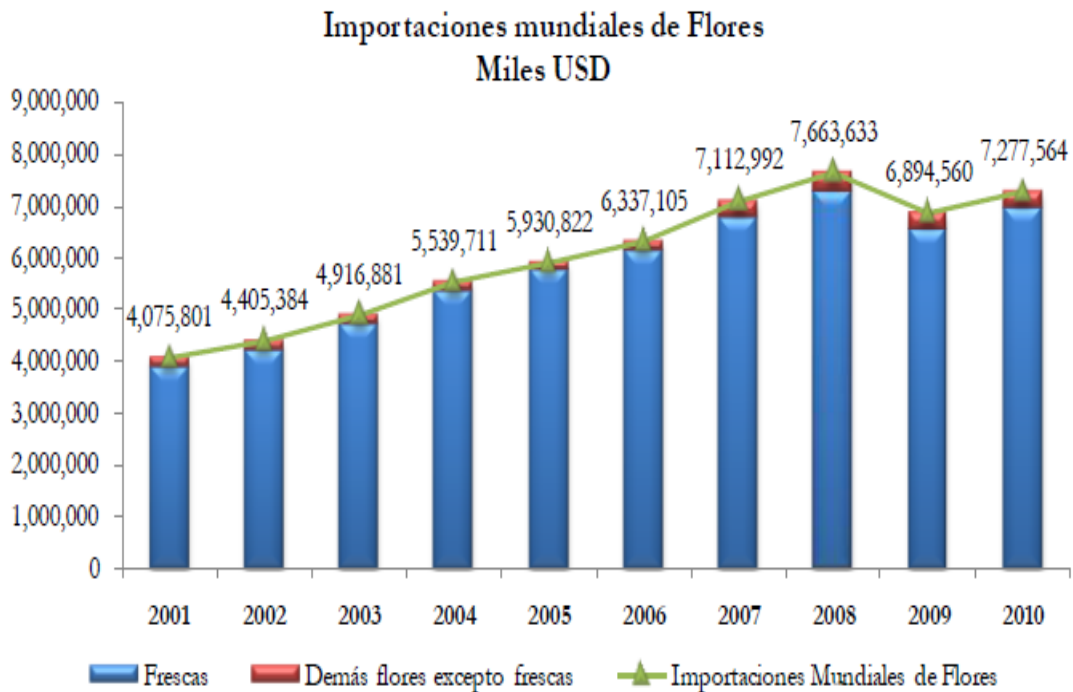
Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)
Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial, PRO ECUADOR

En el 2010 el 33% de las exportaciones mundiales de flores corresponden al comercio de rosas, que han crecido en el 16% anual durante el periodo 2007-2010. Ecuador exporta USD 438 millones en rosas, mientras el mundo vende USD 2,468

millones, esto conlleva a una participación del 18% por parte de Ecuador. (PROECUADOR, 2012)

1.3.2 Importaciones Mundiales

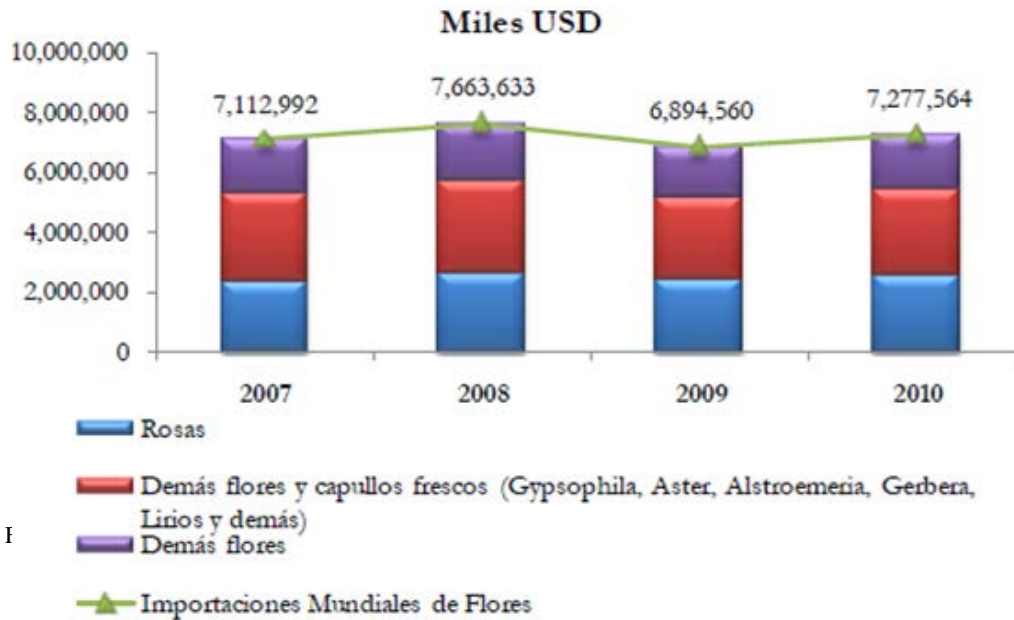
GRAFICO 6
IMPORTACIONES MUNDIALES DE FLORES



Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)
Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial, PRO ECUADOR

Mientras las exportaciones ecuatorianas de flores frescas fueron de USD 590 millones en el 2010, las importaciones de estas ascienden a USD 6,961 millones. En el caso de las demás flores, Ecuador exportó USD 17 millones en el 2010 sin embargo las importaciones mundiales fueron de USD 315 millones. (PROECUADOR, 2011)

GRAFICO 7
IMPORTACIONES MUNDIALES DE FLORES



Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE)
 Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial, PRO ECUADOR

Los principales importadores mundiales de flores son América del Norte: específicamente en Estados Unidos y Canadá; Europa: Alemania, Reino Unido, Países Bajos, Rusia, Francia; y Asia: Japón. Alemania y Estados Unidos son quienes poseen mayor participación en el mercado 15% y 14% respectivamente. (PROECUADOR, 2011)

CUADRO 5
IMPORTADORES MUNDIALES DE FLORES

Importadores	valor importada en 2005	valor importada en 2006	valor importada en 2007	valor importada en 2008	valor importada en 2009	valor importada en 2010	valor importada en 2011
Alemania	1086933	1089482	1102244	1194639	1042551	1087733	1207645
Estados Unidos de América	905951	980198	1043617	1021196	960405	1043818	1081167
Reino Unido	957373	1004890	1133862	1056847	877690	935360	1000338
Países Bajos (Holanda)	535558	590737	672374	821100	711073	634123	750498
Federación de Rusia	169811	258650	485764	555026	500408	560678	701376
Francia	517124	520838	521488	588871	544030	514270	482007
Japón	229713	241217	258764	281778	303416	369977	391143
Bélgica	135813	142454	166934	192270	233679	284422	349812
Italia	212005	220775	238180	248284	212315	236263	245922
Suiza	161810	165875	177646	184329	167390	176098	194238
Austria	105288	107743	147242	150039	141701	139899	144624
Canadá	96070	104017	115206	119762	112174	119198	126312
Dinamarca	100823	97359	103519	123469	101543	97477	101331
España	86133	99102	100856	102799	87967	89815	96351
Mundo	5930746	6337442	7108050	7662743	6894014	7237093	7899644

Fuente: Trade Map
Elaboración: Cristina Salazar

1.3.4 Principales países competidores

Como competidores substanciales se encuentran 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 su actividad productiva en invernadero y en parte por el cultivo en superficie hortícola. El 70% de lo que los Países Bajos producen 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 (según ASOCOLFLORES) bordea las 7,200 hectáreas, concentrada mayoritariamente en Cundinamarca (85%) y Antioquia (12%). Los tipos de flores que se producen son: rosas (48%), claveles (16%), mini

claveles (8%), crisantemos (4%) y otros. Como en la mayoría de los países, la producción de flores en Colombia depende del tipo, las rosas se cosechan cada 90 días y cada rosal tiene una vida útil hasta de 15 años, pero en el caso de los claveles, la cosecha se efectúa con una periodicidad semestral y la planta dura dos años en producción.

CUADRO 6
EXPORTADORES MUNDIALES DE FLORES

Exportadores	valor exportada en 2005	valor exportada en 2006	valor exportada en 2007	valor exportada en 2008	valor exportada en 2009	valor exportada en 2010	valor exportada en 2011
Países Bajos (Holanda)	3116423	3332398	3944605	4179795	3620270	3692294	4972920
Colombia	906320	967037	1114884	1094475	1049225	1240481	1251326
Ecuador	370251	435834	403028	557458	546698	607761	679902
Kenya	242561	274946	313412	445996	421484	396239	454349
Bélgica	66331	75129	87305	103868	167716	248628	260178
Etiopía	12128	25137	68827	104740	131518	143817	168946
Malasia	40270	48467	52025	62937	70857	96855	100632
Israel	69685	69089	83055	67341	97497	156987	93382
Italia	79955	81884	91772	104319	82207	88734	89037
Tailandia	67598	73595	79220	77634	76127	81757	81189
Alemania	50207	52370	56636	58096	47069	41466	78557
República de Corea	32717	26488	31922	40433	57826	79961	73330
China	20520	32955	35719	42625	54021	57014	71482
Estados Unidos de América	41643	45837	73095	85679	80306	80304	67137
Canadá	19130	15098	17258	21301	22596	35925	42120
España	62776	52372	47396	48241	37789	32974	39383
Reino Unido	41379	42320	35441	30937	29209	24829	35679
Taipei Chino	14932	13078	13893	15916	15670	29301	34541
Costa Rica	34776	39420	3681	36944	26901	33739	32801
Mundo	5617445	6811426	7123022	7705363	7360609	7594282	9050145

Fuente: Trade Map
Elaboración: Cristina Salazar

1.4 Proceso para las exportaciones de flores a Mercados Internacionales

Para el proceso de exportación de flores a Japón, es indispensable cumplir con requisitos previos para su exportación: Las personas naturales o jurídicas para iniciar sus actividades de comercio exterior deben obtener el Registro Único de

Contribuyentes (RUC), el mismo que se lo podrá obtener mediante el Servicio de Rentas Internas (SRI), para registrarse como exportadores en la Aduana.

Los documentos que se requieren para la exportación de flores frescas son los siguientes:

- Factura comercial o commercial invoice cinco copias y la original; en la misma debe constar la descripción del producto que se va a exportar. La factura comercial se encarga de expedir el exportador en la que deben constar los siguientes datos:
 1. Nombre, apellido, dirección, teléfono, y RUC del exportador.
 2. Nombre, apellido, dirección, teléfono, y RUC del importador.
 3. Dirección de la empresa del exportador
 4. Dirección de la empresa del importador.
 5. Puerto de embarque y destino
 6. Forma de pago
- Datos del producto: Partida arancelaria o subpartida, cantidad, descripción, valor unitario y total de la factura como un documento obligatorio, sino como un complemento, se puede presentar el Packing List, especialmente cuando se embarcan varias unidades del mismo producto, con variaciones de dimensiones, peso o contenido de la caja.
- Conocimiento de embarque: no es más que el documento que prueba el embarque de la mercadería, y sin este documento original, no se puede retirar la mercancía en el lugar de destino. De acuerdo al medio de transporte que se utilice, estos documentos tienen un nombre específico: o Conocimiento de embarque marítimo o Bill of Loading, cuando es vía marítima; o Conocimiento de embarque aéreo Air Way Hill.- Cuando es vía aérea; y o Carta Porte.- Cuándo es vía terrestre.
- Certificado de Origen que lo otorga el MIC a través de FEDEXPORT. El certificado de origen es indispensable para la exportación del producto, ya que garantiza el origen de los productos para acogerse a la

exoneración total o parcial de aranceles, para cada embarque, se necesita un certificado de origen. (PROEcuador ,2012).

El certificado fitosanitario es de suma importancia ya que en el mismo se certifica que las plantas o productos vegetales descritos han sido inspeccionados o sometidos a prueba, de acuerdo con procedimientos oficiales apropiados, y que se consideran estar libres de las plagas de cuarentena especificadas y en conformidad con los requisitos, fitosanitarios establecidos por el país importador, y se estima que están prácticamente libres de otras plagas. (PROEcuador ,2012).

Para continuar con el proceso de exportación, debemos realizar los siguientes trámites aduaneros que a continuación detallaremos:

La declaración aduanera debe presentar el propietario de la mercadería o a través de un agente de aduanas; este documento debe presentarse en aduana de salida, en un plazo que va desde 7 días antes hasta quince días hábiles siguientes al ingreso de la mercadería a zona primaria; si no se cumple con estos plazos la aduana declarará la mercadería como abandono tácito. (PROEcuador ,2012).

El FUE se adquiere en la ventanilla de comercio exterior de un banco corresponsal del Banco Central. El documento se llena según las instrucciones indicadas al reverso. (PROEcuador ,2012).

Ciertos productos requieren un registro del exportador, autorizaciones previas o certificados, concedidos por diversas instituciones. Hay trámites de carácter obligatorio y otros que pueden ser exigidos por el importador. (PROEcuador ,2012).

Es factible modificar el FUE antes del embarque. Si el destino cambia, se debe modificar el FUE antes de los 10 días posteriores. Si no se exporta, se debe devolver en un plazo máximo de 30 días a partir de la fecha de caducidad del FUE.

Una vez verificado el cumplimiento de los requisitos establecidos para el efecto y determinada la identidad del exportador, los bancos o sociedades financieras corresponsales del Banco Central concederán inmediatamente el visto bueno en la declaración de exportación. Este documento tendrá un plazo de validez indefinido y será válido para un sólo embarque. (PROEcuador, 2012).

Después, el exportador se contacta con el broker, importador o comercializador a quien se le hace llegar una cotización del producto que se desea vender.

✓ El broker, importador o comercializador luego de aceptar las condiciones de la cotización, se formaliza a través de un contrato de compra – venta Internacional. “El contrato es el documento que estipula los derechos y obligaciones de cada una de las partes contratantes (exportador – importador o broker), con relación a una determinada mercancía, convirtiéndose en un acto jurídico perfecto y en una transacción absolutamente legal. Es importante que el contrato se ajuste a las necesidades de la empresa exportadora, especialmente las condiciones de pago y de entrega”.

✓ A continuación, el importador debe solicitar a su banco (emisor) la apertura del crédito documentario, en este caso carta de crédito y avisada, en donde existe la garantía de pago por parte de la entidad financiera emisora y del banco corresponsal, cuando el importador o la entidad financiera emisora no cumpla con la cancelación de la mercadería. El banco corresponsal está ubicado en el país del exportador y por cuenta del banco emisor se compromete a cancelar los compromisos una vez que se ha recibido los documentos.

✓ A continuación, el exportador a través de un agente de aduana (participación de agentes de aduana es obligatoria la intervención para exportaciones cuyo valor sobrepase los \$ 2.000) presentará en el formulario correspondiente, la declaración de las mercancías con destino al extranjero,

en la que solicitará el régimen aduanero al que se someterá. En las exportaciones, la declaración se presentará en la aduana de salida, desde siete días antes hasta quince días hábiles siguientes al ingreso de las mercancías a la zona primaria aduanera. En la exportación a consumo, la declaración comprenderá la autoliquidación de los impuestos.

✓ Antes del aforo o embarque de la mercadería, los exportadores deben declarar ante el Distrito de Aduana las exportaciones que van a realizar a través del régimen 40, orden de embarque, régimen 15.

✓ Presentada la declaración aduanera, el distrito aduanero verificará que contenga los datos que contempla el formulario respectivo y comparará con los documentos de acompañamiento (Conocimiento de embarque, factura comercial, certificado de origen, etc.) y además, comprobará el cumplimiento de todos los requisitos.

✓ En el caso de existir observaciones en la declaración, se corregirá en los tres días hábiles siguientes; si no está de acuerdo el exportador con las observaciones, se someterá obligatoriamente al aforo físico.

✓ El aforo es el acto administrativo de determinación tributaria; el distrito aduanero procede a la revisión documental o reconocimiento físico de la mercadería. Se efectuará un acto único de aforo para el embarque de la mercadería y salida al exterior.

✓ Los exportadores estará sujetos al pago de cuota redimibles a favor de la Corporación de Promoción y Exportaciones e Inversiones, del 1.5 por mil sobre el valor FOB de las exportaciones del sector privado, con un mínimo de \$ 5.00. Las cuotas será entregadas por los exportadores de bienes y servicios previo la aceptación de la declaración aduanera por parte de la CAE. (PROECUADOR ,2012).

Luego de haberse realizado la exportación definitiva, el agente de aduanas se encargará de liquidar la exportación presentando en la Aduana la documentación pertinente como lo es: Conocimiento de embarque, guía aérea o carta porte con cuatro copias certificadas. (PROECUADOR ,2012).

El departamento de exportaciones procede a comprobar la información de la Declaración Aduanera Única de Exportación, comparándolos con los datos de factura comercial y los datos de documento de embarque, luego de lo cual realiza la aprobación y cancelación definitiva de la Declaración Aduanera Única de Exportación, con el refrendo de la Aduana, y se entrega al exportador la copia correspondiente de la Declaración Aduanera Única de Exportación; es necesario indicar que ciertos productos exportables, por su naturaleza, necesitan de autorización previa o están sujetos a cuotas u otros mecanismos; lo que el usuario, previo a realizar una exportación, debe conocer, si su mercancía tiene que cumplir estos requerimientos. (PROECUADOR ,2012).

1.4.1 Tratamiento Aduanero

El principal mecanismo preferencial que pueden utilizar los productos ecuatorianos al mercado japonés, es el denominado Sistema Generalizado de Preferencias (SGP). Este mecanismo, impulsado originalmente por la UNCTAD, tiene como objetivo contribuir con el crecimiento económico y el desarrollo de las exportaciones de los países en vías de desarrollo. (PADILLA, 2005)

El Ecuador, al ser beneficiario del esquema SGP de Japón, tiene derecho a reducciones arancelarias, incluyendo el tratamiento libre de derechos, para los productos cubiertos bajo este esquema. La lista de productos incluidos es limitada; generalmente incluye productos industriales, agrícolas y pesqueros, y es sujeta a revisión anual. (PADILLA, 2005)

Por otro lado, existe una serie de techos y límites para los diversos productos o grupos de productos considerados sensibles, de manera de que su importación no amenace la producción nacional. (PADILLA, 2005)

Las flores frescas se encuentran incluidas dentro del listado del Sistema Generalizado de Preferencias. La partida arancelaria de las flores secas es 0603.100

“flores frescas”, no existen límites de cantidad para exportar, permisos o licencias para ingresar al mercado Japonés, por lo tanto nuestro producto es de libre exportación ya que no existe limitación alguna. (PADILLA, 2005)

Para poder obtener la preferencia arancelaria del SGP, se debe presentar el certificado de origen Forma “A” y se debe ubicar la letra “P” en el casillero No. 8 del certificado de origen, lo que significa que el producto es plenamente producido en el Ecuador para su calificación inmediata, ingresando este producto al mercado Japonés con 0% de arancel. (PADILLA, 2005)

En cuanto al transporte, para que al cliente le llegue un buen producto, se debe trabajar con flor hidratada desde el corte en los invernaderos, para luego ser trasladada al cuarto frío a una temperatura de 6 grados centígrados; después, se hace un pre enfriamiento y sale a la clasificación, donde se arman los ramos y vuelve a entrar a 6 grados por dos horas, para pasar a otro enfriamiento entre 2 y 4 grados. Finalmente, el empaque se lo realiza a cero grados centígrados, donde permanecen en cajas bien selladas por ocho horas antes de salir en las noches en los carros refrigerados hasta el lugar de embarque. El producto final llega al consumidor europeo en 72 horas y al estadounidense en unas 42 horas. (PROECUADOR, 2012)

Cuando el producto final va a ser comercializado en el mercado local, las flores sólo pasan por una fase de transportación; es decir, que luego de ser empacadas en la finca, son llevadas a su destino final: las floristerías locales.

En caso de que el destino final del producto sea el mercado externo, la logística de transporte es desde la finca al aeropuerto, luego al importador/distribuidor y finalmente al consumidor final. (PROECUADOR, 2012)

En el caso de este proyecto, la responsabilidad del productor, termina en la entrega de la Producción en el Puerto Principal del país. Por seguridad se asegura la carga para el recorrido hacia el mercado importador. (PROECUADOR, 2012)

El transporte es el principal obstáculo que tiene que atravesar el sector exportador florícola del Ecuador por el riesgo de ser un producto perecedero, debido al alto costo de los fletes aéreos. Esta situación nos hace menos competitivos en comparación con los otros países exportadores. Las flores ecuatorianas son exportadas hacia los distintos mercados por vía aérea, con un adecuado control de temperatura para mantenerlas con óptima calidad. (PROECUADOR, 2012)

Sin embargo, gracias a la alta calidad de producción del Ecuador de estas flores, se ha hecho posible transportarlas vía marítima con una duración de transporte de 23 días, aún teniendo una vida útil en florero de un mes. Esta vía abarata costos haciendo al Ecuador más competitivo, lo que no se podría hacer con otro tipo de flor (PROECUADOR, 2012).

En el momento del ingreso de divisas, el exportador deberá efectuar también el pago de la cuota redimible de la CORPEI. La Ley de Comercio Exterior e Inversiones, LEXI, determina en el literal e) del artículo 22 el valor de las cuotas redimibles:

Del 1.5 por mil (uno punto cinco por mil) sobre el valor FOB de las exportaciones del sector privado; del 0.50 por mil (cero punto cincuenta por mil) del valor FOB de las exportaciones de petróleo y sus derivados, y del 0.25 por mil (cero punto veinticinco por mil) sobre el valor FOB de toda importación”. (DELGADO, 2009).

Cuando las contribuciones totalizan un mínimo de 500 USD, generan un Certificado de Aportación CORPEI, por su valor nominal en dólares y redimible a partir de los 10 años; garantizados por un fondo patrimonial creado para el efecto. “El aportante puede endosar los certificados o utilizarlos para el pago de servicios que la CORPEI realice a su favor” (DELGADO, 2009).

1.4.2 INCOTERMS

Los INCOTERMS, definidas por la Cámara Internacional de Comercio, son cláusulas internacionales realizadas con la finalidad de facilitar la gestión de toda operación en comercio internacional, delimitar claramente las obligaciones de las partes, disminuir el riesgo por complicaciones legales, entre otras. Con los INCOTERMS, se podrá establecer el tipo de negociación garantizando parte del éxito de una compra o venta internacional. Mediante un contrato de compra – venta se podrán definir las obligaciones y condiciones generales tanto para el comprador como para el vendedor; así se evitará posibles riesgos que puedan producirse por la mala interpretación de los términos comerciales (DELGADO, 2009).

Los INCOTERMS se clasifican en 13 clases, divididas en 4 grupos:

- **GRUPOE: De salida**, la mercancía se entrega al comprador en las instalaciones propias del vendedor.
- **GRUPOF: Transporte principal no pagado**, el vendedor contrata únicamente el transporte **LOCAL**.
- **GRUPOC: Transporte principal pagado**: las mercancías se entregan en el país de destino por el transportador (contratado por el exportador), pero sin asumir riesgo de pérdida o daño durante el transporte.
- **GRUPOD: De llegada**, la mercancía se entrega en el país de destino, y el exportador corre con todos los costos (CASTAÑEDA, 2008).

PARA TRANSPORTE MARÍTIMO

- ✓ **EX WORKS**: En fábrica, bodega o taller.
- ✓ **FCA**: Franco transportista y se utiliza para cualquier tipo de Transporte.
- ✓ **FAS**: Franco al costado del buque, se utiliza solo en transporte marítimo.
- ✓ **FOB**: Franco a bordo, se utiliza únicamente en transporte marítimo.

- ✓ **CFR:** Costo FOB y flete internacional, se utiliza únicamente en transporte marítimo.
- ✓ **CIF:** Costo FOB, flete y seguro; se utiliza únicamente en transporte marítimo
- ✓ **DES:** Entregada la mercadería a bordo del buque en el país de destino, sólo para envío marítimo.
- ✓ **DEQ:** Entregada la mercadería en el muelle en el país de destino, sólo para envíos marítimos.
- ✓ **DDU:** Entregado en bodega sin aduana en destino.
- ✓ **DDP:** entregado en bodega con aduana pagada. (CASTAÑEDA, 2008).

PARA TRANSPORTE AÉREO O TERRESTRE

- ✓ **FCA:** Franco transportista.
- ✓ **CPT:** Costo FCA, y flete internacional, únicamente para envío aéreo o terrestre.
- ✓ **SIP:** Costo FCA, flete y seguro, únicamente para envío aéreo o terrestre.
- ✓ **DDU:** Entregado en bodega sin aduana en destino.
- ✓ **DDP:** entregado en bodega con aduana pagada.
- ✓ **CAF:** Entregado en la aduana de frontera, este es más utilizado para vender a países vecinos, es decir utilizado para transporte terrestre; los costos de impuestos, trámites y seguro lo asumen el comprador y vendedor en cada país. (CASTAÑEDA, 2008).

Para este proyecto de exportación hemos tomado en consideración dos INCOTERMS, uno aéreo y otro marítimo los cuales son los más utilizados para el transporte de este tipo de carga. CIF (Costo, Seguro y Flete) es utilizado únicamente para transporte marítimo, lo cual significa que el exportador entrega mercadería cuando sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque y los riesgos de daño o pérdida que puede producirse con la mercadería o cualquier eventualidad con la misma; la responsabilidad o riesgo son transferidas del vendedor al comprador cuando la mercadería ha sido entregada al importador. Además el exportador debe pagar el costo, flete y seguro, este último es indispensable realizar en términos CIF

para asegurar la mercadería durante el transporte y evitar riesgos que puedan suscitarse. . (PADILLA, 2005)

Los costos en términos CIF, van por cuenta del exportador, los costos posteriores a la llegada de la mercadería al puerto de destino va por cuenta del importador. Los envíos se efectuarán de manera trimestral, es decir que en el primer año se enviaran cuatro contenedores cada uno se exportarán en tres meses. . (PADILLA, 2005)

EL segundo transporte considerado para esta exportación es el transporte aéreo el cual se considera uno de los medios de transportación más rápido y seguro, teniendo como particularidad la poca necesidad de embalaje, así como también del poco capital asociado a la mercancía; sin embargo pese a estas ventajas hoy en día se ha convertido en el medio de transporte más costoso. No obstante puede ser muy rentable para en lo que respecta a la transportación de mercancías que posean poco volumen y mucho valor. (CARVAJAL, 2011)

Para la solicitud de una cotización de un flete vía aérea se deberá proporcionar algunos aspectos importantes como:

- El peso neto, es decir 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. (CARVAJAL, 2011)

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. (CARVAJAL, 2011)

En cuanto al contenedor para nuestro producto las proteas, se consideraron las características del producto y se escogió el contenedor de carga de 40', el mismo que tiene un peso máximo de 26.6 toneladas métricas, las medidas internas son:

- Largo: 12.02 metros
- Ancho: 2.35 metros
- Alto: 2.38 metros

En conclusión la exportación se realizará en contenedores de 40 pies de carga. (PADILLA, 2005)

Las flores se almacenarán en cajas de cartón, en cada contenedor paletizado se estibarán 240 cajas de flores con 504 Kg., es decir que al año exportará 4 contenedores con un peso anual de 2016 Kg.; si se utiliza el contenedor de 40 pies con tan solo 504 Kg. Es por razón de espacio que utilizan las cajas de flores, ya que el peso volumen es mayor al peso neto de las flores, y el costo del flete marítimo es menor con relación al flete aéreo. (PADILLA, 2005)

1.4.3 Parámetros de calidad y Definición de flujos del proceso.

Tomando en cuentas las altas exigencias del destino de la producción, como lo son las subastas holandesas, se determinaron parámetros de calidad importantes que dirigirían y establecerían la calidad de la producción de este proyecto, procesos y características de la cosecha y la poscosecha. Los mismos se detallan a continuación:

- Parámetros de clasificación de tallos: el tamaño de la cabeza floral: 40cm – 90cm.de alto por 8cm de diámetro y se debe definir longitud, torceduras de los tallos y grosor: 5 grados, grosor mayor a 8 mm.

- Parámetros de Presentación: el tamaño de la caja de empaque: general 1m. x 0,50m. x 0,50m mientras que el número de tallos por caja es de 300.

En cuanto a la elaboración de flujos de proceso se debe hacer seguimiento a cada etapa y cada una debe ser controlada y detallada paso a paso para poder tomar decisiones a tiempo.

- Corte y transporte a poscosecha.- definir la altura de corte, transporte, cantidad de tallos por malla, momento de hidratación, tiempo de transporte.
- Recepción de tallos.
- Lavado y clasificación.
- Estadía con productos para alargar la vida del tallo.
- Preparación de ramos y empaque.
- Almacenamiento.
- Transporte y entrega de los tallos en el aeropuerto.

El encargado de poscosecha debe llevar un registro de actividades como tiempos de transporte a cada destino, dosis y tratamientos de los tallos, definir procesos para que el follaje este seco al empacarse, revisión de ramos y definición de auditoría de calidad. (PADILLA, 2005)

Así mismo se deberán siempre llevar a cabo controles necesarios como muestreos de ramos determinados, de empaque, de temperaturas al salir el camión refrigerado y al llegar al aeropuerto. (PADILLA, 2005)

Por otro lado el embalaje y empaquetado para el mercado interno, los productores envían a supermercados y floristerías las flores tropicales en cajas de cartón reutilizadas.

Para el mercado externo, el producto final se comercializa en cajas de cartón corrugado con papel picado y sujetadores, para prevenir daños por transporte y cambios bruscos de temperatura. Las cajas deberán soportar movimientos bruscos, por ello se aconseja sujetar las flores. Este es el embalaje adecuado para la Producción de Proteas de Este Proyecto. El material de embalaje tiene un costo de 0.005 la unidad. (PADILLA, 2005)

El proceso de empaque se lo realiza en la misma plantación. En términos generales, el número de flores cortadas por caja varía desde doce flores por caja. En el caso de las Proteas, son 300 unidades por caja. (PADILLA, 2005)

En el caso del transporte de las cajas al aeropuerto, se requiere del camión refrigerado, el transporte de cada caja tiene un costo de \$0.50 la unidad, cada contenedor transporta 360 cajas. (PADILLA, 2005)

CAPITULO II

JAPON COMO DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE FLORES ECUATORIANAS

2.1 El mercado japonés

2.1.1 Situación, superficie, superficie agrícola, relieve y clima

El archipiélago japonés, situado en el Océano Pacífico, al noreste de Asia, comprende varios millares de islas que se extienden de norte a sur a lo largo de 2.800 km (desde la latitud de Burdeos hasta la del sur de Marruecos) y a lo ancho, sobre apenas 250 km. La superficie total del país es de 377.737 km².

Japón es un país montañoso, cubierto de bosques (68% de la superficie), y localizado en una zona de elevada actividad volcánica y sísmica. Tan sólo un 27% de la superficie total es relativamente llana, y sólo un 14% se dedica a actividades agrícolas. En la isla de Honshu se encuentra la cadena montañosa más importante, llamada "Alpes Japoneses", en la que está ubicado el famoso monte Fuji (3.776 m), el pico más alto de Japón, volcán inactivo. En territorio japonés están localizados el 10% de los volcanes en actividad del mundo. Además Japón es un país muy activo sísmicamente. (MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD, 2013).

En cuanto a los ríos japoneses, son cortos y torrenciales. Los más importantes son el Tone, el Ishikari y el Shinano. También hay gran cantidad de pequeños lagos; el mayor es el Biwa (70 km²), cerca de Kyoto.

Japón abarca una gran variedad de climas, desde el subártico en el norte al subtropical en las islas Okinawa. El clima del norte es muy frío en invierno y caluroso en verano. En la zona centro que da al Pacífico, en la isla de Honshu, los inviernos no son muy fríos, pero los veranos son extremadamente húmedos y calurosos; la barrera que en esta isla forman los Alpes Japoneses hace que los inviernos sean mucho más duros en la vertiente oeste que da al mar de Japón. (MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD, 2013).

La población es de 128,1 millones de habitantes (Censo 2010), su población es muy homogénea, con una pequeña minoría de descendientes coreanos de los que 125,4 millones de personas son de nacionalidad japonesa. (JETRO ,2013).

La población japonesa ha crecido notablemente en los últimos 100 años, debido al progreso científico, industrial y cambios sociológicos; no obstante en años recientes, ha mostrado un descenso en dicho crecimiento. Consecuentemente, su población es urbana; ya que sólo el 4% de su fuerza de trabajo está ocupada en el sector agrícola.

Los centros urbanos más poblados son el área metropolitana de Tokio, Yokohama, Osaka, Nagoya, Sapporo, Kyoto y Kobe; estas ciudades enfrentan problemas típicos de un alto nivel de población y urbanización: sobrepoblación, tráfico y congestión vehicular, contaminación del aire y un aumento de la delincuencia juvenil.

La calidad de vida en Japón es muy alta; la atención médica y la salud están totalmente cubiertas por los planes de salud nacionales o corporativos y el índice de alfabetismo es del 99%. El 96% de los japoneses que cursan estudios primarios continúa con el bachillerato y el 36% sigue estudios universitarios. (JETRO ,2013)

Otros problemas graves son la persistente deflación, el nivel acumulado de la deuda pública, equivalente aproximadamente a un 200% del PIB, y la falta de competencia interna que reclama un proceso de liberalización comercial sobre el que el gobierno demuestra reticencia. (JETRO ,2013)

Al hablar de religión para la mayoría de los japoneses no significa mucho más que diferentes estilos de rituales sociales. En este sentido, las dos grandes religiones en Japón son el sintoísmo (de carácter autóctono) y el budismo (procedente de India y China) que no son excluyentes entre sí. Un japonés medio es

sintoísta y budista a la vez, adoptando distintos rituales según las circunstancias. La influencia cristiana es mínima. (JETRO, 2013).

2.1.2 Estructura Económica

Japón es una economía fundamentalmente terciaria, en la que el sector servicios supone el 71,7% del PIB. (2010) Los sectores primario y secundario tienen una influencia mucho menor en la economía, sobre todo el primero, siendo respectivamente un 1,4% y 26,9% (incluyendo industrias extractivas, construcción y electricidad y agua) del PIB japonés. (INSTITUTO DE FOMENTO REGIÓN MURCIA, 2012).

Japón importa la totalidad de su petróleo. En 2010, las importaciones de crudo y sus derivados combustibles representaron el 26,3% del valor total de las importaciones japonesas. (INSTITUTO DE FOMENTO REGIÓN MURCIA, 2012).

Las industrias manufactureras de Japón son muy competitivas y hay una amplia gama de grandes empresas que son muy activas en exportaciones e inversiones directas en el exterior. La calidad de la mano de obra es excelente con un fuerte espíritu de laboriosidad y sobre todo con un alto nivel de preparación. Las actividades de I+D son muy intensas, por esta razón existe una constante generación de innovaciones tecnológicas. (OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA, 2010).

Aunque se encuentra inmerso en una prolongada recesión, Japón sigue siendo una de las economías más pujantes en el Este de Asia junto con China, Corea del Sur y los países de la ASEAN. (OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA, 2010).

El sector primario japonés es el mayor importador neto de productos agrícolas del mundo, Japón es un gran importador de trigo, maíz y carnes y el segundo importador mundial de soja después de Estados Unidos. La política agraria actual trata de reducir el proteccionismo. Sin embargo, el lobby que forman las influyentes cooperativas agrícolas para proteger la agricultura tradicional japonesa frena los intentos de liberalización del mercado. (INSTITUTO DE FOMENTO REGIÓN MURCIA, 2012).

Durante las últimas décadas, Japón ha eliminado muchas de las barreras que limitaban el acceso a sus mercados agrícolas. Aún así siguen en vigor barreras fuertes en algunos productos básicos considerados sensibles, como es el caso del arroz. El mercado japonés está caracterizado por ser uno de los mercados más estrictos a nivel internacional cuenta con controles sanitarios muy estrictos y persisten algunos problemas técnicos referidos a aditivos alimentarios y barreras fitosanitarias para frutas y vegetales. (INSTITUTO DE FOMENTO REGIÓN MURCIA, 2012).

El peso del sector primario en la economía japonesa es un 3,2% en términos de población activa, y un 1,4% en términos del PIB (2010). En la actualidad existen poco menos de 2,5 millones de personas ocupadas en el sector primario y el 85% de ellas se dedican a estas actividades sólo a tiempo parcial en minúsculas parcelas, obteniendo la mayor parte de sus ingresos de otras fuentes. (OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA, 2010).

La industria pesquera japonesa, conviene decir, es una de las más importantes del mundo, representando alrededor de un 10% de la producción mundial. Sin embargo, los problemas que en estos momentos atraviesa la industria son difíciles y está haciendo frente a problemas estructurales, debido a la escasez de mano de obra, a las limitaciones internacionales sobre capturas de ciertos peces debido a acuerdos de protección ecológica. Desde que Japón dejó el primer puesto mundial en la pesca a mediados de los 80, numerosas empresas del sector han

adoptado nuevas actividades productivas, diversificando su campo hacia la industria alimenticia, farmacéutica, entre otras. (INSTITUTO DE FOMENTO REGIÓN MURCIA, 2012).

En consecuencia, las importaciones de pescado se han visto incrementadas representando alrededor de un 57% del consumo total del país. Japón es el primer importador mundial de productos marinos. (INSTITUTO DE FOMENTO REGIÓN MURCIA, 2012).

En cuanto a empresas industriales japonesas, por una parte, los llamados keiretsu dominaban el tejido industrial tradicionalmente en Japón. Son grupos empresariales que se unen a través de participaciones accionariales cruzadas, atribución mutua de miembros del Consejo de Administración. Los grupos más famosos son Mitsubishi, Mitsui, Sumitomo y Fuyo; por otra parte, las empresas industriales japonesas más prestigiosas a nivel internacional, son Toyota, Canon, Sharp, Honda, Nissan, Suzuki, Mazda. Los keiretsu han perdido sustancialmente su predominio y capacidad real de influencia durante las últimas décadas. En la actualidad juegan un papel simbólico. (OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA, 2010).

El sector automovilístico sigue siendo la principal partida de exportación y una de las bases del sector manufacturero japonés. La producción de coches de turismo ha alcanzado 6,9 millones de unidades y si se añaden los camiones y otros vehículos, la producción automovilística en Japón supera los 7,9 millones de unidades en el 2009 de acuerdo con los datos de Japan Automobile Manufacturers Association. (OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA, 2010).

La industria del automóvil japonesa se vio significativamente afectada con graves daños después terremoto de marzo de 2011, lo que ha provocado un descenso de su producción y de las exportaciones.

Japón es uno de los líderes mundiales en cuanto a Tecnologías de la Información y Comunicación, junto con EEUU y la UE. Algunas de las empresas japonesas más importantes en este sector son Fujitsu, NEC, Toshiba, Sony, Sharp. Japón cuenta con una serie de industrias competitivas en los sectores con más futuro por ejemplo: televisión de alta definición, pantallas de plasma, aparatos digitales y electrónicos y productos relacionados con el sector de las telecomunicaciones, como son los ordenadores personales, móviles y procesadores de información. (OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA, 2010).

También la industria electrónica ha tenido grave pérdidas después del terremoto en especial la industria de componentes; ello ha provocado rupturas en las cadenas de producción de otros sectores. (OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA, 2010).

Las tendencias apuntan hacia la diversificación vertical y a la elaboración de productos más complejos, con un valor agregado. Por otro lado, existe una fuerte inversión en I+D, en el campo de fabricación de componentes y materiales para los sectores de alta tecnología (electrónica, automóvil, aeroespacial, medicina), como por ejemplo los “plásticos tecnológicos”, y resinas de alta resistencia, cuya demanda ha experimentado un notable aumento. (OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA, 2010).

En cuanto a la moda, la imagen de marca es sumamente importante para el consumidor japonés y todas las grandes marcas tienen varios establecimientos en Japón, con un nivel elevado de ventas. Sin embargo, el mercado japonés de confección se ha visto inundado en los últimos años por prendas a precios muy bajos, generalmente producidas en fábricas japonesas situadas en China y en el sudeste asiático. Aunque no son marcas renombradas, han tenido muy buena acogida entre los consumidores, sobre todo aquellas prendas que mantienen una alta calidad a precios muy atractivos. Existe una creciente tendencia a vestir de manera más informal. (OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA, 2010).

El tipo de empresa que está triunfando en este sector en la actualidad es aquella que consigue reducir gastos de intermediarios al tener bajo la misma dirección el diseño, la fabricación y la venta de las prendas, y aplica el sistema de una respuesta rápida, atendiendo de forma eficaz al cambio en las tendencias. (OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA, 2010).

Como consecuencia de la internacionalización, muchas empresas extranjeras están presentes en el mercado japonés, bien mediante contratos de fabricación bajo licencia, joint ventures o abriendo establecimientos propios. Las empresas del sector son numerosas, pues se trata de un mercado muy fragmentado y dominado por empresas pequeñas y especializadas. (OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA, 2010).

Finalmente, al hablar del sector terciario, este aporta el 71,7% del PIB, dando empleo al 72,2% de la población activa registrado en el 2009. La tercerización de la economía japonesa es un proceso irreversible, fenómeno que, por otra parte, Japón comparte con el resto de los países llamados “industrializados” y se prevé el florecimiento de nuevos sectores de servicios tales como "software", cuidado de las personas de tercera edad y de niños, ocio y educación. (OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA, 2010).

2.1.3 Comercio

Dentro del comercio japonés, las grandes empresas de trading (sogo-shoshas) desempeñan un papel importante, aunque menor que en el pasado. Se caracterizan por desarrollar negocios de distinta índole. Promueven el comercio exterior de diversos productos y actúan como condicionador/promotor de grandes proyectos de inversión y desarrollo urbanístico tanto en el país como en el extranjero. La gama de productos abarca desde los platos congelados hasta el suministro de los bienes de equipo para lanzamiento de satélites e incluso la

concertación de operaciones de inversión. (OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA, 2010).

Además de comercializar productos, importan tecnología y poseen redes de información sobre mercados extranjeros y gran experiencia práctica en exportaciones. Por último, también entra dentro de su ámbito de actividades todo el ciclo de negocios de distribución de productos, almacenamiento, transporte, marketing y venta. (OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA, 2010).

Gracias a su desarrollo, estas compañías ofrecen asistencia financiera a sus filiales, a las empresas del mismo grupo industrial (keiretsu) y a las empresas asociadas. Asimismo, se ocupan de organizar proyectos en el seno del grupo, así como inversiones y colocaciones financieras y el establecimiento de "joint ventures" y de filiales en el extranjero. Por otra parte, hay medianas empresas tradings que se especializan en determinadas gamas de productos. En el comercio mayorista y minorista, predominan las pequeñas empresas, muchas de las cuales son familiares. . (OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA, 2010).

Sin embargo, el mercado, evoluciona hacia la apertura de grandes almacenes y la creación de grandes superficies especializadas. En junio de 2000 se abolió la Ley de Regulación de Grandes Comercios Minoristas y entró en vigor la Ley de Localización de Grandes Comercios Minoristas que liberaliza el espacio y los horarios de los grandes almacenes.

Destaca, así mismo, el éxito de los centros comerciales integrados (venta de bienes de consumo y de servicios) y de los "convenience stores" (tiendas abiertas todos los días con horarios prolongados) de tal manera que haya un completa satisfacción a los consumidores. La tendencia a abrir grandes superficies, muchas de ellas con capital extranjero y con técnicas de distribución distintas a las japonesas, es uno de los factores de cambio del sistema de distribución japonés, que en un

futuro será más rápido, con mayor oferta y precios más bajos. Sin embargo, algunas de las cadenas que han tratado de entrar en el mercado se han acabado marchando, como fue el caso de Carrefour, por no haber logrado los resultados esperados, seguramente debido a la singularidad del comportamiento de los consumidores japoneses (compras diarias en pequeñas cantidades, preferencia por los productos de alta calidad y de buena presentación). (OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA, 2010).

El sector financiero, en especial los bancos, se encuentran en medio de un fuerte proceso de reestructuración, debido a la profunda crisis sufrida desde la segunda mitad de los 90. Paralelamente, el gobierno introdujo el programa de liberalización financiera, denominado Big Bang, para eliminar, desregular y liberalizar negocios de servicios financieros y bancarios. (OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA, 2010).

En efecto este proceso propició la entrada, a través de alianzas estratégicas y fusiones, de instituciones financieras extranjeras, especialmente los fondos de inversión. El mercado japonés es potencialmente atractivo, dado el enorme volumen de activos financieros en manos del público, que se estima en 1.300 millardos de yenes (aproximadamente 11 millardos de dólares o 8,8 millardos de euros). (OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA, 2010).

En medio de la anterior crisis y de las reformas estructurales, las instituciones respondieron con una oleada de fusiones y alianzas que han dado lugar a algunos de los mayores bancos del mundo.

De las mega-fusiones recientes nacieron Bank of Tokyo - Mitsubishi UFJ, Mizuho (Dai-ichi Kangyo, Fuji y Industrial Bank) y Sumitomo Mitsui Banking Corporation, entre otros. En la actualidad, la crisis en el mercado crediticio ha afectado a muchas de las instituciones financieras mundiales, si bien los bancos japoneses mantienen una estructura saneada. La fortaleza de las instituciones

bancarias japonesas con respecto a las occidentales, contagiadas por la crisis subprime, ha propiciado una estrategia expansiva por parte de los bancos nipones.

Mitsubishi UFJ, el mayor banco de Japón, adquirió una participación del 21% en el banco de inversión Morgan Stanley por un importe de 9.000 millones de dólares, mientras que Nomura, otra de las mayores instituciones financieras del país, adquirió la división de operaciones en Asia del ya desaparecido banco estadounidense Lehman Brothers. (OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA, 2010).

2.1.4 Comercio Exterior

Japón ha registrado tradicionalmente un fuerte superávit comercial; aproximadamente 11,8 billones de yenes (109 millardos de dólares) en 2004, 8,7 billones de yenes (78,5 millardos de dólares en 2005), 7,9 billones de yenes (67,9 millardos de dólares) en 2006 y 10,8 billones de yenes (113,6 millardos de dólares) en 2007. Sin embargo, en los tres últimos años, ese tradicional superávit se había reducido considerablemente. En el año 2008, cayó más de un 80% con respecto al año anterior, para situarse en los 2,1 billones de yenes (15,37 millardos de euros; 20,3 millardos de dólares). En el 2009, el superávit fue ligeramente superior al de 2008, pero lejos de las cifras de años anteriores. Se alcanzó un superávit comercial de 2,8 billones de yenes (22,65 millardos de euros; 29,9 millardos de dólares). (OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA, 2010).

La apreciación del yen con respecto al dólar y euro y la drástica reducción de las exportaciones; estas fueron las principales causas de la fuerte reducción del saldo de la balanza comercial. Las importaciones alcanzaron en el 2010 la cifra de 522,16 millardos de euros y la exportaciones 579,17; el superávit de balanza de mercancías en 2010 ha sido de 57,54 millardos de euros.

La apertura comercial de Japón, si usamos el ratio IMP/PIB es de un 12,79%, la más baja del mundo industrializado en 2010. El ratio de (EXP+IMP)/PIB ha disminuido hasta el 26,9% en 2010. Conviene recordar que el ratio de importaciones con respecto al PIB está sesgado al alza por el aumento de los precios de la energía y la depreciación del yen (que inflan el valor de las importaciones) y por la herencia deflacionaria interna (que tiende a deprimir el PIB nominal). (OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA, 2010).

Según los datos de 2010, los principales proveedores de Japón son China (18,8%), Unión Europea (9,2%), EE.UU. (10,2%), Arabia Saudí (6,7%), Australia (6,2%), Emiratos Árabes (6,1%), Indonesia (4,3%) y Corea del Sur (3,9%).

Japón mantiene un significativo superávit comercial, especialmente frente a los EE.UU. y la Unión Europea. Por el contrario, su comercio es deficitario con China y el Oriente Medio (debido a la deslocalización de algunas industrias japonesas y a la adquisición del crudo). (OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA, 2010).

Los renglones más importantes de la importación japonesa son el petróleo y sus derivados (18,1%), maquinaria eléctrica (13,2%), productos alimenticios (5,1%), productos químicos (8,8%) y maquinaria no eléctrica (7,8%).

Los renglones más importantes de la exportación en los que Japón basa su economía son: productos químicos (10,1%); maquinaria mecánica (19,68%); maquinaria eléctrica (9,49%); equipos de transporte (22,62%), automóviles y tecnología.

2.2 Comercio Bilateral Ecuador-Japón

Japón representa actualmente para el Ecuador, el mercado más importante de Asia, con una población de alrededor de 128 millones de habitantes caracterizados

por un elevado poder de compra (\$28,700 al año) pero al mismo tiempo por una alta exigencia en la calidad y presentación de los productos demandados, convirtiéndose para el Ecuador en un mercado fuertemente estricto. (OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA, 2010).

Japón posee la tercera economía más grande del mundo; su producto interno bruto de Japón asciende a \$4,3 trillones de dólares, crece a un 0.2% anual y se sustenta principalmente en pesca 1.4%, industria 30.9% y servicios 67.7%. Las exportaciones de Japón crecieron en un 17.06% entre el 2001 y el 2003 y sus 3 principales rubros de exportación fueron maquinarias eléctricas, vehículos y artefactos eléctricos los cuales mantienen un crecimiento sostenido a través de los años. (OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA, 2010).

Hoy en día, Japón es uno de los mayores importadores de alimentos del mundo. Resulta interesante conocer que, según un estudio realizado por el Centro de Desarrollo del Ocio de Japón, el principal pasatiempo de los japoneses consiste en cenar fuera de su casa, hecho que estimula la importación y el consumo de productos alimenticios desde los más variados orígenes, entre los que destacan las hortalizas, maíz, trigo y frutas. (OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA, 2010).

Adicionalmente, los hábitos alimenticios de los japoneses determinan que ese país sea un gran importador de mariscos y pescados. Todo esto configura un mercado potencial muy importante para productos de la oferta exportable ecuatoriana.

El mercado japonés abastece por sí mismo un 40% de su consumo interno y el 60% proviene de las importaciones. En términos de comercio global (importaciones + exportaciones), la importancia de Japón, como socio comercial, radica fundamentalmente en la magnitud del volumen de las importaciones, las

mismas que representaron alrededor de un 4.23% del total importado del Ecuador durante ese año. (OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA, 2010).

Para el período comprendido de 2001 a 2003, las importaciones totales del Japón presentaron una tendencia creciente al pasar de US\$ 227.945 millones en 2001 a US\$ 313.265 millones en 2003, registrando un aumento promedio anual del 4,92% en el período. En el año 2003 las importaciones aumentaron en 13,47% con respecto al mismo periodo del año 2002. Llegando en el 2007 a la cifra de 494,67 millones de dólares en cuanto a importaciones.(PROECUADOR, 2012).

Durante el período 2007-2011, el saldo comercial de Japón tiene una tendencia decreciente, para el 2007 el valor fue de USD 92,083 millones y para el 2011 alcanzó el saldo negativo de USD 31,333 millones.

Entre los tratados bilaterales más importantes suscritos entre Ecuador y Japón, se encuentran los siguientes:

CUADRO 7
ACUERDOS BILATERALES ECUADOR- JAPON

INSTITUCIÓN RESPONSABLE DE LA EJECUCIÓN	BREVE DESCRIPCION (OBJETO)	Grado de Avance / Nivel de Ejecución	PROBLEMA
JPN099 - MINUTA DE DISCUSIONES SOBRE EL ALCANCE DE TRABAJO PARA EL ESTUDIO DEL PLAN DE REORGANIZACIÓN DEL SISTEMA DE APOYO A LOS PEQUEÑOS AGRICULTORES RURALES PARA LA REDUCCION DE LA POBREZA EN LA REGION DE LA SIERRA DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR. 05/03/2008			
MAGAP Agencia de Cooperación de de Japón(JICA)	Realizar estudio del Plan de reorganización del sistema de apoyo a los pequeños agricultores rurales El informe final del estudio se entregó en julio del 2010.	El Diagnóstico se presentó en Junio de 2009. La misión iniciará sus labores en Chimborazo. El primer borrador del estudio se lo entrego en octubre 2009.	Ninguno
JPN100 MINUTAS DE DISCUSIONES ENTRE LA MISION JAPONESA DEL ESTUDIO PREVIO Y LAS AUTORIDADES COMPETENTES DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR SOBRE LA COOPERACION TECNICA JAPONESA PARA EL PROYECTO DE CAPACITACION LABORAL PARA GRUPOS VULNERABLES DE LA POBLACION DEL ECUADOR, INCLUYENDO LOS REFUGIADOS.			
Ministerio de Trabajo	La Misión Japonesa del Estudio Previo organizada por la Agencia de Cooperación Internacional del Japón	Evaluación Previa del Proyecto Del 18 mayo a 6 junio fue realizada la Evaluación Previa del Proyecto por las autoridades competentes de ambos países. Identificación de Necesidades de Cursos-Desde Agosto hasta fines octubre fue realizado el estudio de necesidades de cursos básicos para el sector vulnerable en las Provincias de Pichincha, Tungurahua, Azuay, Napo, Santo Domingo e Imbabura. Las encuestas fueron aplicadas a más de 650 empresas y 1.500. [Ministerio de Trabajo] 18/11/2008 No se reportan avances significativos.	Gestión No hay hoja de ruta

Fuente: SENPLADES
Elaborado por: CTRI/ SENPLADES

2.2.1 Exportaciones

Las exportaciones ecuatorianas a Japón presentan un comportamiento relativamente estable durante la última década. Este dinamismo se basa en variaciones de las exportaciones de productos tradicionales como el banano,

pescado, camarón, café, cacao, madera. En la actualidad, Japón constituye el octavo mercado de exportación más importante para el Ecuador, captando el 2.62% de las exportaciones totales en 2003. Ecuador exportó en el 2003, dos mil sesenta y tres partidas arancelarias, de las cuales 89 partidas arancelarias se exportaron hacia Japón, esta última cifra equivale a 4.31% del total de partidas arancelarias. (PROECUADOR, 2012).

La escasa diversificación y concentración de las exportaciones ecuatorianas a Japón se demuestra al conocer que alrededor del 95% de las exportaciones no petroleras, pertenecen al rubro alimentos, entre los que dominan las exportaciones de banano, productos del mar -camarón, atún, langostinos, tiburón, entre otros. Otros productos de importancia son: café y elaborados de café; harina de pescado; cacao y elaborados de cacao; jugos y concentrados de frutas, etc. Dentro de las materias primas y productos industrializados, destacan las exportaciones de madera en bruto e industrializada; y, fibras de alpaca. (PROECUADOR, 2012).

En el 2009, se exportó 109,19 millones de dólares divididas en 135 partidas. El arancel promedio impuesto a los productos ecuatorianos fue de 6,4%. A continuación, se presenta un cuadro con los principales 20 productos exportados en el 2010 (enero – octubre).

CUADRO 8
EXPORTACIONES ECUATORIANAS A JAPÓN (ENERO-OCTUBRE 2010)

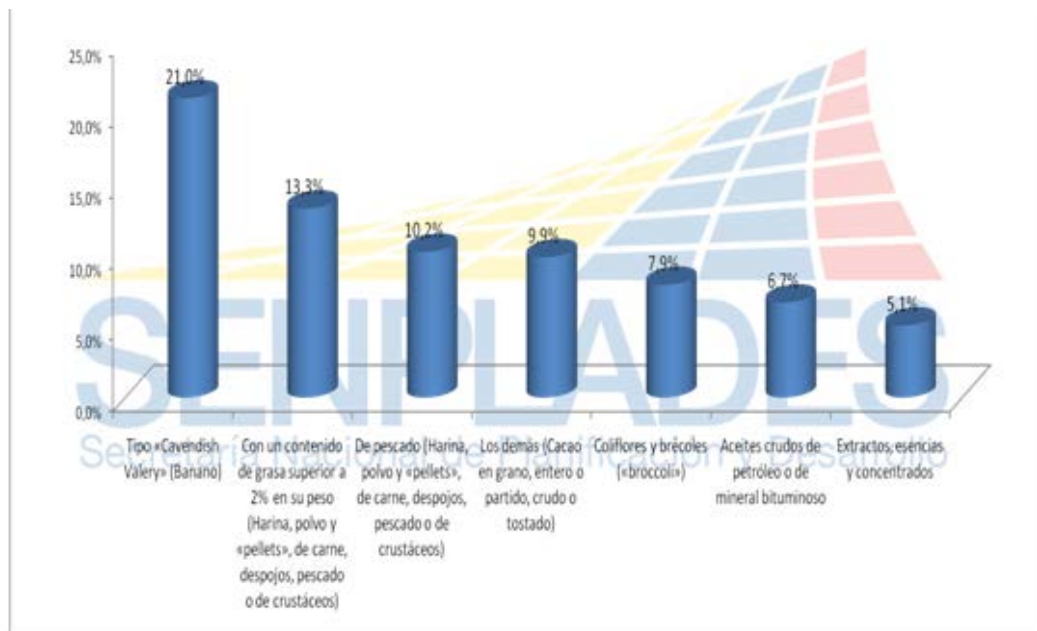
Producto	Monto (miles de dólares FOB)	% Total
Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso	225208,47	68,9%
Con un contenido de grasa a 2% en peso (Harina, polvo y «pellets», de carne, despojos, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos, impropios para la alimentación humana; chicharrones.)	34762,12	10,7%
Tipo «cavendish valery» (Banano)	16557,82	5,1%
Los demás (Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.)	7700,91	2,4%
Coliflores y brócoles («brócoli»)	6953,61	2,1%
Los demás (Crustáceos, incluso pelados, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; crustáceos sin pelar, cocidos en agua o vapor, incluso refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; harina, polvo y «pellets» de crustáceos, aptos para la alimentación humana.)	4744,81	1,5%
Extractos, esencias y concentrados (Extractos, esencias y concentrados de café, té o yerba mate y preparaciones a base de estos productos o a base de café, té o yerba mate; achicoria tostada y demás sucedáneos del café tostados y sus extractos, esencias y concentrados.)	4458,76	1,4%
Las demás (Hortalizas (incluso «silvestres»), aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas.)	3074,84	0,9%
Albacoras o atunes blancos (Thunnus alalunga)	3060,48	0,9%
Los demás (Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.)	2934,23	0,9%
De marigold (xantófila) (Materias colorantes de origen vegetal o animal (incluidos los extractos tintóreos, excepto los negros de origen animal), aunque sean de constitución química definida; preparaciones a que se refiere la Nota 3 de este Capítulo a base de materias colorantes de origen vegetal o animal)	2368,11	0,7%
Coco, abacá (cañamo de Manila [Musa textilis Nee]), ramio y demás fibras textiles vegetales no expresadas ni comprendidas en otra parte, en bruto o trabajados, pero sin hilar; estopas y desperdicios de estas fibras (incluidos los desperdicios de hilados y las hilachas)	1941,53	0,6%
Atunes de aleta amarilla (rabiles) (Thunnus albacares)	1756	0,5%
Los demás (Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.)	1559,65	0,5%
Sin desgrasar (Pasta de cacao, incluso desgrasada.)	1307,1	0,4%
Mangos	1047,52	0,3%
Los demás (Crustáceos, incluso pelados, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; crustáceos sin pelar, cocidos en agua o vapor, incluso refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; harina, polvo y «pellets» de crustáceos, aptos para la alimentación humana.)	838,41	0,3%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: CTRI/SENPLADES

Durante el periodo 2005-2009 las exportaciones hacia Japón representaron el 0,74% del total de las exportaciones ecuatorianas, las cuales presentan concentración en los rubros de banano, cacao y harina de pescado.

GRAFICO 8
EXPORTACIONES DE ECUADOR A JAPON



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: CTRI/SENPLADES (2010)

Los productos que más han crecido en su nivel de exportaciones durante el periodo 2005-2009 se encuentran detallados en el siguiente cuadro:

CUADRO 9
PRODUCTOS EN CRECIMIENTO

Crecimiento 2005-2009
Harina, polvo y «pellets», de carne, despojos, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos, impropios para la alimentación humana; chicharrones.
Tipo «cavendish valery» (Banano)
De pescado (Harina, polvo y «pellets», de carne, despojos, pescado o de crustáceos)
Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso
Los demás (Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado)
Coliflores y brécoles («brócoli»)
Extractos, esencias y concentrados (Extractos, esencias y concentrados de café, té o yerba mate y preparaciones a base de estos productos o a base de café, té o yerba mate; achicoria tostada y demás sucedáneos del café tostados y sus extractos, esencias y concentrados)
Los demás (Crustáceos, incluso pelados, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; crustáceos sin pelar, cocidos en agua o vapor, incluso refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; harina, polvo y «pellets» de crustáceos, aptos para la alimentación humana)
Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado
Los demás (Crustáceos, incluso pelados, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; crustáceos sin pelar, cocidos en agua o vapor, incluso refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; harina, polvo y «pellets» de crustáceos, aptos para la alimentación humana)
Los demás (Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma)
Coco, abacá (cáñamo de Manila [Musa textilis Nee]), ramio y demás fibras textiles vegetales no expresadas ni comprendidas en otra parte, en bruto o trabajados, pero sin hilar; estopas y desperdicios de estas fibras (incluidos los desperdicios de hilados y las hilachas).
En bruto, (Coco, abacá (cáñamo de Manila [Musa textilis Nee]), ramio y demás fibras textiles vegetales no expresadas ni comprendidas en otra parte, en bruto o trabajados, pero sin hilar; estopas y desperdicios de estas fibras (incluidos los desperdicios de hilados y las hilachas).)
Sin desgrasar (Pasta de cacao, incluso desgrasada)
Albacoras o atunes blancos (Thunnus alalunga)
De marigold (xantófila) (Materias colorantes de origen vegetal o animal (incluidos los extractos tintóreos, excepto los negros de origen animal), aunque sean de constitución química definida; preparaciones a que se refiere la Nota 3 de este Capítulo a base de materias colorantes de origen vegetal o animal)
Rosas
Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma
Crustáceos, incluso pelados, vivos, frescos, refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; crustáceos sin pelar, cocidos en agua o vapor, incluso refrigerados, congelados, secos, salados o en salmuera; harina, polvo y «pellets» de crustáceos, aptos para la alimentación humana.
Los demás (Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.)

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: CTRI/SENPLADES

2.2.2 Importaciones

En lo que respecta a las importaciones, Japón es actualmente el octavo proveedor de Ecuador, superado por Estados Unidos, Colombia, Venezuela, Brasil, Chile, Panamá y China. Para el 2003, el 4.23% del total de importaciones ecuatorianas provino de Japón, siendo los productos importados principalmente: vehículos, tractores y equipo de transporte; maquinaria y sus partes; aparatos y material eléctrico y sus partes; caucho y manufacturas de caucho; aluminio y sus manufacturas; fundición, hierro y acero. (SENPLADES, 2012)

Por otro lado, es interesante constatar que más del 99% de las importaciones se refieren a productos industrializados y materias primas industriales, situación totalmente diferente a la composición de las exportaciones ecuatorianas, en la que predominan los productos primarios. (SENPLADES, 2012)

En el 2009 se importó 560,12 millones de dólares de un total de 1.024 partidas.

CUADRO 10
IMPORTACIONES ECUADOR DE JAPON

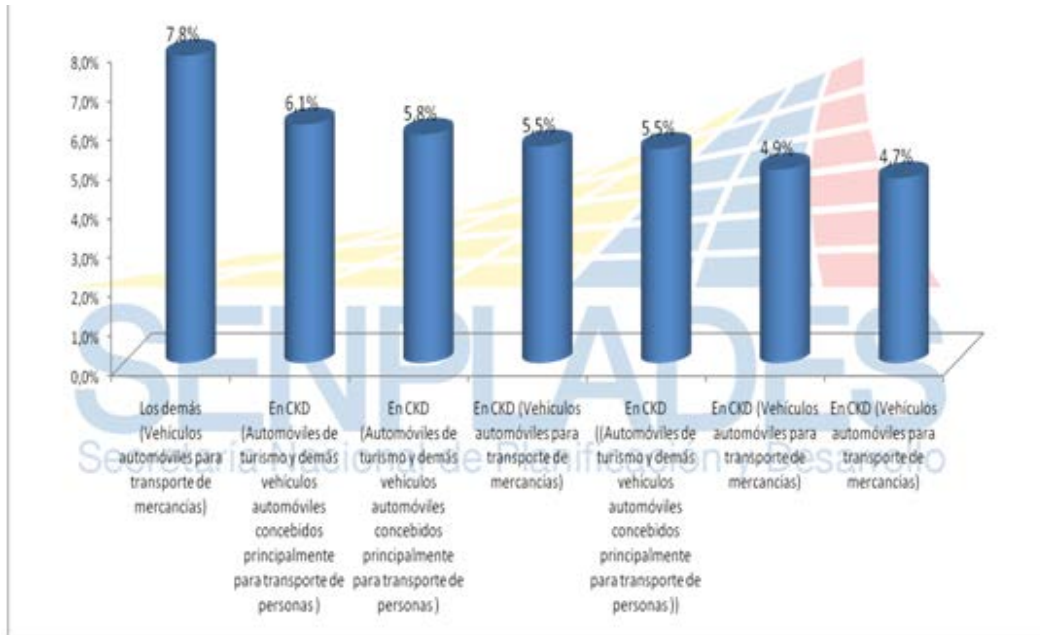
Importaciones Ecuatorianas desde Japón (Enero-Octubre 2010)		
Producto	Monto (miles de dólares CIF)	%/Total
En CKD (Automóviles de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para transporte de personas (excepto los de la partida 87.02), incluidos los del tipo familiar («break» o «station wagon») y los de carreras.)	121324,37	20,9%
Vehículos híbridos (Automóviles de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para transporte de personas (excepto los de la partida 87.02), incluidos los del tipo familiar («break» o «station wagon») y los de carreras.)	44803,25	7,7%
En CKD (Vehículos automóviles para transporte de mercancías.)	36115,82	6,2%
En CKD (Vehículos automóviles para transporte de mercancías.)	25503,84	4,4%
Los demás (Chasis de vehículos automóviles de las partidas 87.01 a 87.05, equipados con su motor.)	25230,24	4,3%
De peso total con carga máxima superior a 20 t: (Vehículos automóviles para transporte de mercancías.)	23786,97	4,1%
Los demás (Automóviles de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para transporte de personas (excepto los de la partida 87.02), incluidos los del tipo familiar («break» o «station wagon») y los de carreras.)	21862,8	3,8%
Los demás (Vehículos automóviles para transporte de mercancías.)	19929,96	3,4%
Los demás kg 5 (Productos laminados planos de hierro o acero sin alear, de anchura superior o igual a 600 mm, laminados en caliente, sin chapar ni revestir.)	11396,23	2,0%
De espesor inferior o igual a 1,8 mm kg 5 (Productos laminados planos de hierro o acero sin alear, de anchura superior o igual a 600 mm, laminados en caliente, sin chapar ni revestir.)	10538,08	1,8%
Los demás (Automóviles de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para transporte de personas (excepto los de la partida 87.02), incluidos los del tipo familiar («break» o «station wagon») y los de carreras.)	9912,95	1,7%
Radiales (Neumáticos (llantas neumáticas) nuevos de caucho.)	9658,51	1,7%
Los demás (Vehículos automóviles para transporte de mercancías.)	7732,19	1,3%
Los demás (Vehículos automóviles para transporte de mercancías.)	6853,05	1,2%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: CTRI/SENPLADES (2010)

Durante el periodo 2005-2009, las importaciones dirigidas a este país representaron el 3,84% del total importando donde las principales adquisiciones fueron los vehículos y partes de vehículos.

GRAFICO 9
IMPORTACIONES 2005-2009



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: CTRI/SENPLADES

2.2.3 Balanza comercial

La tendencia que ha seguido la balanza comercial bilateral durante la última década, ha sido bastante irregular. Como puede observarse en el cuadro a continuación, las exportaciones han disminuido significativamente con ciertos aumentos en los años 2006, 2007, mientras que las importaciones han tenido importantes variaciones, dando como resultado un saldo igualmente variable, pero sin llegar a ser positivo para el Ecuador.(PROECUADOR, 2012).

CUADRO 11
BALANZA COMERCIAL DE JAPÓN

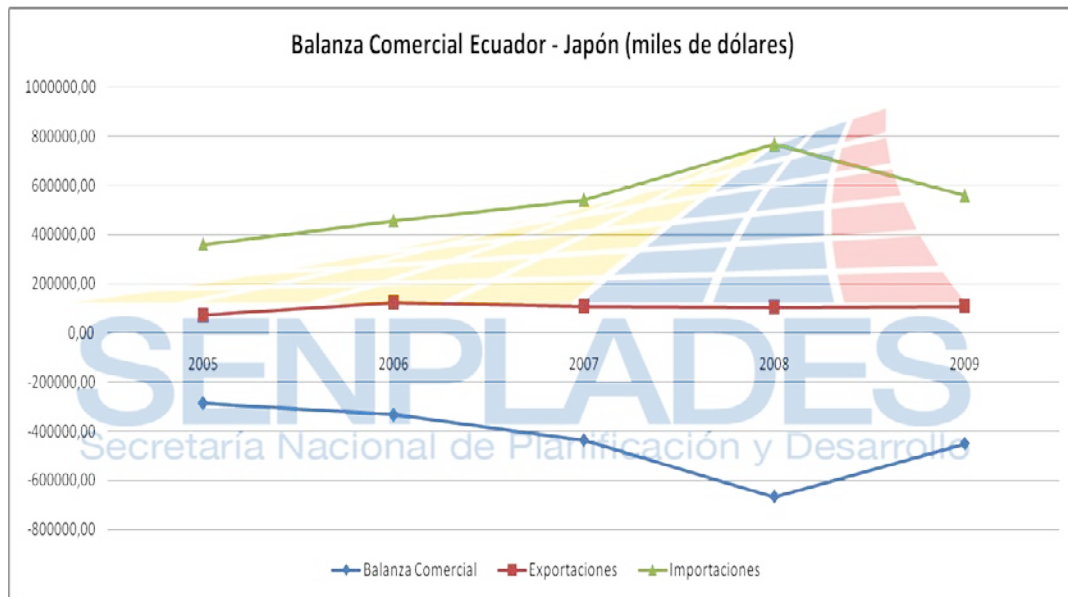
ANO	EXPORTACIONES	IMPORTACIONES	BALANZA COMERCIAL
2001	122,793	227,945	-105,152
2002	97,853	382,14	-284,287
2003	89,337	313,265	-223,928
2004	78,926	357,47	-278,544
2005	73,08	437,618	-364,538
2006	122,514	526,918	-404,404
2007	104,981	494,67	-389,689

Fuente: INDEX
Elaborado por: Cristina Salazar

La balanza comercial en el 2009 fue deficitaria por un monto de 451,07 millones de dólares. El Ecuador importa cinco veces más de lo que exporta hacia Japón. Durante el periodo 2005-2009, la balanza comercial siempre ha sido negativa. Las importaciones presentan una tendencia creciente desde el 2004 con un descenso en el 2009 de 215 millones de dólares, mientras que las exportaciones prácticamente se han mantenido constantes. (SENPLADES, 2012)

El acuerdo comercial que Japón tiene con el Ecuador es Arancel preferencial para países del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) en donde los productos beneficiados son: agrícolas piscícolas y todos los productos industriales pero con excepciones a los textiles y confección, productos del cuero, calzado, productos siderúrgicos y productos derivados del petróleo. (SENPLADES, 2012)

GRAFICO 10
BALANZA COMERCIAL ECUADOR- JAPON



Fuente: Banco Central del Ecuador
 Elaborado por: CTRI/SENPLADES (2010)

Principales Socios Comerciales: China 18,88%, EE.UU. 16,42%, Corea del Sur 8,13%, Taiwán 6,27%, Hong Kong 5,49% por el lado de las exportaciones y China 22,2%, EE.UU. 10,96%, 6,29% Australia, Arabia Saudita 5,29%, Emiratos Árabes Unidos 4,12%, Corea del Sur 3,98%, Indonesia 3,95% por el lado de las importaciones.

2.3. Acceso al Mercado

2.3.1 Tratamiento de las importaciones (despacho de aduanas; documentación necesaria) y Requisitos Arancelarios

De acuerdo a la Ley de Aduana, como parte de los procedimientos requeridos para la importación de mercancías, el importador deberá obtener un permiso de importación de productos para poder presentar la respectiva declaración en Aduana, la cual debe ser realizada después que las mercancías hayan entrado en una zona Hozei4 (Zona asignada para el almacenamiento de mercancías importadas o destinadas a la exportación). (PROECUADOR, 2012).

Las autoridades aduaneras japonesas exigen que todas las importaciones vayan acompañadas de los documentos requeridos, como son la factura comercial, el packing list, el original firmado del conocimiento de flete o de embarque, certificado de origen, certificado de seguro, además de la cantidad y el valor de las mercancías que vayan a importarse. (PROECUADOR, 2012).

Además de estos requerimientos generales para cualquier importación, existen también requerimientos específicos, según las características del producto importado (certificaciones, autorizaciones, permisos de importación.). (PROECUADOR, 2012).

Cuando la Oficina de Adunas haya verificado la documentación, expide el permiso de importación, el cual puede otorgarse tan pronto se confirme la entrada de la carga en base al Sistema de Autorización de Importación Inmediata a la Llegada. (PROECUADOR, 2012).

Para agilizar, este proceso los importadores podrán presentar una declaración preliminar en línea, a través del Sistema Nipón de Despacho de Aduana Automatizado de la Carga (NACCS).

Los derechos de aduana se pueden pagar a través de un sistema de redes de pagos múltiples que conecta a las instituciones de cobro (autoridades gubernamentales) con las instituciones financieras. Las importaciones se valoran sobre la base de su valor C.I.F. (PROECUADOR, 2012).

La documentación necesaria requerida cómo trámite para acceder al mercado japonés, está indicada en el Sitio Web de Customs Japan, en la cual se detalla los siguientes requisitos:

- Factura o documentos equivalentes y de otra índole necesarios para determinar la norma fiscal
- Certificado de origen
- Certificado de aprobación de mercancías cuya aprobación se requiere por el Ministro de Economía, Comercio e Industria o al Director de Aduanas.
- Además de los 3 documentos previamente mencionados, y certificados que acrediten un permiso de importación o la aprobación de los bienes que se requiera por las leyes pertinentes y las órdenes previstas en el artículo 70 de certificación o la confirmación de la Ley Aduanera. (Por ejemplo se indica, el recibo de la notificación de un “certificado de notificación de importación de alimentos”, de acuerdo a las disposiciones de la Ley de Higiene Alimentaria y un “certificado de inspección de cuarentena para la importación” de acuerdo a las infecciones de enfermedades animales domésticos Ley de Control.
- Documentos para los importadores de mercancías que buscan la aplicación de tarifas preferenciales o la reducción o exención de los aranceles de acuerdo a la Ley de Arancel de Aduanas, y que están obligados a presentar documentos específicos sobre la declaración de importación.
 - Listas de empaque.
 - Certificados de seguros.
 - Licencias y certificados requeridos por las leyes y demás normas aduaneras, en el caso de importaciones restringidas.
 - Solicitud o certificado de aprobación de exención de impuestos para las mercancías que están sujetas al impuesto sobre el consumo interno.
 - Declaración de cálculo (limitado a los bienes que requieren cálculos complicados para tener un porcentaje, precio, en otros).
 - Carta de pago (sin incluir los casos con la extensión completa de la fecha límite de pago).
 - Aplazar confirmación de impuestos (en relación a los casos con fecha límite de pago) (PROECUADOR, 2012).

Las Aduanas de Japón (Japan Customs), se consideran la puerta de enlace para el comercio exterior de Japón. La función principal es recoger los derechos de aduana, el consumo y otros impuestos sobre bienes importados; además de facilitar y promover la armonía internacional. (PROECUADOR, 2012).

Las Aduanas de Japón estiman que el valor recaudado a través de su gestión es el 10% los ingresos fiscales anuales de Japón, ascendiendo cerca de los 5 billones de yenes. Existen 68 oficinas de Aduanas en todo el país a partir de Julio 2009, facilitando los servicios aduaneros en zonas alejadas en cada una de las jurisdicciones entre la oficina sede de Aduana, oficinas sucursales, sub-sucursales y puestos de guardia. (PROECUADOR, 2012).

Los puestos de control aduanero o guardia, vigilan y controlan la entrada de los buques; la entrega y recepción de carga. A nivel nacional, hay 10 puestos de control y 117 sub-sucursales a partir de julio 2009. (PROECUADOR, 2012).

Las Aduanas de Japón diseñaron la clasificación armonizada de acuerdo a la Ley del Arancel de Aduanas, estableciendo una Tasa Temporal y una Tarifa General para determinados productos. En este sentido, cuando la tarifa aduanera de la OMC o del Acuerdo de Asociación Económica (EPA) es inferior, se aplican las indicadas antes de la Tarifa General de Aduanas de Japón. (PROECUADOR, 2012).

La tasa aduanera aplicada en Japón es la más baja de la OMC, para determinados países en desarrollo la Ley de arancel de Aduanas y la Ley de Medidas Arancelarias Temporales también proporcionan la Tasa Preferencial (SGP) para países en desarrollo y la Tarifa de la Nación más Favorecida (NMF) para todos los países miembros de la OMC, que es aplicable a determinados productos. (PROECUADOR, 2012).

Es necesario recalcar que el Arancel de Aduanas japonés se basa en la Nomenclatura Internacional del Sistema Armonizado. Se calculan sobre el valor

CIF de las mercancías y por término medio son de una protección arancelaria moderada de aproximadamente el 2%. (PROECUADOR, 2012).

Para la mayoría de los productos industriales, el arancel es nulo. No obstante, existen algunas excepciones que afectan a determinados productos agrícolas y manufacturados para los que dicho grado de protección es elevado. Además, algunas mercancías están sujetas a contingentes arancelarios por razones sociopolíticas, como sucede en el caso del calzado cuyas importaciones fuera del contingente arancelario están gravadas con un arancel ad valorem del 30% o específico de 4.300 yenes por par, aplicándose el que resulte mayor. (INSTITUTO DE FOMENTO REGIÓN MURCIA, 2012).

La tarifa arancelaria aplicada según datos del MAC MAP por Japón a los productos ecuatorianos que ingresan a este mercado, se detallan a continuación:

TABLA 6
TARIFAS ARANCELARIAS JAPON- ECUADOR

Producto	Descripción	Preferencia	Tarifa Aplicada	Total Ad valorem
030341	Albacoras o atunes blancos congelados excluido filete, higado, h	MFN Duties	3.50%	3.50%
030379	Los demas pescados congelados, excluidos filetes, higados, huevas	MFN Duties	5.02%	5.02%
060390	Flores y capullos, para ramos o adornos, secos, blanqueados, teñidos,	MFN Duties	0.00%	0.00%
180310	Pasta de cacao, sin desgrasar	MFN Duties	3.50%	3.50%
030613	Camarones, langostines y demás decapodos	MFN Duties	1.00%	1.00%
080300	Bananas o plátanos, frescas o secas	MFN Duties	10.00%	10.00%
180100	Cacao en grano, entero o perdido, crudo o tostado	MFN Duties	0.00%	0.00%
070410	Coliflores y brecoles, frescos o refrigerados	MFN Duties	3.00%	3.00%

Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: CTRI/ SENPLADES

En 2009, el Arancel promedio simple NMF indicados por la OMC que aplicó Japón fue de 10.7%, para productos agrícolas fue de 10.7%, mientras que para productos no agrícolas fue de 3.5%. (INSTITUTO DE FOMENTO REGIÓN MURCIA, 2012).

Hasta el momento el Ecuador no ha firmado ningún tratado de libre comercio con Japón, por esta razón al momento los productos ecuatorianos solo se benefician en Japón por la cláusula del la Nación Más Favorecida. (INSTITUTO DE FOMENTO REGIÓN MURCIA, 2012).

En Japón no existen zonas exclusivamente designadas como zonas francas, pero sí hay espacios en las aduanas para el tratamiento de depósito franco. A nivel privado, hay depósitos que la Aduana reconoce como zona franca, en donde se puede almacenar productos importados hasta por un plazo de dos años, sin tener la obligación de pagar derechos de aduanas ni impuestos. (PROECUADOR, 2012).

La oficina de Aduana de Japón brinda licencias de importación temporal exonerando del pago de aranceles a ciertos productos, como los equipos profesionales, muestras y material publicitario, instrumentos musicales, cámaras de televisión, entre otros. Además, se incluyen los productos que ingresan para ser exhibidos en ferias, siempre y cuando sean reexportados después de la exposición o sean almacenados en un depósito aduanero. La venta de estos productos en territorio japonés es prohibida. (PROECUADOR, 2012).

Otros productos, que se admiten como importación temporal son los destinados a un proceso específico (pintura, ensamblaje), a la reparación, a estudios científicos, productos para análisis de calidad o rendimiento. (PROECUADOR, 2012).

Según el Examen de Políticas Comerciales del Japón de la OMC realizado en el 2007, se introduce una lista de productos para cuya importación se requiere una autorización previa, entre los productos se destacan: la adición de los productos nucleares (materiales nucleares); armas (armas de fuego); pólvora; productos químicos (PCB, amianto); medicamentos (estupefacientes); y animales y vegetales incluidos en los apéndices de la (CITES). (PROECUADOR, 2012).

A partir de junio 2007, las personas jurídicas, incluidas las personas físicas y las empresas extranjeras y sus sucursales, están obligadas a obtener una licencia del Ministerio de Economía, Comercio e Industria si desean ejercer como corredores en transacciones comerciales o si se estima que las mercancías de que se trate pueden destinarse al diseño, la fabricación, el desarrollo o el almacenamiento de armas de destrucción masiva y/o misiles; también se requiere la licencia para el traspaso de esas mercancías. (PROECUADOR, 2012).

Por otro lado, el Japón estableció la Comisión de Inocuidad de los Alimentos para realizar las evaluaciones de los alimentos modificados genéticamente, de conformidad con las directrices del CODEX Alimentarius creado por la FAO y la OMS en 1963 con el fin de proteger la salud de los consumidores del cual Japón es país miembro. (PROECUADOR, 2012).

Actualmente, el Japón prohíbe las importaciones de carne de bovino y aves de corral procedentes de diversos países para impedir la propagación de la EEB y la influenza aviar. (PROECUADOR, 2012).

De conformidad con la Ley sobre Condiciones Sanitarias de los Alimentos, puede eximirse de la inspección a los cargamentos de alimentos si, en el momento de su importación en el Japón, son inspeccionados por una organización oficial de inspección en el país exportador y llevan el resultado de la inspección. (PROECUADOR, 2012).

Para poder beneficiarse de dicha exención, tales organismos de inspección deben estar registrados en el Gobierno del Japón a través del Gobierno del país exportador. La ley de Sanidad de alimentos asegura la sanidad de los mismos a través del Ministerio de Salud, Trabajo y Bienestar (MHLW). La ley básicamente prohíbe la venta de alimentos conteniendo sustancias peligrosas; también determina los estándares de los alimentos, aditivos, envases. (PROECUADOR, 2012).

2.3.2 Requisitos de empaque, embalaje y etiquetado

El tamaño de letras en las etiquetas debe tener un tamaño mínimo de ocho puntos. Se recomienda que el exportador chequee las etiquetas para asegurar ésta conformidad. Además la etiqueta debe indicar en japonés la siguiente información:

- Nombre del producto
- País de origen.
- Nombre del importador.
- Ingredientes, además de aditivos, en orden descendiente al porcentaje de peso.
- El peso neto en unidades métricas.
- Fecha de vencimiento
- Modos de uso, instrucciones de conservación, preparación (las que en algunos casos son establecidas por el MHLW (Ministry of Health, Labour and Welfare), en el caso en que el producto pueda causar algún tipo de confusión. El etiquetado de ingredientes modificados genéticamente (GMOs) debe describirse (que puede ser maíz, soja, papa, semillas de algodón, colza, etc) cuando el ingrediente exceda el 5% del producto. En general, existen fuertes resistencias por parte del consumidor a comprar productos que tengan algún tipo de ingrediente GMO.
- En cuanto a agentes alérgenos, el MHLW, declara 5 ingredientes que se saben que tienen ése efecto: Trigo, alforfón, huevos, leche y maní. El MHLW declara otros alimentos con sustancias alérgenos pero no es obligatorio declararlas. (PROECUADOR, 2012).

En cuanto a certificaciones ambientales, sociales, laborales, el Ministerio de Agricultura, Forestación y Pesca (MAFF) se ocupa de las gestiones de riesgo y seguridad en los alimentos, principalmente en el etiquetado de los alimentos frescos, procesados y organismos genéticamente modificados, mediante la Ley de Estándares Agrícolas de Japón (JAS); además de velar por el control en las

certificaciones de productos orgánicos; y de aquellos productos con descripción específica de la información (trazabilidad); y de aquellos productos bajo un atributo diferencial mediante la certificación de un sello JAS específico. (PROECUADOR, 2012).

El MAFF opera también en la protección de las plantas y animales a través de una serie de leyes cuarentenarias. La certificación de un alimento mediante un sello de calidad JAS no es obligatoria, pero en un mercado exigente, siempre es una herramienta de confianza y de calidad para el consumidor local. A continuación, se incluyen los sellos de certificación:

GRAFICO 11
SELLOS DE CALIDAD JAS



Fuente: JETRO
Elaborado por: CTRI/ JETRO

De izquierda a derecha:

1. Certificación JAS (general)
2. Certificación JAS Orgánico
3. Certificación Especifica JAS
4. Certificación con Descripción de la Información (Trazabilidad)

Se recomienda que cualquier producto que no especifique claramente sus aditivos, conservantes, colorantes, condimentos o saborizantes, en el certificado de exportación deben describirse claramente éstos ingredientes (nombre de los compuestos químicos o bajo el código internacional) que serán adjuntados en la

orden de procedimientos de despacho de importación de embarque. (PROEcuador, 2012).

Antes de embarcar un nuevo producto en el Japón, el MHLW (Ministry of Health, Labour and Welfare) sugiere que los importadores entreguen una muestra del producto a importarse. De manera que la oficina de inspección de puerto garantice que el producto cumple con las regulaciones. Estas muestras son para que existan problemas de importación antes de su comercialización. (PROEcuador, 2012)

El principal mecanismo preferencial que pueden utilizar los productos ecuatorianos al mercado japonés, es el denominado Sistema Generalizado de Preferencias (SGP). Este mecanismo, impulsado originalmente por la UNCTAD, tiene como objetivo contribuir con el crecimiento económico y el desarrollo de las exportaciones de los países en vías de desarrollo. (PROEcuador, 2012).

El Ecuador, al ser beneficiario del esquema SGP de Japón, tiene derecho a reducciones arancelarias, incluyendo tratamiento libre de derechos, para los productos cubiertos bajo este esquema. La lista de productos incluidos es limitada, generalmente incluye productos industriales, agrícolas y pesqueros, y es sujeta a revisión anual. (PROEcuador, 2012).

Por otro lado, existe una serie de techos y límites para los diversos productos o grupos de productos considerados sensibles, de manera de que su importación no amenace la producción nacional. (PROEcuador, 2012).

Los productos exportados desde un determinado país beneficiario, deben ser reconocidos como originarios de ese país para ser elegibles (de acuerdo con los criterios de origen del SGP Japonés) y trasladados al Japón de acuerdo a reglas de transportación que garantizan que los bienes guardan su identidad y no son manipulados en el transcurso del embarque. (PROEcuador, 2012).

Es importante citar que el 13 de diciembre de 2000, el Consejo de Aranceles Aduaneros del Japón, luego de revisar el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) japonés, el cual expiró el 31 de marzo de 2001, informó sobre la necesidad de extender el período de aplicación del SGP japonés por un periodo adicional de diez años, así como también ampliar la lista de productos con tratamiento especial para los Países Menos Desarrollados (PMDs), de los cuales Ecuador forma parte. (PROECUADOR, 2012).

El SGP japonés ha contribuido a la promoción de las exportaciones así como también al aumento de ingresos por concepto de exportaciones de los países en vías de desarrollo; Hay un consenso generalizado entre la comunidad internacional en el sentido de que el SGP debe ser mantenido, para un mejoramiento del acceso a los mercados para los PMDs. (PROECUADOR, 2012).

2.3.3 Comercialización

Japón es una potencia económica y comercial que cuenta con un alto nivel de poder adquisitivo. Sin embargo, es un país lejano en todos los sentidos, con importantes diferencias culturales como los son en su idioma, hábitos sociales y la forma de hacer negocios. (CENTRO DE EXPORTACIÓN E INVERSIÓN, 2006)

La penetración en el mercado japonés normalmente exige la adaptación de los productos, larga preparación y conocimiento y un estudio profundo del país y sus costumbres, así como una fuerte inversión en capital humano y material. Las dos regiones económicas y comerciales más importantes de Japón son Kanto (Tokio y su alrededor) y Kansai (Osaka, Kobe, Kioto). (CENTRO DE EXPORTACIÓN E INVERSIÓN, 2006)

Una de las principales dificultades de la penetración comercial en el mercado japonés, constituye su complejo sistema de distribución, caracterizado por la existencia de un elevado número de mayoristas e intermediarios, y de importadores

especializados, que generalmente asumen también labores financieras. (CENTRO DE EXPORTACIÓN E INVERSIÓN, 2006)

Las prácticas comerciales se caracterizan por un lento proceso de toma de decisiones, un alto nivel de exigencia en el análisis de los productos, una gran importancia en la confianza y en la seriedad de la empresa proveedora y una alta valoración de las relaciones personales. (CENTRO DE EXPORTACIÓN E INVERSIÓN, 2006)

El alto poder adquisitivo, tanto en el ámbito importador como consumidor, exigen un producto de calidad y; con frecuencia, un proveedor capaz de garantizar un gran volumen de producto y suministro cuidado, estable y en plazo. (CENTRO DE EXPORTACIÓN E INVERSIÓN, 2006)

Siendo así el mercado japonés se lo considera como muy rentable a mediano plazo, debido a que normalmente las relaciones comerciales tienen larga duración, en las que las relaciones de clientela predominan sobre las condiciones de precio. (CENTRO DE EXPORTACIÓN E INVERSIÓN, 2006)

En materia de canales de distribución, el sector minorista controla cerca del 65% de las ventas de alimentos y bebidas en Japón. El mercado minorista de alimentos todavía está altamente fragmentado y, a diferencia del de Estados Unidos o los de la Unión Europea, está dominado por tiendas de especialidades, incluyendo tiendas familiares (mom-and-pop stores), y tiendas locales de alimentos. Los pequeños minoristas, sin embargo, están perdiendo terreno con almacenes más grandes de mercancías en general, supermercados y cadenas de tiendas prácticas. (CENTRO DE EXPORTACIÓN E INVERSIÓN, 2006)

Las tiendas locales y de especialidades controlan el 42% de las ventas del sector minorista, seguidas por los supermercados (32%), las tiendas prácticas (11%),

los almacenes de mercancías en general (10%) y los almacenes por departamentos (5%). (CENTRO DE EXPORTACIÓN E INVERSIÓN, 2006)

En general, estos almacenes son receptivos a productos foráneos, aunque a menudo exigen modificaciones a los productos para cumplir con los gustos y las preferencias locales. A este sector han ingresado grandes cadenas transnacionales como la estadounidense Costco y la francesa Carrefour. (CENTRO DE EXPORTACIÓN E INVERSIÓN, 2006)

El mercado japonés se caracteriza por su peculiaridad y por ello puede resultar un mercado difícil para las empresas extranjeras, que sienten cierta frustración a la hora de llevar con éxito su entrada en Japón. (ICEX, 2012). No se trata de un tema de aranceles o impuestos de la administración japonesa, sino de barreras mucho más discretas y que tienen que ver con las prácticas de negocio de las empresas o las propias exigencias del gobierno. Algunas de las particularidades que se plantean en el mercado nipón son:

La alta exigencia, del cliente japonés el cual no se conforma con poco; quiere los mejores productos y lo más frescos posible, siendo necesario para ello reposiciones de hasta varias veces al día. Sin embargo, también es un cliente fiel a una marca y que está dispuesto a pagar un alto precio por un producto de calidad. Esta característica es clave para el sector Gourmet y obliga a cuidar cada detalle pero, si se tiene un producto de calidad, también supondrá una gran ventaja competitiva para la empresa. (ICEX, 2012).

Por otra parte, los costes y el difícil mecanismo del sistema de distribución del país, compuesto por una larga cadena de mayoristas y minoristas, con un papel tradicionalmente muy importante en la cadena de reparto. Es aconsejable adaptarse a este sistema de distribución y no intentar crear uno propio en Japón, ya que se requiere de mucha inversión de tiempo y dinero. Además, el riesgo que se corre es enorme. Por otro lado, también es cierto que una vez se entre en el mercado, la

complejidad del propio sistema, hará difícil la entrada de empresas competidoras que aún no están familiarizadas con el mismo. (ICEX, 2012).

Las prácticas de negocio son el aspecto más importante a tener en cuenta en el mercado japonés. El proceso de negociación en Japón es muy diferente al occidental. El empresario japonés tiene un gran sentido de la lealtad. Las negociaciones son muy largas; aspectos tales como la confianza y motivación por la comercialización por parte del exportador son más importantes, a veces, que el precio del producto. (ICEX, 2012).

A pesar del alto nivel de exigencia de los japoneses, el mercado japonés es un mercado atractivo y muy demandado. La principal idea con que hay que entrar en él es la de generar confianza. Se trata de crear un vínculo de comunicación y apoyo mutuo con el socio japonés. Una vez se tiene, esto se transmitirá a los consumidores y habrá más probabilidad de que la relación comercial sea duradera. (ICEX, 2012).

Hay que tener claro que para los japoneses, el precio no lo es todo. A la hora de comparar los productos, en el caso de los consumidores; o los socios, en el caso de los minoristas, la clave está en la calidad y la confianza en la relación comercial. Se espera un flujo transparente en la comunicación y un gran compromiso en este mercado. A partir de este momento, el éxito de la empresa en el mercado nipón es sólo cuestión de tiempo. (ICEX, 2012).

Las prácticas de negocio del país también merecen especial atención y su conocimiento puede resultar de gran ayuda a la hora de conseguir acuerdos con empresas en el mercado. (ICEX, 2012). A continuación, detallaremos algunas de las más importantes:

Se trata de una cultura de consenso. Las decisiones deben pasar por muchas manos antes de tomarse; esto hace que los procesos de negociación sean muy largos.

Es muy difícil llegar a un acuerdo en poco tiempo, lo mejor es estar preparado para varias visitas al país y largas reuniones de trabajo.

Orientación al largo plazo. En el caso de un acuerdo, la empresa japonesa tiende a confiar ciegamente en la buena fe su nuevo socio. La perspectiva de alianza es a un muy largo plazo, con lo que si las cosas se hacen bien, con respeto y compromiso, Japón es uno de los países más seguros a la hora de mantener un negocio a flote. Por tradición, los acuerdos entre empresas son muy respetados. Así, se suele aconsejar que la asistencia a ferias y eventos en el mercado nipón sea continuada porque es la mejor vía por la que las empresas se dan a conocer e indirectamente se está mandando un mensaje de compromiso e interés por el mercado nipón.

Es necesario ser competitivo. Tanto con la calidad del producto como en el servicio al importador. Como se explica en el punto anterior, el buen hacer empresarial es clave en este mercado. Respetar los plazos de entrega o mantener la calidad en los productos son factores primordiales. La reputación empresarial es muy importante, con lo que será necesario dar toda la información posible acerca de la compañía y documentar con datos económicos históricos.

Sin embargo, las empresas exportadoras ecuatorianas no deben atenuar sus ganas de entrar a este mercado por los aspectos antes mencionados. Al contrario, el hecho de que no sea fácil la entrada en Japón ofrece muchas ventajas y la principal es que, una vez se esté dentro, la propia complejidad del sistema protegerá contra nuevos competidores. Además, como se ha mencionado, Japón necesita de productos extranjeros para abastecerse y, de hecho, muchas empresas extranjeras ya están en el mercado.(ICEX, 2012).

CAPITULO III

MERCADO DE PROTEAS

3.1 Las Proteas

3.1.1 Clasificación y descripción de las Proteas

Protea es el nombre botánico y el nombre común en castellano de un género de plantas florales. (ASOCIACIÓN PROTEAS LANZAROTE, 2011).

La protea parte de una de las más antiguas familias de plantas del mundo presente desde hace 300 millones de años, el nombre protea viene de la mitología griega, El nombre del género Protea fue creado en 1735 por Carlos Linneo en honor al dios Proteus, hijo de Poseidón, dios de los mares y tenía el poder de cambiar de forma y apariencia, y la protea tiene una gran diversidad en formas y colores también. (ASOCIACIÓN PROTEAS LANZAROTE, 2011).

Las proteas atrajeron la atención de los botánicos que visitan el Cabo en Sudáfrica en los años 1600s. Muchas especies fueron introducidas en Europa en los años 1700s, gozando de una popularidad única entre los botánicos de la época. (ASOCIACIÓN PROTEAS LANZAROTE, 2011).

La familia de las proteáceas viene desde tiempos remotos, sus ancestros crecieron en Gondwana, hace 300 millones de años. Esta familia se divide en 2 subfamilias: Proteoídea, mejor representada en el sur de África y Grevilleoídea, concentrada en Australia y Sudamérica y los otros segmentos más pequeños de Gondwana que ahora son parte del este de Asia. África comparte sólo un género con Madagascar, mientras que Sudamérica y Australia tienen muchos géneros en común, lo cual indica que se separaron de África antes de apartarse entre sí. (ASOCIACIÓN PROTEAS LANZAROTE, 2011).

Hoy en día, las Proteas crecen en forma natural y comercial en casi todos los climas del mundo, incluso en el norte de Europa, de tal manera que las Proteas

constituyen un rubro relativamente nuevo en el mercado mundial de las flores exóticas, y su crecimiento ha dependido de los estudios y de la aplicación tecnológica realizada en los últimos tiempos con intereses comerciales, especialmente a partir de los años 90. (ASOCIACIÓN PROTEAS LANZAROTE, 2011).

Se expenden en el mercado en una gran variedad de formas, colores, tamaños y tiempos de duración después del corte. En general tienen una duración de más de 30 días; hay especies que pueden tener una vida útil hasta 60 días en florero, como la Sunset Safari, lo que permite transportar el producto aún por vía marítima, reduciendo considerablemente los costos que representa el transporte aéreo y de refrigeración como sucede con las flores convencionales. (ASOCIACIÓN PROTEAS LANZAROTE, 2011).

Existen 73 géneros y 1500 especies de esta familia, la mayoría proviene de Australia (800), de África (400), de Sur América (90) y el resto de Madagascar, Nueva Guinea, Nueva Caledonia, Sureste de Asia y Nueva Zelanda. (HIDALGO, 2007)

La familia Proteáceas posee dos subfamilias; la subfamilia Proteoideae que se encuentra ampliamente distribuida en África y está representada por los géneros Protea, Leucadendron y Leucospermum y la subfamilia Grevilleoideae, originaria de Australia; representada por los géneros Grevillea y Banksia. . (HIDALGO, 2007)

Las especies más cultivadas en el mundo, pertenecen principalmente a los géneros Protea, Leucadendron, Leucospermum, Banksia, Telopea y Serruria, de las cuales se utiliza comercialmente su flor o follaje o bien se venden como plantas de maceta o jardín. . (HIDALGO, 2007)

Se cultivan en diferentes países, siendo los principales productores Australia y Sudáfrica ambos con más de 1.000 ha de superficie aunque también se cultivan en

Zimbabwe, Nueva Zelanda, Estados Unidos (Hawái y California), España (Islas Canarias), Portugal y recientemente su cultivo se ha extendido a Sudamérica en El Salvador, Chile, Ecuador, Uruguay y Colombia, estimándose una superficie mundial de 6.500 hectáreas. (HIDALGO, 2007)

Las Proteas constituyen un rubro relativamente nuevo en el mercado de flores. La familia proteácea cuenta con el mayor número de especies y géneros botánicos en la naturaleza, lo cual es una ventaja porque asegura la aparición de nuevas variedades todo el tiempo. (HIDALGO, 2007)

En cuanto a su polinización, las Proteas depositan el polen por las anteras sobre una extremidad modificada del estilo. Las flores generalmente están cerradas hasta ser accionadas por un pájaro, un mamífero o un insecto al visitarlas, cuando encajan una presión se abren lanzando el estilo que frota el polen sobre el visitante. Las flores pueden abrirse durante el calor del día o al atardecer. Los órganos masculinos maduran antes que los femeninos. Las mayorías de las especies de las Proteas parecen incapaces de auto polinizarse aunque ciertas variedades como *Leucospermum* fijan la semilla cuando está polinizado con polen de la misma planta. (ASOCIACIÓN PROTEAS LANZAROTE, 2011).

Hay cuatro principales polinizadores de Proteas:

1. Polinización de roedores.- La especie *Protea* produce un néctar que es rico en azúcar, esta especie para evitar el acercamiento de pájaros e insectos, oculta sus flores al nivel del piso, y estas están accesibles a los roedores que son atraídos por el néctar. (ASOCIACIÓN PROTEAS LANZAROTE, 2011).

2. Polinización de Pájaros: Las Proteas que son polinizadas por pájaros tienen colores brillantes para atraerlos. Puesto que los pájaros no confían en el olor. (ASOCIACIÓN PROTEAS LANZAROTE, 2011).

3. Polinización de insectos: Las flores de las Proteas pueden albergar hasta a 2.000 insectos al mismo tiempo atraídos por los colores brillantes y estos polinizan adecuadamente las flores en ausencia de los pájaros. (ASOCIACIÓN PROTEAS LANZAROTE, 2011).

4. Polinización por el viento: Hay solamente 10 Proteas que son polinizadas por el viento, estas se encuentran en África y todas son especies de Leucadendron. (ASOCIACIÓN PROTEAS LANZAROTE, 2011).

3.1.2 Características generales de las Proteas

Las proteáceas son árboles o arbustos leñosos de hábito perenne; su hábito de crecimiento es variable partiendo desde formas en cubierta vegetal con tallos rastreros y subterráneos, pasando por arbustos de crecimiento erecto y abierto, hasta formas de árbol. (HIDALGO, 2007)

Las hojas son grandes, lignificadas, duras y coriáceas. Una hoja madura podría quebrarse más fácilmente cuando es doblaba. La anatomía de la hoja está adaptada para la conservación del agua y resistencia al stress hídrico. (HIDALGO, 2007)

La mayoría de los géneros producen raíces proteoidesque corresponden a un grupo denso de raicillas que forman parte del sistema radical, estas raíces son más eficientes en absorber agua y nutrientes. Son raíces muy superficiales y se forman generalmente después de las lluvias en las plantas pioneras lo que les permite establecerse en suelos de bajo contenido de nutrientes. (HIDALGO, 2007)

Ciertos géneros producen un lignotúber, o tubérculos lignificados que es una hinchazón en la base del tronco del cual pueden surgir nuevos vástagos cuando el sistema de ramificación principal se daña o destruye. Lo que les permite a las plantas recuperarse después de un incendio o poda severa, los eucaliptus también poseen lignotúber. (HIDALGO, 2007)

Las inflorescencias son muy variadas y complejas dependiendo del género, presentándose espigas, panículas, umbelas o capítulos. En las flores no se diferencian pétalos ni sépalos, si no que forman estructuras llamadas tépalos. (HIDALGO, 2007)

El clima no es el factor más determinante en el éxito del cultivo de proteas, pues ellas son capaces de adaptarse a una gran diversidad de climas, obteniéndose igualmente buenas producciones.

Sin embargo las proteáceas requieren de un clima mediterráneo con una influencia costera el cual se encuentra en ciertos lugares del mundo tales como: Hawái, Algunas áreas costeras de España, Australia, Sudamérica y Sudáfrica. (HIDALGO, 2007)

En Sudáfrica que corresponde al lugar de origen de las proteáceas, el promedio de las temperaturas anuales son de 13° y 16° C mientras que la temperatura mensual está por debajo de los 20°C. (HIDALGO, 2007)

En Hawái donde se cultivan proteas comerciales (*Leucadendron*) el rango de temperaturas fluctúa desde un promedio mínimo diario mensual de sobre 13°C, durante el invierno y un máximo diario promedio de 25°C en el verano, pero el promedio diario rara vez sobrepasa los 20°C. (HIDALGO, 2007)

Las Proteáceas son susceptibles al daño por frío debido a que las yemas foliares no están protegidas por hojas escamosas, los rangos máximos registrados de tolerancia a las bajas temperaturas es de -5°C por periodos breves; sin embargo, según los daños se producen a -2°C, y sólo algunos cultivares resisten sin mayores problemas temperaturas de -5°C, mientras que las temperaturas máximas toleradas corresponden a 45° C. (HIDALGO, 2007)

La época ideal para plantar proteas es al inicio de las primeras lluvias de la temporada, para que exista un buen desarrollo del sistema radical, aunque en zonas muy frías se debe esperar hasta que finalice el periodo de heladas severas. (ASOCIACIÓN PROTEAS LANZAROTE, 2011).

Durante los meses de agosto- septiembre son una buena época para su plantación ya que, el suelo está lo suficientemente cálido y húmedo como para estimular un rápido crecimiento radical, mientras que la temperatura aérea restringe el crecimiento del vástago. Por el contrario, las plantaciones realizadas a mediados de verano son indeseables, pues las altas temperaturas pueden causar estrés hídrico en las plantas, aún cuando, aparentemente exista una adecuada humedad del suelo. (ASOCIACIÓN PROTEAS LANZAROTE, 2011).

En cuanto al cultivo, las plantas se enraízan en una mezcla del 50% materia orgánica y 50 % en sustrato inerte. Las bandejas se ponen en un lugar sombreado con riegos frecuentes, el calor y humedad excesiva provocan “Camping off” se evita esta enfermedad fumigando en forma preventiva contra hongos. El enrizamiento varía de dos a tres semanas. Una vez enraizado se trasplanta los esquejes a un recipiente más grande hasta que las raíces lo llenen. En ese momento está listo para trasplantar al campo. (FUERTES, 2008)

Al considerar el tipo de suelo para el cultivo de las proteas, se debe tener en cuenta el uso anterior, la productividad de la capa arable, el contenido y la fijación de fósforo. Además se tomarán en cuenta todas las características físicas, principalmente la textura y la estructura para saber si es suelo fácilmente compactibles. (FUERTES, 2008)

Prácticamente todas las proteas necesitan un suelo más bien pobre, arenoso, bien aireado, drenado y un pH ligeramente ácido. Su exposición debe de ser soleada y con temperaturas sin heladas. Estos arbustos necesitan una exposición soleada y

temperaturas medias altas (20-25°C). No toleran el frío y mucho menos las heladas. (FLORES Y PLANTAS, 2009).

Es muy importante un lugar donde haya circulación de aire, este movimiento de aire en sus hojas evita también el desarrollo de enfermedades fungosas. (FUERTES, 2008)

En estas condiciones no suelen tener problemas, mientras que con terrenos muy húmedos y encharcados, es casi seguro que morirán por asfixia radicular o por la aparición de la temida *Phytophthora*, el enemigo de origen hongo más importante de las Proteas. (FLORES Y PLANTAS, 2009).

La mayoría de proteas crecen en suelos muy estériles arenosos con pH 6, aunque con bastante agua crecen en cualquier suelo , exceptuando en suelos con niveles de fósforo altos el exceso de este provoca toxicidad que se manifiesta en amarillamiento y ennegrecimiento de las hojas produciendo la muerte de las plantas, considerando también que para tener una buena inducción del calor a través de las hojas la temperatura debe bajar de los 18 °C pero no menos de los 2 °C y en el día debe tener una temperatura de 38 °C y mantenerse por un periodo de 35 días, luego de haber encontrado el terreno que cumpla con los requisitos se prepara el suelo. (FUERTES, 2008)

Para la preparación del terreno es necesario comenzar con la labor de limpieza, luego se procede a la preparación y acondicionamiento. Es preferible realizar un subsolado si el sector es arcilloso el subsolador deberá ser 60 cm de profundidad y si el sector es arenoso, el subsolador deberá ser de 40 cm de profundidad, con el fin de mejorar las condiciones físicas, después del subsolado se realiza las enmiendas necesarias de acuerdo con el tipo de suelo. (FUERTES, 2008)

Después de aplicar al suelo lo que necesite para su mejoramiento, se pasa la rastra 1 o 2 veces según el tipo de suelo. El suelo debe mantener su estructura para

evitar la compactación por eso no es necesario el uso de rotador. Después de esto se procede a levantar las camas. Estas deben tener 50 – 60 cm de ancho, 25 – 30 cm de alto y 2 m entre centro de camas. (FUERTES, 2008)

La distancia de plantación es clave ya, es la misma distancia para todas las especies, 2.5 m entre hilera y 1 m sobre la hilera para que no tenga ningún inconveniente a la hora de pasar el tractor. (FUERTES, 2008)

Una teoría dice que las proteas se desarrollan en suelos pobres para no competir con otras plantas que tienen altos requerimientos nutricionales. El pH ideal para el cultivo de *Leucadendron* está entre 5.6 a 7.1, parece ser que fuera de estos rangos la planta no puede absorber micro nutrientes. Otra característica de este cultivo es que el exceso de fósforo (P) es perjudicial para su desarrollo. (FUERTES, 2008)

Una vez que están totalmente asentados sus cultivos, estas plantas se caracterizan por ser resistentes. Dependiendo de la especie, edad de la planta, tipo de suelo, clima los riegos con goteros localizados parece la mejor opción. Se puede suponer que, en un intervalo de tiempo del orden de minutos, el agua absorbida por una planta equivale aproximadamente a la pérdida por transpiración. (FUERTES, 2008)

La conducción estomática máxima es una característica de la especie y determina el nivel máximo de la transpiración. Los riegos deberán ser moderados y conviene esperar a que la tierra se seque antes de regar de nuevo. . Son plantas bastante resistentes a la sequía, es por lo que la mayoría de las proteas requieren cantidades normales de agua aunque pueden ser sensibles a los excesos. Se debe mantener un terreno bien drenado para evitar la acumulación de agua en las raíces. (FUERTES, 2008)

Las proteasson sensibles a la salinidad, por eso se debe regar con láminas continuas y no crear bulbos de riego, donde se acumulan las sales. Se debe plantar entre los goteros y no al lado de estos, por el problema del exceso de agua. (FUERTES, 2008)

Después de plantar se recomienda proporcionar alrededor de 2 a 3 litros de agua por planta por día dividido en mínimo 4 veces. La frecuencia y tiempo de riego depende de la época del año y según las edades de las plantas.(FUERTES, 2008)

En el área florícola, como en cualquier otro cultivo, uno de los factores más importante es la nutrición de la planta y más aun en la etapa de crecimiento de sus brotes florales, ya que mediante un adecuado manejo de este factor se tendrá los mejores rendimientos en la producción. (FUERTES, 2008)

La fertilización se realiza a través del riego, después de los 6 meses de la plantación se procede la fertilización en donde se aplica nitrógeno, potasio, calcio y magnesio. En la fertilización se reponen los nutrientes extraídos desde el suelo durante la cosecha. (FUERTES, 2008)

Para conocer lo que está extrayendo la planta se realizan constantes análisis de suelo y foliar. Este proceso de fertilización se planifica anualmente, luego la dosis se divide por mes y por semana. Los nutrientes se aplican en forma alternada semanalmente durante todo el año incluso en el invierno. (FUERTES, 2008)

Como resulta muy difícil aplicar una fórmula de fertilización diferente para cada situación, se acostumbra a utilizar una formula única, basada en la experiencia. El equilibrio para la fertilización en Proteas es 5:2:5 o 7:2:7. Aunque con este tipo de fertilización existe el peligro de elevar la salinidad y por eso es aconsejable dar, en ciertos casos una vez por mes, una cantidad de agua sola (lavado) en una cantidad mucho más elevada, y de esta forma lavar a fondo todo el exceso de sales que pueda haber en las raíces. (FUERTES, 2008)

El exceso de fósforo produce toxicidad que se manifiesta en amarillamiento y ennegrecimiento de las hojas, produciendo la muerte de la planta. (FUERTES, 2008)

Al momento de podar estos arbustos, se deben cortar las flores todos los años y mantener cuidada su forma. No se deben podar los tallos que no han florecido un año, ya que lo hará el siguiente. En la poda se deberá conservar siempre al menos 15 cm. De tallo con hojas verdes y sanas. Tras la poda, cada tallo producirá dos o tres nuevos que florecerán el siguiente año. A medida que maduran las plantas y aumenta el número de tallos, también se reduce la longitud de los mismos. Para conseguir que sean largos debemos eliminar algunos tallos del centro de la planta. El corte de la flor se hace normalmente con la flora abierta y el tallo desde 25 cm. Tutorados: a través de mallas o alambres colocados vertical u horizontalmente. (FUERTES, 2008)

3.1.3 Sanidad

La lista de plagas que ataca al cultivo de proteas es muy reducida y los ataques son esporádicos. La familia de las proteas es menos sensible a enfermedades que a otras plantas pero de todas maneras existen algunas que pueden provocar daño e inclusive la muerte de las plantas. (FUERTES, 2008)

Entre las principales plagas que atacan al cultivo de proteas están:

- **Gusanos, Orugas.-** Su daño se manifiesta en que comen las hojas, especialmente los brotes tiernos.
- **Áfidos, Pulgones.-** Dañan la apariencia de las hojas y su daño puede ser significativo.
- **Arañas.-** Los ácaros al succionar la savia producen manchas de color plata que le hacen perder su valor comercial al tallo.

- **Nematodos.-** Las plantas son sensibles al ataque de nematodos, conviene aplicar un nematicida antes de plantar y luego dos veces por año. (FUERTES, 2008)

En cuanto a enfermedades que afectan estas flores, entre las más importantes se encuentran:

- **Phytophthora cinnamomi.-** Esta enfermedad del suelo puede ocasionar un secamiento y muerte de la planta. Se produce por falta de drenaje o exceso de humedad en el suelo. Produce un amarillamiento de las hojas, algunas ramas se mueren, generalmente las más viejas y en casos severos toda la planta colapsa. En casos no graves se dañan solo las raíces, aparece de color marrón negruzco. La enfermedad puede transmitirse de planta a planta. (FUERTES, 2008)
- **Cilindrocladium y Fusarium.-** Son dos hongos del suelo que ocasionan una decoloración de las raíces. Se desarrollan en las mismas condiciones que *Phytophthora cinnamomi*, y pueden aparecer juntas como un complejo. (FUERTES, 2008)
- **Verticilium dahliae.-** Es una enfermedad vascular, las plantas infectadas deben eliminarse. (FUERTES, 2008)
- **Chondrostereum purpureum.-** Llamada también Silverleaf, las hojas reciben una tonalidad de color plateado en algunos tallos hasta completar toda la planta y algunas hojas cambian a verde claro o amarillo. El hongo penetra por heridas en las plantas. (FUERTES, 2008)
- **Alternaria.-** Aparecen síntomas de pudrición de enfermedad en las hojas, y hasta en los tallos, se desarrolla generalmente sobre zonas afectadas por otras enfermedades o por cualquier debilidad de la planta. (FUERTES, 2008)
- **Loeziodiplodia o Botridiplodia.-** Ésta enfermedad se desarrolla en lugares donde existe alta humedad. (FUERTES, 2008)

- Ennegrecimiento de las ramas.- Se produce por el hongo Cladosporium, especialmente en plantaciones adultas y llenas de follaje. Se producen manchas marrones o negras, el daño es principalmente estético. (FUERTES, 2008)
- Enanismo de las Hojas.- Se produce por un mycoplasma, partes de la planta se atrofian y las hojas quedan muy pequeñas, de coloración bronceada. El mycoplasma es transportado por insectos. El enanismo también puede aparecer por condiciones de estrés. (FUERTES, 2008)

3.2 Situación Internacional de las proteas

3.2.1 Oferta Internacional

Gracias a la evolución de la oferta mundial año tras año crece dentro de un mercado de alta demanda que necesita ser abastecido y frente a las demandas y oportunidades existentes, se ha creado un nuevo escenario, donde países que tradicionalmente han producido flores han desarrollado una industria de exportación fuerte y competitiva. (DAHIK Y NÚÑEZ, 2009).

Este es el caso de Kenia, en África, que ha llegado a ser el principal abastecedor de proteas del continente europeo, al cual envía casi la totalidad de su producción, que equivale a US \$100 millones, estimándose que el 25% de las proteas consumidas en Europa provienen de este país. (DAHIK Y NÚÑEZ, 2009).

La floricultura keniana se ha convertido en una alternativa concreta frente a la agricultura tradicional de subsistencia, generando un desarrollo importante en el sector agrario del país. (DAHIK Y NÚÑEZ, 2009).

En Latinoamérica países que se destacan claramente del resto de exportadores son Chile, Colombia, Peru y Ecuador. Colombia tiene una superficie dedicada a la floricultura de proteas 65 hectáreas y sus exportaciones son principalmente a Estados Unidos. Ecuador por otro lado, tiene una superficie de 78

hectáreas de cultivos de proteas, sus exportaciones son dirigidas al mercado estadounidense y europeo y tiene la ventaja sobre Colombia de una mano de obra más barata. (DAHIK Y NÚÑEZ, 2009).

La producción y comercialización de Proteas actualmente y en orden de importancia realizan Sudáfrica, Australia, Nueva Zelanda, Israel, Islas Canarias (España), Hawái, Zimbabwe, Holanda, California (EE.UU.), Chile, México y Ecuador. Pero, con excepción de Ecuador, en todos estos países en general la producción y la comercialización se llevan a cabo únicamente en un solo período del año, durante dos o tres meses, entre la primavera y el verano, dependiendo del hemisferio norte o sur en que se encuentren geográficamente ubicados. (DAHIK Y NÚÑEZ, 2009).

3.2.2 Análisis del Mercado Ecuatoriano.

Históricamente, los productos agrícolas de exportación del Ecuador se han desarrollado en base a las ventajas absolutas y comparativas naturales. Probablemente, el último de estos productos ha sido las flores, las cuales han tenido un crecimiento vertiginoso desde la década de los ochenta del siglo anterior y han llegado a constituirse, durante varios años, como el tercer rubro de exportaciones del país, solo superadas por el petróleo y el banano.

Ecuador es un país que cuenta con recursos suficientes para su desarrollo, razón por la cual se considera importante la inversión en el área agrícola, en este caso en el sector florícola mediante la realización de investigaciones que contribuyan al progreso económico y social del productor y del país. Su principal fortaleza radica en haberse constituido en el país que produce y comercializa productos de la floricultura convencional de la más alta calidad en el mundo. (FAINSTEIN, 2004)

El crecimiento de la floricultura en Ecuador se debe a una adecuada política implantada por los empresarios, que han convertido a esta actividad en una importante fuente generadora, no solo de divisas para el país, sino también de trabajo.

A pesar de las crisis, el sector florícola crece y hace todo lo posible por mantenerse a flote. El Ecuador tiene una tierra de oportunidades. La introducción de especies florales exóticas nuevas como las proteas en el mercado nacional, ha adquirido gran importancia durante los últimos años ya que además de contribuir a diversificar las especies que actualmente se comercializan otorga buena rentabilidad a los productores. (FAINSTEIN, 2004)

Las nuevas investigaciones y obtención de datos acerca de esta nueva flor exótica contribuyen de manera eficaz al desarrollo del sector florícola ecuatoriano creando una ventaja comparativa ante otros países debido a las condiciones climáticas que ofrece para su desarrollo. (FAINSTEIN, 2004)

3.2.3 Ventajas comparativas

En cuanto a ventajas comparativas, en relación a las flores hacen referencia a los factores naturales y climáticos gracias a la ubicación geográfica de Ecuador. Al estar en la zona ecuatorial, goza de 12 horas de luz durante todo el año; valles con adecuada temperatura a lo largo de toda Cordillera de los Andes; agua dulce de deshielo y vertientes; lo cual convierte al Ecuador en un espacio agroecológico ideal para el desarrollo de una floricultura excepcional en cantidad, calidad y diversidad, factores decisivos para una penetración en el mercado.

Estos dones naturales son: carencia de estaciones marcadas, lo que permite una producción anual continuada y sostenida, con similar presencia en el mercado; permanente y excelente luminosidad, igualmente todo el año, debido a las 12 horas de sol diarias; una diferencia de temperatura entre el día y la noche, que redundan en la exquisitez de la coloración; temperaturas día y noche adecuadas; régimen

moderado de lluvias prácticamente durante todo el año; suelos ideales para el cultivo específico en el caso de las proteas. (FAINSTEIN, 2004)

Todos estos factores redundan en la plantas; en el aumento de la producción por planta (en nuestro caso se está constatando en las primeras plantaciones un aumento al menos de un 30 por ciento y se espera más, con relación a la producción estandarizada de otros países); en la robustez de los tallos y flores; en la exquisitez de la coloración y el mejoramiento de la duración del tallo cortado. Todo esto implica ventajas en cantidad, calidad y oportunidad. (FAINSTEIN, 2004)

Mano de obra más barata para las principales actividades agrícolas. Todo esto hace que el cultivo de una hectárea de rosas en el Ecuador tenga un costo equivalente a la mitad de lo que costaría en Israel y a la cuarta parte de lo que valdría en Holanda. (FAINSTEIN, 2004)

Por otro lado entre las ventajas competitivas, si bien teniendo en cuenta el marco general de la floricultura, pero apuntando específicamente a esta investigación, se pueden señalar las siguientes:

El Ecuador cuenta con una ubicación estratégica de la plantación de proteas para la distribución como lo es la zona andina, que facilita la logística del envío y la transportación de la carga desde la finca hasta los terminales en el aeropuerto o hasta los muy cercanos puertos marítimos.

Las plantas de Proteas tienen una vida productiva de calidad por lo menos tres o cuatro veces más que la de las rosas. Esto implica una gran ventaja en términos económicos para satisfacer con menos esfuerzos y costos a los exigentes clientes internacionales.

Las proteas son un producto exótico y novedoso, recientemente introducido y bien aceptado por los mercados internacionales, razones que han motivado un

creciente interés por su cultivo en el Ecuador. La introducción de especies florales en el mercado nacional ha ido adquiriendo gran importancia durante los últimos años siendo un mercado potencial y otorgan buenas rentabilidades a los pocos productores de este cultivo. (FAINSTEIN, 2004)

Al ser las proteas una nueva variedad de flores exóticas tiene la posibilidad de convertirse en uno de los principales productores del mundo, debido a las condiciones climáticas que el Ecuador ofrece para su desarrollo, ambiente en el cual permite realizar cosechas durante todo el año. (FAINSTEIN, 2004)

La escasa información que existe en el país acerca de este tipo de flor y su manejo es uno de los principales inconvenientes para el floricultor ecuatoriano. Sin embargo al ser este un país que no tiene estaciones climáticas definidas sino épocas climáticas y la ventaja de que podemos cosechar durante todo el año, se hace necesario realizar nuestros propios estudios como fuente de información viable y confiable para la producción y éxito de este nuevo producto. (GUERRERO, 2006).

La introducción de especies florales exóticas nuevas como las proteas en el mercado nacional, ha adquirido gran importancia durante los últimos años ya que además de contribuir a diversificar las especies que actualmente se comercializan otorga buena rentabilidad a los productores. Además de que permite realizar investigaciones y obtener datos que puedan ser aplicados en el país y en la zona ya que solo de esta manera permitirá conocer el verdadero comportamiento de su desarrollo y sus requerimientos nutricionales los cuales puedan ser aplicados en nuestro medio. (GUERRERO, 2006).

En otros países estas variedades se cultivan en verano pero en Ecuador al no existir las cuatro estaciones, PROTEAS DEL ECUADOR S.A. prueba cuatro variedades de proteas a fin de verificar su adaptabilidad en Cayambe a 2.840 m s n m, con un clima templado, temperatura 18 grados centígrados, textura del suelo:

franco areno limoso, humedad relativa a 70%, velocidad del viento 12k/h sur este y nubosidad 5 octavos. (FUERTES, 2008)

El cultivo de proteas no requiere de infraestructura costosa que altere el ambiente, tampoco controles fitosanitarios intensivos; a su vez, el suministro de agua es mínimo por su origen desértico y por desarrollarse al aire libre. (FUERTES, 2008)

3.3.4 Principales géneros de Proteas

Safari Sunset, es la variedad más conocida y difundida dentro de los Leucadendron. Pertenece a la familia de las proteáceas, es un híbrido creado en 1962-1963, sus padres son Leucadendron Salignum (variedad roja) y Leucadendron Laureolum. Ambas crecen en una gran variedad de suelos, desde arenas hasta suelos con pH ácidos, son especialmente tolerantes a una gran variedad de condiciones climatológicas, como humedad, frío, alturas o falta de agua. Es lógico pensar que sus híbridos se adaptarán a una gran gama de condiciones climáticas, teniendo ciertas variaciones en sus características, como colores, tallos, límites de temperaturas. (DAHIK Y NÚÑEZ, 2009).

Crece vigorosamente y rápidamente, en forma erecta y puede llegar hasta los 3m de altura. Sus ramas pueden llegar fácilmente a 1m de longitud, sus hojas de color verde oscuro, con colores rojo vino al final de sus ramas, especialmente en sus brácteas. (DAHIK Y NÚÑEZ, 2009).

Las flores son insignificantes pero están rodeadas por unas hojas interminables coloreadas llamadas brácteas, a veces por error se las confunde con las flores. En todo el mundo excepto en el Ecuador, estas brácteas reciben un color vino fuerte en el invierno y cambian su color en el verano. Existen variaciones en las plantas o variedades de Safari Sunset , porque al principio salieron cerca de 18 descendientes del cruce original y todos fueron denominados Safari Sunset, por eso

existen pequeñas diferencias entre las variedades de los distintos viveros o propagadores. (DAHÍK Y NÚÑEZ, 2009).

Su producción es alta, sus tallos largos y su color rojo fuerte. Densidad de plantación 7.000 a 10.000 por hectárea. (DAHÍK Y NÚÑEZ, 2009).

La coloración fuerte, tallos gruesos y prolongada vida en florero la hacen una variedad muy admirada por los floricultores y compradores. Produce desde agosto a enero, necesita temperaturas menores de 15 grados centígrados de noche para recibir su coloración roja. (DAHÍK Y NÚÑEZ, 2009).

En el Ecuador se la cultiva, en la sierra, donde las temperaturas nocturnas bajan de los 15 grados centígrados todas las noches y de día hay 12 horas de sol y temperaturas aptas para el cultivo, esta variedad puede producir todo el año. (DAHÍK Y NÚÑEZ, 2009).

Existen multitud de usos para esta planta, por sus tallos coloridos y largos, se puede usar como flores o para arreglos florales, teniendo un largo de vida de semanas. Tiene una gran capacidad de soportar largas travesías y al ponerlo en agua revivir y estar completamente fresco, teniendo un amplio uso como planta ornamental. Todo el género de los *Leucadendron*, de los cuales hay por lo menos 100 variedades, tienen un gran potencial como planta decorativa. Se pueden vender tallos individuales o tallos spray con varias terminales. (DAHÍK Y NÚÑEZ, 2009).

Leucospermum Este género comprende 48 especies, todas nativas del Sur de África. Sus flores son conocidas como almohadillas “pincushines” o simplemente “pins”. En el hemisferio Sur florece en primavera hasta el verano. (DAHÍK Y NÚÑEZ, 2009).

Estas especies son siempre verdes y crecen en forma de arbustos hasta pequeños árboles, algunas tienen raíces regenerativas (raíces lignotubulares) para

sobrevivir a incendios. Las hojas son simples, desde lisas hasta con pelillos, con forma lisa o dentada. La floración está compuesta de muchas flores con un pequeño tallo, formando racimos sobre unas brácteas. La coloración varía en amarillo, naranja y roja. (DAHÍK Y NÚÑEZ, 2009).

El largo día y la radiación solar tienen efectos inductivos en la floración. La floración ocurre entre febrero a mayo. En Ecuador pueden florecer de forma continua. (DAHÍK Y NÚÑEZ, 2009).

Se cree que en Ecuador, con condiciones de alta radiación solar y 12 horas de luz, con temperaturas de día entre 16 a 20 grados, las flores puedan aparecer a partir de 4 meses de tener un brote de 1 cm. (DAHÍK Y NÚÑEZ, 2009).

Parece ser que la temperatura no es un factor limitante, pero está claro que la intensidad de la luz acelera el crecimiento floral y mejora la calidad de la producción. (DAHÍK Y NÚÑEZ, 2009).

La cosecha se realiza cuando las flores están abiertas en un 50%. Esta apertura puede variar de acuerdo a la distancia del país destino por el tiempo de llegada o los requerimientos del cliente. (DAHÍK Y NÚÑEZ, 2009). Entre las variedades están:

- L. High Gold
- L. Scarlet Ribbons
- L. Tango
- L. Petersonii

El *Leucospermum* tolera bien el frío, o sea que puede resistir períodos largos en cuarto frío o transporte siempre y cuando sea frío seco, con humedad relativa bien baja. Las temperaturas para conservar los *Leucospermum* son de 1 grado centígrado envuelto en plástico y en seco. (DAHÍK Y NÚÑEZ, 2009).

En cuanto a la demanda nacional, el mercado local es opacado por el mercado internacional, puesto que la Protea tiene mayor demanda fuera del país, una de las razones puede ser tal vez por la poca cultura ornamental ecuatoriana o por su alto costo. (FAINSTEIN, 2004)

La familia de las Proteáceas es comercializada a gran escala a nivel internacional, siendo Holanda el principal importador donde las exigencias de calidad son altas, y por ende los rendimientos cuando la producción cubre con las necesidades del mercado también son altos. (FAINSTEIN, 2004)

El mercado florícola holandés tiene una posición dominante a nivel mundial. Este liderazgo se debe primero a que concentra la mayor parte de la demanda mundial y segundo a causa de la re-venta de flores cortadas. (FAINSTEIN, 2004)

La comercialización de la protea es trascendental, ya que su producción total a la exportación es destinada a las subastas holandesas, muy conocidas por sus altos niveles de rentabilidad y por sus altas exigencias de calidad. (ECUADOREXPORTA)

En síntesis este país basa su competitividad en un proceso continuo de innovaciones tecnológicas y comerciales. Esta gran habilidad innovadora holandesa se ha concentrado principalmente en la oferta de su propia producción y de la re-venta de las producciones extranjeras importadas a las subastas. Todos estos factores son los que hacen considerar a Holanda como el destino ideal de la producción de este proyecto sin embargo gracias al acelerado desarrollo del sector florícola ecuatoriano ha podido realizar este proceso de exportación directamente a los consumidores, situándose entre uno de los países exportadores de mayor calidad. (ECUADOREXPORTA)

Por otro lado, las oportunidades de exportación a países asiáticos, así como a Japón para frutas y vegetales frescos, deshidratados o procesados, flores están

teniendo una acelerada aceptación. Por lo que vemos potencial en dicho mercado. (PADILLA, 2005)

El mercado japonés de alimentos y bebidas orgánicas es el más importante de la región asiática, las ventas de estos productos ascienden a 350 millones de dólares, este mercado tiene perspectivas de crecimiento que llegarían a los 3 billones de dólares, considerando las exigencias del mercado japonés en relación a las regulaciones gubernamentales y estándares de calidad JAS – Japanese Agricultural Standard. (PADILLA, 2005)

La dependencia de importaciones de la economía japonesa, resulta beneficiosa para el Ecuador, principalmente para una diversificación de sus exportaciones, tomando en cuenta que el Sistema Generalizado de Preferencias del Japón, se ha extendido por, un período adicional de diez años, con todas estas ventajas hemos elegido como mercado objetivo para nuestra investigación de exportación de proteas al país Japonés esperando un exitoso posicionamiento en el mercado, y fortalecimiento en nuestras exportaciones. (PADILLA, 2005)

3.3 Análisis Estructural de Porter

✓ Competidores de la Industria

La rivalidad entre los competidores existentes depende de la posición dentro del mercado, las tácticas para la competencia en precios, la introducción de productos y los golpes publicitarios son clave para liderar sobre los rivales o futuros rivales. (FAINSTEIN, 2004)

El sector florícola ecuatoriano, desde su inicio en la producción comercial de flores ha basado la creación de la ventaja competitiva en una producción de alta calidad y a un precio competitivo. Gracias a que se aprovecha eficientemente una beneficiosa posesión de factores de la producción, como las condiciones climáticas

así como también el factor de mano de obra, la inversión por hectárea en relación a sus competidores internacionales es mucho menor. (FAINSTEIN, 2004)

La rivalidad existente es moderada, pero esta debe ser entendida como saludable, pues incentiva a la mejora e innovación al interior del sector florícola y contribuyen a la formación e instalación de nuevas plantaciones, a través de lo cual la representatividad de la floricultura ecuatoriana en los mercados internacionales tendrá mayor impacto. (FAINSTEIN, 2004)

Los competidores de las exportaciones de este rubro en especial como son las Proteas que es el enfoque de este proyecto vendrían a ser todos los productores de la familia de las Proteáceas a nivel mundial como lo son sus países originarios del sur de África como Nueva Zelanda y Australia. (FAINSTEIN, 2004)

Siendo sus principales productores y competidores en este caso son Australia, Sudáfrica, Israel, Estados Unidos, entre otros pequeños países.

Dentro del Ecuador existen dos principales productores: Proteas del Ecuador y Proteas del Sol Andino, las cuales tienen ubicados sus cultivos en la Provincia del Pichincha en el sector de Cayambe, son empresas que producen y exportan la mayor cantidad de este tipo de flor en el Ecuador, desde hace aproximadamente 10 años, siendo el único país del mundo que puede producir la variedad “Safari Sunset” todo el año. (FAINSTEIN, 2004)

Potenciales Entrantes: Los participantes en cualquier sector, trae consigo una capacidad nueva y el deseo de ganar participación y posicionamiento en el mercado. La seriedad de la amenaza del ingreso depende de las barreras presentes y de la reacción proveniente de los competidores existentes.

En el sector florícola la curva de la experiencia o de aprendizaje es la principal barrera de ingreso ya que con el volumen acumulativo de producción de

una empresa en particular se logra eficiencia por parte de los trabajadores en un periodo de tiempo mediante la repetición constante, es por esta razón que los competidores nuevos sin experiencia enfrentan costos más alto que los competidores establecidos, particularmente los del productor con mayor participación en el mercado, y encuentran dificultades para colocarse a nivel de los competidores.

Efectivamente, los competidores nuevos se encuentran libres de la herencia de grandes inversiones del pasado, ya sean investigaciones o estudios de mercado. El competidor recién llegado o de menos experiencia puede adquirir o copiar los equipos y la tecnología más reciente a menores precios.

Así mismo las empresas nuevas deberán realizar una capacitación que debe ser obtenida antes de desarrollar un cultivo de Proteas, ya que la rentabilidad proviene directamente de la calidad de la flor otorgada durante su desarrollo.

Aun así cualquier país o empresa puede entrar en el mercado, y tomar participación en la comercialización de Proteas sin ningún problema.

✓ Proveedores

Los proveedores pueden ejercer cierto poder de negociación en los participantes de una industria, aumentando los precios o reduciendo la calidad de los productos y servicios adquiridos.

Los sectores que apoyan la gestión de la actividad florícola a través de la provisión de materia prima, insumos necesarios para completar el proceso productivo y de distribución son:

La Producción de plantas para el cultivo de flores, en un principio se importó plantas desde Holanda, Alemania, Israel. En la actualidad esto se ha superado y hoy contamos con producción nacional de excelente calidad.

Sector Agroquímico, es el encargado de proveer los insumos necesarios para la fertilización, control fitosanitario y mantenimiento del proceso productivo. Se los puede adquirir ya sea a través de importaciones, con distribuidoras o filiales internacionales en el mercado local.

Los agroquímicos implican: insecticidas, en este caso Venezuela es el país que en mayor cantidad aporta con este insumo. Los fungicidas, se los usa para evitar infecciones en el producto. Los principales países que producen estos fungicidas son EEUU y Francia. Los herbicidas utilizados para eliminar plantas indeseadas, serán importados desde Colombia

Industria de papel y cartón, dotan del material necesario para el empaque del producto en óptimas condiciones, su abastecimiento es garantizado su precio bajo y competitivo internacionalmente.

Industria del plástico, provee de los capuchones que permiten cubrir e producto, esto poseen calidad, disponibilidad y precios bajos. No obstante el plástico necesario y adecuado para la construcción de invernaderos es importado desde Colombia considerado por ser el mejor productor de plástico.

En cuanto a capuchones encontramos una gran variedad en el mercado local, un representante importante de este sector es Floral Pack.

Por otro lado al mencionar los equipos, la actividad florícola ecuatoriana y en general a nivel mundial no requieren de equipos o herramientas sofisticadas, estas pueden ser adquiridas en el mercado local de producción nacional o distribuidoras de empresas internacionales.

El sector florícola ecuatoriano es uno de los ejemplos en los que una nación no necesita contar con una ventaja nacional en todos los sectores proveedores a fin de conseguir ventaja competitiva, debido a que los insumos que utiliza, con excepción de la provisión de plantas para el cultivo de flores, no tienen un efecto significativo en la innovación o en el rendimiento de los procesos o productos, ya que se pueden conseguir con facilidad en el mercado internacional.

La contribución de los proveedores en la creación y mantenimiento de una ventaja competitiva en el sector florícola, guarda relación con el apoyo brindado en la dotación de los insumos y materiales necesarios que han permitido el incremento de la oferta ecuatoriana de flores, en los mercados internacionales, en algunos casos se han convertido en el canal para la transmisión de información sobre nuevos procesos, mercados e innovaciones especialmente en lo que tiene que ver con la utilización de equipos y canales de distribución

Los proveedores de este proyecto en este caso serían las personas, empresa o país desde el cual proviene la planta de la familia Proteácea que se desee cultivar, las cuales serán importadas desde Israel por su calidad y seriedad histórica en el desarrollo de cultivos de Proteas.

Al comprar las plantas de la familia Proteácea se debe cancelar un royalty por el derecho a cultivar la Protea que provenga con un sello de calidad de donde se origina la compra, este royalty es variable dependiendo de donde sea la proveniencia de las plantas.

✓ Productos sustitutos

Los productos sustitutos no solo limitan las utilidades en tiempos normales, sino que también reducen lo que se conseguiría obtener en temporadas altas, es por esta razón que se puede analizar a los productos sustitutos desde dos posiciones diferentes

- El producto de esta investigación se la puede reemplazar por flores secas o flores artificiales. Dependiendo de la época del año como Día de la Madre, San Valentín, Día de la Mujer en donde nuestro sector floricultor tiene una ventaja comparativa por su calidad y precios competitivos.
- La mayoría de mercados internacionales, prefieren los productos naturales, esto se debe a que la agitada vida rodeada de tecnología y supresión de la naturaleza hace de este producto un atractivo para el ser humano. La moda es ser lo más natural posible para evitar el estrés.
- Las proteas son un tipo de flor que se la puede presentar en un arreglo floral completamente sola, destacando su gran belleza o como complemento de otras, afectando a su imagen ya que se la pondrá con otro tipo de flores perdiendo protagonismo en el arreglo. Aunque con las variaciones del mercado los arreglos florales grandes van combinados con alrededor de cinco tipos de flores y follajes diferentes para dar una mejor imagen.

Por otro lado, productos sustitutos también se podrían considerar todos los otros tipos de flores cortadas existentes en el mundo, exportadas e importadas a la preferencia de los países y sus tendencias de compras, mas no existe una flor en el mercado que compita con el alto precio ni con la vida útil de las Proteas determinado por la alta calidad otorgada por la misma.

Así como también las proteas son susceptibles a objetos de lujo, ya que podrían ser sustituidas, por otros productos que puedan ser obsequios como joyas, chocolates, viajes, en vez de esta exótica y colorida flor.

- ✓ La calidad demandada

En el mercado de Proteas, es muy exigente para cualquier país importador o exportador, la calidad determina su precio dentro de un mercado de alta demanda insatisfecha.

Las preferencias y tendencias de los compradores se han constituido en el pilar fundamental sobre las que los productores ecuatorianos de flores fundamentan sus decisiones. Este sector se ha visto presionado para que los productores de flores compitan y cumplan con estándares de calidad y presentación mucho más rigurosas.

Para evitar problemas en donde el comprador decida no comprar el producto es necesario cerciorarse que el producto haya sido cuidadosamente cortado o empacado y haber llegado a la adecuada etapa de crecimiento. El producto debe de ser de buena calidad, debe tener las características propias, sin alteraciones genéticas ya sea en color tamaño.

Todas las flores cortadas deber reunir los siguientes requisitos: ser enteras, ser frescas, estar libres de parásitos animales o vegetales y de daños causados por dichos parásitos, estar libre de residuos de plaguicidas y de otras materias extrañas que afecten su apariencia, de manchaduras y de defectos de desarrollo

Los requisitos técnicos que generalmente son requeridos por parte de los compradores se basan en un cuidadoso embalaje de la flor y un correcto manejo en la etapa de post cosecha, el transporte.

3.3.1 Cosecha y pos cosecha

En cuanto a la cosecha y pos cosecha, se puede realizar esta actividad al comienzo de la apertura de las flores, cuando más abierta la cosechemos menor será su duración en florero. El largo de vida de las Banksias varía de 4 a 6 semanas. Los tallos se venden a partir de los 40 cm de largo, la desviación permitida del tallo es de 5cm., el cono debe tener aproximadamente 15 cm. para ser comercial.

Se debe cosechar y poner inmediatamente en agua con un bactericida y luego mantenerlas de 2 a 4 grados en frío, no menos de esto para no dañar las flores.

En menos de una hora después de cosechadas las flores deben permanecer en frío. Las flores deben cubrirse con un papel de seda para evitar que se sequen.

El encargado de pos cosecha debe llevar un registro de actividades como tiempos de transporte a cada destino, dosis y tratamientos de los tallos, definir procesos para que el follaje este seco al empacarse, revisión de ramos y definición de auditoría de calidad. (FAINSTEIN, 2004)

Así mismo se deberán siempre llevar a cabo controles necesarios como muestreos de ramos determinados, de empaque, de temperaturas al salir el camión refrigerado y al llegar al aeropuerto. (FAINSTEIN, 2004)

Para alcanzar una calidad propuesta en la pos cosecha, y hacer del producto ecuatoriano el más cotizado a nivel mundial, se debe implantar un sistema que permita asegurar que los factores que afectan la calidad, ya sean técnicos o administrativos, estén bajo control y podamos prevenir cualquier imprevisto.

El Ecuador como país exportador siempre debe ser conseguir la satisfacción y confianza del cliente, para que siga comprando nuestro producto. Para lograr estos objetivos debemos definir lo siguiente siempre en base a los requisitos solicitados por el cliente y el proyecto:

- Definir parámetros de clasificación de tallos en los cuales entra el tamaño de la cabeza floral: 15cm – 40cm.de alto por 8cm de diámetro. Definir la longitud, torceduras de los tallos y grosor: 5 grados, grosor mayor a 8 mm.
- Definir parámetros de presentación de ramos. Tamaño de la caja de empaque: general 1m. x 0,50m. x 0,50m. Número de tallos por caja: 300 tallos por caja
- Definir parámetros de empaque: Marcaciones de la caja: ninguna; Uso de cinta de empaque con logotipo de la empresa: Logotipo

En la elaboración de flujos de proceso se debe hacer seguimiento a cada etapa y cada una debe ser controlada y detallada paso a paso para poder tomar decisiones a tiempo.

- Corte y transporte a pos cosecha.- definir la altura de corte, transporte, cantidad de tallos por malla, momento de hidratación, tiempo de transporte, etc.
- Recepción de tallos.
- Lavado y clasificación.
- Estadía con productos para alargar la vida del tallo.
- Preparación de ramos y empaque.
- Almacenamiento.
- Transporte y entrega de los tallos en el aeropuerto.

3.3.2 Embalajes, empaques y medios utilizados

Para el mercado interno, los productores envían a supermercados y floristerías las flores tropicales en cajas de cartón reutilizadas.

Para el mercado externo, el producto final se comercializa en cajas de cartón corrugado con papel picado y sujetadores, para prevenir daños por transporte y cambios bruscos de temperatura. Las cajas deberán soportar movimientos bruscos, por ello se aconseja sujetar las flores.

El proceso de empaque se lo realiza en la misma plantación. En términos generales, el número de flores cortadas por caja varía desde doce hasta veinte flores por caja. En el caso de las Proteas, son 300 unidades por caja.

En el caso del transporte de las cajas al aeropuerto, se requiere del camión refrigerado, el transporte de cada caja tiene un costo de \$0.50 la unidad, y cada contenedor transporta 360 cajas

3. ANALISIS

La floricultura en el Ecuador nació aproximadamente a partir de 1985, pero fue realmente a partir de la década de los noventa que este sector se consolidó y tomó fuerzas gracias a las políticas de apertura comercial de esa época y por el antiguo Acuerdo de Preferencias Arancelarias Andinas (ATPA) logró peso en las exportaciones no tradicionales ecuatorianas.

El sector florícola ecuatoriano ha ido teniendo un desarrollo muy acelerado; en el 2002, entró en vigencia el actual ATPDA, un mecanismo que continuó fortaleciendo el sector ecuatoriano. Por consiguiente, en la actualidad, el sector floricultor se constituye en uno de los más dinámicos en cuanto a exportaciones y el producto estrella de los no tradicionales del Ecuador.

Las flores ecuatorianas cuentan con una importante aceptación por mercados internacionales en cuanto a su excelente calidad; por ello, nuestro país debe aprovechar su reconocimiento abriendo nuevos mercados, así como también a través de la incorporación de nuevos procesos de transformación y de tecnología contribuyan al desarrollo de la industria y economía del país.

Con el paso del tiempo, el mundo de las flores ha tomado cada vez más importancia adaptándolas a las culturas de cada país. La rosa siempre ha ejercido una irresistible atracción en los mercados internacionales, pero gracias a la diversificación del mercado ecuatoriano podemos contar con más tipos de flores como es el mercado de las proteas con una demanda significativa en las exportaciones ecuatorianas.

El capítulo dos se enfoca en el mercado japonés, el cual es considerado como un gran consumidor de flores en el continente asiático y es uno de los que han ido adquiriendo gradualmente las flores exóticas ecuatorianas. Desde el Ecuador existen oportunidades para incursionar en los mercados

internacionales, debido a la cantidad de productos no petroleros que exportamos y gracias a ello, contamos con un reconocimiento internacional.

Este capítulo se basa en un estudio detallista del mercado japonés. En cuanto a canales de distribución se debe considerar que este mercado se caracteriza por ser muy estricto pero no imposible para el mercado ecuatoriano. La estrategia consistió en fortalecer los canales de distribución en Japón, ya que estos pueden estar bastante fragmentados. El reto que el mercado ecuatoriano tiene es la modernización de los procesos de distribución, ya que de eso dependerá la posición de las proteas ecuatorianas en el mercado japonés, mejorando la calidad del producto y ofreciendo mejores servicios.

Además, con el conocimiento de varios puntos de la cadena de distribución en el Japón, tales como importadoras, mayoristas y algunos minoristas, esta disertación plantea la disminución de los pasos de intermediación y de esta forma reducir los excesivos costos de distribución.

Debido a sus grandes cualidades de adaptabilidad a diferentes ambientes, y su gran rusticidad, las proteas son más demandadas por los mercados internacionales. El tercer capítulo se enfoca totalmente en el mercado de las proteas en el Ecuador. Es posible realizar un proyecto sobre la producción y perspectivas de exportación de proteas, teniendo como base, que estamos entre los mejores productores de flores en mercados internacionales, y por ende, se distingue nuestro país como un reconocido exportador.

La ventaja de este innovador producto es la resistencia y durabilidad después del corte. A consecuencia de la globalización, la competencia continua a la que nos enfrentamos nos obliga a mejorar permanentemente estimulando y aprovechando las oportunidades que nos brinda la diversidad de suelos y clima del Ecuador.

En este capítulo, se determinó paso a paso los procesos a seguir para el desarrollo del proyecto de un cultivo de Proteas, analizando todos los factores que incurren en el mismo como es el estudio del mercado, el análisis de la situación nacional de la industria florícola del Ecuador, las ventajas que este mercado promete, los flujos de procesos, necesidades del proyecto y de la producción, para así poder crear planes de trabajo que garanticen una rentabilidad sostenible.

La floricultura a nivel mundial es un negocio de grandes proporciones. El Ecuador continua siendo un país dependiente de las exportaciones petroleras para abastecer al presupuesto del Estado, sin embargo, las exportaciones de productos no petroleros van relegando a las exportaciones de barriles de petróleo

Es por esto que tanto el gobierno nacional como las empresas florícolas ecuatorianas tienen la responsabilidad de seguir desarrollando estos nuevos mercados a fin de basar la economía en la exportación de productos no tradicionales tendientes a lograr un cambio en la matriz productiva del Ecuador.

4. CONCLUSIONES

Después de realizar la presente disertación, se concluyó que la hipótesis cumple lo siguiente:

La floricultura en el Ecuador tiene un crecimiento el cual constituye una parte importante dentro de la balanza comercial del país, en la cual representa alrededor del 11%. El desarrollo de la industria florícola es una oportunidad no solo para generar divisas y mejorar la utilización de los recursos naturales, financieros, tecnológicos y humanos, sino también para hacer de esta industria más competitiva y fuerte frente a otros mercados.

La exportación, no solo consiste en el trámite de envío del producto al país destinatario, porque para la exportación es necesario un estudio de mercado a fin de

establecer buenas relaciones con los futuros clientes al mercado el cual se quiere llegar. La dificultad de la exportación no se basa en la forma de transporte, o en el los trámites aduaneros, si no en la búsqueda de una clientela interesada en la compra del producto así como también en cuan competitivo es ese mercado. Gracias a los avances en cuanto a comercio internacional, podemos darnos cuenta que mediante acuerdos y tratados comerciales los procesos de exportación se han visto simplificado a fin de incrementar las relaciones comerciales entre los países.

El Sistema Generalizado de Preferencia Plus (SGP Plus) es una clara herramienta, la cual no solo beneficia a nuestro país, sino a todos los países en vías de desarrollo, el cual permite desarrollar una apertura comercial con otros países.

El crecimiento del sector florícola tiene un impacto positivo importante, ya que las cifras lo demuestran. En el periodo del 2010, las exportaciones ecuatorianas de flores frescas fueron de USD 590 millones. Ésta es una muestra clara del aumento de la demanda en el contexto internacional y la expansión de la floricultura en las provincias ecuatorianas.

Gracias al mejoramiento del nivel tecnológico del país, el Ecuador es un mercado competitivo en cuanto a la producción de flores. La implementación de sistemas tecnológicos así como también una producción orgánica, representan una inversión de grandes sumas de dinero, pero esto convierte al Ecuador como un país productor de flores de alta calidad.

El Ecuador debe contribuir a su economía mediante la diversificación de las fuentes que generen divisas al país, favoreciendo así a la industria florícola. Las proteas son un producto no tradicional, por lo que incentivan a los productores a la diversificación del mercado florícola, con la finalidad de incrementar la balanza comercial mediante la exportación de productos nuevos.

La industria florícola ecuatoriana cuenta con pilares sólidos. Las variedades de flores que produce el Ecuador en su mayoría destinadas a la exportación han convertido al sector florícola en un mercado de volumen de precios y calidad. La competencia es cada vez más fuerte ya que en la última década las hectáreas sembradas de flores han tenido un crecimiento permanente. Es por esto que esta industria de Proteas tiene que diferenciarse de las otras a fin de que esta flor sea más demanda en los mercados internacionales.

Las proteas por su excelente calidad cuentan con una alta aceptación en los mercados internacionales. El estudio realizado al mercado japonés muestra que la demanda va aumentando de manera significativa, ya que con las características que posee esta flor permiten satisfacer a este mercado. Para el mercado japonés, la durabilidad después del corte es muy importante, así como también el control de calidad.

Las barreras no arancelarias que se aplican a los productos orgánicos en Japón, son muy estrictas ya que deben contar con al menos la descripción específica de la información (trazabilidad) de los productos; y de aquellos productos bajo un atributo diferencial deberán tener la certificación de un sello JAS específico. Para que un producto tenga un posicionamiento exitoso en un mercado internacional deberá obtener certificaciones validadas por los consumidores que son los que directamente van adquirir el producto.

El mercado de las proteas al ser una industria reciente en el sector florícola ecuatoriano tiene un prometedor futuro por su gran gama de especies, y su larga vida después del corte que tiene una duración de 6 a 8 semanas de vida las hacen muy atractiva en los mercados internacionales, dándole así al Ecuador una mayor participación de oferta mundial, y una mayor tecnificación en nuestras tierras, ayudando así al desarrollo a la industria ecuatoriana.

En cuanto a la investigación de mercado que hemos realizado, podemos concluir que existen mercados que no han sido todavía explotados técnicamente, convirtiéndose para nosotros como un mercado atractivamente rentable. La participación de la industria florícola ecuatoriana en eventos y ferias internacionales es una fuente para contactarse con nuevos clientes, abriendo así diferentes mercados. La inversión en marketing implica un beneficio no un gasto.

A pesar que la exportación de Proteas en el Ecuador es mínima, gracias a investigaciones acerca del mercado muestra que poco a poco ha incursionado en nuevos mercados, tales como Canadá, Holanda y Estados Unidos. Ecuador ocupa el octavo lugar en cuanto a los mayores exportadores de flores, por lo que se debería contribuir más a este sector a fin de ganar una porción mayor en el mercado internacional.

5. RECOMENDACIONES

El sector floricultor del Ecuador es muy rico y diverso, gracias a la posición geográfica que nuestro país tiene. Aprovechar las condiciones climatológicas del Ecuador para mejorar los suelos y extender las prácticas agrícolas creando una ventaja comparativa frente a países vecinos es necesario para el desarrollo de la industria. Expoflores, siendo la organización que apoya a la floricultura, debe insistir en cuanto al financiamiento de las fincas productoras a fin de una especialización de producción agrícola.

Es recomendable educar al personal que está involucrado con el proyecto para establecer mejoramiento continuo en cada uno de los procesos que contribuya el crecimiento comercial, operacional y económico.

Efectuar estrategias de marketing con la finalidad de hacer conocer la calidad, características y los beneficios que tienen las proteas a nivel mundial. Así, como también nuevas formas de promoción del producto, a fin de abrir y

posesionar al producto ecuatoriano en nuevos mercados que estén interesados en la compra de las proteas aprovechando las ventajas que posee estas flores para el consumidor, las cuales resultan muy rentables y beneficiosas para el país.

Promover una cultura de calidad en el productor ecuatoriano, mediante un proceso eficiente y óptimo donde se maximice los recursos y se minimice desperdicios, logra hacer competitivo al producto en mercados internacionales a precios bajos y de calidad.

Realizar más inversiones en la producción y desarrollo de este nuevo mercado para así garantizar la sostenibilidad de su producción, con el objetivo de incentivar a los productores al cultivo de proteas y obtener un valor agregado por dicha producción.

Diversificar la oferta exportable de las proteas, enfocando la industria hacia nuevos mercados, comercializando otras variedades de flores y de esta manera estableciendo una diferencia del mercado de las proteas frente a otros. Siendo el Ecuador un país netamente agrícola, se debe buscar una especialización del cultivo de proteas ya que su rentabilidad de tener una producción y cosecha durante todo el año resulta muy beneficiosa para el país y para su reconocimiento internacional.

Realizar nuevos estudios y proyectos con la posibilidad de industrializar este mercado desarrolla herramientas necesarias puesto que nos vemos enfrentados a una competencia cada vez más fuerte. El fortalecimiento y mejoramiento de los niveles de comercialización y de producción de flores de corte en el Ecuador contribuye a aprovechar las ventajas y crear nuevos canales de distribución para su exitoso posicionamiento en el nuevo mercado.

Buscar, establecer y mejorar nuevas relaciones comerciales con nuevos mercados, como es el caso de esta investigación de Japón que contribuye de gran

manera a la diversificación del sector con el fin de aumentar la participación ecuatoriana a nivel internacional.

Es necesario que el Ecuador, y el sector agrícola ecuatoriano se enfoque en los productos que mejor producen para así obtener una ventaja comparativa sobre los mercados de competencia, mejorando la oferta nacional a mercados internacionales con el objetivo de una diversificación en el mercado de flores ecuatoriano.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

Libros consultados de forma física

ESTRADA R. y Estrada P. (2003). *Lo que se debe conocer para Exportar, Exportar es el reto. Ecuador*, Quito: Impresiones MYL.

VERAZA, J. (2004). *El Siglo de la Hegemonía Mundial de los Estados Unidos*. México, México D.F: Ítaca.

Tesis de Grado

CEVALLOS, D. (2005). *Caso de aplicación empresa Absolute Floral Farms.* (Tesis de grado, Escuela Politécnica Nacional, Quito). Recuperado de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/508/1/CD-0455.pdf>

DAHIK A. y Núñez A. (2009). *Análisis De Factibilidad Del Desarrollo De Un Cultivo De Proteas (Flor Ornamental), En El Ecuador Y Su Comercialización*, (Tesis de grado, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil). Recuperado de <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/1270>

DELGADO, M. (2009). *Ventajas Competitivas del Comercio Electrónico en el Sector Florícola Ecuatoriano, frente al Área de Libre Comercio ALCA.* (Tesis de grado, Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito). Recuperado de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/7078/1/27737_1.pdf

FUERTES, G. (2008). *Respuesta del corte en los tallos florales a diferentes alturas en el Cultivo de Proteas (leucadendron sp. cv. safari sunset) en Ayora canton Cayambe.* (Tesis de grado, Universidad Técnica del Norte, Ibarra). Recuperado de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/270/2/03%20AGP%2049%20TESIS.pdf>

GUERRERO, A. (2006). *Efecto de tres Bioestimulantes comerciales en el crecimiento de los tallos de proteas, leucadendron sp cv. Safari Sunset.* (Tesis de grado, Universidad Técnica del Norte, Ibarra). Recuperado de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/190/2/03%20AGP%2024%20DOCUMENTO%20DE%20TESIS.pdf>

HIDALGO, C. (2007). *Propuesta de exportación de proteas al mercado Israelí.* (Tesis de grado, Escuela Politécnica Nacional, Quito). Recuperado de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/469/1/CD-0860.pdf>

MONCADA, M (2005). *Un Análisis de la Industria Ecuatoriana desde el enfoque de la economía ecológica*. (Tesis de grado, FLACSO, Quito). Recuperado de <http://www.flacsoandes.org/dspace/bitstream/10469/918/11/TFLACSO-01-2005MCMP.pdf>

PADILLA, M. (2005) “*Proyecto de Factibilidad para la Exportación de Flores secas al Japón periodo 2009-2018*” (Tesis de grado, Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito). Recuperado de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/7117/1/38086_1.pdf

Publicaciones

Publicaciones en sitios Web

AGRIPAC, (2011). FLORICULTURA EN EL ECUADOR. Recuperado de http://agrytec.com/agricola/index.php?option=com_content&view=article&id=9313:floricultura-en-el-ecuador&catid=7:articulos-tecnicos

ASOCIACIÓN PROTEAS LANZAROTE (2011). *Proteas, una Apuesta de Futuro*. Recuperado de http://www.agrolanzarote.com/sites/default/files/Agrolanzarote/01Actualidad/documentos/cultivo_de_las_proteas.pdf

ASOCIACIÓN PROTEAS LANZAROTE. (2011). *Proteas Lanzarote*. Recuperado de <http://proteaslanzarote.wordpress.com/category/flor-cortada/>

CASTAÑEDA, A. (2008). Gerencia de Internacionalización de Negocios. Recuperado de http://camara.ccb.org.co/documentos/3764_presentacion_incoterms_marzo_3_2008.pdf

Centro de Exportación e Inversión. (2006). *Perfil Comercial Japón*. Recuperado de http://www.cei-rd.gov.do/estudios_economicos/perfiles/asia/japon_06.pdf

FAINSTEIN, R. (2004). Las proteas. Recuperado de <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/235/2/03%20AGP%2025%20CAPITULOS.pdf>

FEDEXPOR, (2011). Informativo mensual de comercio exterior No. 05 - octubre 2010. Recuperado de http://www.fedexpor.com/site/attachments/category/32/Informativo%2005_octubre_2010.pdf

FLORES Y PLANTAS, (2009). *Las Proteas*. Recuperado de <http://www.floresyplantas.net/flores-frescas/las-proteas/>

ICEX (Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en Tokio), (2012). *El Sistema de Distribución en Japón*. Recuperado de <http://www.oficinascomerciales.es/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento/?doc=4618925>

Instituto de fomento región Murcia. (2012). *Informe Japón*. Recuperado de http://www.impulsoexterior.com/COMEX/servlet/MuestraArchivo?id_=2_381

JETRO, (2013). *Información sobre el mercado japonés*. Recuperado de <http://www.jetro.go.jp/spain/>

JETRO, (2013). *Reportes y estadísticas de Japón*. Recuperado de <http://www.jetro.go.jp/>

Ministerio de Economía y Competitividad, (2013). *Información de Japón*. Recuperado de http://www.oficinascomerciales.es/icex/cda/controller/pageOfecomes/0,5310,5280449_5296122_5296234_0_JP,00.html

Oficina Comercial del Ecuador en Japón (2010). *Guía comercial de Japón*. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2011/04/PROEC-GC2010-JAPON.pdf>

Oficina Comercial del Ecuador en Japón (2012). *Guía comercial de Japón*. Recuperado de www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/PROEC-FC2012-JAPON.pdf

Oficina Económica y comercial de España. (2010). *Estructura Económica*. Recuperado de: <http://www.oficinascomerciales.es/icex/cma/contentTypes/common/records/mostrarDocumento/?doc=4289496>

RODRÍGUEZ A. (2007). *Informe sobre las relaciones comerciales Ecuador-Japón*. Recuperado de <http://www.eumed.net/rev/japon/00/jap-ecu.htm>

Artículos de periódicos

Artículos de periódicos consultados de forma física

FAINSTEIN, R. (18 de Enero de 2005). Proteas, un negocio ecológico. *El Universo*.

MONTAÑO, P. (18 de Enero de 2006). El sector florícola programa planes. *Hoy*.

Artículos de periódicos recuperados en la Web

CEVALLOS, B. (2007, Enero 30). Mes de ensueño para exportación de flores. *Hoy*, Recuperado de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/mes-de-ensueno-para-exportacion-de-flores-257556.html>.

GUERRERO, M. (2012, Febrero 08). Sector florícola de Ecuador exportó USD 670 millones en el 2011. *Andes*. Recuperado de <http://andes.info.ec/2009-2011.php/?p=139040>.

HOY, (2005). *Las flores ecuatorianas continúan cautivando en el mercado mundial*. Recuperado de <http://www.hoy.com.ec/zhechos/2004/libro/tema18.htm>

Artículos de revistas

Artículos de revistas recuperados en la Web

CORPEI, (2008). Perfil Flores. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/12863846/Perfil-Flores-2008-CORPEI>

PROECUADOR (2012). *Perfil Logístico de Estado de Japón*. Recuperado de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/12/PROEC_PL2012_JAPON.pdf

PROECUADOR, (2011). Análisis Sectorial de Flores. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/01/PROEC-AS2011-FLORES.pdf>

PROECUADOR, (2012). Análisis Sectorial de Flores. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/01/PROEC-AS2011-FLORES.pdf>