



Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Sede Ibarra

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

INFORME FINAL DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

**EXPORTACIÓN DE LA FLOR “LILIUM RAINBOW” DE LA EMPRESA JADEN
ROSES DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO HACIA MIAMI-ESTADOS UNIDOS**

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERIO EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN: Negocios internacionales E.1

AUTOR: JHONNY RAMIRO CASTILLO JUMBO
ASESOR: MGS. HECTOR ESTEBAN GARRIDO SALAZAR

IBARRA, MARZO 2019

CERTIFICACIÓN DE ASESOR

Ibarra, 29 de marzo de 2019

MGS. HECTOR ESTEBAN GARRIDO SALAZAR

ASESOR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final de investigación EXPORTACIÓN DE LA FLOR “LILIUM RAINBOW” DE LA EMPRESA JADEN ROSES DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO HACIA MIAMI-ESTADOS UNIDOS, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Negocios y Comercio Internacional (ENCI), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.

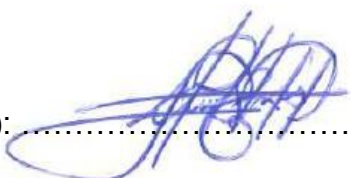
(f.) 

MGS. HECTOR ESTEBAN GARRIDO SALAZAR

C.C 1002413852

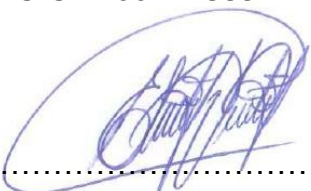
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI):

(f): 

Mgs. HECTOR ESTEBAN GARRIDO SALAZAR

C.C.: 1002413852

(f): 

Mgs EDISON EDMUNDO VINUEZA SALAZAR

C.C.: 1002425062

(f): 

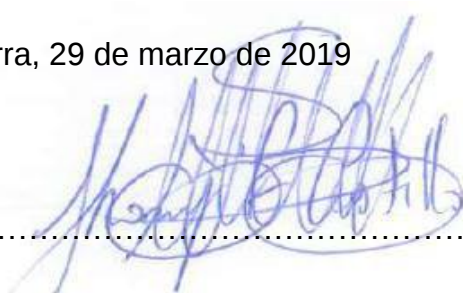
Mgs. Patricio Roberto Tadeo Tadeo

C.C.: 1001709045

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo JHONNY RAMIRO CASTILLO JUMBO, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilidades de sus obras o prestaciones, a título gratuito u oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, 29 de marzo de 2019

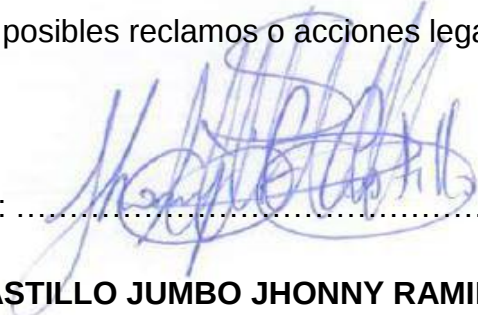
f):

JHONNY RAMIRO CASTILLO JUMBO

C.C.: 1720829363

AUTORÍA

Yo, JHONNY RAMIRO CASTILLO JUMBO, portador de la cédula de ciudadanía N° 1720829363, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad del (los) autor (es), y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

f): 

CASTILLO JUMBO JHONNY RAMIRO

C.C.: 1720829363

RESUMEN

La presente investigación se realizó, sobre la base del estudio de los Negocios Internacionales, se estructuró la necesidad de analizar el mercado de una de las flores más hermosas del mundo y que es producida en Ecuador como es la flor: Liliium Rainbow, misma que a pesar de sus potenciales beneficios como producto ecuatoriano para el mercado internacional, no está siendo comercializado en los mercados internacionales.

El envío de flores y rosas al mundo, ha sido una fortaleza del Ecuador durante muchos años y cada una de las actividades dirigidas al campo de la exportación se han establecido mediante toda la normativa necesaria para determinar los lineamientos en los que se debe trabajar, por lo que se ha elaborado un plan de exportación de la flor “Liliium Rainbow”, presentándola a la empresa Jaden Roses del Cantón Pedro Moncayo, específicamente para situarla en el mercado de Miami y poder aportar con un criterio de diversificar la cartera de clientes y productos que se ofrecen.

Lo anterior, se ha cumplido aplicando una serie de metodologías y métodos de investigación que han logrado recolectar datos de contenido inductivo, deductivo, analítico y sintético, dentro de un enfoque con datos cuantificables y cualificables, así como también se recolectó información de campo a través de la observación, las encuestas y las entrevistas.

Toda la información que se logró analizar, aportó significativamente con el desarrollo adecuado de la investigación y con la estructuración de la propuesta de exportación de la flor “Liliium Rainbow” para la empresa Jaden Roses del Cantón Pedro Moncayo, provincia de Pichincha.

Palabras clave: mercados internacionales, exportación, flor, Liliium, Rainbow.

ABSTRACT

The present investigation was carried out, based on the study of International Businesses, the need to analyze the market of one of the most beautiful flowers in the world and that is produced in Ecuador as the flower was formulated: Liliun Rainbow, same as Despite its potential benefits as an Ecuadorian product for the internationalmarket, it does not being marketed in international markets.

The sending of flowers and roses to the world, has been a strength of Ecuador for many years and each of the activities directed to the field of export have been established by all the necessary regulations to determine the guidelines in which to work, for what has been developed an export plan for the flower "Liliun Rainbow", presenting it to the company Jaden Roses of the Canton Pedro Moncayo, specifically to place it in the Miami market and to be able to contribute with a criterion to diversify the portfolio of clients and products that are offered.

This has been accomplished by applying a series of methodologies and research methods that have managed to collect data on inductive, deductive, analytical and synthetic content, within an approach with quantifiable and qualifying data, as well as collecting information from the field through of observation, surveys and interviews.

All the information that was analyzed, contributed significantly with the adequate development of the research and with the structuring of the proposal of Export the flower "Liliun Rainbow" for the company Jaden Roses of the Canton Pedro Moncayo, province of Pichincha

Keywords: International markets, export, flower, Liliun, Rainbow.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a:

Dios por darme sabiduría para culminar mis estudios, a mis Padres, Alcivar Castillo y Delia Jumbo, por ser los pilares fundamentales en mi vida para lograr las metas que me he propuesto y hacer posible este sueño gracias su infinito amor.

A mi esposa Stefanía Alarcón quien me brindó su apoyo incondicional durante el transcurso de mis estudios universitarios.

JHONNY RAMIRO CASTILLO JUMBO

AGRADECIMIENTO

A mis padres

Gracias a su apoyo incondicional y por los valores que me inculcaron pude luchar hasta llegar a cumplir mi objetivo que fue culminar mis estudios universitarios.

A mi esposa

Por su amor y apoyo incondicional en mi vida personal y estudiantil para cumplir mis objetivos.

A mi asesor

Por el conocimiento impartido a lo largo de mi carrera estudiantil y en mi proyecto de titulación, poniendo en práctica sus enseñanzas para lograr culminar mis estudios.

A mis hermanos

Por apoyarme y aconsejarme cuando buscaba una mano amiga que me ayude a solucionar dificultades que se presentaban en mi vida.

JHONNY RAMIRO CASTILLO JUMBO

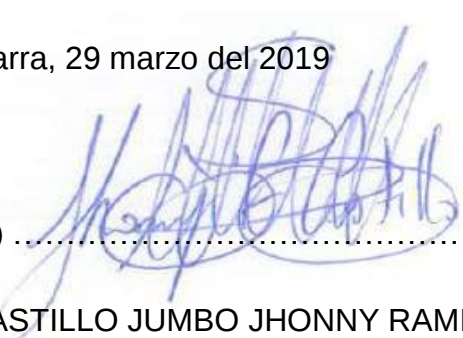
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo: Castillo Jumbo Jhonny Ramiro, con CC: 172082936-3, autor del trabajo de grado intitulado: **“EXPORTACIÓN DE LA FLOR “LILIUM RAINBOW” DE LA EMPRESA JADEN ROSES DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO HACIA MIAMI-ESTADOS UNIDOS”** previo a la obtención del título profesional de “Ingeniero en comercio y negocios internacionales”, en la Escuela de Negocios y Comercio Internacional “ENCI”.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede- Ibarra, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCESI el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Ibarra, 29 marzo del 2019

(f.) 

CASTILLO JUMBO JHONNY RAMIRO

C.C.: 1720829363

INDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN DE ASESOR	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
AUTORÍA	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
DEDICATORIA.....	viii
AGRADECIMIENTO	ix
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN.....	x
INDICE DE CONTENIDOS	xi
INDICE DE TABLAS	xx
INDICE DE FIGURAS	xxiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
MARCO TEÓRICO	2
1.1 PLAN DE NEGOCIOS	2
1.1.1 Definición	2
1.1.2 Objetivos básicos de un plan de negocios	2
1.1.3 Beneficios de un plan de negocios.....	3

1.1.4 Tipos de planes de negocios	3
1.2 EXPORTACIÓN	4
1.2.1 Regímenes de exportación	4
1.2.2 Arancel.....	5
1.2.3 Registro de exportador.....	6
1.2.4 Desaduanización de la mercadería.....	6
1.2.5 Canales de aforo.....	6
1.2.6 Tributos para la exportación.....	7
1.2.7 Base legal para exportar	8
1.3 INCOTERMS	8
1.3.1 Finalidad de los incoterms	10
1.3.2 Características de los incoterms	10
1.3.3 Clasificación de los incoterms 2010	11
1.3.4 Productos de exportación	12
1.4 LOGISTICA DE EXPORTACIÓN	14
1.4.1 Documentación de exportación.....	16
1.4.2 Certificaciones de exportación	17
1.4.3 Medios de pago	18
1.5 EMPRESA	19
1.5.1 Funciones de una empresa.....	20

1.5.2 Clasificación de las empresas según su tamaño	21
1.5.3 Ley de compañías del Ecuador.....	21
1.5.4 Empresas florícolas.....	22
1.6 FLOR LILIUM RAINBOW	23
1.6.1 Características principales del Lilium	24
1.7 ACUERDOS COMERCIALES DE ECUADOR	25
1.8 ANÁLISIS CRÍTICO Y LIMITACIONES	26
1.8.1 Contextualización del tema	27
CAPÍTULO II	28
DIAGNÓSTICO	28
2.1 ANTECEDENTES	28
2.2 OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS	29
2.2.1 Objetivo general.....	29
2.2.2 Objetivo específicos.....	29
2.3 VARIABLES DEL DIAGNÓSTICO.....	29
2.4 INDICADORES.....	29
2.5 MATRIZ DE RELACIÓN	31
2.6 MECANICA OPERATIVA	32
2.6.1 Población o universo.....	32
2.6.2 Determinación de la muestra	34

2.6.3 Información primaria	34
2.6.4 Información secundaria.....	35
2.7 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	36
2.7.1 Entrevistas	36
2.7.2 Encuestas a los clientes fijos	46
2.8 MATRIZ FODA	54
2.9 CRUCE MATRIZ FODA.....	55
2.10 DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO.....	58
CAPÍTULO III	59
PROPUESTA.....	59
3.1 PLAN ESTRATÉGICO Y ORGANIZACIONAL	59
3.1.1 Descripción de la empresa.....	60
3.1.2 Datos de la empresa.....	60
3.1.3 Localización de la empresa.....	63
3.1.4 Plan estratégico (misión, visión, objetivos, valores)	64
3.1.5 Organigrama estructural	65
3.1.6 Manual de funciones	66
3.1.7 Experiencia de exportación.....	69
3.1.8 Pactos y consideraciones	70
3.2 ANÁLISIS DEL MERCADO	71

3.2.1 Mercado objetivo.....	71
3.2.1.1 Perfil del mercado de Estados Unidos	71
3.2.1.2 Perfil del mercado de Miami.....	74
3.3 Demanda.....	78
3.3.1 Producción nacional.....	78
3.3.1.1 Proyección Producción Nacional de la partida 0603.15	79
3.3.2 Comportamiento histórico de importaciones de la partida 0603.15	80
3.3.2.1 Importaciones totales a nivel mundial de la partida 0603.15.....	81
3.3.2.2 Países importadores a nivel mundial de la partida 0603.15.....	81
3.3.2.3 Importaciones a nivel mundial en valor y cantidad de la partida 0603.15	82
3.3.2.4 Análisis de la demanda de la partida 0603.15	82
3.3.3 Proyección de importaciones de la partida 0603.15	83
3.5 OFERTA.....	85
3.5.1 Comportamiento histórico de la oferta	85
3.5.1.3 Países exportadores a nivel mundial de la partida 0603.15.....	86
3.5.1.4 Exportaciones a nivel mundial en valor y cantidad de la partida 0603.15	86
3.5.2 Proyección lineal exportaciones de la partida 0603.15	89
3.6 CONSUMO APARENTE de la partida 0603.15	89

3.7 GESTIÓN DE EXPORTACIÓN	91
3.7.1 Perfil y comportamiento del consumidor	91
3.7.2. Descripción del mercado en Miami	91
3.7.3 Análisis del precio de exportación.....	92
3.7.4 Exportación del LILIUM RAIBOW	93
3.7.6 Flujograma del proceso de exportación	97
3.7.7 Clasificación arancelaria	98
3.8 BARRERAS AL COMERCIO INTERNACIONAL	99
3.8.1 Barreras arancelarias.....	99
3.8.2 Barreras no arancelarias.....	99
3.9 ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION	101
3.9.1 Producto.....	101
3.9.2 Precio.....	106
3.9.3 Promoción.....	107
3.9.4 Plaza.....	108
CAPÍTULO IV.....	110
ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO	110
4.1 DATOS DE ENTRADA	110
4.2 DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN INICIAL	111
4.2.1 Resumen de la inversión inicial.....	111

4.3 DETALLE DE INVERSIÓN INICIAL	112
4.3.1 Detalle de la inversión fija	112
4.3.2 Detalle de la inversión variable / capital de trabajo	113
4.3.3 Detalles del gasto administrativo	114
4.3.4 Detalles de los gastos de exportación.....	119
4.4 DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE EXPORTACIÓN	120
4.4.1 Determinación del gasto unitario.....	120
4.4.2 Determinación del precio unitario.....	120
4.5 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	120
4.5.1 Datos financiamiento.....	121
4.5.2 Amortización deuda	121
4.6 DETERMINACIÓN COSTO CAPITAL	122
4.6.1 Determinación TRM	122
4.7 CALCULO DE LA DEPRECIACIÓN	122
4.7.1 Depreciación	122
4.8 DETERMINACIÓN DE PRESUPUESTOS	123
4.8.1 Presupuesto de ingresos (ventas)	123
4.8.2 Presupuesto de costos.....	124
4.8.3 Presupuesto de gastos	124
4. 9 ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIAMIENTO.....	127

4.9.1 Estado de resultados	127
4.9.2 Presupuesto de Caja.....	128
4.10 BALANCE INICIAL O DE ARRANQUE	128
4.11 EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO.....	129
4.11. 1 Valor presente neto.....	129
4.11.2 Costo beneficio	130
4.11.3 Período de recuperación de la inversión.....	130
4.11.4 Tasa interna de retorno.....	131
4.12 EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO	132
4.13 DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.....	132
4.13.1 Margen de contribución.....	133
4.13.2 Punto de equilibrio unidades físicas.....	134
4.13.3 Punto de equilibrio unidades monetarias	134
RESULTADOS.....	135
CONCLUSIONES	136
RECOMENDACIONES	137
BIBLIOGRAFÍA	138
ANEXOS	143
ANEXO 1. ANTEPROYECTO	143

ANEXO 2. ENCUESTA Y ENTREVISTAS	177
ANEXO 3. FOTOGRAFÍAS	182

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Productos que Ecuador exporta con frecuencia	13
Tabla 2. Clientes de la empresa Jaden Roses	32
Tabla 3. Datos informativos	46
Tabla 4. Productos de calidad	47
Tabla 5. Reconocida en el medio comercial	48
Tabla 6. Atención	49
Tabla 7. Productos de oferta internacional	50
Tabla 8. Conoce usted a la flor Lilium Rainbow	51
Tabla 9. Potencialmente producto de exportación	52
Tabla 10. Adquiriría una flor siendo importador	53
Tabla 11. Matriz FODA	54
Tabla 12. Cruce matriz foda	55
Tabla 13. Datos generales de Estados Unidos	71
Tabla 14. Costo flete vía aérea	73
Tabla 15. Cálculo proyección de producción nacional	79
Tabla 16. Proyección de producción nacional	80
Tabla 17. Demanda mundial	80
Tabla 18. Importaciones totales a nivel mundial	81
Tabla 19. Países importadores a nivel mundial	81

Tabla 20. Importaciones a nivel mundial en valor y cantidad.....	82
Tabla 21. Cálculo proyección de importaciones	83
Tabla 22. Proyección de importaciones.....	83
Tabla 23. Oferta mundial	85
Tabla 24. Exportaciones totales a nivel mundial.....	85
Tabla 25. Países exportadores a nivel mundial	86
Tabla 26. Exportaciones a nivel mundial en valor y cantidad	86
Tabla 27. Exportaciones de Ecuador de la partida 0603.15	87
Tabla 28. Países importadores para el producto 0603.15	87
Tabla 29. Empresas exportadoras en Ecuador para la partida arancelaria 0603.15	88
Tabla 30. Cálculo proyección de exportaciones	89
Tabla 31. Proyección de exportaciones.....	89
Tabla 32. Consumo aparente	89
Tabla 33. Ficha de Lirio rainbow.....	103
Tabla 34. Determinación del precio	107
Tabla 35. Floristerías en Miami.....	109
Tabla 36. Inversión inicial	111
Tabla 37. Inversión fija.....	111
Tabla 38. Capital de trabajo.....	112

Tabla 39. Detalles inversión fija.....	112
Tabla 40. Costos de producción individuales	113
Tabla 41. Resumen de producción del Lilium Rainbow	114
Tabla 42. Gastos administrativos.....	114
Tabla 43. Sueldo del personal	115
Tabla 44. Rol de pagos 1er año.....	116
Tabla 45. Rol de pagos 2do año.....	116
Tabla 46. Rol de pagos 3er año.....	117
Tabla 47. Rol de pagos 4to año.....	117
Tabla 48. Rol de pagos 5to año.....	118
Tabla 49. Gastos de exportación	119
Tabla 50. Determinación del gasto unitario	120
Tabla 51. Determinación del precio unitario	120
Tabla 52. Financiamiento del proyecto	120
Tabla 53. Datos financiamiento	121
Tabla 54. Amortización	121
Tabla 55. Determinación costo capital.....	122
Tabla 56. Determinación TRM	122
Tabla 57. Depreciación.....	122
Tabla 58. Lilium Rainbow	123

Tabla 59. Resumen presupuesto de ventas	123
Tabla 60. Liliun Rainbow	124
Tabla 61. Resumen presupuesto de costos	124
Tabla 62. Presupuesto gastos administrativos	124
Tabla 63. Presupuesto gastos exportación.....	125
Tabla 64. Depreciaciones	126
Tabla 65. Total presupuesto de gastos.....	126
Tabla 66. Estado financiero con financiamiento	127
Tabla 67. Flujo de Caja.....	128
Tabla 68. Balance inicial	128
Tabla 69. VAN	129
Tabla 70. Costo beneficio	130
Tabla 71. Período de recuperación de la inversión.....	130
Tabla 72. TIR	131
Tabla 73. Evaluación económica con financiamiento	132
Tabla 74. Determinación punto de equilibrio.....	132
Tabla 75. Margen de contribución	133
Tabla 76. Punto de equilibrio	133
Tabla 77. Punto de equilibrio unidades físicas.....	134
Tabla 78. Punto de equilibrio en unidades monetarias	134

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Objetivos de un Plan de Negocios	2
Figura 2. Canales de Aforo	7
Figura 3. Base Legal para Exportar	8
Figura 4. Base de los Incoterms	9
Figura 5. Clasificación de los Incoterms	12
Figura 7. Logística de exportación	15
Figura 8. Requisitos para exportar	16
Figura 9. Pasos para exportar	17
Figura 10. Certificaciones de exportación	18
Figura 11. Clasificación de la empresa según su tamaño	21
Figura 12. Florícolas. Áreas productivas.	23
Figura 13. Flor Lirio.	23
Figura 14. Acuerdos comerciales del Ecuador con el Mundo.	25
Figura 15. Matriz de relación	32
Figura 16. Productos de calidad	47
Figura 17. Reconocida en el medio comercial	48
Figura 18. Atención	49
Figura 19. Productos de oferta internacional	50

Figura 20. Conoce usted a la flor Liliun Rainbow	51
Figura 21. Potencialmente producto de exportación	52
Figura 22. Adquiriría una flor siendo importador	54
Figura 23. Logotipo de la empresa Jaden Roses	60
Figura 24. Actividades principales de la empresa	62
Figura 25. Organigrama estructural	65
Figura 26. Datos comerciales de Miami	74
Figura 27. Indicadores socio económicos	76
Figura 28. Exigencias de entrada del producto.	78
Figura 29. Costos de exportación de flores.	93
Figura 30. Arancel a la exportación de Lirios	93
Figura 31. Documentos para exportar.	95
Figura 32. Proceso de exportación.	98
Figura 33. Barreras arancelarias	99
Figura 34. Barreras no arancelarias	100
Figura 35. Liliun Rainbow	101
Figura 36. Envase Liliun Rainbow	104
Figura 37. Presentación del empaque	105
Figura 38. Presentación del embalaje	105
Figura 39. Paletizado	106

Figura 40. Canal de comercialización clásico. 108

Figura 41. Canal de distribución del liliu rainbow 108

INTRODUCCIÓN

La presente investigación contiene información muy importante acerca de la teoría de la exportación, la necesidad de investigar, nace de la determinación de directrices que permitan establecer criterios que resuelvan la falta de exportación de una flor potencialmente comercial en el mercado internacional como lo es la flor “Lilium Rainbow”, que se cultiva en la empresa Jaden Roses del Cantón Pedro Moncayo, provincia de Pichincha.

El trabajo que se ha venido haciendo se ha enfocado principalmente en el desarrollo de la exportación que permita que la mencionada empresa pueda acercarse con su producto estrella al campo internacional y pueda fijar dicho producto como uno de los más apetecidos en el mercado internacional.

El comercio internacional es muy difícil de conquistar, por lo que se necesita de un desarrollo específico de la estructuración de un plan o una planificación que permita desarrollar las ideas principales sobre el enfoque del contenido de los negocios internacionales debido a que se necesita complementar los elementos técnicos y agrícolas con los elementos comerciales y de publicidad, cada una de las acciones que se han realizado han pretendido llegar al punto de la ratificación de ideas y la determinación de contenido teórico y práctico.

La Flor Lilium Rainbow, ha sido cultivada con una serie de mejoras, por parte de la empresa Jaden Roses, misma que ha buscado fortalecer sus productos y volverse más competitiva tanto dentro del mercado nacional en donde ya cuentan con varios reconocimientos como en el mercado internacional en donde pretenden competir con una de las flores más hermosas del mundo y por su puesto con sus ideas de vanguardia, con la expectativa positiva que es la de proyectarse como un potencial proveedor de este tipo de flor y ubicarse como uno de los idearios principales sobre la innovación de la exportación de flor haciendo que la tradicional sea en segundo lugar.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 PLAN DE NEGOCIOS

1.1.1 Definición

Las frecuentes necesidades de un negocio o empresa se deben cumplir con la característica de que se cumplan fases de ejecución, para la estructuración de una empresa o un negocio, o para la ampliación de las actividades que se desarrollan, un plan de negocios es adecuado para cumplir con la fase previa de ejecución. Según la Corporación Financiera Nacional, un plan de negocios, “esquematiza de manera clara la información necesaria para conocer si el nuevo negocio o la ampliación de la actividad productiva, va a ser exitosa o rentable” (CFN Departamento de Asesoría al Empresario , 2016). Por lo tanto, lo más recomendable es ejecutar primero un plan de negocios.

1.1.2 Objetivos básicos de un plan de negocios

La ejecución de un plan de negocios, necesita de una estructuración que le permita enviar un mensaje claro al receptor, es decir el plan de negocios será capaz de demostrar ciertas o falsas las necesidades del ejecutor. Entre los objetivos básicos del plan de negocios, se encuentran:

Objetivos de un plan de negocios
• Plasmar la idea del negocio, en un documento por escrito. Primera fuente de presentación de la empresa o la nueva actividad que se pretende emprender. • Servir de guía par el inicio de un negocio o proyecto y poder gestionarlo. • Conocer la íabilidad y rentabilidad del proyecto. • Planificar, coordinar, organizar y controlar: recursos y actividades y de ese modo, ser más eficientes en la creación y gestión del negocio y minimizar el riesgo. • Demostrar, lo atractivo del negocio o proyecto a terceras personas.

Figura 1. Objetivos de un Plan de Negocios

Fuente: (Emprendepyme, 2016)

1.1.3 Beneficios de un plan de negocios

Un plan de negocios sirve para poder ejecutar una idea con el mayor conocimiento de sus necesidades posible, y se puede considerar que es el mejor de las opciones a la hora de plasmar una idea y pretender ejecutarla, pero los beneficios pueden ser algunos, (Reader , 2014), considera que los beneficios son: tener objetivos claros, así como también proyecciones firmes, tener un mejor manejo de efectivo, estar lo más posible al tanto del negocio y evitar que el negocio se estanque (p1).

1.1.4 Tipos de planes de negocios

Dentro de los más importantes según (Cajiao, 2018), se pueden destacar:

- ✓ **El plan de negocios para una empresa en marcha.** Debe evaluar la nueva unidad de negocio de manera independiente y además deberá distribuir los costos fijos de toda la empresa, entre todas las unidades de negocios, incluida la nueva.
- ✓ **Plan de negocios para nuevas empresas.** Este plan, en el futuro, se convertirá en insumo para retroalimentar el negocio, ayudando a estimar, corregir y/o instituir las posibles variaciones que se realizarán durante el desarrollo de la empresa.
- ✓ **Plan de negocios para inversionistas,** El plan de negocios debe estar redactado para atraer el interés de los inversionistas. Por ello, es importante que el documento incorpore toda la información necesaria sobre la idea o la empresa en marcha.
- ✓ **Plan de Negocios para administradores.** - El plan de negocios para los administradores debe contener el nivel de detalle necesario para guiar las operaciones de la empresa. Este plan suele contener mayor nivel de detalle, pues muestra los objetivos, las estrategias, las políticas, los procesos, los programas y los presupuestos de todas las áreas funcionales de la empresa (p.4).

1.2 EXPORTACIÓN

La exportación no solo puede significar una palabra que se usa mucho en el medio económico de las grandes empresas, sino que también puede estar ligada a las producciones pequeñas, pero con grandes proyecciones. Cada proceso de internacionalización, necesita de una guía que sirva para poder concretar el objetivo de la exportación, un producto potencialmente comercial, puede recorrer el mundo. Estados Unidos es una de las potencias económicas mundiales, y a la vez un potencial importador, es por esta razón que se considera un “cliente prometedore” para los otros mercados, aunque también es un competidor muy importante.

La exportación es beneficiosa, porque proyecta el trabajo de una empresa a la evolución constante y a una posterior determinación de nuevas formas de comercio, se determina la existencia de una necesidad de ampliar las ganancias y si es que se trata de un emprendimiento que ha ganado reconocimiento local, hacer que dicho producto se venda en el mercado internacional.

Si una persona se encuentra en la necesidad de expandir su mercado y hacer conocer su producto como potencial de exportación, necesita identificar todas y cada una de las características del comercio internacional y sus exigencias. “El mercado interno está saturado y las perspectivas de crecimiento son limitadas. La exportación es de vital importancia para hacer crecer la empresa” (Martínez & Lombana, 2013).

1.2.1 Regímenes de exportación

Los regímenes de exportación, constituyen las opciones que se debe cumplir a cabalidad para llevar a cabo un correcto proceso de exportación y según la (SENAE, 2012), los regímenes aduaneros son:

- ✓ **Regímenes de no transformación.** – Dentro de este régimen de exportación, se pueden identificar algunos aspectos, que se definen como

la exportación definitiva que permite que la mercadería salga en libre circulación fuera del territorio aduanero y la exportación temporal que es la que permite que la mercancía salga de forma temporal con libre circulación, pero con un fin y un plazo determinado, dentro del cual, deberán ser reimportadas sin haber experimentado modificación alguna (SENAE, 2012)

- ✓ **Regímenes de transformación.** – Dentro de éste régimen se puede destacar la libre circulación de las mercancías en el territorio aduanero y que pueden ser exportadas temporalmente fuera de dicho territorio, se denomina exportación temporal para perfeccionamiento pasivo, cuando se necesite la reparación, restauración o acondicionamiento de mercancías, cuando se necesite transformar las mercancías y cuando se trate de elaboración, montaje e incorporación de mercancías (SENAE, 2012).

1.2.2 Arancel

Los aranceles constituyen los cargos económicos o la generación de un pago por concepto de la actividad económica de exportación e importación que se realiza desde el territorio del Ecuador, con el objetivo de proteger la industria nacional.

Según OMC, (2018) menciona que “Los aranceles proporcionan a las mercancías producidas en el país una ventaja en materia de precios con respecto a las mercancías similares importadas, y constituyen una fuente de ingresos para los gobiernos”. Se puede decir que el arancel es un instrumento del comercio exterior que varía de acuerdo a la producción y comercio de cada país.

En el Ecuador se utiliza tres tipos de aranceles: Derechos arancelarios Ad-Valorem, que representa un porcentaje a la mercancía que se desea importar, Derechos arancelarios específicos son recargos de acuerdos a las condiciones de la mercancía que puede ser en base al peso, dimensiones, etc. Finalmente, los Derechos arancelarios mixtos que es la unión de los dos anteriores.

1.2.3 Registro de exportador

Para el inicio de cualquier actividad comercial, en primer lugar, se necesita obtener el registro único de contribuyentes, éste constituye el primer paso para poder obtener el registro de exportador, posteriormente a eso se debe adquirir un certificado digital para la firma electrónica y autenticación. Como paso siguiente, se debe registrar el exportador en el portal de Ecuapass, en donde se podrá actualizar una base de datos, crear el usuario y la contraseña, aceptar las políticas de uso y registrar la firma electrónica (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2017).

1.2.4 Desaduanización de la mercadería

Para desaduanizar mercadería es importante verificar lo siguiente:

La desaduanización, consiste en la liberación de la mercadería que consta en una declaración aduanera y por la que se debe pagar impuestos, para las importaciones es necesaria una declaración aduanera, que se puede presentar hasta 30 días calendario después de que haya arribado la mercadería a su destino. En el caso de que no se llegare a cumplir éste requisito, se deberán ejecutar las garantías correspondientes para cada caso y cuando existan los beneficios de las preferencias arancelarias, se debe presentar la validez del certificado de origen que sustenta la liberación del pago de tributos. (Arias, 2013)

1.2.5 Canales de aforo

El aforo es un proceso que lo realiza la administración aduanera para la determinación tributaria de la mercadería, se conoce tres tipos de aforos para la mercancía a importar.

CANALES DE AFORO
Aforo Electrónico.- Se efectúa, mediante la validación y análisis de documentos electrónicos o digitales en el sistema.
Aforo Documental.- Verificación de la declaración aduanera y de sus documentos de soporte.
Físico Intrusivo.- Constatación física de mercancías.
Físico no Intrusivo.- Mediante sistemas tecnológicos de inspección como rayos X.

Figura 2. Canales de Aforo

Fuente: (Alvarez J. , 2015)

1.2.6 Tributos para la exportación.

Según (SENAE, 2012):

De acuerdo a lo estipulado en el Artículo 108, del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones COPCI, se consideran tributos al comercio exterior: Los derechos arancelarios; Los impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias, cuyos hechos generadores guarden relación con el ingreso o salida de mercancías; y, Las tasas por servicios aduaneros. Los tributos recaudados reflejan información de las prestaciones pecuniarias que el Estado exige de los consignatarios y exportadores, con motivo de la realización de operaciones aduaneras y por la prestación de servicios públicos inherentes a la actividad aduanera (p 3).

1.2.7 Base legal para exportar

Base Legal	Descripción
Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del libro V del COPCI	Publicado en el R.O. No. 452 – 19 de mayo de 2011.
Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones,	Publicado en el R.O. No. 351 – 29 de diciembre 2010.
Resolución No. SENA-E-DGN-2012-0336-RE	“Regulaciones provisionales para el régimen aduanero de exportación definitiva”, del 10 de octubre de 2012, publicada en el R.O. No. 825 del 7 de noviembre de 2012.
Resolución No. SENA-E-DGN-2013-0417-R	“Regulaciones provisionales para el régimen aduanero de exportación definitiva”, del 1 de noviembre de 2013.

Figura 3. Base Legal para Exportar
Fuente: (SENAE, 2012)

1.3 INCOTERMS

El comercio internacional debe estar ligado siempre, a actividades legítimas y determinadas como legales por las leyes de cualquier país, el uso del comercio internacional debe ser completamente responsable y debe verificar que cada uno de los negocios sean adecuados. Los Incoterms pueden considerarse como las estipulaciones básicas para poder llevar a cabo un proceso de comercio internacional.

Con las consideraciones del trabajo específico que va a realizar cada parte interviniente en el proceso de exportación. Su función específica se basa en el control de los acuerdos y en el cumplimiento de las garantías básicas de los aspectos legales, de calidad y cantidad, sobre los productos que se van a comercializar.

Se toman en consideración, los costos, los riesgos, la carga, el transporte de la mercadería y sobre estas opciones existen los respectivos parámetros mediante los cuales se va a cumplir con el objetivo final que es la exportación a buen término. Los Incoterms incluyen la gestión de comprador y vendedor, en cada una de sus etapas o fases de cumplimiento para la internacionalización de un producto previo a la revisión de estudios preliminares que se realicen por protocolo.

La siguiente figura, muestra las bases principales de los Incoterms:



Figura 4. Base de los Incoterms

Fuente: (Vidal , 2015)

1.3.1 Finalidad de los incoterms

En los aspectos generales de relaciones humanas existen controles que se ratifican mediante la ley, el respeto y cumplimiento de las normas se extiende para todas las personas, de cada acto de comercio se desprende la existencia previa de un acuerdo entre las partes interesadas en vender y comprar un producto específico.

Para el caso de las exportaciones no es diferente, la temática del trámite es similar, solo que el mercado meta es el internacional, para estos casos los controles suelen ser aún más rigurosos y siempre dependen de las normas previamente pactadas por los países que van a entablar relaciones comerciales entre sí. (Chiuquillanque , 2013):

Los Incoterms tienen una importancia relevante para el cumplimiento del contrato de compraventa, pero no abarcan, en absoluto, todos los problemas que puede conllevar el contrato de compraventa; por ejemplo, no tratan la transmisión de la propiedad y de los derechos reales, el incumplimiento de contrato y sus consecuencias, la concreción de pago o la situación de la mercancía, entre otros aspectos. Los Incoterms no reemplazarán los términos contractuales necesarios en un contrato de compraventa completo (P.14).

1.3.2 Características de los incoterms

Los Incoterms se deben tramitar, en cuanto a lo que tiene que ver con exportaciones, el pacto de los aspectos comercial, en cuanto a las condiciones de compra-venta, el aspecto del desarrollo de la logística, cálculos y trámites que se realizan hasta que el producto sea entregado, son los primeros procesos que se deben seguir para concretar una exportación. El tema del aspecto legal o jurídico también debe ser cubierto por las partes contratantes, se debe tener muy en cuenta la existencia de acciones y consecuencias jurídicas, es decir desde que

inicia el trámite se considera el cumplimiento de las estipulaciones, para la exportación de los productos de potencial comercialización internacional.

1.3.3 Clasificación de los incoterms 2010

Según Transmisión del Riesgo y Gastos	Según el modo de transporte	Según quién asume el precio del transporte
E-F: PAIS DE ORIGEN. - PAIS DE DESTINO	MARÍTIMO.PAIS DE ORIGEN. PAIS DE DESTINO	COSTO TRANSPORTE PRINCIPAL
• Franco Transportista • Franco a Bordo • Franco al costado del buque. • En fábrica	• Costo seguro y flete • Costo y flete • Franco a bordo • Franco al costado del buque	• Entrega Derechos pagados • Entrega en lugar • Entrega en terminal • Transporte seguro pagado • Transporte pagado hasta • Costo seguro y flete • Costo y flete.
C.PAIS DE ORIGEN.PAIS DE DESTINO	POLIVALENTE-PAIS DE ORIGEN-PAIS DE DESTINO	COSTO TRANSPORTE PRINCIPAL
• Transporte y seguros pagados hasta. • Transportes pagados hasta	• Entregada, derechos pagados. • Entregada en su lugar • Entregada en terminal	• Franco transportista. • Franco a bordo • Franco al costado del buque

• Costo, seguro y flete • Costo y flete	• Transporte pagado hasta • Franco Transportista • En fábrica	• En fábrica
D.PAIS DE ORIGEN PAIS DE DESTINO		
• Entregada derechos pagados		

Figura 5. Clasificación de los Incoterms
Fuente: (Incoterms 2010, 2019)

1.3.4 Productos de exportación

La exportación puede identificarse de algunas maneras, es importante conocer cuáles son las formas en las que se puede hacer que un producto pueda llegar a conocerse y comercializarse en el mercado internacional. El Petróleo es un clásico de exportación desde el Ecuador hacia el mundo, pero varios otros productos también son representativos para el mercado internacional, el siguiente gráfico, muestra los productos no petroleros que el Ecuador exporta a otros países del mundo.

Tabla 1. Productos que Ecuador exporta con frecuencia

Subpartida	Descripción	Unidad es	Ene-Dic			Variación		Part 2012
			2011	2012	2013	2011 - 2012	2012 - 2013	
0803.00.12.00*	BANANAS FRESCAS TIPO «CAVENDISH VALERY»	Fob Miles USD	2,145,597	1,992,484	2,283,727	-7.14%	13.61%	19.98%
		Toneladas	5,391,885	4,961,182	5,307,841	-7.62%	6.58%	60.13%
0308.13.91.00*	LOS DEMÁS CAMARONES CONGELADOS	Fob Miles USD	1,100,493	1,255,571	1,455,367	14.09%	15.91%	12.59%
		Toneladas	174,982	205,377	181,957	17.37%	-11.40%	2.48%
1804.14.10.00	ATUNES EN CONSERVA	Fob Miles USD	557,833	821,188	998,109	47.21%	21.55%	8.23%
		Toneladas	122,577	152,100	171,464	24.09%	12.73%	1.84%
0803.11.00.00	ROSAS FRESCAS CORTADAS	Fob Miles USD	501,747	533,332	610,459	6.30%	14.46%	5.35%
		Toneladas	87,275	87,896	117,484	0.71%	33.66%	1.08%
7108.12.00.00	LAS DEMÁS FORMAS DE ORO EN BRUTO PARA USO NO MONETARIO	Fob Miles USD	131,583	387,101	420,235	194.19%	8.56%	3.88%
		Toneladas	4	11	287	152.23%	2567.33%	0.00%
1801.00.19.00	CACAO EN GRANO CRUDO, LOS DEMÁS EXCEPTO PARA SIEMBRA	Fob Miles USD	473,303	344,807	427,087	-27.15%	23.88%	3.48%
		Toneladas	158,404	148,883	178,092	-7.25%	19.90%	1.77%
1511.10.00.00	ACEITE DE PALMA EN BRUTO	Fob Miles USD	220,480	212,480	140,172	-3.63%	-34.02%	2.13%
		Toneladas	187,882	202,507	148,890	7.80%	-28.48%	2.44%
1804.20.00.00	LAS DEMÁS PREPARACIONES Y CONSERVAS DE PESCADO	Fob Miles USD	241,494	209,914	213,370	-13.08%	1.66%	2.10%
		Toneladas	50,545	37,415	38,823	-25.96%	3.76%	0.45%
2101.11.00.00	EXTRACTOS, ESENCIAS Y CONCENTRADOS DE CAFÉ	Fob Miles USD	143,157	185,579	190,132	29.63%	2.45%	1.88%
		Toneladas	20,340	23,543	24,432	15.75%	3.77%	0.28%
2301.20.11.00	HARINA DE PESCADO CON CONTENIDO DE GRASA SUPERIOR A 2% EN PESO	Fob Miles USD	117,151	113,439	145,021	-3.17%	27.84%	1.14%
		Toneladas	89,491	92,472	102,458	3.33%	10.80%	1.12%
DEMÁS PRODUCTOS		Fob Miles USD	3,744,682	3,918,984	3,988,235	4.60%	1.77%	39.28%
		Toneladas	2,259,939	2,354,798	2,494,306	4.20%	5.92%	28.43%
TOTALES		Fob Miles USD	9,377,451	9,972,800	10,849,914	6.35%	8.80%	100.00%
		Toneladas	8,543,304	8,284,143	8,784,034	-3.03%	5.79%	100.00%

Fuente: (Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones , 2018)

Cada uno de los tipos de exportación se deben evidenciar en las formas de su ejecución, siempre dependerá de las metas y las propuestas sobre el producto que se quiere comercializar.

El Ecuador es un país rico en recursos, su flora y su fauna, son irrepitibles y cualquier producto que se pretenda comercializar desde el territorio nacional debe cumplir con esa característica de irrepitible. Entre los productos de exportación más conocidos en el Ecuador, se puede considerar al banano y la flor como representantes de un país mega-diverso y con potencial comercial internacional, la flor ecuatoriana se encuentra en la capacidad de competir con las flores del

mundo, inclusive dentro de los parámetros internacionales, no existen flores como las del Ecuador, por lo que se las podría calificar de únicas en el mundo.

1.4 LOGISTICA DE EXPORTACIÓN

Cada proceso de comercialización tiene que contar con una estructura logística, adecuada para poder trabajar, las acciones necesarias para poder hacer que un producto llegue al consumidor final son las que van a ayudar a que las planificaciones sean cumplidas.

Una logística debe aplicarse adecuadamente, antes de poner en marcha una empresa o un negocio, se necesita realizar un estudio preliminar de logística, es decir, revisar minuciosamente cada una de las acciones que se deben realizar antes de poner el producto a disposición del consumidor final.

Para que una logística se considere lista para comenzar a trabajar, debe cumplir con las necesidades y expectativas de quienes se encuentran al mando de los proyectos o del emprendimiento.

La empresa o negocio que decida emprender en la internacionalización de sus productos debe contar con un propósito bien definido sobre los trabajos que implica hacer que el producto llegue a un consumidor final internacional y su logística debe estar bien definida como lo muestra la figura siguiente:

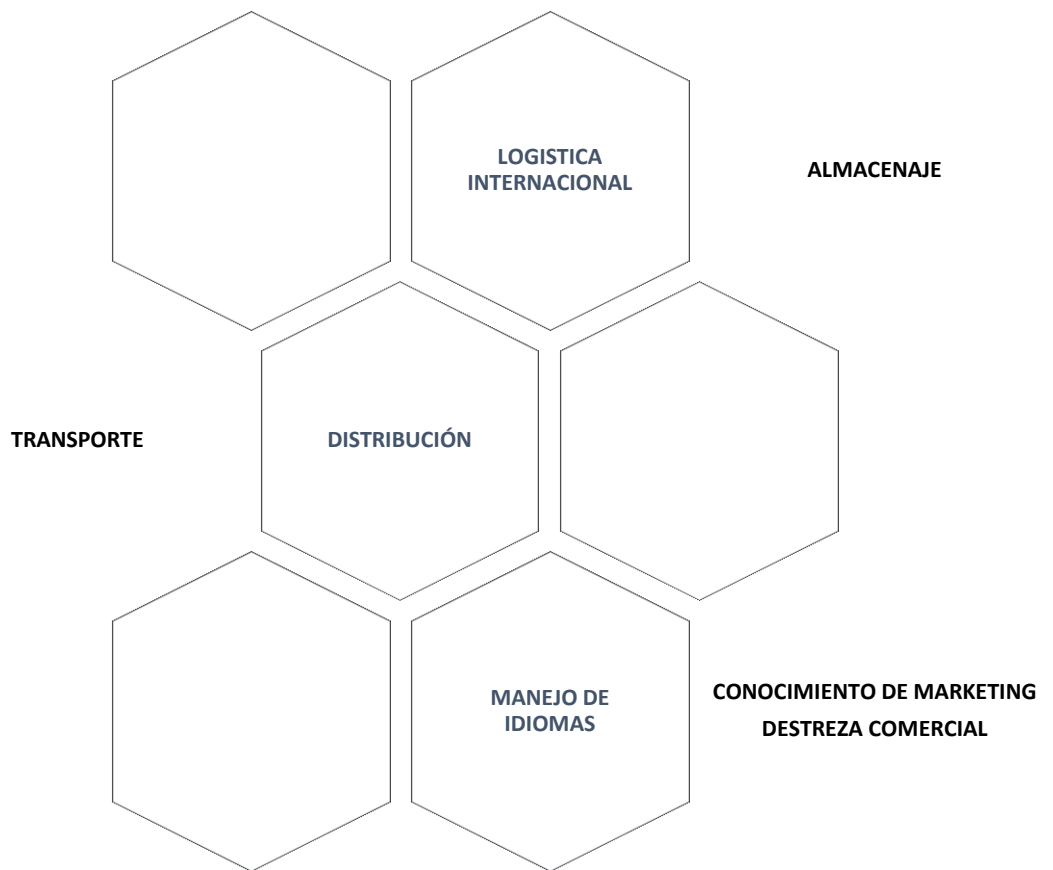


Figura 6. Logística de exportación
Fuente: (Peña Cristina, 2016)

Cada uno de los aspectos de estudio en la empresa que necesita ampliar su espectro de mercado hacia el exterior, deben ser analizados y debatidos por todos quienes conforman el negocio.

En general, estos aspectos se engloban fundamentalmente en dos áreas de gestión: la financiera y la logística. De este modo, la experiencia profesional y unos amplios conocimientos sobre gestión financiera del comercio internacional han de permitir, por ejemplo, la elección del medio de pago que ofrezca mayor seguridad para las partes vendedora y compradora en cada operación (Soler , 2014).

1.4.1 Documentación de exportación

Para realizar cualquier acto comercial, ya sea dentro o fuera del país, se necesitan una serie de trámites que se deben realizar a fin de que la actividad que se va a emprender sea legal y cumpla con los requisitos establecidos para cada tipo.

La documentación necesaria para acceder a los procesos de exportación debe ser parte de un expediente determinado y debe cumplir con lo reglamentado para cada caso de exportación, a continuación, el gráfico, muestra cada uno de los trámites a seguir, como por ejemplo uno de los primeros que es, el Registro de exportador en el Ecuapass.



Figura 7. Requisitos para exportar

Fuente: (Ministerio de Comercio Exterior , 2017)

Los trámites que se deben realizar para poder exportar, pueden parecer engorrosos, pero sin embargo son muy necesarios para poder hacer un comercio legal y sin vulnerar norma alguna. Otro de los aspectos importantes para acceder

a una autorización de exportación es el trámite de declaración juramentada de origen, así lo describe la siguiente figura:

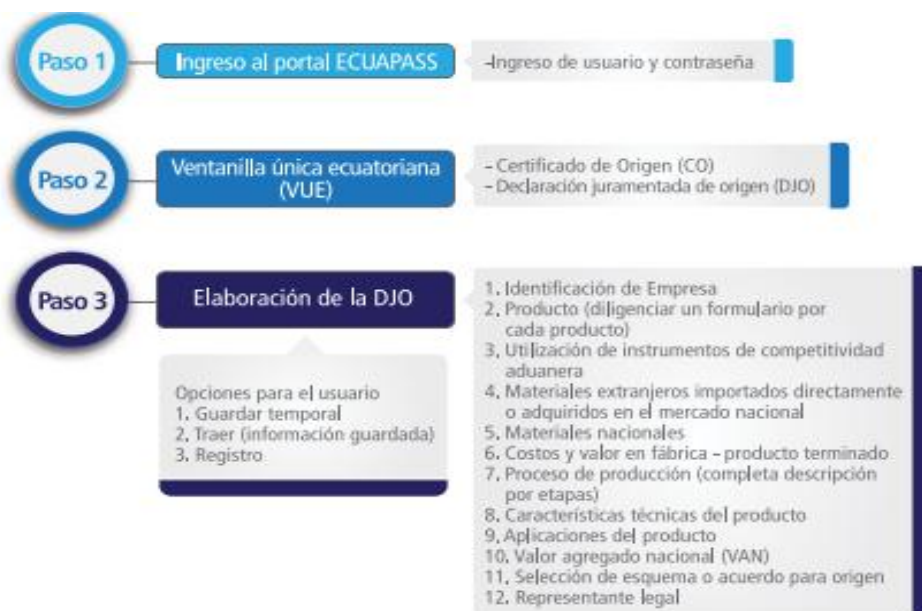


Figura 8. Pasos para exportar

Fuente: (Ministerio de Comercio Exterior , 2017)

Los documentos descritos constituyen los primeros y principales pasos a seguir para poder ser calificado como exportador y para que se considere que el Origen del producto es del territorio nacional y que se ha realizado las acciones necesarias para que pueda ser considerado como un potencial de exportación.

1.4.2 Certificaciones de exportación

Un certificado de exportación es expedido por la autoridad competente, luego de que se hayan cumplido cada uno de los requisitos necesarios para el objetivo de la exportación. Como uno de los requisitos más importantes del proceso de exportación, los certificados se deben adjuntar a los expedientes de los productos que se van a comercializar. A continuación, en la siguiente gráfica, se puede

observar las ventajas de las certificaciones internacionales para los productos de exportación.



Figura 9. Certificaciones de exportación
Fuente: (Peñañiel , 2015)

Es importante recalcar, que las certificaciones internacionales, sirven para darle calidad al producto de exportación, aumenta la competitividad en el mercado y determinan una proyección de comercio buena o mala, según la forma de poner el producto al mercado, la base de todas las exportaciones es la calidad y la particularidad de los productos.

1.4.3 Medios de pago

Los medios y las formas de pago de las exportaciones siempre deben ser acordadas por las partes, es decir, quienes están en contacto de exportación deben incluir en las normas de control, los medios o formas de pago, con las que van a trabajar.

El importador y el exportador pueden escoger entre los distintos medios de pago existentes en el mercado, en función de sus intereses. Cada uno de ellos dispone de características también muy diferentes entre sí, tanto en lo que respecta a su complejidad operativa como al costo, seguridad, etc. Por supuesto, no existe ningún impedimento en utilizar cualquiera de los medios de pago existentes, aunque es aconsejable adoptar aquel que se adapte mejor a cada necesidad concreta, y hacerlo después de analizar detenidamente las distintas alternativas disponibles. (Casadejús , 2014).

La siguiente figura, muestra cada uno de los factores que determinan la elección de una forma y medio de pago internacional:

Uno de los medios de pago más comunes, por lo menos dentro del mercado nacional, es la moneda oficial de circulación nacional, pagada en efectivo por el producto o servicio solicitado.

En el caso del comercio internacional, cada uno de estos aspectos debe estar determinado previamente y debe ajustarse a las normas de comercio nacional e internacional.

1.5 EMPRESA

Una empresa es una institución constituida con la finalidad de obtener lucro económico a razón de la actividad que realiza, las empresas nacen de ideas que buscan el desarrollo y el sustento de las familias y uno de sus objetivos principales es que sean el sustento económico de las personas a largo plazo.

(Prieto , Álvarez , & Herráez, 2013) Las empresas forman parte de la actividad económica general de un país y la dinamizan, se definen bajo los factores de producción, como el capital, la tierra y el trabajo y deben cumplir algunas condiciones para surgir y mantenerse en el mercado como: la duración, que depende claramente de lo que se vaya a producir y la proyección que se tenga al respecto, especificar el tipo de actividad que se va a realizar; si es profesional o

una planificada que se dirige a una unidad de acción, así como también tener una determinada y preestablecida finalidad y autonomía suficiente.

1.5.1 Funciones de una empresa

Entre las principales funciones de una empresa, se pueden describir, según (Prieto , Álvarez , & Herráez, 2013):

- Administrar los recursos humanos.
- Aprovisionar mercadería.
- Gestionar la producción-de ser el caso.
- Analizar el entorno comercial.
- Administrar los recursos financieros.
- Gestionar el entorno administrativo.
- Contar con una directiva y una estructura lo más completa posible (p. 53).

1.5.2 Clasificación de las empresas según su tamaño

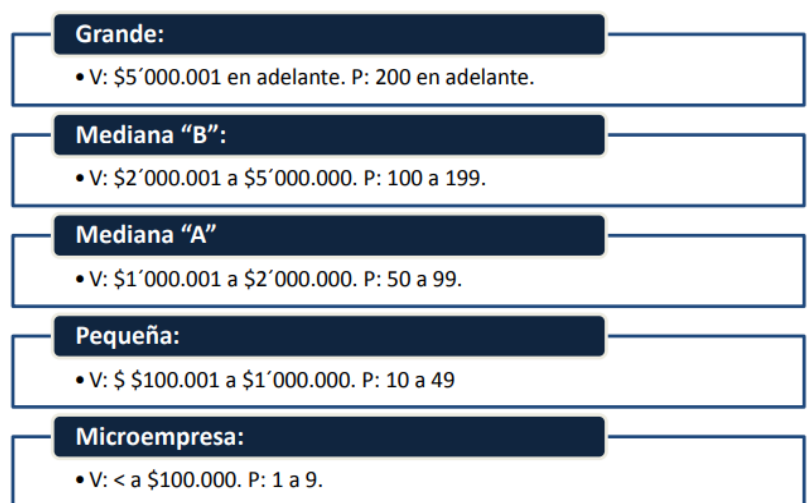


Figura 10. Clasificación de la empresa según su tamaño
Fuente: (INEC, 2014)

1.5.3 Ley de compañías del Ecuador

La ley de compañías es una norma legal, que regula el comportamiento del establecimiento de diferentes actividades económicas, que se describen como empresas o compañías dentro del territorio. En sentido estricto la ley de compañías contempla las siguientes definiciones a partir de las cuales rigen todos los preceptos legales referenciales a una compañía:

- ☐ Es una asociación de personas. No puede constituirse la compañía sin el concurso mínimo de personas que establece la ley para cada especie.
- ☐ Es un contrato.
- ☐ Un acto de creación de personas jurídicas.
- ☐ Las personas unen sus aportaciones, que pueden consistir en capitales (ley al aporte de dinero) o industrias (aportación de la fuerza de trabajo y capacidad personal del socio).

- ☐ Esta asociación de personas y aportaciones se hace para emprender en operaciones mercantiles las compañías sujetas a la ley de compañías son mercantiles para la forma.
- ☐ Se participa en utilidades.
- ☐ Tiene fin de lucro, pues los socios que unen sus capitales e industrias lo hacen para emprender en operaciones mercantiles y participar en sus utilidades (Rivas & Flores, 2018)

1.5.4 Empresas florícolas

Una empresa florícola, se constituye con la misma finalidad de otras empresas que es el aspecto lucrativo, con la característica del manejo agrícola. Se constituyen en las zonas geográficamente aptas para la producción y tienen la característica similar de producir para la exportación, en Ecuador las florícolas se encuentran en las siguientes zonas productivas:

ÁREAS PRODUCTIVAS		
PROVINCIA	LUGARES	PORCENTAJES
Pichincha	Cayambe, Huaycupata, La Esperanza, Tocachi, Atahualpa, Peruchol, Tabacundo, Malchinguí, El Tingo, Guayllabamba, Pomasqui, Puembo, Yaruquí, Tumbaco, Pífo, Amaguaña, Aloag, Alausí.	66 %
Cotopaxi	Guaytacama, Toacazo, Latacunga.	12 %
Azuay	Cuenca, Paute, Azogues, San Joaquín, Estación Cumbe.	6 %
Imbabura	Otavalo, Cotacachi, San Pablo del Lago	5 %
Otros		11 %

Figura 11. Florícolas. Áreas productivas.
Fuente: (Ávila, 2015)

1.6 FLOR LILIUM RAINBOW

La Flor Liliium Rainbow, es una de las más hermosas del mundo una de sus características principales es su combinación de colores, que la hacen única y embellecedora. La Azucena como también es llamada, tiene una potencial presencia para la muestra al público y puede ser la decoradora de eventos de primer nivel en cualquier parte del mundo.

Una de las características que le hace única a esta flor son sus colores que llaman la atención de las personas por su calidad y durabilidad permitiendo una excelencia de flor en sus similares productos.

La siguiente figura, muestra la flor Liliium, como una de las muestras más características de los ejemplares de su especie:



Figura 12. Flor Lirio.
Fuente: (Nanetti , 2018)

Las flores del Ecuador son hermosas sin distinción, todas contienen un alto grado de características que las hace únicas en el mundo y por lo tanto se debe rescatar que su internacionalización debe ser tomada en cuenta por cada productor, los aspectos importantes de la exportación deben ser entre tantos; el aporte a la belleza que puede brindar una sola flor y la elegancia que le puede dar a cualquier lugar donde se la exhiba.

1.6.1 Características principales del Lilium

Es una de las flores más hermosas del mundo, y entre sus características más importantes, se puede definir (España, 2016):

- Se desarrolla a través de bulbos, que tienen una presentación escamosa y carnosa.
- Su utilización es variada, es un adorno excepcional y puede estar en los jardines o decorando interiores.
- Su forma es muy especial, tiene la figura de una trompeta y sus 6 pétalos son curvados.
- El color que más destaca en estas flores, es el Rainbow.
- La forma de sus tallos resalta al presentar una postura recta y sus hojas son lanceoladas (p.2).

1.7 ACUERDOS COMERCIALES DE ECUADOR

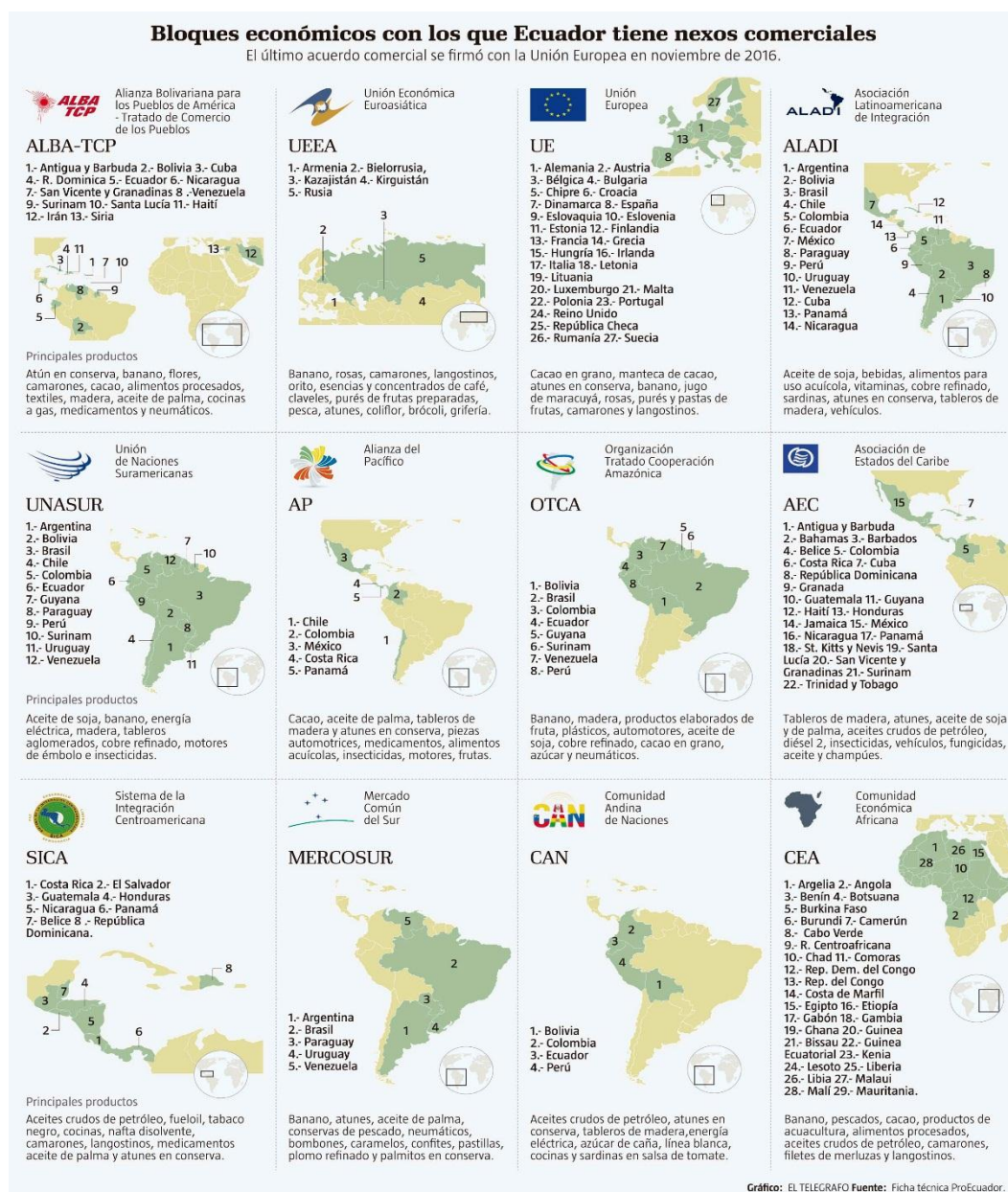


Figura 13. Acuerdos comerciales del Ecuador con el Mundo.
Fuente: (Ministerio de Comercio Exterior , 2017)

1.8 ANÁLISIS CRÍTICO Y LIMITACIONES

La flor Liliium Rainbow, es comercializada a gran escala en Ecuador, su aceptación a nivel comercial ha sido positiva y ha generado reacciones alentadoras entre los consumidores.

Una flor adorna todo un entorno y facilita la comprensión de los escenarios en los que se trabaja, un evento social, político, de etiqueta en inclusive uno de exequias, necesita que en su contexto se añada la dulzura de las flores.

Cada proyecto que se realice a partir de las flores, tendrá como característica la conclusión de que su estancia en cualquier lugar le dará realce, elegancia, alegría y paz.

La zona norte del Ecuador, es potencialmente productiva y cumple con las exigencias para producir una flor de excelente calidad, su potencial se puede explotar hasta los límites de la belleza y productividad.

La exportación es forma de comercio que incluye las relaciones internacionales de los países del mundo, y cada uno de éstos países tienen la capacidad de aportar a nuevos mercados, productos que son necesarios en otros y así generar una especie de colaboración comercial internacional.

El presente trabajo investigativo ha pretendido determinar la opcional comercialización internacional de la “Liliium Rainbow”, desde el Cantón Pedro Moncayo provincia de Pichincha, hacia el mercado de Miami en Estado Unidos.

Con lagunas opciones preestablecidas en la empresa Jaden Roses, aportando con la respectiva estructuración de la puesta en escena del aspecto comercial, cada una de las opciones presentadas pueden considerarse válidas bajo la tutela de la empresa encargada.

Sin embargo, la importancia de ampliación en cuanto al tema financiero sería necesario en el caso de que se pretenda ampliar aún más el mercado

internacional. Como un estudio previo se puede considerar el hecho de tinturar las flores para darles realce se puede considerar como un aspecto novedoso y positivo para la innovación de los procesos de exportación.

1.8.1 Contextualización del tema

La exportación de la flor Liliun Rainbow al mercado de Miami Estados Unidos, ha generado un par de incidencias conmemorativas con la capacidad del Ecuador, de embellecer el resto del mundo.

Una flor siempre es necesaria en los hogares o en las empresas, su presencia le da realce a cualquier situación y su beneficio es aún más variado, las flores don utilizadas también en el medio religioso.

La presente investigación se ha contextualizado por la realización de un proceso investigativo de primera instancia donde se ha establecido puntos de referencia como la oferta y la demanda de la flor Liliun Rainbow en el mercado de Miami, siendo como principal forma de análisis la determinación de la capacidad de producción de la empresa Jaden Roses, para su internacionalización.

Las flores del Ecuador tienen reconocimiento internacional y esa es una de las ventajas más importantes al momento de buscar la exportación de ideas innovadoras de éste tipo de productos.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO

2.1 ANTECEDENTES

Para la realización del presente trabajo investigativo, se ha tomado en cuenta la metodología determinada por un diseño cuali-cuantitativo, con un enfoque principalmente observacional, se ha establecido los lineamientos específicos que han buscado la consecución de cada uno de los objetivos, en el aspecto general de desarrollo, se ha definido la concepción de las variables conjuntamente con el trabajo no experimental sino más bien de análisis de mercado para la exportación de la flor “Lilium Rainbow” hacia Miami-Estados Unidos.

La empresa Jaden Roses, se dedica a la producción y venta de rosas, flores y sus variedades, con la característica especial de que la exportación es uno de sus fuertes en el mercado, sobre sale su experiencia y su capacidad de organización.

La empresa Jaden Roses ha trabajado durante años en el perfeccionamiento de sus productos, su experiencia se basa en el transcurso de 5 años desde su creación, desde el 2014 hasta la fecha ha trabajado arduamente en la construcción de un mercado para su producto innovador que son las flores tinturadas.

La empresa cuenta con la capacidad productiva y la experiencia internacional para poner a consideración su innovación de “Lilium Rainbow” al mercado Internacional y el proceso de exportación sería adicional al que se viene haciendo desde hace años ya que una de las características de la empresa, es la exportación.

La flor “Lilium Rainbow”, forma parte de la proyección internacional de Jaden Roses y por tal razón se sitúa como potencial producto de solicitud determinada para los mercados internacionales y la capacidad de producción de la empresa pretende cumplir con las expectativas de los clientes.

2.2 OBJETIVOS DIAGNÓSTICOS

2.2.1 Objetivo general

- Determinar la situación diagnóstica de la empresa JADEN ROSES para su internacionalización con el producto Lilium Rainbow y establecer su nivel de adaptación al mercado exterior.

2.2.2 Objetivo específicos

- Determinar la capacidad productiva de la empresa.
- Determinar el proceso productivo para la obtención de la variedad Lilium Rainbow.
- Determinar la demanda del producto en el mercado de Miami.

2.3 VARIABLES DEL DIAGNÓSTICO

Las variables diagnósticas son estructuradas para el cumplimiento de los objetivos.

- Capacidad de producción
- Proceso productivo
- Demanda

2.4 INDICADORES

Para el cumplimiento y recopilación de cada variable diagnóstica es necesaria la creación de los indicadores:

Capacidad de producción

- Precio del producto

- Capacidad de producción de la empresa.
- Consumo Materia prima

Proceso productivo

- Selección del Liliun
- Proceso productivo
- Tiempo del teñido

Demanda

- Consumo mensual
- Crédito
- Demanda anual

2.5 MATRIZ DE RELACIÓN

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
Determinar la capacidad productiva de la empresa.	Capacidad de producción	- Precio del producto - Capacidad de producción de la empresa - Consumo materia prima	Encuesta Entrevista Entrevista	Gerente de la empresa Gerente de la empresa Gerente de la empresa
Determinar el proceso productivo para la obtención de la variedad Lilium Rainbow	Proceso productivo	- Selección del Lilium - Proceso productivo - Tiempo del teñido	Entrevista Entrevista Entrevista	Técnico en tinturación. Técnico en tinturación. Técnico en tinturación.

Determinar La demanda del producto en el mercado de Miami	Demanda	• Consumo mensual	Encuesta/Entrevista	Posibles clientes
		• Crédito	Encuesta/Entrevista	Posibles clientes
		• Demanda anual	Encuesta/Entrevista	Posibles clientes

Figura 14. Matriz de relación
Elaborado por: Jhonny Castillo

2.6 MECANICA OPERATIVA

2.6.1 Población o universo

Universo Uno

Para la determinación de la población que se analizó, se estableció un primer universo que lo conforman, los clientes internacionales que tiene la Empresa Jaden Roses de Pedro Moncayo con otras variedades de flores, a quienes se les aplicó una encuesta misma que recolectó información de tipo general.

Tabla 2. Clientes de la empresa Jaden Roses

NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	PAGINA WEB
Jet Fresh Flower Distributors Inc.	2000 NW 70th Ave, Miami, FL 33122, EE. UU.	+1 305-499- 9144	http://jetfreshflowers.com/
Miami Flower Market	6964 NW 50th St, Miami, FL 33166, EE. UU.	+1 855-853- 7374	https://miamiflowermarket.com/
Mayesh Wholesale Florist, Inc.	1456 NW 82nd Ave, Miami, FL	+1 305-468- 8225	https://www.mayesh.com/

	33126, EE. UU.		
Nature's Flowers	2605 NW 77th Ave, Miami, FL 33122, EE. UU.	+1 305-477-0802	https://www.naturesflowers.com/
International Flower Exchange	2009 NW 70th Ave, Miami, FL 33122, EE. UU.	+1 305-594-4954	http://www.ifeinc.com/
Royal Flowers Group	2020 NW 89th Pl, Miami, FL 33172, EE. UU.	+1 305-477-4483	https://www.royalflowersgroup.com/
3 D Flowers	3555 NW 74th Ave, Miami, FL 33122, EE. UU.	+1 305-418-4968	
DVFlora	1480 NW 94th Ave, Miami, FL 33172, EE. UU.	+1 866-997-8367	http://www.dvflora.com/
SAI Silk Flowers	5395 NW 165th St, Miami Gardens, FL 33014, EE. UU.	+1 305-625-0772	https://www.saisilk.com/
Sunburst Farms	2200 NW 70th Ave, Miami, FL 33122, EE. UU.	+1 305-594-4300	https://sunburstfarms.com/
Preferred Floral Providers	2009 NW 70th Ave, Miami, FL 33122, EE. UU.	+1 305-418-9343	
JRRoses Wholesale Flowers	7963 NW 33rd St, Doral, FL 33122, EE. UU.	+1 305-970-9489	https://www.jrroses.com/
Miami Flower Traders	7955 NW 12th St #312, Doral, FL 33126, EE. UU.	+1 305-591-7220	

GlobalRose	6999 NW 50th St, Miami, FL 33166, EE. UU.	+1 305-594-0084	https://globalrose.com/
BunchesDirect	7068 NW 50th St, Miami, FL 33166, EE. UU.	+1 866-690-8425	https://bunchesdirect.com/
FlowersandFreshness	7950 NW 53rd St, Miami, FL 33166, EE. UU.	+1 954-376-5061	https://www.flowersandfreshness.com/
Floral Express Inc	8224 NW 30th Terrace, Doral, FL 33122, EE. UU.	+1 305-592-9170	http://www.floralexpressmiami.com/
Virgin Farms Direct, Inc.	8475 NW 66th St, Miami, FL 33166, EE. UU.	+1 888-548-7673	https://www.virginfarms.com/

Elaborado: Jhonny Castillo

2.6.2 Determinación de la muestra

Los clientes más frecuentes de Jaden Roses no sobrepasa el límite para la necesidad de aplicar una fórmula de muestra, por lo tanto, se aplicó la encuesta al universo total que fueron: 18 clientes frecuentes y potenciales.

2.6.3 Información primaria

Para el desarrollo de la información primaria se aplicaron las técnicas de recolección de datos siguientes:

2.6.3.1 Encuesta

La encuesta se aplicó con la finalidad de recoger datos esenciales para la empresa, Jaden Roses y su necesidad de ampliar su campo comercial

hacia el exterior con la flor Liliun Rainbow. Se realizaron preguntas a los principales y más frecuentes clientes de la empresa.

2.6.3.2 Entrevista.

La entrevista se aplicó con la finalidad de conocer los puntos más importantes sobre la empresa Jaden Roses y su producción para abastecer el mercado internacional, se entrevistó principalmente a profesionales del tema en desarrollo. Se realizaron algunas preguntas al Gerente General de la empresa Jaden Roses, así como también se entrevistó a un comprador potencial ubicado en Miami.

2.6.4 Información secundaria

Como información secundaria para el desarrollo del proyecto se utilizó lo siguiente:

- Informes de trabajo de la Empresa Jaden Roses, sobre cada uno de los procesos de producción de la flor Liliun Rainbow.
- Evidencia documental y fotografía sobre el proceso de tinturación y posterior puesta en marcha, del proceso de comercialización.

2.7 TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

2.7.1 Entrevistas

Entrevista 1, Dirigida al Gerente de la empresa Jaden Roses ubicada en Pedro Moncayo

1.- La empresa Jaden Roses ha trabajado de forma ardua para conseguir sus objetivos. ¿Desde hace cuánto tiempo han trabajado con flores?

Respuesta. He tenido una larga carrera en las flores y he venido trabajando desde el año 2000 con ventas pequeñas a nivel nacional pero vi la necesidad de expandirme porque la producción que tenía era muy diversa y el mercado local no me abastecía tanto en producción como en economía y empecé a sacar papeles para que mi empresa se legalice y pueda exportar hacia un mercado internacional y no se quede mi producción en el mercado local es así que en el año 2013 se constituye mi empresa con el nombre de Jaden Roses en honor a mi hija y desde ese entonces he trabajado con mercados internacionales.

2. Las flores del norte del País son muy solicitadas a nivel nacional ¿Cuáles son las flores que ustedes han vendido más, en el mercado?

Respuesta. Bueno la calidad que tiene Ecuador no la tiene ningún país por la situación geográfica que poseemos, permitiendo así una ventaja frente a otros

países que se dedican a la floricultura al igual que nosotros, esto ha permitido que clientes de otros países soliciten nuestras rosas antes que a la competencia. Me manejo una cartera de variedades que dispongo para mis clientes estas son rosas normales como tinturadas además Liliun y nuestra nueva innovación que es el Liliun Rainbow.

3. ¿Qué representa para usted la flor Liliun Rainbow?

Respuesta. Para mi este nuevo producto llamado Liliun Rainbow es un nuevo reto que la empresa se propuso incursionar a un mercado objetivo es un producto no tradicional que permitirá a nuestros clientes tener un producto innovador para que ofrezcan a sus clientes. Este producto permitirá tener ventajas frente a competencias que venden similares productos debido a que no lo exportan ni conocen sobre él.

4. La Flor Liliun Rainbow, ha tenido que pasar por procesos de perfeccionamiento para poder explotar su potencial. ¿Mencione qué proceso es el que más se ha destacado?

Respuesta. Este producto a tenido un largo proceso para poder llegar a su perfeccionamiento tanto en su calidad, durabilidad y estabilidad de colores en sus pétalos en la actualidad la empresa cuenta con la suficiente producción para que este producto sea explotado en su cien por ciento hacia el exterior y puedan ver sus clientes que el producto innovador que la empresa Jaden Roses posee cumple con todas las demandas de los clientes que pidan este nuevo producto.

5. La exportación es una proyección del vendedor hacia el futuro y a un mercado prometedor. ¿Cree usted que la exportación de la flor Liliun Rainbow, cumplirá las expectativas de la empresa?

Respuesta. El Liliun Rainbow cumple con todas las expectativas de las clientes y si tiene un futuro prometedor debido a que el mercado objetivo de este producto

tiene una alta demanda de Liliun y rosa tinturada permitiendo así que esta innovadora rosa tenga acogida en un mercado internacional.

Entrevista 2, Dirigida al Ingeniero Saúl Castillo experto en Tinturación

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo ha trabajado con las flores tinturadas?

Respuesta. - He trabajado con rosas desde hace unos 7 años con todo tipo de variedad que existe en el campo floricultor tanto en el mercado local como internacional. En 2014 comencé a trabajar con rosas tinturadas con las que en la actualidad sigo trabajando hacia el mercado internacional y ya no en el mercado local.

2. Se conoce que existe dos provincias productoras de rosas ¿Cuál es la mejor según su criterio respecto a la calidad?

Respuesta. Para mi parecer la provincia de pichincha se caracteriza por tener una mejor condición climática para que la flor tenga un mejor desarrollo productivo y mejores características para las demás provincias.

3. ¿Qué representa para usted la flor Liliun Rainbow?

Respuesta. En mi parecer el Liliun Rainbow es una flor muy llamativa al igual que las rosas tinturadas pero esta nueva innovación tendría ventajas frente a las rosas normales y tinturadas.

4. ¿Existen parámetros para la selección del Liliun a tinturar?

si existen parámetros que se debe tomar en cuenta para la selección del producto estos son:

- Tamaño de botón
- Grosor de tallo
- Sin enfermedades
- Sin tallos torcidos
- Medida del tallo.

Todos estos parámetros se toman en cuenta para que el producto final pueda ser exportado y no tenga inconvenientes en los controles de calidad.

5. ¿Cree usted que es un proceso complejo para alcanzar los diversos colores la Lilium rainbow?

Respuesta. Este producto cuenta con diversos tratamientos para alcanzar su preciado color y pueda tener todo su potencial para explotarlo y se destacado frente a similares productos

5. ¿Cuál es proceso productivo para realizar el Lilium rainbow?

- Clasificación de la materia prima
- Deshidratación de la flor
- Corte de la materia prima
- Colocación de la materia prima en canaletas de tinturación
- Espera del tiempo para el teñido correcto
- Sacar de canaletas y poner a reposar en cuarto frio

- Maquillaje de la flor
- Embonchar del producto
- Empacar el producto
- Exportación del producto.

6. ¿Cuál es el tiempo de duración del teñido de la flor Lilium Rainbow?

El tiempo para que el producto pueda adquirir sus colores definitivos son de cuatro horas

7. ¿Cree usted que la exportación de la flor Lilium Rainbow, cumplirá las expectativas?

Respuesta. Todos productos realizados por una empresa tienen que cumplir con los requisitos que el país en primer lugar imponga para su exportación como también las expectativas de sus clientes para que puede ser vendido.

Entrevista 3, Dirigida al Gerente de la floristería Flora Imports de Miami Estados Unidos

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo comenzó a trabajar con flores y de qué país importa las flores?

Respuesta. - He comenzado a trabajar con flores hace quince años con flores de algunos países como Ecuador, Colombia, pero las flores ecuatorianas que para mí son las mejores por su calidad y su larga durabilidad en un florero lo cual ha hecho que me fidelice con Ecuador. He comprado a diversas empresas de diferentes provincias de Ecuador, pero el sector norte es donde me gustan más

comprar y hace dos años me fidelice con Jaden roses ya que cumple con todas las expectativas que busco para mis clientes queden satisfechos.

2.¿Cuáles son las flores que usted más ha vendido en el mercado y tiene experiencia en los tinturados?

Respuesta. - Como mencione anteriormente las flores del norte de Ecuador son las que más me gustan y más pedidas en mi mercado que tengo y he vendido diferentes variedades de rosas como blush, vendela, ocean song, mondial, freedom, explorer entre otras variedades también rosas tinturadas, crafted y Lilium son las que mis clientes me piden y son las que compro a Ecuador.

3. ¿Qué representa para usted la flor Lilium Rainbow?

Respuesta. - Para mí el Lilium Rainbow es algo novedoso pero llamativo en mi plaza de mercado que tengo les gusta lo nuevo, las innovaciones que les llevo les gusta mucho las rosas tinturadas por los colores que adquieren al momento de abrir y sé que el Lilium Rainbow tendrá buena acogida en mi mercado porque los colores que dicha flor tendrá llamará la atención de mis clientes y se podrá vender dicho producto.

4.¿Conoce usted el cambio que sufre el Lilium para convertirse en Lilium rainbow ?

Respuesta. - Bueno el proceso que lleva la flor Lilium Rainbow no tengo claro como es, pero sé que sufre cambios para poder adquirir los colores que al abrirse van mostrando mientras cumplen su ciclo de vida.

5.- Actualmente ¿Usted comercializa el Lilium Rainbow?

No, porque este producto solo lo he visto en fotos a través de la propuesta que me hizo la empresa Jaden Roses en colaboración con el estudiante que está haciendo el proyecto de titulación, sin embargo, me pareció un producto innovador y me gustaría tener el privilegio de comercializarlo en mi ciudad Miami.

6.- En caso de lanzar este producto al mercado ¿Cuánto estaría dispuesto a comprar semanalmente?

10-20 HB ☐

30-40 HB ☒

50-60 HB ☐

Esta cantidad sería para empezar hasta que vaya aumentando la demanda del producto.

Nota: Los HB son la forma abreviada para referirse a un tabaco de rosas, cada HB contiene diez ramos de lirios.

7.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada ramo de Lilium?

Según tengo entendido el Lilium es un producto de alto valor comercial, aquí por un ramo de lilium natural pagamos \$7 entonces le tomo como referencia a las rosas tinturadas y yo podría pagar un precio de \$12 en términos FOB.

Nota: En el negocio de las rosas se usa el termino FOB para referirse al proceso donde la empresa florícola deja los tabacos de rosas en las diferentes cargueras, terminando hasta ahí su responsabilidad con la mercadería.

Análisis 1

La entrevista que concedió el Gerente de la empresa Jaden Roses, aportó con información muy importante sobre los procesos productivos de la flor Lilium Rainbow, en donde se destaca; su larga carrera produciendo y comercializado flores, hace referencia a su trabajo desde el 2000, cuando empezó con ventas a nivel nacional, hasta establecerse como exportador en el 2013 con la empresa que fundó en honor a su hija. Refiere que la calidad de flores del Ecuador es única

y uno de los principales beneficios es la situación o ubicación geográfica del país y destaca que eso será siempre una ventaja sobre los otros productores que son competencia, destaca que sus productos se exponen en una cartera de variedades, en donde se pone a disposición de los clientes las flores tinturadas normales, además de las Liliun, pero que una de las principales es la Liliun Rainbow. La flor Liliun Rainbow representa para éste empresario forjador de comercio internacional, un nuevo reto con un mercado objetivo, se diferencia del producto tradicional y tiene una ventaja principal frente a la competencia ya que se venden similares productos, pero no se exportan ni conocen sobre él.

Considera que el producto ha pasado por un largo proceso para llegar a su perfeccionamiento, destaca en él su calidad, durabilidad y la estabilidad de sus colores. Asegura que la empresa cuenta con la suficiente producción para ser exportado y por lo tanto cumple con todas las demandas que hagan los clientes en su referencia.

Finaliza expresando que el Liliun Rainbow cumple con todas las expectativas de los clientes y tiene un futuro prometedor debido al mercado objetivo.

Análisis 2

Las entrevistas se dirigieron a las personas conocedoras y expertas en los temas de exportación, en primer lugar, se pudo conocer el criterio del Ingeniero Saúl Castillo, experto en tinturación quién manifestó, en primera instancia la importancia de destacar su experiencia trabajando con rosas, 7 años son los que han marcado el trabajo del experto, haciendo que su conocimiento sea cada vez más adecuado sobre temas de florícolas y todos sus procesos de tinturación.

Destaca en su intervención que la Provincia de Pichincha es potencialmente un territorio que hace que la flor tenga un mejor desarrollo productivo y con la mejor condición climática del país, hace referencia además que desde el 2014 innovó su producto haciendo de la tinturación de rosas un plus de comercialización internacional apartándose del mercado local.

Para el experto, la flor Liliun Rainbow, constituye una de las flores más llamativas con las que ha trabajado, tiene características similares a las rosas tinturadas pero su innovación en tintura determina una innovación más allá de lo normal. La flor Liliun Rainbow, cuenta con la característica de que ha pasado por diversos tratamientos para alcanzar su preciado color, eso es lo que la hace más competitiva que otros productos y por lo tanto es digna del comercio nacional a gran escala y el internacional de crecimiento.

Finalmente concluye que la flor Liliun Rainbow como otros productos de Jaden Roses, cumple con las expectativas de producción, así como también se desataca que los requisitos que debe cumplir para poder exportar una flor como ésta se cumplen a cabalidad ya que cumple con las expectativas del cliente internacional.

Análisis 3

Uno de los aspectos determinantes de la comercialización de la flor Liliun Rainbow, es que su mercado objetivo es el internacional, de hecho, uno de los clientes del mercado de Miami Estados Unidos, considera que el producto es uno de los mejores que ha comprado y uno de los más solicitados en el mercado.

Empieza su intervención haciendo énfasis en su experiencia de trabajo con rosas, refiere que son 15 años que ha trabajado con este producto y que su proveedor favorito o destacado es Ecuador, destaca su fidelidad con la empresa Jaden Roses y que su experiencia comercial ha sido positiva. Las flores del Ecuador son las más solicitadas, describe que ha comprado algunas variedades como: las blush, véndela, ocean son, mundial, freedom destaca que está interesado en las otras variedades como las rosas tinturadas y las Liliun que son las que sus clientes están pidiendo principalmente.

Menciona que la flor Liliun Rainbow significa un producto novedoso y llamativo para cumplir su plaza de mercado, los clientes valoran mucho la innovación, la experiencia con las rosas tinturadas ha sido satisfactoria y considera que el Liliun Rainbow tendrá acogida en su mercado porque sus colores llamarán la atención

de los clientes y se podrá comercializar sin reparos. También se refiere a que no conoce exactamente el proceso de perfeccionamiento de la flor, pero que conoce de que sufre cambios para poder adquirir los colores, que mientras cumplen su ciclo de vida se abren y se pueden disfrutar.

Finalmente, describe la exportación de la Flor Liliu Rainbow, cumple con las expectativas que él siempre exige a sus proveedores de Ecuador, menciona a las principales que son la calidad y la durabilidad, y está seguro de que el producto tendrá buena acogida en el mercado de Miami ya que es una innovación, gracias a su entrevista se pudo determinar claramente que el producto tiene demanda suficiente para ser exportable.

2.7.2 Encuestas a los clientes fijos

Pregunta 1

Sobre sus datos informativos

Tabla 3. Datos informativos

Edad Promedio de Encuestados	35
Sexo Encuestados	
Femenino	45%
Masculino	55%
Nivel de Estudios Encuestados	
Primaria	18%
Secundaria	27%
Superior	55%
Ninguna	

Fuente: Encuesta 2018

Elaborado por: Jhonny Castillo

Análisis

La recolección de datos de la investigación incluyó algunas características de volumen social, estableciendo que los clientes de la empresa son quienes conocen el trabajo de las florícolas y son quienes darán su respectiva opinión acerca del producto que promocionará la empresa Jaden Roses.

Pregunta 2.

¿La empresa Jaden Roses, ofrece productos de calidad?

Tabla 4. Productos de calidad

RESPUESTA	FRECUENCIA INDIVIDUAL	FRECUENCIA ABS.INDIVIDUAL	FRECUENCIA RELATIVA
SI	18	1,00	100%
NO	0	0,00	0%
TOTAL	18	1,00	100%

Fuente: Encuestas 2018

Elaborado por: Jhonny Castillo

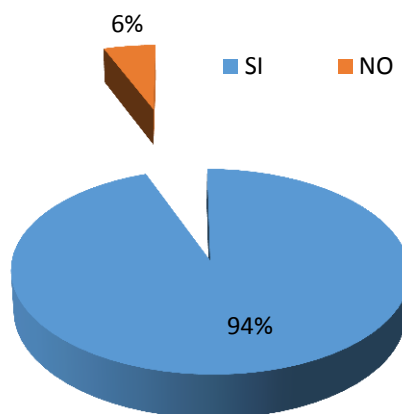


Figura 15. Productos de calidad

Fuente: Tabla 2

Análisis

En base a la pregunta dos el 94% de los clientes frecuentes de Jaden Roses consideran que los productos que ofrece la empresa son de calidad y el 6% menciona que le faltan ciertas características para que cumpla con todas las especificaciones que buscan las personas.

Pregunta 3

¿La empresa Jaden Roses es reconocida en el medio comercial?

RESPUESTA	FRECUENCIA INDIVIDUAL	FRECUENCIA ABS.INDIVIDUAL	FRECUENCIA RELATIVA
SI	17	0,94	94%
NO	1	0,06	6%
TOTAL	18	1,00	100%

Tabla 5. Reconocida en el medio comercial

Fuente: Encuestas 2018

Elaborado por: Jhonny Castillo

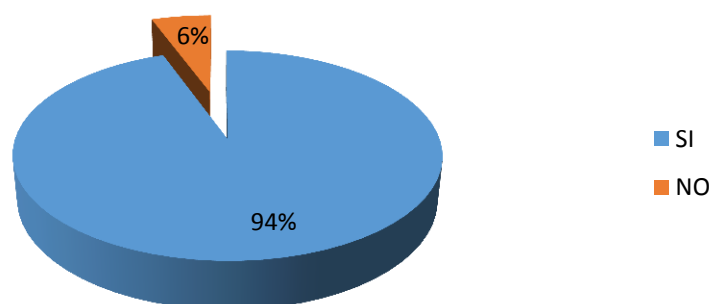


Figura 16. Reconocida en el medio comercial

Fuente: Tabla 3

Análisis

Los clientes destacan que la empresa Jaden Roses es conocida en el ámbito comercial y esto constituye una característica primordial a la hora de buscar

implantar un nuevo producto para comercializar ya sea en el mercado nacional como en el internacional. Se destaca la importancia que tiene la necesidad de que el medio local conozca el trabajo de una empresa para poder proyectar las ventas a la internacionalización.

Pregunta 4

¿Cuál ha sido la atención que ha recibido de parte de la empresa?

Tabla 6. Atención

RESPUESTA	F. IND.	F. ABS.IND.	F. RELATIVA
Adecuada	16	0,89	89%
Inadecuada	0	0,00	0%
Otras	2	0,11	11%
TOTAL	18	1,00	100%

Fuente: Encuestas 2018

Elaborado por: Jhonny Castillo

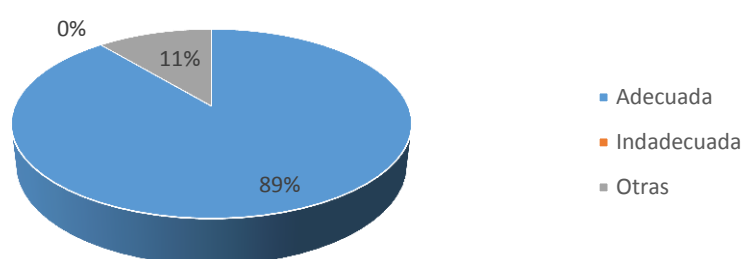


Figura 17. Atención

Fuente: Tabla 4

Análisis

El 89 % de los clientes de la empresa Jaden Roses consideran que es muy adecuada la atención que reciben de parte de sus colaboradores y el 11% asegura que les gustaría recibir la atención según las costumbre de su país.

Pregunta 5

¿Cree usted que los productos de la empresa Jaden Roses se pueden ofertar en el mercado internacional?

Tabla 7. Productos de oferta internacional

RESPUESTA	F. IND.	F. ABS.IND.	F. RELATIVA
Si	17	0,94	94%
No	1	0,06	6%
TOTAL	18	1,00	100%

Fuente: Encuestas 2018

Elaborado por: Jhonny Castillo

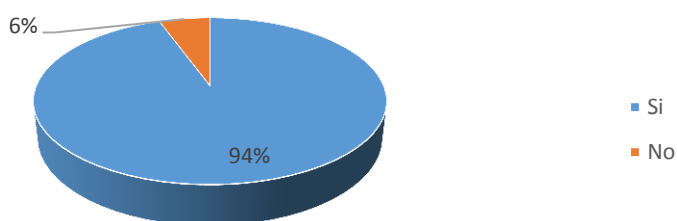


Figura 18. Productos de oferta internacional

Fuente: Tabla 5

Análisis

Es importante destacar que Jaden Roses no solo se dedica al comercio nacional, eso lo reconocen sus principales clientes locales, hacen énfasis en la

característica de la calidad de los productos y refieren que su potencial internacional es muy alto para cubrir la producción que se solicite.

Pregunta 6

¿Conoce usted a la flor Lilium Rainbow?

Tabla 8. Conoce usted a la flor Lilium Rainbow

RESPUESTA	F. IND.	F. ABS.IND.	F. RELATIVA
Si	3	0,17	17%
No	15	0,83	83%
TOTAL	18	1,00	100%

Fuente: Encuestas 2018

Elaborado por: Jhonny Castillo

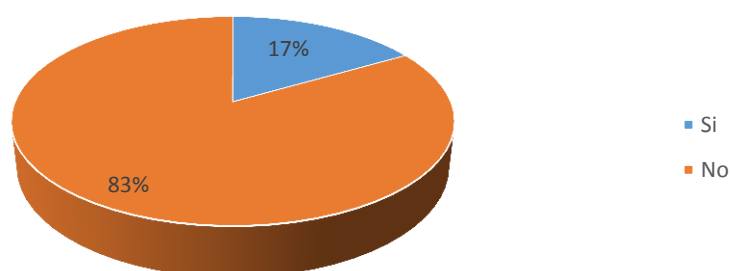


Figura 19. Conoce usted a la flor Lilium Rainbow

Fuente: Tabla 6

Análisis

A pesar de considerarse como los mejores y más frecuentes clientes de la empresa Jaden Roses, aún no conocen en su totalidad la existencia de la innovación con el Lilium Rainbow, consideran que la empresa siempre está en la búsqueda de nuevas formas de complacer al cliente y refieren que sería muy importante que se esté preparando un nuevo producto para comercializar.

Pregunta 7

¿Cree qué esta flor es potencialmente un producto de exportación?

Tabla 9. Potencialmente producto de exportación

RESPUESTA	F. IND.	F. ABS.IND.	F. RELATIVA
Si	17	0,94	94%
No	1	0,06	6%
TOTAL	18	1,00	100%

Fuente: Encuestas 2018

Elaborado por: Jhonny Castillo

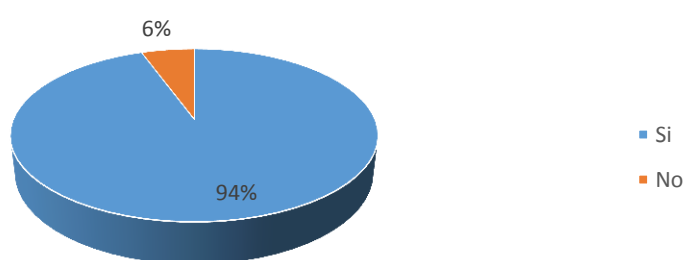


Figura 20. Potencialmente producto de exportación

Fuente: Tabla 7

Análisis

Los clientes a pesar de manifestar que no conocen bien el proceso de la innovación de la flor Lilium Rainbow, destacan que la empresa se caracteriza por ser exportadora, y que todos los productos que ha sacado al mercado internacional han sido potenciales de exportación y por lo tanto consideran que cualquier innovación que produzca la empresa es potencial de exportación.

Pregunta 8

¿Si usted fuera un cliente importador adquiriría la flor Lilium Rainbow como ésta?

Tabla 10. Adquiriría una flor siendo importador

RESPUESTA	F. IND.	F. ABS.IND.	F. RELATIVA
Si	18	1,00	100%
No	0	0,00	0%
TOTAL	18	1,00	100%

Fuente: Encuestas 2018

Elaborado por: Jhonny Castillo

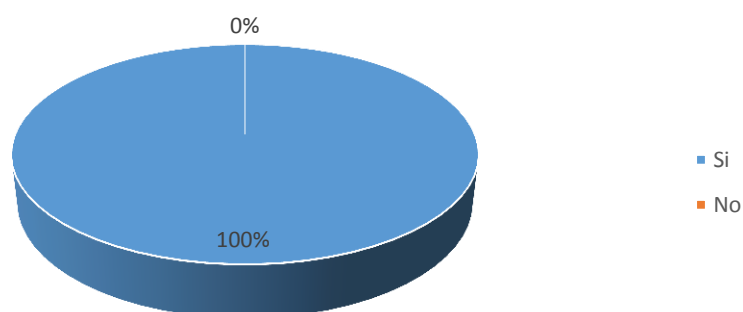


Figura 21. Adquiriría una flor siendo importador
Fuente: Tabla 8

Análisis

Los clientes hacen referencia a la calidad de todos los productos de Jaden Roses, y consideran que, si fueran también clientes internacionales, adquirirían cualquier otra innovación que cumpla con las exigencias de calidad y durabilidad para el mercado internacional.

2.8 MATRIZ FODA

Tabla 11. Matriz FODA

Matriz FODA	
Fortalezas	Oportunidades
F1) Conocimiento del proceso de tinturación	O1) Aceptación del producto en el mercado internacional.
F2) Experiencia en la exportación de rosas.	O2) Producto innovador desde la apreciación del mercado internacional.
F3) Diferenciación de productos frente a la competencia.	O3) El producto tiene mayor tiempo de durabilidad en un florero frente a otros productos de la competencia.
F4) Producto de alta calidad.	O4) Ubicación geográfica favorable para la producción.
Debilidades	Amenazas
D1) Falta de publicidad del producto a	A1) No renovar el SGP y pagar los

nivel nacional.	aranceles.
D2) No se está utilizando el 100% de la capacidad productiva.	A2) Factores externos que pueden dificultar la exportación.
D3) Dependencia de intermediarios para obtener la materia prima (bulbo).	A3) La oferta de productos similares que puede aumentar.
D4) Falta de equipamiento para el proceso de tinturación	A4) En caso de aumentar demanda poca disponibilidad de espacio para cultivo

Elaborado por: Jhonny Castillo

2.9 CRUCE MATRIZ FODA

Tabla 12. Cruce matriz foda

Matriz Cruce FODA		
Fortalezas	FO	FA
F1 Conocimiento del proceso de tinturación	F1-O1: Incentivar la exportación del producto, ya que cuenta con gran aceptación en el mercado internacional por el gran conocimiento en tinturación.	F2-A1: Gestionar como empresa al gobierno sobre los grandes beneficios de mantener las preferencias arancelarias, esto es debido a la experiencia en la exportación.
F2 Experiencia en la exportación.	F2-O2: Promocionar la	F1-A3: Incentivar la promoción del

	exportación del producto ya que lo consideran innovador y genera competitividad el hecho de tener experiencia en exportaciones.	producto ya que a pesar que hay productos similares que se convierten en competencia se tiene gran conocimiento del proceso de tinturación.
F3	Diferenciación de productos frente a la competencia productos de la competencia.	F3-O3: Dar a conocer que el producto tiene mayor tiempo de durabilidad en florero frente a otros productos, esto genera diferenciación y lo convierte en competitivo. F3-A2: Capacitarse constantemente para evitar factores externos puedan representar una amenaza para el producto, ya que este se diferencia ante la competencia y lo hace apreciado en mercado internacionales.
F4	Producto de alta calidad.	F4-O4: Ahondar en la promoción del producto, ya que se lo F4-A4: Gestionar la compra de más terrenos para poder cubrir

	considera de alta calidad debido a la excelente ubicación geográfica de Ecuador.	mayor demanda de un producto de alta calidad.
Debilidades	DO	DA
D1 Falta de publicidad del producto a nivel nacional.	D1-O1: Gestionar mayor publicidad del producto, para que tenga mayor aceptación en el mercado internacional.	D1-A3: Aumentar la publicidad del producto, ya que puede aumentar la oferta de productos similares que se convierten en competencia.
D2 No se está utilizando el 100% de la capacidad productiva.	D2-O4: Aprovechar la capacidad productiva de la empresa porque la ubicación geográfica del país le beneficia para obtener un excelente producto.	D2-A4: Gestionar la adquisición de más terrenos porque existe producción ociosa que se puede utilizar para cubrir mayor demanda.
D3 Dependencia de intermediarios para obtener la materia prima.	.	D3-A2: Investigar la posibilidad de adquirir la materia prima en el país, ya que los factores externos nos pueden perjudicar la producción del Lilium.
D4 Falta de equipamiento para el proceso de	D4-O2: Gestionar el equipamiento de la producción del	

tinturación	producto, ya que este es un producto innovador para el mercado internacional
-------------	---

Elaborado por: Jhonny Castillo

2.10 DETERMINACIÓN DEL PROBLEMA DIAGNÓSTICO

La empresa Jaden Roses del Cantón Pedro Moncayo, de la provincia de Pichincha, es una empresa florícola especializada y con vasta experiencia en la exportación de sus productos, como son las flores, durante más de una década se han dedicado a esta experiencia de la exportación. Dentro de la investigación se ha recolectado información que ha buscado conocer os nuevos productos de la empresa como lo es la producción del lirio “Lilium Rainbow”, o también conocida como lirio arcoíris, que ha sido muy apreciado por los productores y han considerado que puede ser un potencial producto de exportación.

Para la recolección de información se ha contado con el desarrollo de los Métodos: Inductivo-Deductivo, Analítico- Sintético, mismos que consecutivamente se aplicaron en forma secuencial, determinando cada una de las características de análisis tanto de la forma en que se considera la producción de la Flor Lilium Rainbow y cada uno de los aspectos productivos, posteriormente a la concepción general de la oferta, la demanda y cada uno de los aspectos necesarios para experimentar semejanzas y diferencias del mercado nacional con el internacional.

Se realizó entrevista y encuestas para ver la aceptación y conocimiento del Lilium Rainbow en el mercado objetivo que es Miami, tomando en cuenta que la empresa tiene fortalezas, oportunidades, amenazas y debilidades permitiendo así sacar conclusiones que favorece a la empresa para la creación del proyecto. Aquí también se observó los procesos productivos que tiene la empresa, su estado financiero y ver la demanda que puede existir en tal noche mercado

Por todo aquello antes mencionado se decide incentivar el proyecto de Exportación de la flor “Lilium Rainbow” para la empresa Jaden roses del cantón Pedro Moncayo hacia Miami-Estados Unidos.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3.1 PLAN ESTRATÉGICO Y ORGANIZACIONAL

Una exportación implica la determinación de algunas estrategias que logren establecer un producto en un mercado exigente, la principal necesidad de un exportador es la de asegurar que su producto llegue a cumplir las expectativas que se propusieron cuando se estructuró la idea de exportación. Las flores son productos de exportación, muy apetecidas en el mercado internacional, ya que por la ubicación geográfica del territorio su calidad es muy especial, es muy importante reconocer el trabajo de los productores ecuatorianos en el desarrollo de innovación para lograr sorprender al mercado.

La tinturación de flores ha formado parte de las ideas innovadoras de los productores y comercializadores, ésta innovación tiene una característica especial que es fácil notar que se ha dado a conocer el producto tinturado aún más en el exterior que a nivel nacional. La empresa Jaden Roses se ha caracterizado por su trabajo con la exportación, es decir es una empresa dedicada en su mayor parte de tiempo a la exportación de rosas y cada una de sus innovaciones al mercado internacional.

La exportación de flores es un medio de vida muy conocido en el medio, el mercado ecuatoriano es muy competitivo en la exportación de sus flores porque su calidad es inigualable y Jaden Roses ha querido apostarle a la innovación con su presentación del producto estrella Lilium Rainbow.

3.1.1 Descripción de la empresa

Jaden Roses es una empresa Florícola dedicada principalmente a exportar sus productos, como una empresa privada, se ha financiado y ha trabajado desde su perspectiva en pro de la producción de calidad.

3.1.2 Datos de la empresa

Jaden Roses lleva éste nombre y distinción en homenaje a uno de los seres queridos de la Empresa y del principal de la misma, su logo es:



Figura 22. Logotipo de la empresa Jaden Roses

Fuente: (Flores Santander , Aplicación Informática para el Control de Producción de la Finca Florícola Jaden Roses , 2017)

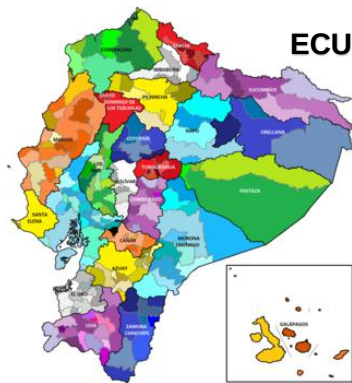
Jaden Roses es conocida por sus productos de calidad, por la innovación en lo que ofrecen y principalmente porque su trabajo está dirigido al mercado internacional, en su mayor parte.

La exportación de flores se ha considerado como un detonante de la economía del Ecuador, conjuntamente con uno de los productos más exportados que es el plátano o banano ecuatoriano, para establecer las bases de la exportación, es necesario considerar algunas actividades Generales de Exportación:

ACTIVIDADES	DESCRIPCIÓN
ESPECIALIZACIÓN	El Ecuador es un país, en desarrollo, es productor de materia prima y la importancia de especializar sus conocimientos a la explotación de éste recurso se podría considerar como una inversión.
ESTABLECER SOCIEDADES	Ya que su variedad en productos que son competitivos a nivel mundial es una fortaleza, sus esfuerzos por hacer y mantener relaciones de sociedad con los países consumidores, es básica.
GENERAR ACEPTACIÓN EN EL MERCADO	Las rosas del Ecuador, son consideradas como las mejores en el mundo, la calidad de este producto debe ser una carta de presentación para abrir nuevos mercados.
GENERACIÓN DE EMPLEO	El Ecuador genera ingresos a través de la comercialización internacional de rosas, por lo tanto también genera empleo a nivel nacional.
FOMENTO DEL CULTIVO RESPONSABLE	El cultivo responsable debe ser un requisito fundamental para un exportador de calidad, es decir, el producto debe cumplir todas las expectativas para el consumidor internacional, y si proviene de fuentes responsables para el planeta puede ser un plus.

Figura 23. Actividades principales de la empresa
Fuente: (Klerque Pérez , 2019)

3.1.3 Localización de la empresa



ECUADOR



PROVINCIA DE PICHINCHA

CANTÓN PEDRO MONCAYO



TABACUNDO



3.1.4 Plan estratégico (misión, visión, objetivos, valores)

3.1.4.1 Misión

Jaden Roses es una empresa que ofrece productos de calidad, el trabajo de la empresa se define en responsabilidad y la calidad que forman parte del equipo de talento humano que busca principalmente afianzar las actividades de Exportación como la principal destacada a nivel nacional.

3.1.4.2 Visión

Jaden Roses se proyecta como el portaestandarte del comercio internacional de flores y sus variedades como la flor Liliun Rainbow, dentro de algunos años se caracterizará como la pionera de la decoración tinturada de flores y su comercialización a gran escala.

3.1.4.3 Objetivos

El principal objetivo de Jaden Roses es:

- Brindar productos de calidad a sus clientes
- Destacar a nivel florícola como una empresa competitiva dentro del ámbito comercial internacional.

3.1.4.4 Valores

- Respeto
- Cooperación
- Liderazgo
- Honestidad

- Compromiso
- Tolerancia
- Solidaridad
- Esfuerzo – tenacidad.

3.1.5 Organigrama estructural

La empresa Jaden Roses se encuentra debidamente estructurada, su trabajo es organizado y sus objetivos son claros, su estructura es la siguiente:

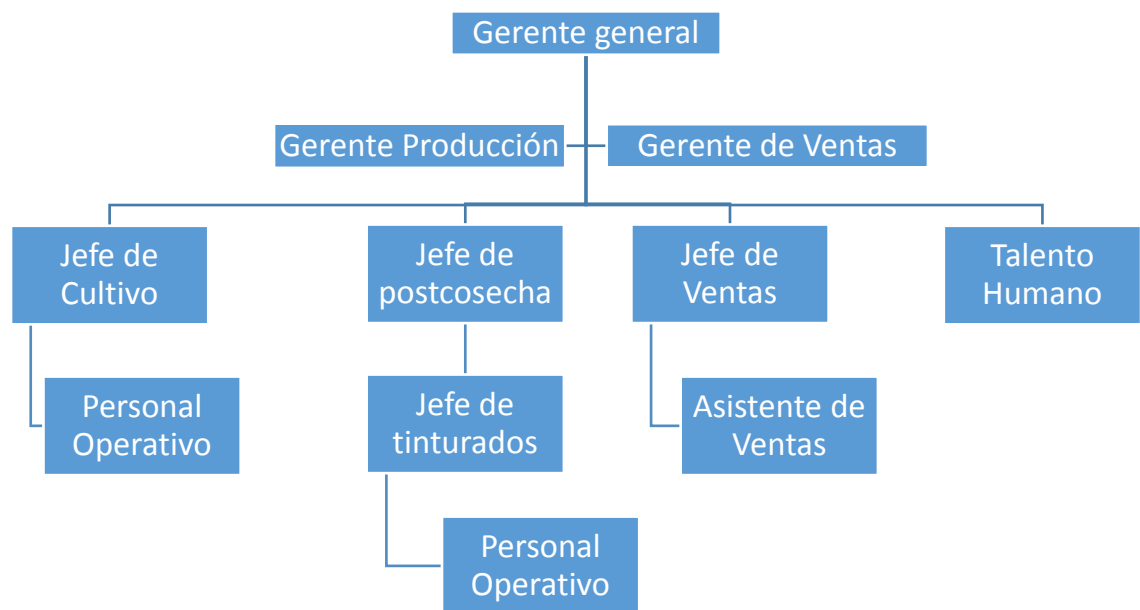


Figura 24. Organigrama estructural
Elaborado por. Jhonny Castillo

3.1.6 Manual de funciones

PERFIL DE UN GERENTE

- Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo.
- Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.
- Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.
- Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
- Coordinar con el Ejecutivo de Venta y la Secretaria las reuniones, aumentar el número y calidad de clientes, realizar las compras de materiales, resolver sobre las reparaciones o desperfectos en la empresa.
- Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.
- Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros.
- Realizar cálculos matemáticos, algebraicos y financieros.
- Deducir o concluir los análisis efectuados anteriormente.

PERFIL GERENTE DE VENTAS

- Contratar y formar al personal de ventas. Deben asegurarse que los representantes y demás personal de ventas tienen un buen conocimiento del producto, disponen de la documentación actualizada de ventas y pueden acceder a muestras de los productos.
- Definir los objetivos de venta que debe alcanzar cada vendedor individualmente o el grupo.

- Distribuir el trabajo por región o tipo, asignándolo a los agentes comerciales o al personal de ventas.
- Supervisar el trabajo de los agentes comerciales se lleva a cabo a través de conversaciones telefónicas, correos electrónicos y reuniones, así como mediante el análisis de sus devoluciones de ventas por escrito, semanales o mensuales.
- Intervenir en las decisiones de la empresa relacionadas con la comercialización de productos y servicios. Por ejemplo, un jefe de ventas tiene en cuenta si la empresa puede o no puede hacer cambios para satisfacer las necesidades de los clientes, como por ejemplo, ofreciendo descuentos especiales.
- Diseñar y presentar estrategias de ventas e informes para que los analice la dirección de la empresa.
- Asistir a conferencias en representación de la empresa y supervisar al personal de ventas en los *stands* de la empresa en ferias y exposiciones.
- Elaborar presupuestos y tramitar pedidos.

PERFIL GERENTE DE PRODUCCIÓN

- La planificación y supervisión del trabajo de los empleados;
- La supervisión de los procesos de producción o fabricación en empresas manufactureras;
- El control de stocks y la gestión de almacenes;
- La resolución de las incidencias (como las averías de la maquinaria, por ejemplo);
- La gestión de los recursos materiales;
- La búsqueda de estrategias para aumentar la eficiencia y eficacia de la producción;
- La innovación y el diseño de productos o servicios, etc.

PERFIL JEFE DE CULTIVO

- Amplio conocimiento técnico y tecnológico del cultivo
- Liderazgo y compromiso
- Empatía y Liderazgo con los equipos de trabajo
- Ejecución Asertiva y Transparente
- Alto nivel de compromiso y entusiasmo con el Trabajo
- Lograr motivación y reconocimiento de su personal a cargo
- Enfocarse en resultados, en el seguimiento y análisis permanente
- Desarrollar una capacidad investigativa y de aprendizaje que permita un proceso de mejora continua
- Conocer a profundidad todos los recursos organizacionales disponibles para soportar la organización y facilitar el proceso de producción

PERFIL DE TALENTO HUMANO

- Operación de los subsistemas de Recursos Humanos
- Elaboración de informes técnicos de Recursos Humanos
- Levantamiento de información en auditorías de trabajo
- Planificación del Recurso Humano.
- Novedades de Nómina
- Planificación de Vacaciones
- Actualización de file de personal.

3.1.7 Experiencia de exportación.

El Ecuador es un país exportador, en el caso de las flores, es un país que produce las flores y rosas más apetecidas en el mercado internacional, la exportación produce ingresos al país y es generadora de varias fuentes de empleo y de una economía estable para estos sectores.

La experiencia de exportación se puede identificar en Jaden Roses por su dedicación al mercado internacional como premisa fundamental de su trabajo, Jaden Roses es una empresa exportadora y su experiencia se radica en la fidelidad de sus clientes. Jaden Roses exporta a mercados como: (Flores Santander , Aplicación Informática para el Control de Producción de la Finca Florícola Jaden Roses , 2017): Rusia, Estados Unidos, Alemania, Holanda. Para exportar la flor, la empresa ofrece a sus clientes los más altos estándares de calidad, es decir, una flor con tallos largos y gruesos, botones grandes, los puntos de corte uniformes y duración en el florero.

Por lo tanto, la experiencia de exportación es suficiente para poder adaptar y hacer conocer otra innovación al mercado internacional como lo es la tinturación de la flor Liliun Rainbow, con la que se espera generar expectativas positivas en el mercado que va a adquirir y poder lograr una experiencia agradable con el cliente que prefiere los productos de Jaden Roses.

Calidad

La empresa Jaden Roses trabaja con altos estándares de calidad para la producción de sus productos, los procesos que se aplican siempre buscan la calidad de exportación.

La carta de presentación de Jaden Roses es la calidad y el cliente satisfecho es la mejor recompensa por el buen trabajo.

Trabajo coordinado

En Jaden Roses se trabaja con procesos de talento humano y con procesos de industria de alto nivel, cada estructura realiza su labor al potencial máximo y siempre existe el respeto por la normativa.

Contacto con el cliente

Jaden Roses toma contacto con los clientes de manera telefónica, vía e mail, así como también vía redes sociales, cualquiera que sea la forma de contactar al cliente, debe ser la más adecuada y la menos molesta posible.

3.1.8 Pactos y consideraciones

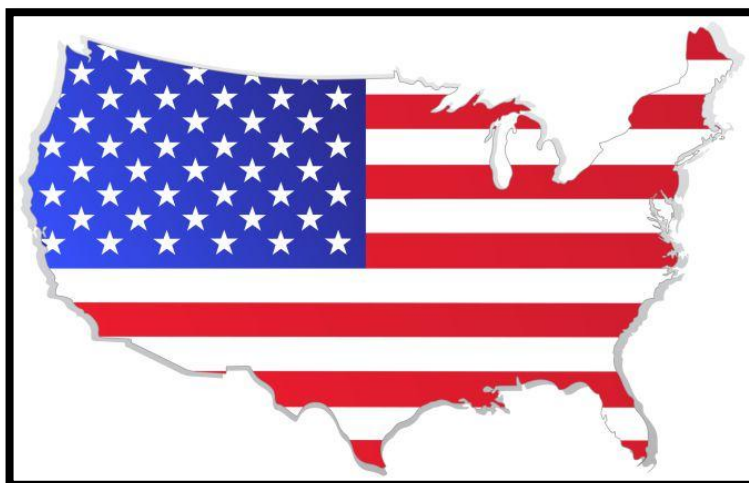
Cuando Jaden Roses ha tomado contacto con el cliente, se determina un protocolo de análisis de los puntos más importantes sobre las ventas que se van a realizar.

3.2 ANÁLISIS DEL MERCADO

3.2.1 Mercado objetivo

3.2.1.1 Perfil del mercado de Estados Unidos

Estados Unidos es un país importador por excelencia, su gobierno es demócrata y lo representa el Donald Trump, desde 2017, la relación comercial que mantiene Ecuador con Estados Unidos es positiva y se mantiene en cifras estables en la actualidad con el acuerdo SGP (Sistema Generalizado de Preferencias).



Datos generales de Estados Unidos

Tabla 13. Datos generales de Estados Unidos

Capital	Washington, DC
Población	329,256,465 (Julio 2018 est.)
Idiomas	Solo inglés 78.2%, español 13.4%, chino 1.1%, otro 7.3% (2017 est.)
Crecimiento Poblacional	0.8% (2018 est.)
PIB	\$ 19.49 billones (2017 est.)
Tasa de crecimiento PIB	2.2% (2017 est.)
PIB - per cápita (PPA)	\$ 59,800 (2017 est.)
Moneda Oficial	Dólar Estadounidense

	• Libras esterlinas por dólar estadounidense: 0.7836 (2017 est.) • Dólares canadienses por dólar estadounidense: 1, 1.308 (2017 est.) • Euros por dólar estadounidense: 0,885 (2017 est.) • Yenes japoneses por dólar estadounidense: 111,10 (2017 est.)
Tipo de Cambio	
Desempleo	4.4% (2017 est.)
Tasa de Inflación	2.1% (2017 est.)
Exportaciones	\$ 1.553 billones (2017 est.)
Importaciones	\$ 2.361 billones (2017 est.)

Fuente: Central Intelligence Agency (CIA)

Factores políticos y legales

Estados Unidos es miembro de la Organización Mundial de Comercio (OMC), a partir del 1 de enero de 1995, además es miembro del TLCAN que lo conforma los países de América del norte que son Canadá, Estados Unidos y México desde enero de 1994, de igual manera pertenece al CAFTA desde agosto del 2004, esto en el marco de los acuerdos multilaterales a los que está suscrito.

Es necesario mencionar que este país al ser considerada como una de las potencias mundiales cuenta con muchos acuerdos bilaterales con diversos países a nivel mundial como: Singapur, Corea, Colombia, Israel, Panamá, Perú, Marruecos, Australia, Chile, entre otros.

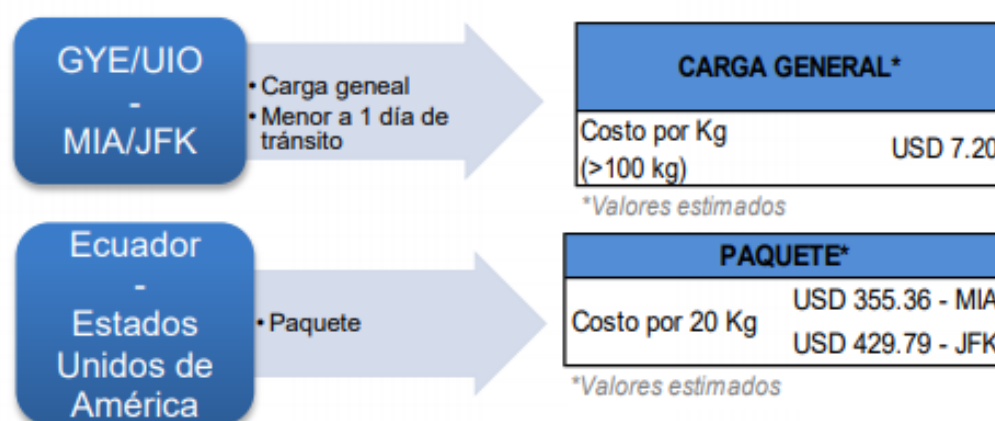
Con relación a los acuerdos con Ecuador cabe recalcar que actualmente se encuentra en vigencia el sistema generalizado de preferencias (SGP), acuerdo que fue ratificado en marzo del 2018 con una duración de tres años, para Ecuador es de gran beneficio porque permite la exportación de mercancías con preferencias arancelarias.

Factores geográficos

Estados Unidos limita al norte con Canadá y al sur con México, además limita con el Océano Atlántico Norte y el Océano Pacífico Norte, este país cuenta con puertos de carga los principales se encuentran en Baton Rouge, Corpus Christi, Hampton Roads, Houston y los puertos de contenedores se encuentran en Hampton Roads Houston, Long Beach, Los Ángeles.

Por vía aérea los principales accesos son: Aeropuerto Internacional de Miami (MIA), este aeropuerto es la principal para las exportaciones ecuatorianas y el Aeropuerto Internacional John F. Kennedy (JFK)

Tabla 14. Costo flete vía aérea



Fuente: ProEcuador

3.2.1.2 Perfil del mercado de Miami

Miami es una ciudad del Estado de la Florida, característica por su ubicación geográfica, beneficiosa para cualquier proceso de comercialización y para la exportación, constituye el canal de transporte y comercialización más utilizado por los comerciantes del mundo, para llegar al mayor consumidor que es los Estados Unidos de Norte América.

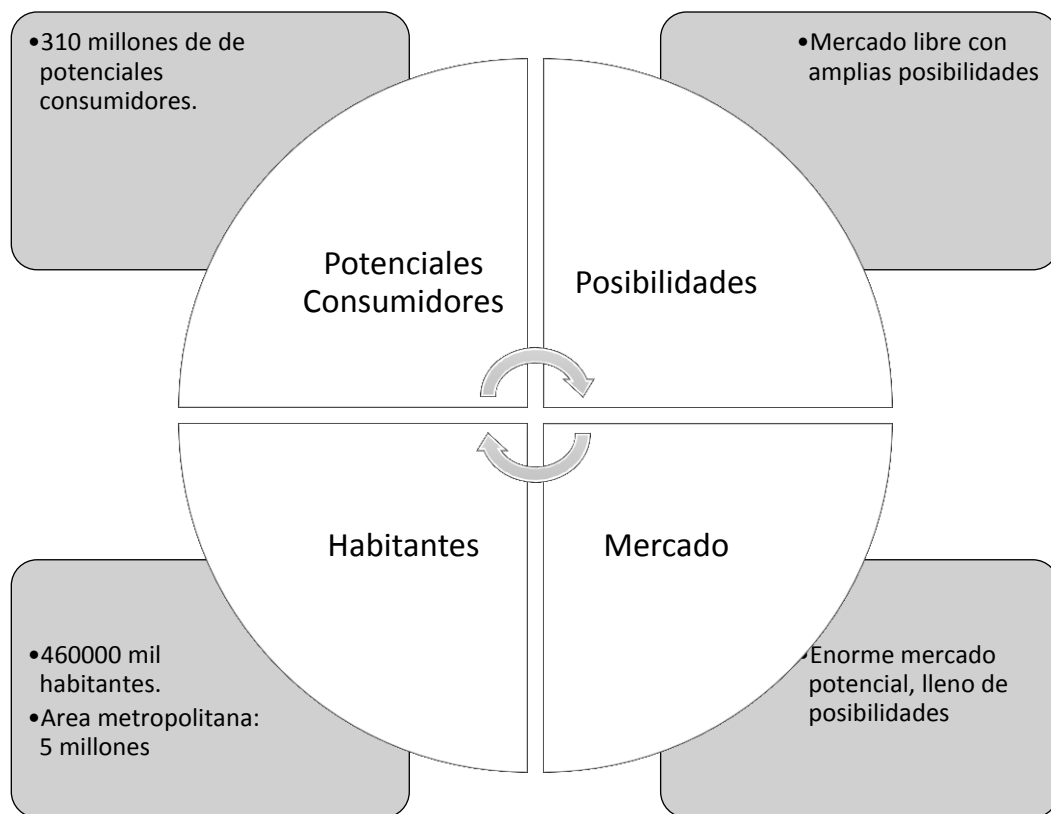


Figura 25. Datos comerciales de Miami
Fuente: (OFTEX, 2017).

Esta zona geográfica de Estados Unidos tiene una numerosa población de habla hispana, y, por lo tanto, se derroca la barrera lingüística. El Mercado de Miami es muy variado y adecuado para la comercialización, en el caso de los lirios, no es la excepción, el mercado cuenta con compradores de primer nivel y el ingreso del Rainbow no sería difícil.

Información General

Miami es una ciudad colorida, llena de paisajes costeros y muy comerciales, sus características especiales son; el calor y la amabilidad de su gente, según (EcuRed, 2012):

Miami. Ciudad ubicada en el Estado de la Florida famosa por sus playas y por su turismo masivo, ya que es la tercera ciudad más popular turísticamente (dentro de los Estados Unidos), después de Los Ángeles y Nueva York. Su historia se remonta a 1513, cuando el conquistador español Ponce de León llegara a la zona tras el descubrimiento de América. Posteriormente, no gozó de mucha afluencia de población hasta 1870, cuando se fundó la primera comunidad, la Coconut Grove. A partir de ahí, y gracias a sus condiciones climatológicas, la población aumentó considerablemente durante la segunda mitad del Siglo XX. Cerca del 60% de la población total, es de origen hispano. Su idioma es el inglés, aunque en la mayoría de los sitios se habla también español. Es el mayor centro urbano y económico de Florida, junto los distritos que la rodean: Miami Beach, Coral Gables, Hialeah y otras comunidades más pequeñas.

Miami es un territorio muy apetecido para el comercio internacional, es muy importante destacar que la mayoría de los habitantes hablen español, porque para los países de Latinoamérica como Ecuador se transforma en una ventaja muy competitiva y por lo tanto en un beneficio de primer orden. A los puertos de la Florida y principalmente al de Miami llega la mayoría del comercio internacional, de hecho, es el representativo de las exportaciones del mundo y el contacto con la población es directo.

Indicadores Socio – Demográficos

- La Florida tiene una población que sobrepasa los 18.5 Millones de habitantes (2014)

- El Costo de Vida en la Florida es 1.30% menor que el promedio de la nación completa
- La Tasa de Desempleo en Florida (2015) es 5.70% vs el promedio nacional de 6.30%.
- Las mujeres representan el 65% de los compradores de flores y los hombres el 35%.
- Compra en Floristerías mayores de 45 años. Compra E-commerce menores de 45 años. (Gomez, 2017)

Indicadores Socio-Económicos

Salarios y Financiamiento	San Juan	Miami	Orlando	Tampa	Tallahassee	Fort Lauderdale	West Palm Beach	Jacksonville	Fort Myers
Salario Mensual Promedio (Luego de Impuestos)	\$ 2,632.57	\$ 3,167.30	\$ 3,150.00	\$ 2,640.99	\$ 2,233.94	\$ 3,907.14	\$ 3,125.00	\$ 2,802.29	\$ 1,955.00
Interés Hipotecario Anual (%)	5.33	4.50	4.32	4.61	3.9	4.48	3.92	4.15	4.19
Renta Mensual	San Juan	Miami	Orlando	Tampa	Tallahassee	Fort Lauderdale	West Palm Beach	Jacksonville	Fort Myers
Apartamento (1 cuarto) en la ciudad	\$ 831.67	\$ 1,680.00	\$ 919.00	\$ 866.67	\$ 633.33	\$ 1,078.57	\$ 1,075.00	\$ 750.00	\$ 725.00
Apartamento (1 cuarto) fuera de la ciudad	\$ 491.67	\$ 1,037.50	\$ 743.33	\$ 649.17	\$ 566.67	\$ 895.71	\$ 791.67	\$ 656.25	\$ 650.00
Apartamento (3 cuartos) en la ciudad	\$ 1,316.67	\$ 2,875.00	\$ 1,629.86	\$ 1,455.56	\$ 1,075.00	\$ 2,075.00	\$ 2,500.00	\$ 1,490.00	\$ 1,300.00
Apartamento (3 cuartos) fuera de la ciudad	\$ 833.33	\$ 1,858.33	\$ 1,199.38	\$ 1,172.22	\$ 750.00	\$ 1,653.57	\$ 1,500.00	\$ 1,087.50	\$ 1,200.00

Figura 26. Indicadores socio económicos
Fuente: (Gomez, 2017)

Política exterior Miami

Miami, forma parte de una Nación Potencial, y su expresión comercial es muy positiva.

Los principales agentes del comercio y la inversión extranjera que conectan los EE. UU. y América Latina mantendrán una relación económica estrecha. EE. UU. es el principal socio comercial y el mayor inversor extranjero en Latinoamérica. En 2016, las exportaciones de EE. UU. A Latinoamérica alcanzaron los 353.400 millones de dólares, mientras que las exportaciones de Latinoamérica a los Estados Unidos sumaron 397.100 millones de dólares. Al mismo tiempo, las inversiones extranjeras directas de EE. UU. En la región alcanzaron los 46 mil millones de dólares en 2015. (Llorete , 2017).

Miami es una ciudad del Estado de la Florida, en donde se puede conocer la seriedad y apertura que se le agrega al comercio internacional, a pesar de ello su política exterior no se diferencia mucho del ejecutivo, pero la semejanza se expresa en la protección de cualquier amenaza externa que pueda perjudicar a su nación. A partir de ello, el trato comercial es muy general y fomenta el comercio de productos con valores agregados y valora las cosas diferentes que se pueden ofrecer al mercado. A Miami, así como a los Estados Unidos le interesa ser un aliado comercial potencial y dinamizar las economías de los participantes.

Exigencias del producto

EMBALAJE	IDIOMAS PERMITI DOS	UNIDADES DE MEDIDA AUTORIZADAS	MERCA DO DE ORIGEN	NORMATIVA RELATIVA AL ETIQUETADO	REGLAMENTOS ESPECÍFICOS
Embalar el producto en contenedores fuertes, que absorban la	El inglés es obligatori o	Unidades métricas.	“Hecho en”	Etiqueta indeleble que mencione su país de origen	Para ciertos productos alimenticios, etc.

humedad				
Distribuir el peso del producto uniformemente	Otros idiomas son optativos	Medida y peso.	Obligatorio	Dependiendo del producto, aplican especificaciones particulares
Utilizar una protección adecuada y un anclaje dentro del contenedor				
Utilizar contenedores transatlánticos o paletas para el embalaje para asegurar un fácil manejo				

Figura 27. Exigencias de entrada del producto.

Fuente: (Export Enterprises S.A., 2018)

3.3 Demanda

3.3.1 Producción nacional

La producción estadounidense de flores se enfrenta a una serie de dificultades dentro de las que se pueden mencionar la interrupción de producción en invierno, los altos costos de los terrenos, altos salarios, y el uso de energía en los

invernaderos. Estos aspectos favorecen a los productores latinoamericanos los cuales pueden ofrecer un producto de menor costo y con una más elevada calidad. (servicios.procomer, 2017)

La producción nacional de Estados Unidos se basa en el cultivo de bulbos en los principales estados ya que ha tenido un decreciente en su producción local de Liliun, esto se debe que su clima tiene cambios de temperatura en los estados de invierno y verano en donde se produce plagas a los cultivos. Su alto costo de mano de obra y energía eléctrica hace que su costo de producción sea muy alto y menos

competitivo frente a los países que producen esta variedad de rosas que son los sudamericanos.

3.3.1.1 Proyección Producción Nacional de la partida 0603.15

Tabla 15. Cálculo proyección de producción nacional.

Años	Prod. Nacional(Y)	X	XY	X ²
2013	0	-2	0	4
2014	0	-1	0	1
2015	0	0	0	0
2016	0	1	0	1
2017	0	2	0	4
Total	0	0	0	10

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Jhonny Castillo

Sustitución de términos

$$Y_{2018} = 0 + 0(3)$$

$$Y_{2018} = 0$$

Tabla 16. Proyección de producción nacional

Años	Prod. Nacional
2018	0
2019	0
2020	0
2021	0
2022	0
Elaborado por: Jhonny Castillo	

3.3.2 Comportamiento histórico de importaciones de la partida 0603.15

Tabla 17. Demanda mundial

	Valor importado en 2014 (miles de USD)	Valor importado en 2015 (miles de USD)	Valor importado en 2016 (miles de USD)	Valor importado en 2017 (miles de USD)
Mundo	268.506	226.442	237.500	244.045

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Jhonny Castillo

A nivel del mundo las importaciones de los lirios han ido obteniendo acogimiento en muchos países alrededor del mundo, es por ello que se puede observar en la tabla como en los últimos años el valor importado es significativo, que tiene ligero cambios de un año a otro, pero es relativamente alto por lo que da a entender que tiene gran acogida.

3.3.2.1 Importaciones totales a nivel mundial de la partida 0603.15

Tabla 18. Importaciones totales a nivel mundial

Importadores	Valor importado en 2017 (miles de USD)
Mundo	244064

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Jhonny Castillo

Las importaciones en el año 2017 son de 244064 (miles de USD) para poder elaborar el producto y puedan ser exportados luego de sufrir un cambio hasta llegar al producto final.

3.3.2.2 Países importadores a nivel mundial de la partida 0603.15

Tabla 19. Países importadores a nivel mundial

	<u>Valor importado en 2017</u> (miles de USD)	<u>Saldo comercial 2017</u> (miles de USD)	<u>Cantidad importada en 2017</u>	<u>Valor unitario (USD/unidad)</u>	<u>Tasa de crecimiento anual en valor entre 2016-2017</u> (%)	<u>Participación en las importaciones mundiales</u> (%)	<u>Concentración de los países proveedores</u>	<u>Arancel equivalente ad valorem aplicado por el país</u> (%)
Mundo	244.064	-22.729	0		3	100	0,4	
Reino Unido	108.380	-108.056	11.786	9.196	-7	44,4	0,93	<u>2,5</u>
Estados Unidos de América	58.676	-57.865	79.826.355	0,74	12	24	0,32	<u>2,7</u>
Alemania	11.179	-10.326	1.680	6.654	18	4,6	0,97	<u>2,5</u>
Países Bajos	9.631	139.516	1.641	5.869	202	3,9	0,19	<u>2,5</u>
Francia	7.643	-7.638	1.036	7.377	3	3,1	0,95	<u>2,5</u>
Rusia, Federación	6.539	-6.536	1.221	5.355	-7	2,7	0,26	<u>3,2</u>
Irlanda	4.942	-4.916	1.337	3.696	7	2	0,8	<u>2,5</u>
Japón	4.610	-4.610	977	4.719	8	1,9	0,72	<u>0</u>
Canadá	3.589	-2.899	0		9	1,5	0,21	<u>3,2</u>
Belarús	2.292	-1.863	439	5.221	195	0,9	0,47	<u>3,2</u>

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Jhonny Castillo

Se observa que los países que se muestran en la tabla son los principales proveedores de materia prima directa o indirecta para la elaboración o creación de los Lilioms hasta su producto final según trademap.

3.3.2.3 Importaciones a nivel mundial en valor y cantidad de la partida 0603.15

Tabla 20. Importaciones a nivel mundial en valor y cantidad

Importadores	Valor importado en 2017 (miles de USD)	Cantidad importada en 2017
Reino Unido	108380	11786
Estados Unidos de América	58676	79826355
Alemania	11179	1680
Países Bajos	9631	1641
Francia	7643	1036
Rusia, Federación de	6539	1221
Irlanda	4942	1337
Japón	4610	977
Canadá	3589	0
Belarús	2292	439

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Jhonny Castillo

Según las cifras de trademap las cantidades de los países proveedores de materia prima directa o indirecta los principales países son Reino Unido, Estados Unidos y Alemania en donde se destaca Reino Unido con una cantidad de 11786 toneladas.

3.3.2.4 Análisis de la demanda de la partida 0603.15

Las cifras del BCE muestran la exportación por tipo de flor, reflejando en la composición de los **productos exportados**, que por el sector predominan las rosas con el 77%, seguido de los demás que incluyen a flores de verano y otros con el 10.2%, gypsophila con el 7%, lirios y clavel con el 0.7% y 1.6%

respectivamente. Por lo tanto, el consumo aparente de Liliun Rainbow será de aproximadamente el 7% inicial del consumo de lirios normales para el mercado de Miami Fuente: (Expoflores, 2017).

3.3.3 Proyección de importaciones de la partida 0603.15

Tabla 21. Cálculo proyección de importaciones

Años	Importaciones(Y)	X	XY	X ²
2013	70.916	-2	-141.83	4
2014	4.974	-1	-4.974	1
2015	5.234	0	0,00	0
2016	74.190	1	74.190	1
2017	79.826	2	159.65	4
Total	235.14	0	87.04	10

Fuente: Trade Man

Elabor

Fórmula: $Y = a + bx$

Dónde: $a = \frac{\sum Y}{N} = \frac{235.14}{5} = 47.028$

Dónde: $b = \frac{\sum XY}{\sum X^2} = \frac{87.04}{10} = 8.704$

Proyección $Y = 47.028 + 8.704$

Sustitución de términos

$Y_{2018} = 47.028 + 8.704$ **(3)**

$Y_{2018} = 73.140$

Tabla 22. Proyección de importaciones

Año	Importaciones
2018	73140

2019	81844
2020	90548
2021	99252
2022	107956

Elaborado por: Jhonny Castillo

3.5 OFERTA

3.5.1 Comportamiento histórico de la oferta

3.5.1.1 Oferta mundial

Para analizar la oferta mundial del producto se investigó en trademap obteniendo la información de los últimos datos del producto frente al mundo.

Tabla 23. Oferta mundial

Exportadores	valor exportado en 2014	valor exportado en 2015	valor exportado en 2016	valor exportado en 2017
Mundo	384992	278051	231337	221333

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Jhonny Castillo

A través de los datos obtenido en la presente tabla se puede apreciar que la oferta mundial de Liliums en el mundo tienen variaciones positivas y negativas durante los años mostrados.

3.5.1.2 Exportaciones totales a nivel mundial de la partida 0603.15

Tabla 24. Exportaciones totales a nivel mundial

Exportadores	Valor exportado en 2017 (miles de USD)	Cantidad exportada en 2017
Mundo	221335	0

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Jhonny Castillo

En el año 2017 se observa que el valor exportado de Lilium en el mundo es de 221335 (miles de USD) en donde se observa que hay una acogida de este producto a nivel mundial.

3.5.1.3 Países exportadores a nivel mundial de la partida 0603.15

Tabla 25. Países exportadores a nivel mundial

<u>Exportado res</u>	<u>Valor exportado en 2017 (miles de USD)</u>	<u>Saldo comercial 2017 (miles de USD)</u>	<u>Cantidad exportada en 2017</u>	<u>Valor unitario (USD/uni dad)</u>	<u>Tasa de crecimi ento anual en valor entre 2016- 2017 (%)</u>	<u>Partici pación en las exporta ciones mundia les (%)</u>	<u>Concentr ación de los países importad ores</u>
Mundo	221.335	-22.729	0		-4	100	0,14
Países Bajos	149.147	139.516	14.060	10.608	-3	67,4	0,24
Costa Rica	21.327	21.327	3.589	5.942	-9	9,6	0,96
China	18.272	18.101	5.012	3.646	-19	8,3	0,42
Colombia	8.902	8.837	1.469	6.060	30	4	0,9
Corea, República	8.216	8.193	918	8.950	-18	3,7	1
Lituania	2.397	378	451	5.315	9	1,1	0,52
Ecuador	2.283	2.283	440	5.189	-12	1	0,79
México	1.489	1.489	459	3.244	306	0,7	0,94
Italia	1.169	-1.081	187	6.251	23	0,5	0,57
Guatemala	866	866	243	3.564	19	0,4	0,7
Alemania	853	-10.326	87	9.805	-9	0,4	0,46

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Jhonny Castillo

Se puede ver que los principales países exportadores de Lilioms a nivel mundial se encuentran 10 teniendo la séptima posición Ecuador frente al mundo según datos estadísticos de Trademap.

3.5.1.4 Exportaciones a nivel mundial en valor y cantidad de la partida 0603.15

Tabla 26. Exportaciones a nivel mundial en valor y cantidad

<u>Exportadores</u>	<u>Valor exportado en 2017 (miles de USD)</u>	<u>Cantidad exportada en 2017</u>
Países Bajos	149147	14060
Costa Rica	21327	3589
China	18272	5012

Colombia	8902	1469
Corea, República de	8216	918
Lituania	2397	451
Ecuador	2283	440
México	1489	459
Italia	1169	187
Guatemala	866	243

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Jhonny Castillo

La cantidad exportada de Ecuador en el 2017 es de 440 toneladas en el mundo a diferentes países teniendo un crecimiento frente a otros años atrás.

3.5.1.5 Exportaciones de Ecuador de la partida 0603.15

Tabla 27. Exportaciones de Ecuador de la partida 0603.15

IMPORTADORES	Valor exportado en 2017 (miles de USD)	Cantidad exportada en 2017
Mundo	881462	159008

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Jhonny Castillo

Ecuador ocupa en la actualidad el séptimo lugar en las exportaciones a nivel mundial con una cantidad de 159008 toneladas a diferentes países del mundo según datos de trademap.

3.5.1.6 Países importadores para el producto 0603.15

Tabla 28. Países importadores para el producto 0603.15

IMPORTADORES	Valor exportado en 2017 (miles de USD)	Cantidad exportada en 2017
Mundo	881462	159008
Estados Unidos de América	397956	66303
Rusia, Federación de	136068	27537
Países Bajos	63646	11771
Italia	30536	5280
España	24175	4402
Canadá	22167	3508

Kazajstán	19931	4356
Chile	15432	3444
Ucrania	14045	3053
Japón	12603	1659

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Jhonny Castillo

El principal importador de Ecuador de la partida 0603.15 es Estados Unidos en el último año con una cantidad exportada de 159008 toneladas seguido de Rusia y Países bajos según los datos estadísticos de trademap.

3.5.1.7 Empresas exportadoras en Ecuador para la partida arancelaria 0603.15

Tabla 29. Empresas exportadoras en Ecuador para la partida arancelaria 0603.15

Categoría de productos	Número de empresas exportadoras disponibles en Trade Map
Flores y suministros para floristería	27
Productos ornamentales y de vivero	24
Almacenes para viveros y jardines al detalle	1

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Jhonny Castillo

Las empresas mostradas en Trademap son las principales exportadoras de este producto hacia el extranjero como también florícolas que se dedican a la producción de este producto para su exportación habiendo una cantidad total de 52 empresas exportadoras de Liliiums hacia el mundo.

3.5.1.8 Datos relevantes de la oferta

Ecuador es un gran productor de flores en este caso se analiza la oferta de Lirios, la cual cubre la demanda de la empresa, debido a los factores climáticos que el país posee tiene como consecuencia que la producción de esta flor sea constante durante todo el año, por lo que deja como resultado que estas cifras permitan la exportación de este producto.

3.5.2 Proyección lineal exportaciones de la partida 0603.15

Tabla 30. Cálculo proyección de exportaciones

Años	Exportaciones(Y)	X	XY	X ²
2013	0	-2	0	4
2014	0	-1	0	1
2015	0	0	0	0
2016	0	1	0	1
2017	0	2	0	4
Total	0	0	0	10

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Jhonny Castillo

Sustitución de términos

$$Y_{2018} = 0 + 0(3)$$

$$Y_{2018} = 0$$

Tabla 31. Proyección de exportaciones

Años	Exportaciones
2018	0
2019	0
2020	0
2021	0
2022	0

Elaborado por: Jhonny Castillo

3.6 CONSUMO APARENTE de la partida 0603.15

Tabla 32. Consumo aparente

Años	Producción	Importaciones	Exportaciones	Consumo
------	------------	---------------	---------------	---------

Nacional				Aparente
2018	0	73140	0	73140
2019	0	81844	0	81844
2020	0	90548	0	90548
2021	0	99252	0	99252
2022	0	107956	0	107956

Elaborado por: Jhonny Castillo

3.7 GESTIÓN DE EXPORTACIÓN

3.7.1 Perfil y comportamiento del consumidor

Las tendencias del consumidor de flores se basan en varios factores, entre los cuales se destacan los siguientes:

- Las compras las realizan en un 67% para regalo y 33% para uso personal.
- El 14% de las compras son para celebraciones periódicas o Navidad 30% o Día de la Madre 26% (en especial la rosa blanca) o Amor y amistad (San Valentín) 20% (en especial rosa roja).
- Otros 24% (Easter 13%, Thanksgiving 6%) o El 86% para celebraciones o uso personal. Las flores son un regalo tradicional de la cultura de EE.UU. o Expresión de amor o amistad espontáneo 50% o Decoración 13% o Cumpleaños 5% o Aniversario 3% o Recuperación 2%.

Los principales factores que influyen en su compra son los siguientes:

- Disponibilidad de ingreso para gasto suntuarios, la cual en la actual recuperación tiene una tendencia positiva.
- Celebración, fecha o motivo de la compra.
- Subjetivo a gusto y precepción de cada persona
- Facilidad de ordenar y rapidez de entrega. (Torregosa, 2016)

3.7.2. Descripción del mercado en Miami

Miami, es un territorio estratégico para el buen desarrollo del comercio internacional, las importaciones de flores que realiza Estados Unidos, tienen destino el aeropuerto de Miami y éste cubre la necesidad comercial de importación del país.

A nivel mayorista la concentración de ingresos y establecimientos está en la Región Sudeste del país debido a que Florida es el puerto principal. Se estima

que el 88% de las importaciones de flores llegan a través de Miami debido a su proximidad con los productores de América del Sur (Colombia y Ecuador). California recibe las importaciones procedentes de México.

Las rosas tienen una amplia distribución en los canales de ventas en los Estados Unidos (Floristerías, supermercados, farmacias, hipermercados, viveros, comercio electrónico, entre otros).

Para los mayoristas su canal primario de ventas de rosas se efectúa a través de floristerías (27.7%), las cuales tienen como su principal producto de venta los ramos de flores (54.8%). En supermercados, farmacias e hipermercados, el producto de mayor demanda son las flores cortadas en paquetes de 12, 24, 36 unidades. (Torregosa, 2016).

La importancia de destacar la capacidad comercial de Miami, está en destacar que todo el mercado florícola se asienta en la ciudad y que los compradores locales tienen preferencia para comercializar en su localidad.

El Lirio es comercializado de la misma forma que las otras variedades y la mayoría del producto ya tiene un mercado definido, las tiendas como Wal-Mart, son las que venden a los consumidores finales la flor de Lirio.

Por lo tanto, la distribución primaria de la importación de flores en Estados Unidos se refleja desde Miami que es la parada principal de estos productos y la puerta de apertura al comercio interno.

3.7.3 Análisis del precio de exportación

Según los datos publicados, por Pro Ecuador, los costos de exportación, vía marítima y aérea son los siguientes:

3.1. Vía marítima

COSTOS CONTENEDOR FCL*	
Contenedor 20' seco	USD 800
Contenedor 40' seco	USD 1,000
Contenedor 40' refrigerado	USD 2,000

*No incluye gastos adicionales por recargos, ni gastos locales

3.2. Vía aérea

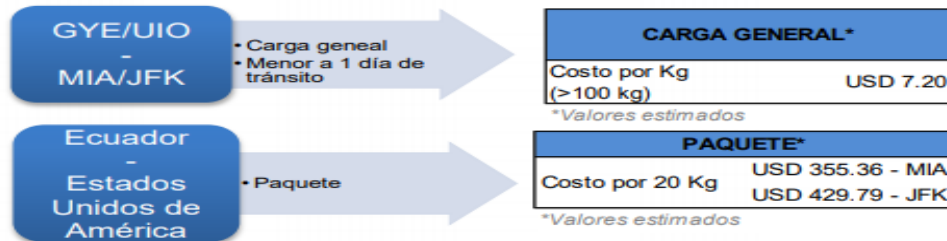


Figura 28. Costos de exportación de flores.

Fuente: (Ministerio de Comercio Exterior , 2017)

3.7.4 Exportación del LILIUM RAIBOW

Una vez tomada la decisión de exportar es necesario conocer el arancel a aplicarse para la exportación del producto, en este caso para el lilium gracias al SGP (Sistema Generalizado de Preferencias) firmado entre Ecuador y Estados Unidos este producto cuenta con un arancel del 0%, lo que brinda una gran ventaja y facilidad para la exportación del producto.



LIRIOS



CUADRO 17

Producto: 0603.15 Lirios frescos cortados "Lilium spp."

Miles USD

Exportadores	Arancel	Programa	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Costa Rica	0%	CAFTA	0	0	18,709	18,733	20,445	23,287	23,343
Colombia	0%	TLC	0	0	13,376	13,924	11,344	11,698	17,278
Ecuador	0%	SGP	0	0	4,584	4,324	5,206	6,016	7,457
Holanda	6.4%	NMF	0	0	984	1,028	1,113	1,357	1,603
México	0%	NAFTA	0	0	1,112	1,170	1,194	1,381	1,285

Fuente: USITC - ITC
Elaboración: MICE

Figura 29. Arancel a la exportación de Lirios

Fuente: www.comercioexterior.gob.ec

En relación con el tema de la logística para ingresar a Estados Unidos, se determinó que el producto enviado desde Ecuador será por la vía aérea, debido al ahorro de tiempo, además el cliente es quien exige este medio debido a la fragilidad de este producto.

Por lo tanto, se enviará desde la empresa florícola hasta Tababela en un camión con termoking con el fin de mantener la cadena de frío que el lirio necesita para conservarse, una vez en el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre (UIO) se entrega en la carguera que le corresponda para proceder a la inspección de Agrocalidad y posteriormente se lleva a la paletizadora y se carga en el avión.

Una vez en Estados Unidos la carga llegará al Aeropuerto internacional de Miami (MIA), donde el cliente estará en la espera para recibir su producto.

3.7.4.1 Trámites de exportación

Sin importar el producto que se vaya a exportar se debe de seguir una serie de pasos previos:

- a) Tener RUC (Registro único de contribuyentes), ya sea persona natural o jurídica.
- b) Obtener el TOKEN o firma digital
- c) Acceso al portal del Ecuapass como exportador y a la ventanilla única, emitidos por el Banco Central.
- d) Tener claro y negociar bajo los términos de los INCOTERMS, aunque este no es obligatorio.

3.7.4.2 Documentos necesarios para la exportación

Los documentos específicos para la exportación de flores a Estados Unidos son:

Factura comercial

Packing list o conocida como lista de empaque

DAE , cabe recalcar que esta varía su numeración cada mes

Las Guías aéreas que sería Master AWB (guía madre) y House AWB (guía hija)

Certificado de origen, en este caso es necesario para acceder al beneficio de paga 0% de arancel por el SGP (Sistema Generalizado de Preferencia) firmado con Estados Unidos

Certificado Fitosanitario, que lo emite Agrocalidad previo a la revisión del producto, esto es por cada embarque.

DOCUMENTOS PARA EXPORTAR A ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA
Documento de embarque (B/L)
Factura Comercial
Lista de empaque
Declaración Aduanera de Exportación
Certificado de Origen (opcional)
Aviso Previo (Prior Notice)
DOCUMENTOS PARA IMPORTAR EN ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA
Documento de embarque (B/L)
Factura Comercial
Lista de empaque
Declaración Aduanera de Importación
Certificado de Origen (opcional)

Figura 30. Documentos para exportar.

Fuente: (Torregosa, 2016)

3.7.4.3 Etapa de Pre-Embarque

Según ProEcuador, (2017) menciona que “el proceso de exportación inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el sistema ECUAPASS, la cual debe ser acompañada de una factura o proforma y documentación antes del embarque”

Los principales datos que se consignarán en la DAE son:

a) Del exportador o declarante

- b) Descripción de mercancía por ítem de factura
- c) Datos del consignatario
- d) Destino de la carga
- e) Cantidades
- f) Peso
- g) Demás datos relativos a la mercancía

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

- ✓ Factura comercial Original
- ✓ Lista de empaque
- ✓ Autorizaciones previas

3.7.4.4 Etapa de Post-Embarque

Según ProEcuador (2017) recalca que usted podrá regularizar Declaraciones Aduaneras de Exportación ante el SENA E y obtener el definitivo DAE, mediante un registro electrónico que permite dar por finalizado el proceso de exportación para consumo (régimen 40). Una vez que tenga la marca regularizada y luego de realizado el embarque tiene 30 días plazo para completar el proceso.

Este trámite requiere de los siguientes documentos:

- ✓ Copia de la factura original
- ✓ Copia de la lista de empaque
- ✓ Copia del certificado de origen
- ✓ Copias no negociables de documentos de transporte multimodal

3.7.6 Flujograma del proceso de exportación

En el siguiente flujograma se presenta de la manera más detalla posible para explicar el proceso y tiempo que dura el proceso de exportación.

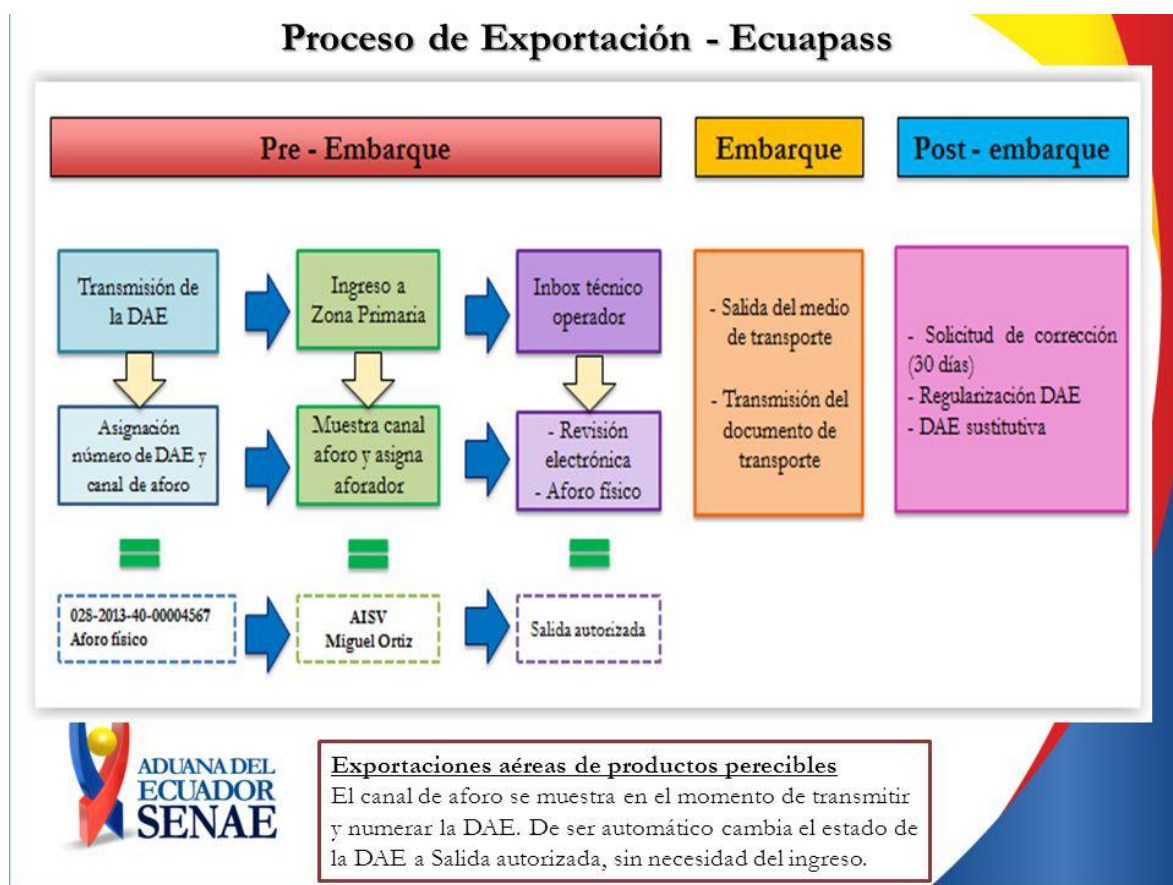


Figura 31. Proceso de exportación.

Fuente: (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2017)

3.7.7 Clasificación arancelaria

Los Lirios pertenecen a la partida arancelaria 0603, que contiene a las flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma. Haciendo el respectivo desglose se llega a la subpartida **0603.15.00** que contiene a las Azucenas (*Lilium spp*).

3.8 BARRERAS AL COMERCIO INTERNACIONAL

3.8.1 Barreras arancelarias

Las barreras arancelarias que existen para la comercialización internacional de las flores son:

Barrera Salida	Ecuador no cobra, tarifa de exportación.
Barrera de Entrada	Estados Unidos, asigna una tarifa del 0% a la entrada de flores, como; rosas, claveles, orquídeas, crisantemos y demás flores.

Figura 32. Barreras arancelarias
Fuente: (Cabezas , 2017)

3.8.2 Barreras no arancelarias

Las barreras no arancelarias son restricciones impuestas por los países para obstaculizar las importaciones con el pago de estas barreras, con el fin de proteger la producción nacional.

Para la exportación hacia Estados Unidos es necesario el documento CITES (The Convention on International Trade in Endangered Species of Wild Fauna and Flora), que es aquel documento que confirme que cualquier transacción de las especies silvestres, plantas o productos de los mismos se ajusta a las disposiciones de la Convención sobre el comercio internacional de especies amenazadas de fauna y flora silvestres.

Se requiere para el despacho de aduanas.

Expedido por las autoridades competentes del país de origen

El documento debe ser preparado en inglés, español y / o francés.

Toda esta información debe ser válida entre los datos recogidos y el documento en cuanto a cantidad y especies (Exporta Facil, 2017)

Barreras Sanitarias	Cuando la mercancía pueda dañar la salud.
Barreras técnicas	Requisitos de Estructura y componentes.
CASO ECUADOR	BARRERAS SANITARIAS
Certificados establecidos para el ingreso	Certificado de Trips Certificado de Ácaros

Figura 33. Barreras no arancelarias
Fuente: (Cabezas , 2017)

3.9 ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACION

3.9.1 Producto

3.9.1.1 Análisis del producto

Las flores del Ecuador son las más bellas del mundo y por esta razón, son un producto potencial de exportación. *Lilium Rainbow*, es una especie de lirio muy particular con su belleza casi exótica, se cultiva cumpliendo varios procesos dentro de los cuales se encuentran:

El género *Lilium*, comprende unas 100 especies que en su conjunto están presentes en extensas regiones templadas del hemisferio norte. De ellas, unas doce son indígenas de Europa, dos de América del Norte y sobre unas sesenta de Asia. Actualmente y como **plantas ornamentales**, se han desarrollado grupos de híbridos, como por ejemplo los *Lilium* **híbridos asiáticos**, *Lilium* **híbridos orientales** y *Lilium longiflorum* (Ríos , 2014).

3.9.1.2 Características Lilium Rainbow



Figura 34. Lilium Rainbow
Fuente: Jaden Roses

Más conocida, como Lirio Arcoíris, la Rainbow se caracteriza por sus matices impresionantes para el espectador.

3.9.1.3 Proceso de Producción.

- Clasificación del producto
- Preparación de mesas de colocación de canaletas
- Preparación de tintes para el producto
- El Liliun escogido para el proceso de tinturación se lo lleva a su deshidratación
- Una vez deshidratado el Liliun se lo coloca en las canaletas para su proceso de coloración
- Esperar las horas adecuadas para la sacada del producto.
- Colocar en cuarto frio un día luego de haber sacado de las canaletas de tinturación
- Embonchar el Liliun tinturado
- Preparar para la comercialización

3.9.1.4 Ficha del producto

Tabla 33. Ficha de Lirio rainbow

LIRIO RAIMBOW		
Nombre de la empresa: JADEN ROSES		
Dirección: Tabacundo, Pedro Moncayo- Provincia de Pichincha		
Ciudad: Tabacundo		
Contacto: Sr. Eduardo Ulcuango		
Teléfono: 593999117058		
E-mail: salesjadenroses@gmail.com		
Sitio Web: www.Jadenroses.com		
NOMBRE COMERCIAL	Lilium Rainbow	
FOTOGRAFÍA	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	
	Materia prima	Lilium
	Insumos	Tintes (turquesa, rosado y celeste), envases, tapas y etiquetas.
	Color	Multicolores
	Medidas	Ramos de 70cm
Cantidad producción mensual	1000 ramos	
Precios referenciales	\$10,46	
Clasificación arancelaria	0603.15.00	

Fuente: Entrevista dueño de la empresa.

Elaborado por: Jhonny Castillo

3.9.1.5 Envase, Empaque y Embalaje

El envase del producto en este caso es el capuchón en donde el Liliun Rainbow presenta sus botones de colores y es protegido y se observa directamente el producto en vivo permitiendo que el cliente pueda observar directamente el Liliun Rainbow



Figura 35. Envase Liliun Rainbow

El empaque para el producto es el cartón que se lo utiliza para la protección y maltrato que pueda recibir el Liliun Rainbow y este en perfectas condiciones para que pueda viajar hacia su destino.

En Estados Unidos se busca que el papel utilizado para resguardar los diferentes productos, sea biodegradable y de fácil deterioro para el medio ambiente y que posean características que eviten la propagación de los diversos contaminantes a los que puedan verse sometidos (Ortiz, Peña, & Sanchez, 2011)

La caja de carton según los requerimientos de Estados Unidos, debe cumplir con algunas especificaciones como distribuir el peso correctamente y abosrber la humedad. Para este caso en empaque se utiliza una caja de carton conocida en el mundo de las flores como tabaco, este tiene las medidas 1,05x30x30cm, donde entran 10 ramos de lirios en 70cm de largo, con un peso de 16,6 kg.



Figura 36. Presentación del empaque
Elaborado por: Jhonny Castillo



Figura 37. Presentación del embalaje
Elaborado por: Jhonny Castillo

Además del empaque es necesario el uso de los pallets que consiste en una base de madera que resiste el peso de la carga, para el ingreso a Estados Unidos se recomienda el uso de estos pallets con medidas 120x100x150cm. Además, el paletizado se realiza de la siguiente manera en un pallet con las medidas mencionadas anteriormente entran 9 tabacos, y se utilizará por cada envío 10 pallets.



Figura 38. Paletizado
Elaborado por: Jhonny Castillo

3.9.2 Precio

El producto Liliu Rainbow está ingresando con un precio bajo al mercado objetivo y tiene gran aceptación en el mercado estadounidense el liliu normal, por esta razón se procedió a explorar entre las páginas web de las floristerías ubicadas en Miami donde se ofrece arreglos florales a \$31, ya sea en ramos mixtos con rosas o solo lirios, la presentación viene en ramos por 10 tallos y trae entre 3 a 5 botones.

El precio establecido para el producto Liliu de exportación está en 7 dólares, se basó en una cotización a un cliente que estaría dispuesto a pagar 12 dólares americanos por el Liliu Rainbow ya que nos supo mencionar que es un producto innovador que cumple con las exigencias del comprador de su país, de esta manera en el capítulo financiero del proyecto se genera el precio de exportación a \$10,46 del producto tomando en cuenta todos los parámetros hasta llegar al producto final, bajo el incoterms FOB.

Tabla 34. Determinación del precio

DETERMINACIÓN DEL PRECIO UNITARIO							
	COSTO DE Pro. Mensual	CANTIDAD Mensual	COSTO Unitario	GASTO Unitario	COSTO T. Unit.	UTILIDAD 20%	PRECIO DE EXPORTACIÓN
LILIUM RAINBOW	5668,64	1000,00	5,67	3,05	8,72	1,74	10,46

Elaborado por: Jhonny Castillo

3.9.3 Promoción

Para la promoción y ventas cabe recalcar que es necesario empapar al consumidor de publicidad que para este caso se guían por los resultados finales que tiene el producto, es decir cuando llega a su ciclo de madurez el Liliium empieza a abrirse por tal razón es ahí cuando se puede divisar los colores que contiene en su interior.

Estados Unidos es un país donde se puede promocionar todo tipo de producto que pretende ser comercializado, por esta razón se puede acudir a ferias que se realicen en la ciudad de Miami y estados cercanos.

- ✓ WORLD FLORAL EXPO, se realiza todos los años en Miami que es una exposición de crisantemos, tulipanes y Liliium
- ✓ EXPOFLORES, se realiza en las vegas que es una exposición de los países del mundo con sus mejores variedades de rosas para el mundo.
- ✓ STAND FLOWERS, se realiza en Atlanta que es una exposición de Liliium y sus nuevas generaciones híbridas.
- ✓ RANCHO FLOWERS, se realiza en New York que es una exposición donde se presenta una gran cantidad de variedades de rosas

3.9.4 Plaza

El acceso de la flor Liliun Rainbow al mercado de Miami, es un reto muy atractivo para cumplir desde Jade Roses en Ecuador, una característica muy especial de la empresa, es que su experiencia de exportación es una ventaja que va a utilizar para ingresar el lirio al mercado de Miami:

Es importante destacar que uno de los clientes de Jaden Roses puede considerarse como un mayorista en Miami y la empresa trabaja directamente y actualmente con ese proveedor para todo el mercado.

En una escala comercial se puede evidenciar como se realizará la venta en Miami como referencia de la escala de Pro - ecuador:

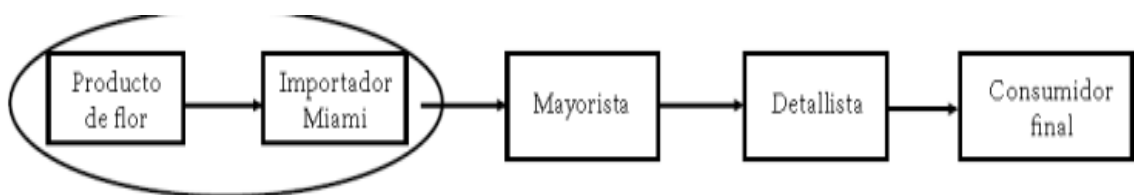


Figura 39. Canal de comercialización clásico.
Fuente: (Llorete , 2017)

Para la exportación de un producto es necesario seleccionar cuidadosamente el canal de distribución, para este caso se utiliza el canal de distribución indirecta:



Figura 40. Canal de distribución del liliun rainbow
Elaborado: Jhonny Castillo

3.9.4.1 Floristerías

Por la naturaleza del producto se lo expende en las floristerías, en Miami se puede encontrar una gran cantidad de floristerías y de personas con habla hispana lo que permite que la comunicación fácilmente con el idioma español.

Tabla 35. Floristerías en Miami

NOMBRE	DIRECCION	TELEFONO	PAGINA WEB
More Than Flowers	109 SE 2nd St, Miami, FL 33131, EE. UU.	+1 786-587-6195	https://morethanflowersmiami.com/
Floristería Geranios Flowers	1868 W Flagler St, Miami, FL 33135, EE. UU.	+1 305-631-8311	http://www.geraniosflowers.com/
Rhynardys Flowers	010 W Flagler St, Miami, FL 33135, EE. UU.	+1 305-643-3065	http://www.rhynardysflower.com/
Downtown Flowers	2 S Biscayne Blvd, Miami, FL 33131, EE. UU.	+1 305-358-1311	https://downtownflowers.net/
Las Flores de La Carreta	8447 SW 40th St, Miami, FL 33155, EE. UU.	+1 305-220-4880	https://lasfloresdelacarreta.com

Elaborado: Jhonny Castillo

A través del levantamiento de información se pudo contactar con varios clientes que principalmente son representantes de floristerías minoristas y los representantes de las floristerías mayoristas o wholesalers como se conoce en Estados Unidos, por lo antes mencionado es que se llega a la conclusión que este es nicho de mercado idóneo para el posicionamiento de los Lilium Rainbow.

CAPÍTULO IV

ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO

4.1 DATOS DE ENTRADA

En este capítulo se analizará todo el sistema financiero en el que se desenvolverá la “**Empresa Jaden Roses**”. Se presentará el estudio financiero de la empresa.

Dentro de los Datos de Entrada tenemos lo siguiente:

a) PRODUCCIÓN

La empresa piensa producir 1000 ramos de Liliun Rainbow mensuales, lo que significa que se producirá 12000 ramos anuales, que van a ser destinados para la exportación.

b) INVERSIÓN

La empresa contará con una Inversión Inicial de **18382,27** dólares americanos.

c) UTILIDAD

La empresa pretende contar con una margen de utilidad del 20% para el producto.

d) FINANCIAMIENTO

Se financiará con el 40% del monto total de la inversión y el 60% será parte de capital social de la empresa.

El préstamo se financiará con el Banco BanEcuador con una tasa del 10.12%.

Para el presupuesto de ventas y costos se tomará el crecimiento del mercado en donde el estudio de mercado es de 5% y una tasa de inflación del 1,67%.

4.2 DETERMINACIÓN DE LA INVERSIÓN INICIAL

4.2.1 Resumen de la inversión inicial

Tabla 36. Inversión inicial

INVERSIÓN	VALOR
Inversión Fija	9667,14
Inversión Variable	8715,13
Capital de trabajo	8715,13
TOTAL DE INVERSIÓN	18382,27
Elaborado por: Jhonny Castillo	

4.2.1.1 Inversión fija

Tabla 37. Inversión fija

TOTAL INVERSIÓN FIJA	
ACTIVOS	MONTO
Remodelación	7170,00
Muebles y Enseres	620,00
Equipos de Cómputo	1170,98
Equipos de Oficina	308,66
Herramientas	397,50
TOTAL	9667,14
Elaborado por: Jhonny Castillo	

4.2.1.2 Inversión variable

a) Capital de trabajo

Tabla 38.Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
CUENTA	VALOR	VALOR
	MENSUAL	ANUAL
Costos de Producción	5668,64	68023,65
Gastos Administrativos	2389,72	28676,60
Gastos de Exportación	656,78	7881,36
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	8715,13	104581,61

Elaborado por: Jhonny Castillo

4.3 DETALLE DE INVERSIÓN INICIAL

4.3.1 Detalle de la inversión fija

Tabla 39. Detalles inversión fija

INVERSIÓN FIJA			
ACTIVOS	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR TOTAL
REMODELACIÓN			
Área Administrativa 18m2	18	190,00	3420,00
Área de Producción 25m2	25	150,00	3750,00
SUB TOTAL			7170,00
MUEBLES Y ENSERES			
Estación de oficina	1	200,00	200,00
Sillas giratorias	2	120,00	240,00
Sillas visitantes	2	50,00	100,00
Archivadores	1	80,00	80,00
SUB TOTAL			620,00
EQUIPO DE COMPUTACION			

Computadoras	2	450,00	900,00
Impresoras	1	250,00	250,00
Reguladores de voltaje	2	10,49	20,98
SUB TOTAL			1170,98
EQUIPO DE OFICINA			
Teléfono	2	65,00	130,00
Calculadora	2	4,70	9,40
Carpeta archivadoras	1	2,20	2,20
Grapadora	2	5,28	10,56
Perforadora	1	6,50	6,50
Línea Telefónica	1	150,00	150,00
SUB TOTAL			308,66
HERREMIENTAS			
Balanza digital	1	17,50	17,50
Grapadora Industrial	1	180,00	180,00
Ventilador	3	200,00	600,00
SUB TOTAL			797,50
TOTAL			9667,14

Elaborado por: Jhonny Castillo

Nota: la maquinaria que se va utilizar para la producción de la flor Lilium Rainbow agilizará los procesos como también va a aumentar la producción diaria, mensual y anual para poder cubrir la demanda de los mercados internacionales.

4.3.2 Detalle de la inversión variable / capital de trabajo

4.3.2.1 Costos de producción

LILIUM RAINBOW

Tabla 40. Costos de producción individuales

LILIUM RAINBOW					
DETALLE	c/u	COSTOS	CANTIDAD	TOTAL MENSUAL	ANUAL
MATERIA PRIMA DIRECTA		3,80	1000	3800	405600
Lilium	3,50				
Tinte Turquesa	0,10				
Tinte Amarillo	0,10				

Tinte Rosado	0,10			
MANO DE OBRA DIRECTA		0,52	1000	524,00 6287,45
Operarios	0,52			
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION		1,34	1000	1344,68 16136,20
Etiquetado	0,05			
Etiquetas	0,08			
Jefe de producción	1,15			
Agua	0,03			
Luz	0,03			
COSTOS DE PRODUCCION POR UNIDAD				5,67
TOTAL COSTO DE LILIUM RAINBOW			5668,64	68023,65
Elaborado por: Jhonny Castillo				

4.3.2.2 Resumen de producción del Lilium Rainbow

Tabla 41. Resumen de producción del Lilium Rainbow

RESUMEN DE LA PRODUCCIÓN DEL LILIUM RAINBOW		
	MENSUAL	ANUAL
RAMO LILIUM RAINBOW	5668,64	68023,65
Elaborado por: Jhonny Castillo		

4.3.3 Detalles del gasto administrativo

4.3.3.1 Gastos administrativos

Tabla 42. Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
	MENSUAL	ANUAL
Agua	15,00	180,00
Energía Eléctrica	20,00	240,00
Teléfono	30,00	360,00
Internet	35,00	420,00
Suministro de oficina	65,00	780,00
Sueldos	2184,72	26216,60
Implementos de limpieza	40,00	480,00
TOTAL		28676,60

	2389,72
--	---------

Elaborado por: Jhonny Castillo

4.3.3.2 Detalle del sueldo del personal

Tabla 43. Sueldo del personal

PERSONAL	MENSUAL
Vendedor	1030,03
Jefe de Comercio Exterior	1154,68
TOTAL SUELDO	2184,72

Elaborado por: Jhonny Castillo

Nota: se observa que se necesita contratar el personal mencionado para la remodelación de la empresa y cada puesto ocupado será de gran importancia para el funcionamiento adecuado de la empresa.

4.3.3.3 Sueldos y Salarios

Tabla 44. Rol de pagos 1er año

Cargo	Sueldo	Aporte IESS 9,45%	Sueldo Mensual	Fondo de reserva	Aporte Patronal 12,15%	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Total ingresos (mensual)	Total ingresos (anual)
Vendedor	800,00	75,60	724,40		97,20	66,67	32,83	33,33	1030,03	12360,40
Jefe de Comercio exterior	900,00	85,05	814,95		109,35	75,00	32,83	37,50	1154,68	13856,20
Jefe de producción	900,00	85,05	814,95		109,35	75,00	32,83	37,50	1154,68	13856,20
Operarios	394,00	37,233	356,767		47,87	32,83	32,83	16,42	523,95	6287,45
Remuneración mensual	2994,00	282,93	2711,07		363,77	249,50	131,33	124,75	3863,35	46360,25
Remuneración anual	35928,00	3395,20	32532,80		4365,25	2994	1576	1497	46360,25	556323,02

Elaborado por: Jhonny Castillo

Tabla 45. Rol de pagos 2do año

Cargo	Sueldo	Aporte IESS 9,45%	Sueldo Mensual	Fondo de reserva	Aporte Patronal 12,15%	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Total ingresos (mensual)	Total ingresos (anual)
Vendedor	822,40	77,72	744,68	68,51	99,92	68,53	33,75	34,27	1126,46	13517,53
Jefe de Comercio exterior	925,20	87,43	837,77	77,07	112,41	77,10	33,75	38,55	1263,16	15157,97
Jefe de producción	925,20	87,43	837,77	77,07	112,41	77,10	33,75	38,55	1263,16	15157,97
Operarios	405,03	38,28	366,76	33,74	49,21	33,75	33,75	16,88	571,44	6857,34
Remuneración mensual	3077,83	290,86	2786,98	256,38	373,96	256,49	135,01	128,24	4224,23	50690,81
Remuneración anual	36933,98	3490,26	33443,72	3076,60	4487,48	3077,83	1620,128	1538,92	50690,81	608289,74

Elaborado por: Jhonny Castillo

Tabla 46. Rol de pagos 3er año

Cargo	Sueldo	Aporte IESS 9,45%	Sueldo Mensual	Fondo de reserva	Aporte Patronal 12,15%	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Total ingresos (mensual)	Total ingresos (anual)
Vendedor	842,14	79,58	762,56	70,15	102,32	70,18	34,56	35,09	1154,44	13853,25
Jefe de Comercio exterior	947,40	89,53	857,88	78,92	115,11	78,95	34,56	39,48	1294,42	15533,06
Jefe de producción	947,40	89,53	857,88	78,92	115,11	78,95	34,56	39,48	1294,42	15533,06
Operarios	414,75	39,19	375,56	34,55	50,39	34,56	34,56	17,28	586,10	7033,21
Remuneración mensual	3151,70	297,84	2853,86	262,54	382,93	262,64	138,25	131,32	4329,38	51952,58
Remuneración anual	37820,40	3574,03	34246,37	3150,44	4595,18	3151,70	1659,01	1575,85	51952,58	623430,94

Elaborado por: Jhonny Castillo

Tabla 47. Rol de pagos 4to año

Cargo	Sueldo	Aporte IESS 9,45%	Sueldo Mensual	Fondo de reserva	Aporte Patronal 12,15%	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Total ingresos (mensual)	Total ingresos (anual)
Vendedor	863,19	81,57	781,62	71,90	104,88	71,93	35,43	35,97	1183,30	14199,58
Jefe de Comercio exterior	971,09	91,77	879,32	80,89	117,99	80,92	35,43	40,46	1326,78	15921,39
Jefe de producción	971,09	91,77	879,32	80,89	117,99	80,92	35,43	40,46	1326,78	15921,39
Operarios	425,12	40,17	384,95	35,41	51,65	35,43	35,43	17,71	600,75	7209,04
Remuneración mensual	3230,49	305,28	2925,21	269,10	392,50	269,21	141,71	134,60	4437,62	53251,39

Remuneración anual	38765,91	3663,38	35102,53	3229,20	4710,06	3230,49	1700,49	1615,25	53251,39	639016,72
---------------------------	-----------------	----------------	-----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	-----------------	------------------

Elaborado por: Jhonny Castillo

Tabla 48. Rol de pagos 5to año

Cargo	Sueldo	Aporte IESS 9,45%	Sueldo Mensual	Fondo de reserva	Aporte Patronal 12,15%	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Total ingresos (mensual)	Total ingresos (anual)
Vendedor	883,91	83,53	800,38	73,63	107,39	73,66	36,28	36,83	1211,70	14540,37
Jefe de Comercio exterior	994,40	93,97	900,43	82,83	120,82	82,87	36,28	41,43	1358,62	16303,50
Jefe de producción	994,40	93,97	900,43	82,83	120,82	82,87	36,28	41,43	1358,62	16303,50
Operarios	435,32	41,14	394,19	36,26	52,89	36,28	36,28	18,14	615,17	7382,06
Remuneración mensual	3308,02	312,61	2995,42	275,56	401,92	275,67	145,11	137,83	4544,12	54529,43
Remuneración anual	39696,29	3751,30	35944,99	3306,70	4823,10	3308,02	1741,30	1654,01	54529,43	654353,12

Elaborado por: Jhonny Castillo

4.3.4 Detalles de los gastos de exportación

4.3.4.1 Gastos de exportación

Tabla 49. Gastos de exportación

	COSTO	CANT.	MENSUAL	ANUAL
Precio de Venta	5,67	1000	5668,64	68023,652
Certificado de Origen	10,00	1	10,00	120,00
Certificado Sanitario	4,86	1	4,86	58,32
Empaque	2,50	100	250,00	3000,00
Rótulos	0,50	100	50,00	600,00
Token	2,08	1	2,08	24,96
EX WORKS:			316,94	3803,28
Transporte interno	80,00	1	80,00	960,00
Cayambe-Quito				
Guía Transporte	55,00	1	55,00	660,00
Agente afianzado de aduana	197,00	1	197,00	2364,00
Tasa de almacenaje	7,84	1	7,84	94,08
FOB			656,78	7881,36
Elaborado por: Jhonny Castillo				

4.4 DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE EXPORTACIÓN

4.4.1 Determinación del gasto unitario

Tabla 50.Determinación del gasto unitario

DETERMINACIÓN GASTO UNITARIO	
	TOTAL MENSUAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS	2389,72
GASTOS DE EXPORTACIÓN	656,78
TOTAL GASTOS	3046,50
Unidades producidas mensual	1000
GASTO POR LILIUM RAINBOW	3,05

Elaborado por: Jhonny Castillo

4.4.2 Determinación del precio unitario

Tabla 51.Determinación del precio unitario

DETERMINACIÓN DEL PRECIO UNITARIO							
	COSTO DE Pro. Mensual	CANTIDAD Mensual	COSTO Unitario	GASTO Unitario	COSTO T. Unit.	UTILIDAD %	PRECIO DE EXPORTACIÓN
LILIUM RAINBOW	5668,64	1000	5,67	3,05	8,72	1,74	10,46

Elaborado por: Jhonny Castillo

4.5 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Tabla 52.Financiamiento del proyecto

ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO		
INVERSIÓN	VALOR	PORCENTAJE
Inversión Propia	11029,36	60%
Inversión Financiada	7352,91	40%
TOTAL	18382,27	100%

Elaborado por: Jhonny Castillo

4.5.1 Datos financiamiento

Tabla 53. Datos financiamiento

DATOS DEL FINANCIAMIENTO	
BANCO	BanEcuador
MONTO	7352,91
INTERES	10,12%
PLAZO	8
PERIODO	TRIMESTRAL
Fuente: BanEcuador	
Elaborado por: Jhonny Castillo	

4.5.2 Amortización deuda

Tabla 54. Amortización

BANCO	BanEcuador	Cliente: Castillo Jumbo Jhonny Ramiro			
VALOR	7352,91				
INTERES	10,12%				
PLAZO	8 (2 años)				
PERIODO	TRIMESTRAL				
Cuota	Saldo Capital	Capital	Interés	Seguro Desgravamen	Valor a Pagar
1	\$ 7400	\$ 851,40	\$ 174,3	\$ 1,97	\$ 1027,68
2	\$ 6548,60	\$ 871,46	\$ 154,25	\$ 1,74	\$ 1027,45
3	\$ 5677,14	\$ 891,98	\$ 133,72	\$ 1,51	\$ 1027,22
4	\$ 4785,15	\$ 913	\$ 112,71	\$ 1,27	\$ 1026,98
AÑO 1	\$24.410,89	\$ 3.527,84	\$ 574,98	\$ 6,49	\$ 4.109,33
5	\$ 3872,16	\$ 934,50	\$ 91,21	\$ 1,03	\$ 1026,74
6	\$ 2937,66	\$ 956,51	\$ 69,20	\$ 0,78	\$ 1026,49
7	\$ 1981,15	\$ 979,04	\$ 46,67	\$ 0,53	\$ 1026,23
8	\$ 1002,10	\$ 1002,10	\$ 23,60	\$ 0,27	\$ 1025,97

Fuente: BanEcuador
Elaborado por: Jhonny Castillo

4.6 DETERMINACIÓN COSTO CAPITAL

Tabla 55. Determinación costo capital

COSTOS DE CAPITAL			
ESTRUCTURA	PORCENTAJE	TASA MINÍMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO	PONDERACIÓN
Inversión Propia	0,60	0,03	0,15
Inversión Financiada	0,40	0,10	0,04
TOTAL			0,19
EL COSTO DEL CAPITAL DE LA EMPRESA ES DEL 19,05%			
Elaborado por: Jhonny Castillo			

4.6.1 Determinación TRM

Tabla 56. Determinación TRM

TASA DE REDESCUENTO O TASA DE RENDIMIENTO MEDIO		
COSTO CAPITAL	INFLACIÓN	TRM
19,05%	1,67%	20,72%
Elaborado por: Jhonny Castillo		

4.7 CALCULO DE LA DEPRECIACIÓN

4.7.1 Depreciación

Tabla 57. Depreciación

DETERMINACIÓN DE LA DEPRECIACION			
CUENTA	VALOR	% DEPRECIACION	VALOR DE DEPRECIACION
Remodelación	7170	5%	358,50
Muebles y enseres	620	10%	62,00
Equipos de computación	1170,98	33,33%	390,29
Equipos de oficina	308,66	10%	30,87

Herramientas	397,5	10%	39,75
TOTAL			881,40
Elaborado por: Jhonny Castillo			

4.8 DETERMINACIÓN DE PRESUPUESTOS

4.8.1 Presupuesto de ingresos (ventas)

4.8.1.1 Lilium Rainbow

Tabla 58. Lilium Rainbow

Tendencia 5%

Lilium Rainbow			
AÑO	Q UNIDADES	PRECIO/UNIDADES	TOTAL \$
1	12000	10,46	125497,93
2	12600	10,63	133973,44
3	13230	10,81	143021,33
4	13891	10,99	152680,28
5	14586	11,17	162991,54
TOTAL			718164,53
Elaborado por: Jhonny Castillo			

4.8.1.2 Resumen presupuesto de ventas

Tabla 59. Resumen presupuesto de ventas

PRESUPUESTO DE VENTAS						
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL \$
Lilium Rainbow	125497,93	133973,44	143021,33	152680,28	162991,54	718164,53
SUBTOTAL	125497,93	133973,44	143021,33	152680,28	162991,54	718164,53
Elaborado por: Jhonny Castillo						

4.8.2 Presupuesto de costos

4.8.2.1 Lilium Rainbow

Tabla 60. Lilium Rainbow

Lilium Rainbow			
AÑO	Q UNIDADES	PRECIO/UNIDADES	TOTAL \$
1	12000	5,67	68023,65
2	12600	5,76	72617,63
3	13230	5,86	77521,86
4	13892	5,96	82757,30
5	14586	6,06	88346,31
TOTAL			389266,76

Elaborado por: Jhonny Castillo

4.8.2.2 Resumen presupuestos de costos

Tabla 61. Resumen presupuesto de costos

PRESUPUESTO DE COSTOS DE PRODUCCION						
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL \$
Lilium Rainbow	68023,65	72617,63	77521,86	82757,30	88346,31	389266,76
SUBTOTAL	68023,65	72617,63	77521,86	82757,30	88346,31	389266,76

Elaborado por: Jhonny Castillo

4.8.3 Presupuesto de gastos

4.8.3.1 Gastos Administrativos

Tabla 62. Presupuesto gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Agua	180,00	183,01	186,06	189,17	192,33
Energía Eléctrica	240,00	244,01	248,08	252,23	256,44
Teléfono	360,00	366,01	372,12	378,34	384,66

Internet	420,00	427,01	434,15	441,40	448,77
Suministro de Oficina	780,00	793,03	806,27	819,73	833,42
Sueldos	26216,60	28697,57	29386,31	30120,97	30843,87
Implementos de limpieza	480,00	488,02	496,17	504,45	512,88
TOTAL	28676,60	31198,65	31929,16	32706,28	33472,36
Elaborado por: Jhonny Castillo					

4.8.3.2 Gastos de Exportación

Tabla 63. Presupuesto gastos exportación

	GASTOS DE EXPORTACIÓN				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Precio de Venta	68023,65	69159,65	70314,61	71488,87	72682,73
Certificado de Origen	120,00	122,00	124,04	126,11	128,22
Certificado Sanitario	58,32	59,29	60,28	61,29	62,31
Empaque	3000,00	3050,10	3101,04	3152,82	3205,48
Rótulos de exportación	600,00	610,02	620,21	630,56	641,10
Token	24,96	25,38	25,80	26,23	26,67
EX WORKS:	3803,28	3866,79	3931,37	3997,02	4063,77
Transporte interno	960,00	976,03	992,33	1008,90	1025,75
Guía transporte aéreo	660,00	671,02	682,23	693,62	705,20
Agente afianzado de aduana	2364,00	2403,48	2443,62	2484,43	2525,92
FOB	7881,36	8012,98	8146,80	8282,85	8421,17
Elaborado por: Jhonny Castillo					

4.8.3.3 Depreciaciones

Tabla 64. Depreciaciones

DEPRECIACIONES					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Remodelación	358,50	358,50	358,50	358,50	358,50
Muebles y Enseres	62,00	62,00	62,00	62,00	62,00
Equipo de Computación	390,29	390,29	390,29		
Equipo de Oficina	30,87	30,87	30,87	30,87	30,87
Maquinaria	39,75	39,75	39,75	39,75	39,75
TOTAL	881,40	881,40	881,40	491,12	491,12

Elaborado por: Jhonny Castillo

4.8.3.4 Total Presupuesto de Gastos

Tabla 65. Total presupuesto de gastos

TOTAL PRESUPUESTO DE GASTOS						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Gastos de Administración	28676,60	31198,65	31929,16	32706,28	33472,36	157983,04
Gastos de Exportación	7881,36	8012,98	8146,80	8282,85	8421,17	40745,15
Depreciación	881,40	881,40	881,40	491,12	491,12	3626,44
TOTAL	37439,36	40093,03	40957,36	41480,24	42384,65	202354,64

Elaborado por: Jhonny Castillo

4. 9 ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIAMIENTO

4.9.1 Estado de resultados

Tabla 66. Estado financiero con financiamiento

ESTADO DE RESULTADOS/FINANCIADO					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos					
Ventas					
Lilium Rainbow	125497,93	133973,44	143021,33	152680,28	162991,54
Total Ingresos	125497,93	133973,44	143021,33	152680,28	162991,54
(-) Costo de Ventas					
Lilium Rainbow	68023,65	72617,63	77521,86	82757,30	88346,31
Total Costos	68023,65	72617,63	77521,86	82757,30	88346,31
(=) Utilidad Bruta	57474,28	61355,81	65499,47	69922,98	74645,23
(-) Gastos Operacionales					
Gastos Administrativos	28676,60	31198,65	31929,16	32706,28	33472,36
Gasto de Exportación	7881,36	8012,98	8146,80	8282,85	8421,17
Depreciación	881,40	881,40	881,40	491,12	491,12
TOTAL GASTOS	37439,36	40093,03	40957,36	41480,24	42384,65
(=) Utilidad después de Operaciones	20034,92	21262,78	24542,12	28442,74	32260,58
(-) Gastos Financieros					
Intereses	574,98	230,68	0	0	0
(=) Utilidad antes de participación de trabajadores	19459,94	21032,10	24542,12	28442,74	32260,58
(-) 15% Participación de Trabajadores					
	2918,99	3154,81	3681,32	4266,41	4839,09
(=) Utilidad antes de Impuestos	16540,95	17877,28	20860,80	24176,33	27421,50
(-) 25% Impuesto a la Renta					
	4.135,24	4.469,32	5.215,20	6.044,08	6.855,38
(=) Utilidad Neta	12.405,71	13.407,96	15.645,60	18.132,25	20.566,12

Elaborado por: Jhonny Castillo

4.9.2 Presupuesto de Caja

Tabla 67. Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA	12.405,71	13.407,96	15.645,60	18.132,25	20.566,12
(+) DEPRECIACION	881,40	881,40	881,40	491,12	491,12
TOTAL FLUJO DE CAJA NETO	11.524,31	12.526,56	14.764,20	17.641,13	20.075,00

Elaborado por: Jhonny Castillo

4.10 BALANCE INICIAL O DE ARRANQUE

Tabla 68. Balance inicial

BALANCE INICIAL EMPRESA JADEN ROSES			
ACTIVOS		PASIVOS	
<u>ACTIVOS CORRIENTES</u>		<u>PASIVOS CORRIENTES</u>	
<i>Inversión Variable</i>	8715,13		
<u>TOTAL ACTIVOS CORRIENTES</u>		8715,13	
		<u>CORRIENTES</u>	
<u>ACTIVOS FIJOS</u>		<u>PASIVOS L. PLAZO</u>	
<i>Inversión Fija</i>		Préstamo Bancario	7352,91
Remodelación	7170	<u>TOTAL PASIVOS L. PLZ</u>	7352,91
Muebles y Enseres	620		
Equipos de Cómputo	1170,98	<u>TOTAL PASIVOS</u>	7352,91
Equipos de Oficina	308,66		

Maquinaria	397,5		
<u>TOTAL ACTIVOS FIJOS</u>		9667,14	
PATRIMONIO			
Capital Social	11029,36		
<u>OTROS ACTIVOS</u>			
Constitución de la Empresa	0	TOTAL PATRIMONIO	11029,36
<u>TOTAL OTROS ACTIVOS</u>		0	
TOTAL ACTIVO	18382,27	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	18382,27

Elaborado por: Jhonny Castillo

4.11 EVALUACIÓN ECONÓMICA FINANCIERA DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO

4.11. 1 Valor presente neto

Tabla 69. VAN

VALOR PRESENTE NETO FINANCIADO			
AÑO	FUJO EFECTIVO	FACTOR DE ACTUALIZACION	FE* FREC
1	11.524,31	0,89	10.256,64
2	12.526,56	0,80	10.021,25
3	14.764,20	0,72	10.630,22
4	17.641,13	0,64	11.290,32
5	20.075,00	0,57	11.442,75
	VALOR PRESENTE		53.641,18
	INVERSIÓN INICIAL		18382,27
	VAN		35.258,91

Elaborado por: Jhonny Castillo

El Valor Actual Neto que presenta el proyecto dentro de la evaluación es de 94602,90 el cual representa la utilidad de todo el proyecto, de esta manera se demuestra que el proyecto es factible y se lo puede realizar.

4.11.2 Costo beneficio

Tabla 70. Costo beneficio

COSTO BENEFICIO	
VALOR PRESENTE	53.641,18
INVERSIÓN	18382,27
INICIAL	2,91

Elaborado por: Jhonny Castillo

El Costo Beneficio es de 2.91 siendo mayor a 1, expresando de esta manera que es factible ejecutar el proyecto.

4.11.3 Período de recuperación de la inversión

Tabla 71. Período de recuperación de la inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSION (PRI)		
AÑO	FUJO EFECTIVO	INVERSION INICIAL
1	11.524,31	11.524,31
2	12.526,56	24.050,87
3	14.764,20	
4	17.641,13	
5	20.075,00	
PRI	1 año 3 meses con 20 días	

Elaborado por: Jhonny Castillo

La inversión para el proyecto se recupera aproximadamente en un año tres meses con veinte días.

4.11.4 Tasa interna de retorno

Tabla 72. TIR

TASA INTERNA DE RETORNO		
AÑO	FUJO EFECTIVO	INVERSION INICIAL
	-16137,28	18382,27
1	11.524,31	
2	12.526,56	
3	14.764,20	
4	17.641,13	
5	20.075,00	
	TIR	77%

Elaborado por: Jhonny Castillo

La Tasa Interna de Retorno muestra un porcentaje del 91% dentro del estudio del proyecto, dado a conocer que el dinero que se invertirá al realizar el mismo generará un rendimiento donde la utilidad será beneficiaria para la empresa

4.12 EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO

Tabla 73. Evaluación económica con financiamiento

EVALUACIÓN ECONÓMICA DEL PROYECTO CON FINANCIAMIENTO					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO EFECTIVO	11.524,31	12.526,56	14.764,20	17.641,13	20.075,00
COSTO OPORTUNIDAD	19,05%				
VALOR ACTUAL NETO	43010,13				
COSTO BENEFICIO	\$ 3,34				
TASA INTERNA DE RETORNO	91%				
PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSION	1 año 3 meses con 20 días				

Elaborado por: Jhonny Castillo

4.13 DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla 74. Determinación punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO			
CUENTAS	FIJOS	VARIABLES	TOTAL
Inversión fija	9667,14		9667,14
Capital de trabajo		8715,13	8715,13
Costo del Producción		68023,652	68023,652
Gastos Administrativos	2389,72		2389,72
Depreciaciones	881,40		881,40
Gastos de Exportación			0
Certificado de Origen	120,00		120,00
Certificado Sanitario	58,32		58,32
Empaque y Embalaje de exportación	3000,00		3000,00
Rótulos de exportación	600,00		600,00
Token	24,96		24,96
Transporte interno Cayambe-Quito		960,00	960,00
Guía transporte aéreo		660,00	660,00
Agente afianzado de aduana	2364,00		2364,00
Tasa de almacenaje	94,08		94,08
TOTAL	19199,62	78358,79	97558,41

Elaborado por: Jhonny Castillo

4.13.1 Margen de contribución

Formula:

$$\text{MARGEN DE CONTRIBUCIÓN} = (\text{PRECIO UNIT.} - \text{COST. V. UNIT.}) * \% \text{ VENTA}$$

Tabla 75. Margen de contribución

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN				
PRODUCTO	PRECIO	CV. UNIT.	% VENTAS	MARGEN CONTRIB.
Lilium Rainbow	10,46	5,67	100%	4,79
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO				4,79

Elaborado por: Jhonny Castillo

Formula:

PUNTO DE EQUILIBRIO =	COSTO FIJO TOTAL
	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO

Tabla 76. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO =	$\frac{19199,62}{4,79}$	4008,67
------------------------------	-------------------------	---------

Elaborado por: Jhonny Castillo

4.13.2 Punto de equilibrio unidades físicas

Tabla 77. Punto de equilibrio unidades físicas

PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES FISICAS			
PRODUCTO	P.E UNID.	%	P.E
		VENTAS	UNIDADES FÍSICAS
Lilium Rainbow	4008,67	100%	4008,67
TOTAL	4008,67	100%	4008,67

Elaborado por: Jhonny Castillo

4.13.3 Punto de equilibrio unidades monetarias

Tabla 78. Punto de equilibrio en unidades monetarias

PUNTO DE EQUILIBRIO UNIDADES MONETARIAS			
PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO	P.E
			UNIDADES MONETARIAS
Lilium Rainbow	4008,67	10,46	41923,32
TOTAL			41923,32

Elaborado por: Jhonny Castillo

RESULTADOS

Una vez realizado el estudio de exportación de la flor “Lilium Rainbow” de la empresa Jaden Roses del cantón Pedro Moncayo hacia Miami- Estados Unidos ubicado en la provincia de Pichincha, se obtuvo información sobre la situación actual de la empresa como producción, oferta y demanda internacional, significa que hay una oportunidad para la exportación de este producto.

Para el estudio de la empresa se procedió a realizar entrevistas y encuestas dirigidas a varias personas como al dueño de la empresa, experto en tinturación, futuro cliente del producto nuevo y a los clientes actuales que tiene la empresa. Con toda la información recaudada se pudo determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que son de gran ayuda para diagnosticar a la empresa y tomar medidas correctivas en lo que este fallando, todo con la finalidad de cumplir con los objetivos planteados.

En la ingeniería del proyecto se recolectó toda la información correspondiente a Estados Unidos específicamente a Miami que es la ciudad seleccionada para la exportación del producto, aquí se determinó todo lo relacionado con el proceso de exportación como logística, documentación y tramitación necesaria para llegar al cliente final.

Un gran resultado fue el análisis de la demanda palpando la realidad a través de la aplicación de una entrevista a un futuro cliente donde poco a poco se va estrechando las relaciones comerciales con los potenciales clientes y así saber las necesidades y observaciones que ellos puedan tener.

Finalmente, en el capítulo Económico- Financiero se pudo hacer un análisis completo sobre la situación actual y futura de la empresa, donde se determinó diferentes aspectos que son necesarios para diagnosticar la factibilidad del proyecto según los resultados que estos muestren dan paso a la exportación del producto en investigación.

CONCLUSIONES

- Se puede concluir que la empresa Jaden roses está en proyecto de remodelación para ejercer el departamento de tinturación y cuenta con el personal capacitado para producir el producto Liliun Rainbow para sus clientes, cabe recalcar que la empresa tiene gran oferta para cubrir mayor demanda en caso de requerirse.
- Se realizó el levantamiento de información cómo entrevistas y encuestas para entender acerca del funcionamiento de la empresa en su innovado producto de la flor Liliun Rainbow, proceso productivo recurriendo a un técnico de tinturación, aceptación del producto en base a sondeo entre los clientes de la empresa y futuros clientes para determinar las posibilidades de ingresar al mercado de Miami.
- Para determinar la demanda del producto en el mercado objetivo Miami, se analizó el comportamiento histórico de las importaciones, exportaciones y producción nacional, esto con el objetivo de diagnosticar el consumo aparente, para tener una información más clara se realizó una entrevista a un futuro cliente de la empresa Jaden Roses quien supo mencionar que está dispuesto adquirir el producto semanalmente debido a que cumple con las exigencias del comprador y características que exige el mismo. Se observó que no existe venta lo cual del producto a exportar lo que permite una ventaja competitiva frente a sus competidores de rosas.
- Se observa que la empresa se encuentra estable financieramente y el dueño de la empresa está interesado en invertir la mayor parte del capital que necesita este proyecto para sacarlo adelante con un financiamiento pequeño de una entidad bancaria. Esta inversión tendría su recuperación en un año tres meses como se puede observar en el capítulo financiero del presente proyecto

RECOMENDACIONES

- Se recomienda que la empresa siga estudiando las tendencias del mercado objetivo con la finalidad de mejorar su producto y siga cumpliendo las exigencias de los consumidores de Miami, como también sigan capacitando al personal y contar con la tecnología de punta con todo esto la empresa Jaden Roses podrá tener un mercado fijo para luego buscar nuevos mercados.
- Se recomienda que el señor Eduardo Ulcuango, gerente-propietario de la empresa siga poniendo énfasis en el nuevo proyecto a ejecutar siga invirtiendo en el área de tinturación y en la promoción y publicidad para conseguir que el producto sea solicitado por los mercados internacionales.
- Se puede decir que la demanda existente es aún pequeña y se recomienda que sigan promocionando su producto innovador para que la empresa Jaden Roses tenga una mejor venta hacia el exterior ya que estados unidos es un país con alto consumo de rosas, claveles y lirios.
- Con el resultado del estudio financiero se hace la sugerencia a la empresa para hacer las respectivas remodelaciones de la planta productiva para proceder a aumentar la oferta exportable y cubrir la demanda requerida.

BIBLIOGRAFÍA

- A, M. (11 de 10 de 2011). Obtenido de <https://es.slideshare.net/herreramarina4/fichas-de-observacion>
- Aguilar, W. (2018). *Plan de Exportación de Cobijas Sintéticas de la Empresa Aly Artesanías hacia Estados Unidos*. Ibarra: Pucesi.
- Alvarez , J. (3 de agosto de 2015). *Comunidad de Comercio Exterior* . Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/desaduanizacion-de-mercanc-as-importadas>
- Alvarez, J. (13 de septiembre de 2012). *Tdodo comercio exterior*. Obtenido de <http://blog.todocomercioexterior.com.ec/2011/09/procedimientos-exportar-desde-ecuador.html>
- Arias, D. (21 de abril de 2013). *Comunidad de Comercio Exterior* . Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/consideraciones-para-el-proceso-de-desaduanizacion-directa-de-l-1>
- Atlas Media. (25 de febrero de 2018). *Exportaciones e Importaciones a nivel mundial*. Obtenido de <https://atlas.media.mit.edu/es/profile/sitc/2927/>
- Ávila, J. (2015). *Análisis y promoción de las exportaciones de flores ecuatorianas hacia Estados Unidos* . Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Cabezas , D. (febrero de 2017). *Udla*. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/7923/1/UDLA-EC-TTEI-2017-26.pdf>
- Cajiao, D. (18 de agosto de 2018). *Conduce tu empresa*. Obtenido de <https://blog.conducetuempresa.com/2018/08/tipos-de-plan-de-negocios.html>
- Casadejús , J. (2014). *Gestión Financiera del Comercio Internacional* . Estados Unidos : Marge Books.
- CFN Departamento de Asesoría al Empresario . (2016). *Cómo elaborar, su plan de negocios* . Quito: CFN.
- Chiuquillanque , E. (2013). *Documentos Utilizados en el Comercio Exterior*. Miami: Cid Editor .

- Corporación Financiera Nacional . (Octubre de 2017). *CFN*. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2017/10/FS-Cultivo-de-Flores-octubre-2017.pdf>
- DESCARTES, R. (2009). *DISCURSO DEL METODO*. BUENOS AIRES: PRIMERA EDISION .
- EcuRed. (18 de febrero de 2012). *Ecured*. Obtenido de https://www.ecured.cu/Miami#cite_note-2
- Emprendepyme*. (2016). Obtenido de *Emprendepyme*: <https://www.emprendepyme.net/para-que-sirve-un-plan-de-negocio.html>
- España, E. (13 de octubre de 2016). *Me gustan las flores.com Blog*. Obtenido de <https://megustanlasflores.com/blog/caracteristicas-cuidados-lilium/>
- Expoflores. (29 de septiembre de 2017). *Expoflores*. Obtenido de <http://flor.ebizar.com/mercados-de-exportacion-de-flores-ecuatorianas/>
- Export Enterprises S.A. (noviembre de 2018). *Banco Snatander*. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/estados-unidos/empaques-y-nomas>
- Exporta Facil*. (2017). Obtenido de *Exporta Facil*: http://www.exportafacil.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=37&catid=2&Itemid=162
- Flores Santander , J. E. (2017). *Aplicación Informática para el Control de Producción de la Finca Florícola Jaden Roses* . Ambato: Uniandes.
- Flores Santander , J. E. (2017). *Aplicación Informática para el Control de Producción de la Finca Florícola Jaden Roses* . Ambato: Uniandes.
- GOMEZ, J. (2003). *OBSERVACION Y FORMACION DE LOS PROFESORES*. MADRID.
- Gomez, P. (12 de diciembre de 2017). *PFS Realty Group*. Obtenido de <https://miami.pfsrealty.com/costos-de-vida-en-miami/>
- Hill Charles, Jones Gareth (2009): . (2008). *Administración estratégica*. México: 8Ed. Mexico. MacGraw Hill.
- Incoterms 2010. (enero de 2019). *Incoterms 2010*. Obtenido de <http://www.incoterms-2010.es/>

- INEC. (diciembre de 2014). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Empresas_2014/Principales_Resultados_DIEE_2014.pdf
- Johnson, D. (5 de septiembre de 2008). *Flickr*. Obtenido de <https://www.flickr.com/photos/12743747@N03/2832228346>
- Klerque Pérez , K. (29 de enero de 2019). *PUCESI*. Obtenido de <http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/171-la-industria-de-las-rosas-en-el-ecuador>
- Llorete , C. (2017). *Política Exterior de Estados Unidos hacia América Latina*. Madrid: Desarrollando Ideas .
- LOPEZ-FE FIGUEROA, C. (2002). *PROCEDIMIENTO Y TECNICAS DE SELECCION Y ORIENTACION* . MADRID: TEA EDICIONES.
- Marco, V. (17 de 08 de 1997). Obtenido de <https://personal.ua.es/es/francisco-frances/materiales/tema4/bibliografia.html>
- Market Acces Map. (26 de febrero de 2019). *Trade Map*. Obtenido de <https://www.macmap.org/AdvancedSearch/TariffAndTrade/AdvancedBoundQueryResultForProducts.aspx?id=82353>
- Martínez , D., & Lombana, J. (2013). *Pymes Rutas para la Exportación*. Barranquilla Colombia : Universidad del Norte .
- Martinez Martelo , D., & Lombada Coy, J. (2013). *Pymes Rutas para la Exportación*. Colombia: Universidad del Norte.
- Medizzine 2018. (4 de mayo de 2010). *Medizzine 2018*. Obtenido de <http://www.medizzine.com/plantas2/azucena.php#d>
- Mery, M. (11 de 10 de 2008).
- Ministerio de Comercio Exterior . (10 de octubre de 2017). *Proecuador* . Obtenido de <file:///C:/Users/hp/Desktop/CONSULTAS%20CASTILLO%20Y%20ALARC%C3%93N/GuiaExportador17Actualizado.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones . (28 de diciembre de 2018). *Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones*. Obtenido de <https://www.comercioexterior.gob.ec/exportaciones-1/>

- Nanetti , R. (mayo de 2018). *Piterest*. Obtenido de <https://www.pinterest.com/rosarionanetti/acuarelas-flores-lirios-lily?lp=true>
- NOGALES, A. (2004). *INVESTIGACION Y TECNICAS DE MERCADO*. MADRID: ESIC EDITORIAL.
- OFTEX. (23 de noviembre de 2017). *INTERNATIONAL SALES*. Obtenido de <https://www.oftex.es/claves-exportar-eeuu-traves-miami-garantias-exito/>
- OMC. (2018). *OMC*. Obtenido de OMC: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tariffs_s/tariffs_s.htm
- Ortiz, M., Peña, N., & Sanchez, L. (13 de 06 de 2011). Obtenido de <http://desarrollodemercados-lizeth.blogspot.com/2011/06/empaques-y-embalajes-para-estados.html>
- Peña Cristina, A. (2016). *Manual de Transporte para el Comercio Internacional*. Alcalá de Henares: Marge Books.
- Peñafiel , J. (17 de julio de 2015). *El Productor* . Obtenido de <http://elproductor.com/noticias/970-empresas-de-ecuador-tienen-el-sello-global-gap/>
- Perez , N. (18 de febrero de 2018). *Sincro Export*. Obtenido de <http://sincroexport.com/formas-y-medios-de-pago-internacionales/>
- Prezi. (31 de marzo de 2014). *Prezi.com*. Obtenido de <https://prezi.com/rqqfef5g6vzg/objetivos-del-plan-de-negocios/>
- Prieto , M., Álvarez , J., & Herráez, P. (2013). *Empres e Iniciativa emprendedora*. Madrid: Macmillan profesional.
- Pro, Q. (22 de 01 de 2017). Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/una-encuesta.html>
- ProChile. (agosto de 2017). *ProChile*. Obtenido de https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2017/08/FMP_Ecuador_Bulbos_Lilium_2017.pdf
- ProEcuador*. (2017). Obtenido de ProEcuador: <http://fronteramazonica.com/web/wp-content/uploads/2016/04/guia-ecuador.pdf>
- Reader , A. (27 de noviembre de 2014). *100 Planes de negocios* . Obtenido de <http://www.100plandenegocios.com/beneficios-del-plan-de-negocios>

- Ríos , A. (29 de mayo de 2014). *Flores y Plantas.net*. Obtenido de <https://www.floresyplantas.net/el-lilium/>
- Rivas, L., & Flores, S. (6 de enero de 2018). *Polo del Conocimiento*. Obtenido de <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/download/424/pdf>
- Roses, E. c. (2019). *Exportación de la Flor Lilium Rainbow*. Ibarra: Puse.
- Sampieri, R., Collado , C., & Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- SANCHEZ, J. C. (2012). *LOS METODOS DE INVESTIGACION*.
- SARZOSA, S. C. (01 de ENERO de 2015). GERENTE PROPIETARIO COMERCIALIZADORA FASAPIC CIA. LTDA. (A. M. SÁNCHEZ, Entrevistador)
- SENAE. (12 de Noviembre de 2012). *ADUANA DEL ECUADOR*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/regimenes-aduaneros/>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (abril de 2017). *Senae*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- servicios.procomer*. (2017). Obtenido de *servicios.procomer*: file:///E:/TESIS%20FINAL/EE-IM-32-%20Estudio%20de%20flores%20en%20Estados%20Unidos.pdf
- Soler , D. (2014). *Guía Práctica de las Reglas de Incoterms 2010*. Miami: Marge Books.
- Thompson Arthur, Stricland A.J. Gamble John (2008); . (2008). *Administración estratégica, Teoría y Casos*. . Mexico: 15 Ed. Mexico. MacGraw Hil.
- Torregosa, E. (febrero de 2016). *Proecuador* . Obtenido de file:///C:/Users/hp/Downloads/ROSAS%20EN%20MIAMI.%20Parte%20Uno_%20Informaci%C3%B3n%20de%20Mercado.pdf
- Trade Map. (febrero de 2017). *Trade Map*. Obtenido de <https://www.trademap.org/CompaniesList.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c060315%7c%7c%7c%7c%7c1%7c1%7c1%7c3%7c1%7c1%7c1%7c1>
- Vidal , C. (5 de febrero de 2015). *Slideshare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/CarolinaVidalhdz/tarea-13-incoterms>
- YUNI, J. A. (2006). *TECNICAS PARA INVESTIGAR*. CORDOVA: EDITORIAL BRUJAS.

ANEXOS

ANEXO

1.



ANTEPROYECTO

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Sede Ibarra

ESCUELA DE NEGOCIOS Y COMERCIO INTERNACIONAL

“ENCI”

PLAN DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

TEMA:

EXPORTACIÓN DE LA FLOR “LILIUM RAINBOW” DE LA EMPRESA JADEN
ROSES DEL CANTÓN PEDRO MONCAYO HACIA MIAMI-ESTADOS
UNIDOS

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

INGENIERIO EN COMERCIO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:

negocios internacionales E.1

AUTOR: JHONNY RAMIRO CASTILLO JUMBO

IBARRA, SEPTIEMBRE 2017

INDICE DE CONTENIDOS

2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA (ANTECEDENTES)	146
3. JUSTIFICACIÓN	149
4. OBJETIVOS	150
4.1 OBJETIVO GENERAL	152
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	152
5 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	152
6. ORGANIZACIÓN METODOLOGICA	156
6.1. METODOS GENERALES	156
6.2 TÉCNICAS	158
6.3 INSTRUMENTOS	160
7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	163
8. RECURSOS	166
8.1 FINANCIAMIENTO	167
9. FUENTES DE INFORMACIÓN	168
10. ANEXOS	174

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Árbol de problemas.....6

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de relación.....15

Tabla 2. Cronograma de actividades.....17

Tabla 3. Recursos.....19

1 NOMBRE DEL PROYECTO

Exportación de la flor “Lilium Rainbow” de la Empresa JADEN ROSES del Cantón Pedro Moncayo hacia el mercado de Miami

2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA (ANTECEDENTES)

La empresa JADEN ROSES ubicada en el cantón Pedro Moncayo provincia de Pichincha exportadora de rosas y la variedad de Lilium, carece de la exportación de la flor Lilium Rainbow al mercado de Miami ubicado en Estados Unidos y debido a que este mercado posee flores similares se ha pensado incursionar nuevo producto.

Actualmente exportan rosas y Lilium normal, pero la poca producción de Lilium multicolor de exportación no es suficiente para comercializarla en grandes cantidades en el mercado local debido a su costo. Actualmente venden en el mercado local lilium nacional multicolor pero los miembros de la empresa necesitan mejorar su nivel de producción para que pueda tener una cantidad aceptable de exportación con calidad y de este modo poder satisfacer las necesidades del mercado de Miami.

La empresa estaba en una etapa de mucha competitividad en el nicho de mercado existente y siempre han salido adelante innovando sus productos así que empezaron a motivar con nuevas ideas, y con esfuerzo y dedicación decidieron incursionar un producto nuevo que poco a poco lo fueron sacando y se llama Lilium Rainbow que significa el lirio de color que con sus llamativos colores han hecho llamar la atención de las personas.

Otro de los problemas de la empresa surge debido a que la mayor parte de sus ingresos dependen de la venta de sus rosas y Lilium al mercado de Miami, pero este nuevo producto puede hacer que sus ventas aumenten y que sus ingresos puedan mejorar. Al no contar con una asesoría por parte de expertos la

empresa está perdiendo oportunidad de exportar esta nueva incursión al mercado de Miami y su producción sea escasa para poder exportarla.

La empresa cuenta con la tecnología y estudio suficiente para que su producto cumpla con las necesidades de los clientes potenciales en Estados Unidos, además la competencia que presenta en la actualidad no cuenta con el producto a exportarse en el nicho de mercado lo cual hace que la empresa “JADEN ROSES” tenga una ventaja competitiva frente a los demás productores de rosas del cantón Cayambe y Pedro Moncayo, como también a nivel nacional ya que es un producto nuevo innovador que cumple con las necesidades de los clientes.

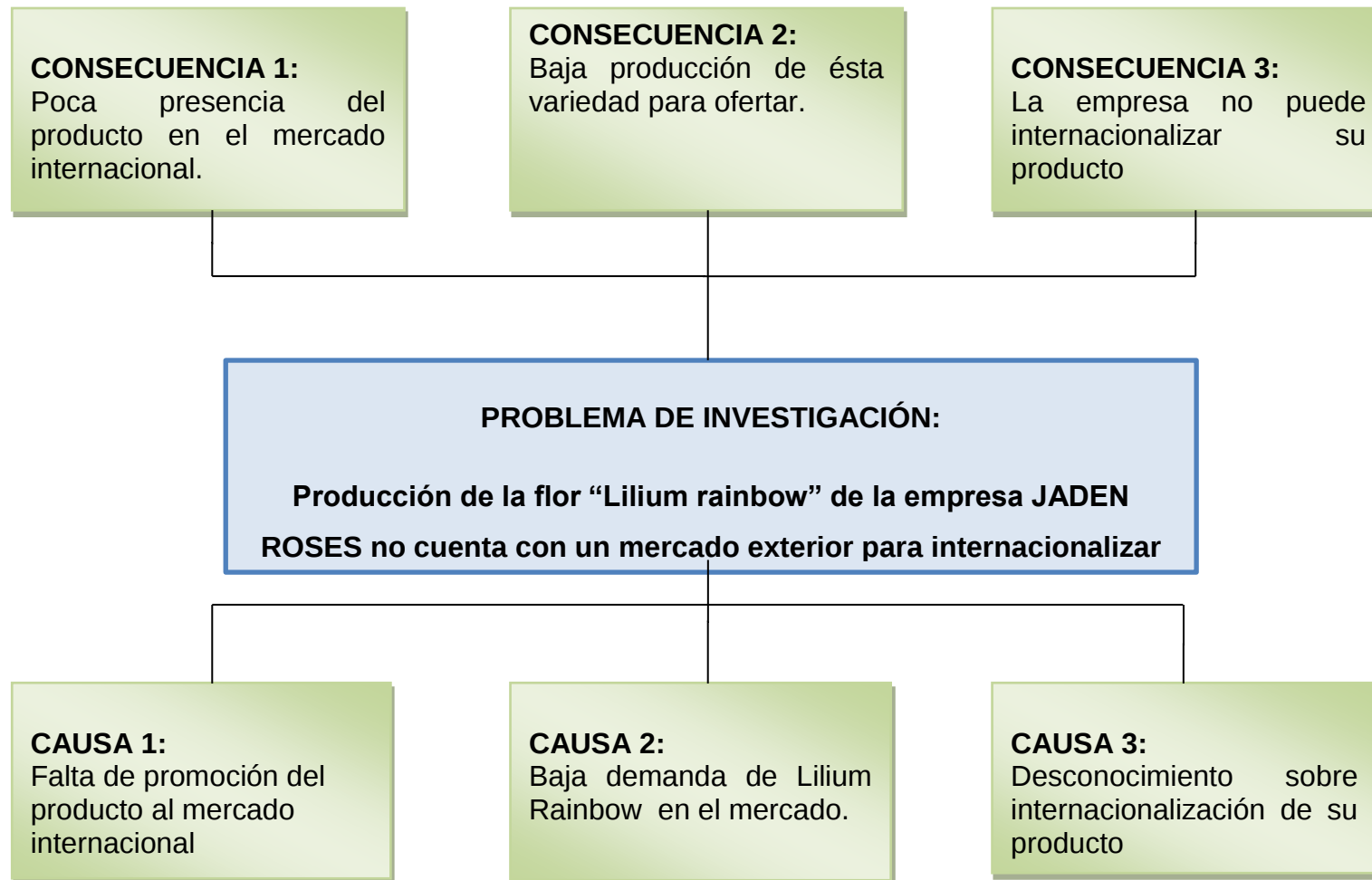


Figura 1 árbol de problema
Elaborado por: el autor

1. JUSTIFICACIÓN

Hoy en día es primordial fomentar las exportaciones ecuatorianas, ya que por medio de estas se genera trabajo y recursos para las empresas medianas y pequeñas que se dedican a la fabricación y comercialización de producción de flores. Según el banco central del Ecuador, las exportaciones son fundamentales para el movimiento financiero interno del Ecuador.

La empresa JADEN ROSES se encuentra en el cantón Pedro Moncayo desde hace cuatro años. Esta empresa se dedica a la exportación de rosas y la variedad de liliums, el cual los propietarios ha decidido mantener un equilibrio, por medio de la diversificación de sus productos, es decir hoy en día produce y comercializa en el mercado nacional e internacional a mayoristas rosas y Lilium, que con el paso del tiempo, ha logrado a pesar de la gran oferta que este producto tiene en la ciudad de Tabacundo, cuenta con clientes potenciales dentro del mercado local como internacional pero debido a la saturación de productos similares buscan internacionalizar su nueva innovación en un mercado saturado de rosas normales ya que la mayoría de clientes en la actualidad pueden comprar el mismo producto en otros lados y por ende la exportación de Lilium Rainbow podrá lograr mejores ingresos. ver anexo 2

Basado en investigaciones y en PROECUADOR la partida arancelaria de este producto 0603.19.90.10, el cual según Trade Map las exportaciones de este producto son destinadas hacia Estados Unidos con un porcentaje del 80% de las exportaciones que realizan las empresas que producen Lilium y podrán así determinar que el mercado de Miami es el objetivo de esta investigación. Es vital importancia que se fomente la exportación de las flores ecuatorianas, así como la flor Lilium Rainbow por su calidad, innovación y originalidad, ya que son productos nuevos que Ecuador puede exportar ya que el Ecuador depende del petróleo y banano y teniendo en cuenta que son limitados y pueden llegar a su fin. Exportando productos como la flor Lilium Rainbow donde basada la experiencia del propietario de la empresa en observaciones en el mercado de Miami, este producto es muy apreciado y tiene una

demanda en dicho mercado. Las flores Liliun Rainbow son originalmente producidos en Tabacundo en la empresa JADEN ROSES a cuál es la única beneficiaria de este producto. Ver anexo 1

Esta nueva innovación de la empresa JADEN ROSES crea muchos beneficios tanto para la empresa como para los clientes debido a que los colores de la flor son llamativos y esto llama la atención de las personas y el interés que tiene la empresa en internacionalizar su producto es para que su ingreso sea mejor y su producto en sí dura más que la flor normal que se vende en el nicho de mercado Estadounidense, debido a esto las personas tienen a interesarse por el producto debido a su durabilidad colores precio accesible y originalidad del producto por medio de esto la empresa podrá obtener ventaja competitiva frente a su competencia.

El comercio internacional es conocido como el promotor del desarrollo del comercio en cualquier país y en Ecuador ha crecido en un porcentaje muy alto en los últimos años. Actualmente los procedimientos del comercio exterior se encuentran en cambios constantes debido a la globalización. Es relevante conocer los procedimientos que regulan las transacciones comerciales en el ámbito internacional que como consecuencia tienden a agilizar de una forma notable el ingreso y salida de variedad de mercancías, el cual se contribuirá de una manera continua el progreso y desarrollo económico en Ecuador. Por ende este proyecto pretende la exportación de la flor Liliun Rainbow.

La empresa generará beneficios para los proveedores y transportistas debido a que ellos brindan la materia prima y el transporte necesario para que el producto llegue a su destino final además dará empleo a más personas y esto permitirá que el estado sea otro beneficiario debido a que la empresa tendrá que hacer sus declaraciones y pagar los tributos que le correspondan.

La empresa se basará también en el plan del buen vivir donde se utilizará el objetivo 8 que nos dice acerca del cambio de la matriz productiva es decir la empresa no

exportará un producto tradicional como lo hacen empresas establecidas en Ecuador, la empresa buscó un producto no tradicional para incursionar en el nicho de mercado de Miami.

La empresa Jaden Roses utiliza tintes especiales para la tinturación de las rosas y Liliums rainbow lo cual tienen un grado de toxicidad de 4% que para el ser humano es muy leve y no afecta a la salud de la persona. La flor Lilium rainbow tiene un proceso de 19 horas para que pueda tener todo su cambio de Lilium normal al multicolor y tiene una durabilidad de un mes mientras cumple su ciclo total de vida.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Efectuar la exportación de la flor “lilium rainbow” de la empresa Jaden Roses del cantón Pedro Moncayo hacia el mercado de Miami con la finalidad de diversificar su cartera de clientes y productos.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer la oferta y demanda de la flor Lilium Rainbow en el mercado de Miami
- Determinar la capacidad de producción de la empresa para su internacionalización de la empresa JADEN ROSES con el producto Lilium Rainbow y ver la adaptación al mercado exterior.
- Aplicar los procesos de exportación de la flor Lilium Rainbow desde la empresa JADEN ROSES hacia el mercado de Miami.
- Analizar la rentabilidad que genera la exportación de la flor Lilium Rainbow de la empresa JADEN ROSES hacia el mercado de Miami.

5 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Para el diseño del presente proyecto basado en el plan de exportación, que permitirá exportar la flor Lilium Rainbow, proveniente de la empresa JADEN ROSES, se desarrollará una investigación basada en el cumplimiento de tres objetivos específicos que buscará el logro del objetivo general, y por ende de la presentación final del producto en el mercado de Miami. A continuación se describen estos objetivos:

El primer objetivo se enfoca en establecer un diagnostico acerca de la cantidad de oferta y demanda de la flor Lilium Rainbow que tendrá en el mercado objetivo, con lo que se busca determinar el volumen de producción y aceptación de este bien y poder

conocer la competencia de las flores ecuatorianas en Estados Unidos. Para poder desarrollar este objetivo se utilizará el apoyo de fuentes primarias como secundarias, la utilización de encuestas y entrevistas facilitara el conocimiento de esta oferta al aplicarla a productores de flores a nivel nacional.

El segundo objetivo específico es determinar la capacidad que tiene la empresa JADEN ROSES para que su producto se internacionalice hacia el mercado exterior, Este objetivo tiene como finalidad buscar que la flor Liliun Rainbow ingrese al mercado de Miami y pueda tener la debida aceptación en el mercado propuesto y de esta manera la empresa JADEN ROSES cumpla con su objetivo que tiene de internacionalización del producto.

Con el tercer objetivo específico la empresa JADEN ROSES busca aplicar los procesos de exportación de la flor Liliun Rainbow buscando de esta manera poder exportarla al mercado de Miami. Busca de esta manera que su producto se dé a conocer como también expandir su mercado debido a que este producto se encontraba a nivel local y ahora busca internacionalizarse para obtener mejores ingresos para la empresa.

El cuarto objetivo es analizar la rentabilidad que la empresa JADEN ROSES obtendrá con la incursión de la flor Liliun Rainbow en el mercado de Miami, este objetivo tiene la finalidad que la empresa tenga un ingreso económico mejor con su producto en el mercado propuesto como también mejorar su internacionalización que tiene con sus productos y así la empresa JADEN ROSES pueda crecer y ser más reconocida.

5.1. ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. CAPÍTULO I MARCO TEÓRICO

1.1 Exportación

1.1.1 Definición

1.1.2 Tipos de exportación

1.1.3 Logística de exportación

1.1.4 Documentación de exportación

1.1.5 Certificaciones de exportación

1.1.6 Incoterms

1.1.7 Medios de pago

1.2 Flor Lilium Raimbow

2. CAPÍTULO II DIAGNÓSTICO

2.1 Antecedentes

2.2 Objetivos

2.3 Variables diagnóstica

2.4 Indicadores

2.5 Matriz de relación

2.6 Información secundaria

2.7 Información primaria

2.8 Matriz FODA

2.9 Cruce matriz FODA

2.10 Determinación del problema diagnóstico

3. CAPÍTULO III PROCESO DE EXPORTACIÓN

3.1 Resumen ejecutivo

3.2 Perfil de la empresa

3.3 Actividades generales de exportación a considerarse

3.4 Análisis del producto

3.5 Análisis del mercado

4. CAPÍTULO IV ANÁLISIS FINANCIERO

4.1 Inversión

4.2 Estructura financiera proyecto

4.3 Estados financieros

4.4 Evaluación financiera

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

6. ORGANIZACIÓN METODOLOGICA

6.1. METODOS GENERALES

6.1.1. Método Inductivo

El método inductivo es utilizado en la ciencia experimental como el deductivo. Consiste en basarse en enunciados singulares, tales como descripciones de los resultados de observaciones o experiencias para plantear enunciados universales, tales como hipótesis o teorías. Ello es como decir que la naturaleza se comporta siempre igual cuando se dan las mismas circunstancias, lo cual es como admitir que bajo las mismas condiciones experimentales se obtienen los mismos resultados, base de la repetitividad de las experiencias, lógicamente aceptados. (SANCHEZ, 2012)

El método inductivo en el presente proyecto servirá para observar los hechos o fenómenos reales que se presentaran durante el plan de exportación que se realizara de la empresa JADEN ROSES hacia el mercado Estadounidense sin modificar los resultados que se presenten, debido a que con este método observaremos superficialmente la información buscada para desarrollar el presente proyecto.

6.1.2. Método Deductivo

El método hipotético-deductivo lo empleamos corrientemente tanto en la vida ordinaria como en la investigación científica. Es el camino lógico para buscar la solución a los problemas que nos planteamos. Consiste en emitir hipótesis acerca de las posibles soluciones al problema planteado y en comprobar con los datos disponibles si estos están de acuerdo con ella. (SANCHEZ, 2012)

El método deductivo en el presente proyecto servirá para observar los hechos o fenómenos reales que se presentaran durante el plan de exportación que se realizara de la empresa Jaden Roses hacia el mercado de Miami sin modificar los resultados que se presenten, debido a que con este método observaremos superficialmente la información buscada para desarrollar el presente proyecto.

6.1.2 Método Deductivo

el método hipotético-deductivo lo empleamos corrientemente tanto en la vida ordinaria como en la investigación científica. Es el camino lógico para buscar la solución a los problemas que nos planteamos. Consiste en emitir hipótesis acerca de las posibles soluciones al problema planteado y en comprobar con los datos disponibles si estos están de acuerdo con ella. (SANCHEZ,2012)

El método deductivo en el proyecto ayudara a presentar las ideas a ejecutar durante el proyecto y esencial la idea principal del auto a desarrollarse de la manera más eficiente y eficaz. Ayudará a ver los aspectos más relevantes del tema con la información necesaria y así formando una visión ge de una manera resumida del proyecto a ejecutarse.

6.1.3. Método analítico – sintético

El método analítico toma por punto de partida el conocimiento buscado, y retrocede, suponiendo ordenes de dependencia en los que ese conocimiento está incluido, hasta lograr la conexión con cadenas deductivas que son ya conocidas y evidentes. Con esto el conocimiento buscado encuentra su lugar en aquel orden de dependencia que toma su punto de partida en los principios mismos. (DESCARTES, 2009)

El Método analítico en la investigación ayudará en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas que original para la ejecución del proyecto, la naturaleza y los efectos del plan de exportación de la flor Rainbow de la empresa JADEN ROSES. será necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia.

6.2 TÉCNICAS

6.2.1 Observación

Una de las actividades básicas de la ciencia es la observación de los fenómenos. Las disciplinas científicas han desarrollado estrategias especiales de observación de aquellos aspectos de la realidad que constituyen su núcleo de interés. (YUNI, 2006)

La observación es un recurso que utilizamos constantemente en nuestra vida cotidiana para adquirir conocimientos. Continuamente observamos, pero rara vez lo hacemos metódica y premeditadamente. Como afirma Ander-Egg, la observación es el procedimiento empírico por excelencia. Todo conocimiento científico proviene de la observación, ya sea directa o indirecta. (Marco, 1997)

La técnica de observación ayudará a obtener la información de las situaciones de oferta y demanda actuales del mercado al cual nuestro producto se va dirigir, para ver el nivel de aceptación de la flor Lilium Rainbow y ver el comportamiento de las personas cuando el producto se encuentre instalado en el mercado y de esta manera sacar conclusiones respecto a nuestro producto incursionado.

6.2.2. Encuesta

La técnica de encuesta es la metodología cuantitativa más utilizada para la obtención de información primaria en el estudio de mercados. (NOGALES, 2004)

Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizadas para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar.

Los datos suelen obtenerse mediante el uso de procedimientos estandarizados, esto con la finalidad de que cada persona encuestada responda las preguntas en una igualdad de condiciones para evitar opiniones sesgadas que pudieran influir en el resultado de la investigación o estudio. Una encuesta implica solicitar a las personas información a través de un cuestionario, este puede distribuirse en papel aunque con la llegada de nuevas tecnologías es más común distribuir las utilizando medios digitales como redes sociales, correo electrónico, códigos QR o URLs. (Pro, 2017)

Mediante la técnica de encuestas que realizaremos a personas que compren flores similares o Liliun normales en el nicho de mercado propuesto podremos obtener resultados acerca del nivel de demanda de la flor Liliun Rainbow ver cada que tiempo adquieren este producto y así ver el porcentaje aceptable y vendido en el mercado de Miami.

6.2.3 Entrevista

Al considerar la entrevista con carácter general, antes de referirnos al modo de aplicarla en el ámbito de selección, su puede hacer una pregunta: ¿la entrevista es realmente una técnica, o más bien un arte? Puede estimarse que tiene ambas cosas. Entrevistar parece un arte que pudieran poseer determinadas personas con cualidades innatas y peculiares. La entrevista es una conversación que se sostiene con un propósito definido y no por la mera satisfacción de conversar. (LOPEZ-FE FIGUEROA, 2002)

En el proyecto se dará la oportunidad de realizar entrevistas a las personas que se dedican a la producción de este producto o similares y así podremos saber lo que piensan los productores como también las personas acerca del producto Liliun Rainbow y de esta manera con la información captada podremos realizar las conclusiones respecto al producto y saber si es aceptable o no la flor Liliun Rainbow.

6.3 INSTRUMENTOS

6.3.1 Ficha de Observación

La ficha de observación que resulta de la búsqueda de los hechos sobresalientes provienen de un esfuerzo de racionalización en el mismo sentido: está compuesta de todos los rasgos que se han identificado, de tal modo que un observador, encargado de evaluar el comportamiento de un profesor, no se deje absorber por uno de ellos, a expensas de los otros. (GOMEZ, 2003)

Es el procedimiento de investigación que consiste en usar todos nuestros sentidos de captar la realidad, busca establecer una relación entre la hipótesis y la realidad. (A, 2011)

Por medio de la ficha de observación se obtendrá la información acerca de nuestros objetivos específicos planteados en el tema a investigar en donde se irán desarrollando uno por uno y así ver si se desarrollaron de la mejor manera y poder obtener resultados favorables o no favorables del tema planteado y así sacar la conclusión acerca del mercado planteado que es estados unidos para nuestro producto de la empresa JADEN ROSES .

6.3.2 Cuestionario

Un cuestionario es un conjunto de preguntas que se confecciona para obtener información con algún objetivo en concreto. Existen numerosos estilos y formatos de cuestionarios, de acuerdo a la finalidad específica de cada uno.

Un **cuestionario** es un instrumento de investigación que consiste en una serie de preguntas y otras indicaciones con el propósito de obtener información de los consultados. Aunque a menudo están diseñados para poder realizar un análisis estadístico de las respuestas, no es siempre así. El cuestionario fue introducido por Sir Francis Galton.

El cuestionario es un documento formado por un conjunto de preguntas que deben estar redactadas de forma coherente, y organizadas, secuenciadas y estructuradas de acuerdo con una determinada planificación, con el fin de que sus respuestas nos puedan ofrecer toda la información. (Mery, 2008)

El cuestionario será utilizado en el proyecto a desarrollarse para obtener el porcentaje de aceptación del producto en el mercado Estado Unidense y así ver la demanda insatisfecha que existe en el mercado objetivo y poder buscar métodos para poder cumplir con las expectativas del cliente del nicho de mercado y de esta manera el cliente quede satisfecho.

6.3.3 Video

Un vídeo (en algunos países latinoamericanos pronunciado “video”) es un sistema de grabación y reproducción de imágenes, que pueden estar acompañadas de sonidos y que se realiza a través de una cinta magnética. Conocido en la actualidad por casi todo el mundo, consiste en la captura de una serie de fotografías (en este contexto llamadas “fotogramas”) que luego se muestran en secuencia y a gran velocidad para reconstruir la escena original.

6.4 MATRIZ DE RELACION

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLES	INDICADORES	TÉCNICAS	FUENTES DE INFORMACIÓN
determinar la capacidad productiva de la empresa.	produccion	- Precio del producto - Capacidad de producción de la empresa - Consumo materia prima	Encuesta Entrevista Entrevista	Posibles clientes Jefe producción empresa Dueño empresa
Identificar la situación financiera en la que se encuentra la empresa	Administrativo-financiero	- inversión - Capital - Control contables	Entrevista Entrevista Entrevista	Propietario empresa Propietario empresa Propietario empresa
Determinar La demanda del producto de los clientes en el mercado de Miami	Demanda	- Consumo mensual - Crédito - Demanda anual	Encuesta Entrevista Encuesta	Posibles clientes Propietario empresa Posibles clientes

Tabla 1. Matriz de relación

Elaborado por: El autor.

7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Existen diferentes formas o esquemas para indicar las actividades y el tiempo asignados a ellas. Las actividades responden a la **estructura del índice de contenidos y este a su vez de los objetivos.**

ACTIVIDADES SEMANAS /MESES	MES I				MES II				MES III				MES IV				MES V				RESPONSABLE
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
CAPÍTULO 1 : MARCO TEÓRICO																					Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
Exportación																					Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
Definición																					Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
Tipos de exportación																					Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
Logística de exportación																					Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
Documentación de exportación																					Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
Exportación																					Jhonny Ramiro Castillo Jumbo

Certificaciones de exportación																			Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
Estructura de exportación																			Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
Incoterms																			Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
Medios de pago																			Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
CAPÍTULO 2 : DIAGNOSTICO																			Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
Antecedentes																			Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
Objetivos																			Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
Variables diagnósticas																			Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
Indicadores																			Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
Matriz de relación																			Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
Información primaria																			Jhonny Ramiro Castillo

																			Jumbo
Matriz FODA																			Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
Cruce de matriz FODA																			Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
Determinación del problema diagnóstico																			Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
CAPÍTULO 3: PROCESO DE EXPORTACION																			Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
Resumen ejecutivo																			Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
Perfil de la empresa																			Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
Aplicación de la exportación																			Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
CAPITULO 4: INVERSIÓN																			Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
Estructura financiera																			Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
Estados financieros																			Jhonny Ramiro Castillo

																		Jumbo
Evaluación financiera																		Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
Conclusiones																		Jhonny Ramiro Castillo
Recomendaciones																		Jumbo Jhonny Ramiro Castillo Jumbo
Presentación del Informe Final																		Jhonny Ramiro Castillo Jumbo

8. RECURSOS

a) Humanos

b) Materiales

-Anillados	\$10
- Memoria USB	\$5
- Impresora	\$ 105
-Tinta de impresora	\$40
Subtotal	\$400

c) Otros

-Pasajes	\$30
-Alimentación	\$110
Subtotal	\$140
Total	540

Tabla 3. Recursos

Elaborado por: El autor

8.1 FINANCIAMIENTO

El total de los recursos invertidos para la elaboración del presente proyecto será la suma de \$1265 (mil doscientos sesenta y cinco dólares), que serán financiados en un 100% por el autor.

8. FUENTES DE INFORMACIÓN

Bibliografía

- A, M. (11 de 10 de 2011). Obtenido de <https://es.slideshare.net/herreramarina4/fichas-de-observacion>
- Aguilar, W. (2018). *Plan de Exportación de Cobijas Sintéticas de la Empresa Aly Artesanías hacia Estados Unidos*. Ibarra: Pucesi.
- Alvarez , J. (3 de agosto de 2015). *Comunidad de Comercio Exterior* . Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/desaduanizacion-de-mercanc-as-importadas>
- Alvarez, J. (13 de septiembre de 2012). *Tdodo comercio exterior*. Obtenido de <http://blog.todocomercioexterior.com.ec/2011/09/procedimientos-exportar-desde-ecuador.html>
- Arias, D. (21 de abril de 2013). *Comunidad de Comercio Exterior* . Obtenido de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/consideraciones-para-el-proceso-de-desaduanizacion-directa-de-l-1>
- Atlas Media. (25 de febrero de 2018). *Exportaciones e Importaciones a nivel mundial*. Obtenido de <https://atlas.media.mit.edu/es/profile/sitc/2927/>
- Ávila, J. (2015). *Análisis y promoción de las exportaciones de flores ecuatorianas hacia Estados Unidos* . Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Cabezas , D. (febrero de 2017). *Udla*. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/7923/1/UDLA-EC-TTEI-2017-26.pdf>
- Cajiao, D. (18 de agosto de 2018). *Conduce tu empresa*. Obtenido de <https://blog.conducetuempresa.com/2018/08/tipos-de-plan-de-negocios.html>
- Casadejús , J. (2014). *Gestión Financiera del Comercio Internacional* . Estados Unidos : Marge Books.
- CFN Departamento de Asesoría al Empresario . (2016). *Cómo elaborar, su plan de negocios* . Quito: CFN.
- Chiuquillanque , E. (2013). *Documentos Utilizados en el Comercio Exterior*. Miami: Cid Editor .

Corporación Financiera Nacional . (Octubre de 2017). *CFN*. Obtenido de <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/2017/10/FS-Cultivo-de-Flores-octubre-2017.pdf>

DESCARTES, R. (2009). *DISCURSO DEL METODO*. BUENOS AIRES: PRIMERA EDISION .

EcuRed. (18 de febrero de 2012). *Ecured*. Obtenido de https://www.ecured.cu/Miami#cite_note-2

Emprendepyme. (2016). Obtenido de Emprendepyme: <https://www.emprendepyme.net/para-que-sirve-un-plan-de-negocio.html>

España, E. (13 de octubre de 2016). *Me gustan las flores.com Blog*. Obtenido de <https://megustanlasflores.com/blog/caracteristicas-cuidados-lilium/>

Expoflores. (29 de septiembre de 2017). *Expoflores*. Obtenido de <http://flor.ebizar.com/mercados-de-exportacion-de-flores-ecuatorianas/>

Export Enterprises S.A. (noviembre de 2018). *Banco Snatander*. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/estados-unidos/empaques-y-nomas>

Exporta Facil. (2017). Obtenido de *Exporta Facil*: http://www.exportafacil.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=37&catid=2&Itemid=162

Flores Santander , J. E. (2017). *Aplicación Informática para el Control de Producción de la Finca Florícola Jaden Roses* . Ambato: Uniandes.

Flores Santander , J. E. (2017). *Aplicación Informática para el Control de Producción de la Finca Florícola Jaden Roses* . Ambato: Uniandes.

GOMEZ, J. (2003). *OBSERVACION Y FORMACION DE LOS PROFESORES*. MADRID.

Gomez, P. (12 de diciembre de 2017). *PFS Realty Group*. Obtenido de <https://miami.pfsrealty.com/costos-de-vida-en-miami/>

Hill Charles, Jones Gareth (2009): . (2008). *Administración estratégica*. México: 8Ed. Mexico. MacGraw Hill.

Incoterms 2010. (enero de 2019). *Incoterms 2010*. Obtenido de <http://www.incoterms-2010.es/>

- INEC. (diciembre de 2014). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Empresas_2014/Principales_Resultados_DIEE_2014.pdf
- Johnson, D. (5 de septiembre de 2008). *Flickr*. Obtenido de <https://www.flickr.com/photos/12743747@N03/2832228346>
- Klerque Pérez , K. (29 de enero de 2019). *PUCESI*. Obtenido de <http://puceae.puce.edu.ec/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/171-la-industria-de-las-rosas-en-el-ecuador>
- Llorete , C. (2017). *Política Exterior de Estados Unidos hacia América Latina*. Madrid: Desarrollando Ideas .
- LOPEZ-FE FIGUEROA, C. (2002). *PROCEDIMIENTO Y TECNICAS DE SELECCION Y ORIENTACION* . MADRID: TEA EDICIONES.
- Marco, V. (17 de 08 de 1997). Obtenido de <https://personal.ua.es/es/francisco-frances/materiales/tema4/bibliografia.html>
- Market Acces Map. (26 de febrero de 2019). *Trade Map*. Obtenido de <https://www.macmap.org/AdvancedSearch/TariffAndTrade/AdvancedBoundQueryResultForProducts.aspx?id=82353>
- Martínez , D., & Lombana, J. (2013). *Pymes Rutas para la Exportación*. Barranquilla Colombia : Universidad del Norte .
- Martinez Martelo , D., & Lombada Coy, J. (2013). *Pymes Rutas para la Exportación*. Colombia: Universidad del Norte.
- Medizzine 2018. (4 de mayo de 2010). *Medizzine 2018*. Obtenido de <http://www.medizzine.com/plantas2/azucena.php#d>
- Mery, M. (11 de 10 de 2008).
- Ministerio de Comercio Exterior . (10 de octubre de 2017). *Proecuador* . Obtenido de <file:///C:/Users/hp/Desktop/CONSULTAS%20CASTILLO%20Y%20ALARC%C3%93N/GuiaExportador17Actualizado.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones . (28 de diciembre de 2018). *Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones*. Obtenido de <https://www.comercioexterior.gob.ec/exportaciones-1/>

Nanetti , R. (mayo de 2018). *Piterest*. Obtenido de <https://www.pinterest.com/rosarionanetti/acuarelas-flores-lirios-lily?lp=true>

NOGALES, A. (2004). *INVESTIGACION Y TECNICAS DE MERCADO*. MADRID: ESIC EDITORIAL.

OFTEX. (23 de noviembre de 2017). *INTERNATIONAL SALES*. Obtenido de <https://www.oftex.es/claves-exportar-eeuu-traves-miami-garantias-exito/>

OMC. (2018). *OMC*. Obtenido de OMC: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tariffs_s/tariffs_s.htm

Ortiz, M., Peña, N., & Sanchez, L. (13 de 06 de 2011). Obtenido de <http://desarrollodemercados-lizeth.blogspot.com/2011/06/empaques-y-embalajes-para-estados.html>

Peña Cristina, A. (2016). *Manual de Transporte para el Comercio Internacional*. Alcalá de Henares: Marge Books.

Peñafiel , J. (17 de julio de 2015). *El Productor* . Obtenido de <http://elproductor.com/noticias/970-empresas-de-ecuador-tienen-el-sello-global-gap/>

Perez , N. (18 de febrero de 2018). *Sincro Export*. Obtenido de <http://sincroexport.com/formas-y-medios-de-pago-internacionales/>

Prezi. (31 de marzo de 2014). *Prezi.com*. Obtenido de <https://prezi.com/rqqfef5g6vzg/objetivos-del-plan-de-negocios/>

Prieto , M., Álvarez , J., & Herráez, P. (2013). *Empres e Iniciativa emprendedora*. Madrid: Macmillan profesional.

Pro, Q. (22 de 01 de 2017). Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/una-encuesta.html>

ProChile. (agosto de 2017). *ProChile*. Obtenido de https://www.prochile.gob.cl/wp-content/uploads/2017/08/FMP_Ecuador_Bulbos_Lilium_2017.pdf

ProEcuador. (2017). Obtenido de ProEcuador: <http://fronteramazonica.com/web/wp-content/uploads/2016/04/guia-ecuador.pdf>

Reader , A. (27 de noviembre de 2014). *100 Planes de negocios* . Obtenido de <http://www.100plandenegocios.com/beneficios-del-plan-de-negocios>

Ríos , A. (29 de mayo de 2014). *Flores y Plantas.net*. Obtenido de <https://www.floresyplantas.net/el-lilium/>

Rivas, L., & Flores, S. (6 de enero de 2018). *Polo del Conocimiento*. Obtenido de <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/download/424/pdf>

Roses, E. c. (2019). *Exportación de la Flor Lilium Rainbow*. Ibarra: Puse.

Sampieri, R., Collado , C., & Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.

SANCHEZ, J. C. (2012). *LOS METODOS DE INVESTIGACION*.

SARZOSA, S. C. (01 de ENERO de 2015). GERENTE PROPIETARIO COMERCIALIZADORA FASAPIC CIA. LTDA. (A. M. SÁNCHEZ, Entrevistador)

SENAE. (12 de Noviembre de 2012). *ADUANA DEL ECUADOR*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/regimenes-aduaneros/>

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (abril de 2017). *Senae*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>

servicios.procomer. (2017). Obtenido de servicios.procomer: file:///E:/TESIS%20FINAL/EE-IM-32-%20Estudio%20de%20flores%20en%20Estados%20Unidos.pdf

Soler , D. (2014). *Guía Práctica de las Reglas de Incoterms 2010*. Miami: Marge Books.

Thompson Arthur, Stricland A.J. Gamble John (2008); . (2008). *Administración estratégica, Teoría y Casos*. . Mexico: 15 Ed. Mexico. MacGraw Hil.

Torregosa, E. (febrero de 2016). *Proecuador* . Obtenido de file:///C:/Users/hp/Downloads/ROSAS%20EN%20MIAMI.%20Parte%20Uno_%20Infor maci%C3%B3n%20de%20Mercado.pdf

Trade Map. (febrero de 2017). *Trade Map*. Obtenido de <https://www.trademap.org/CompaniesList.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c060315%7c%7c%7c%7c%7c1%7c1%7c1%7c3%7c1%7c1%7c1%7c1>

Vidal , C. (5 de febrero de 2015). *Slideshare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/CarolinaVidalhdz/tarea-13-incoterms>

YUNI, J. A. (2006). *TECNICAS PARA INVESTIGAR*. CORDOVA: EDITORIAL BRUJAS.

ANEXOS

Anexo 10.1

INICIO x Curso: PROYECTO DE IN x Trade Map - Comercio x

www.trademap.org/BilateralRev_TS.aspx?nvpm=3|218||842||060315||20|1|1|2|2|1|1|1|1

ITC **TRADE MAP**
Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas
Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación, volúmenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado, etc.

Inicio & Búsqueda Disponibilidad de Datos Documentos de referencia Otras Herramientas del ITC Más Ms. Paola Castillo Español

Producto: 060315 - Lirios frescos cortados "Lilium spp." y las
Mundo País Ecuador Grupo de productos: Ninguno
Socio: Estados Unidos de América Grupo de países: Ninguno
otro criterios Exportaciones Series de tiempo anuales por producto Códigos correspondientes en las otras revisiones Valores Dólar Americano

Comercio bilateral entre Ecuador y Estados Unidos de América
Producto: 060315 Lirios frescos cortados "Lilium spp." y las yemas, de una, para ramos o adornos

Unidad: Dólar Americano miles

Tabla Gráfico Mapa Empresas Datos IED Datos arancelarios Normas voluntarias

Descargar: [iconos]

SA22	Código del producto	Descripción del producto	Ecuador exporta hacia Estados Unidos de América			Estados Unidos de América importa desde el mundo			Ecuador exporta hacia el mundo		
			Valor en 2014	Valor en 2015	Valor en 2016	Valor en 2014	Valor en 2015	Valor en 2016	Valor en 2014	Valor en 2015	Valor en 2016
060319		Flores frescas y capullos, cortados, de una, para ramos o adornos (excepto rosas, claveles, ...)	108.694	97.729	105.739	378.365	396.624	449.035	182.916	170.663	164.485
060315		Lirios frescos cortados "Lilium spp." y las yemas, de una, para ramos o adornos	0	1.225	2.308	40.432	44.921	52.527	286	1.644	2.603
060310		Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos	0	0	22				0	0	24

Fuentes: Cálculos del CCI basados en estadísticas de Banco Central del Ecuador desde enero de 2005.
Cálculos del CCI basados en estadísticas de Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) hasta enero de 2005.

Evalúe esta página: ☆☆☆☆☆

Analítica e Investigación de Mercados, Centro de Comercio Internacional (CCI), Petróleo del Ecuador, CUI 4314, Casapue 40, Guayaquil

ES 11:30 18/05/2017

Anexo 10.2 entrevista Ingeniero Saul Castillo



Anexo 10.3 cuarto de tinturación



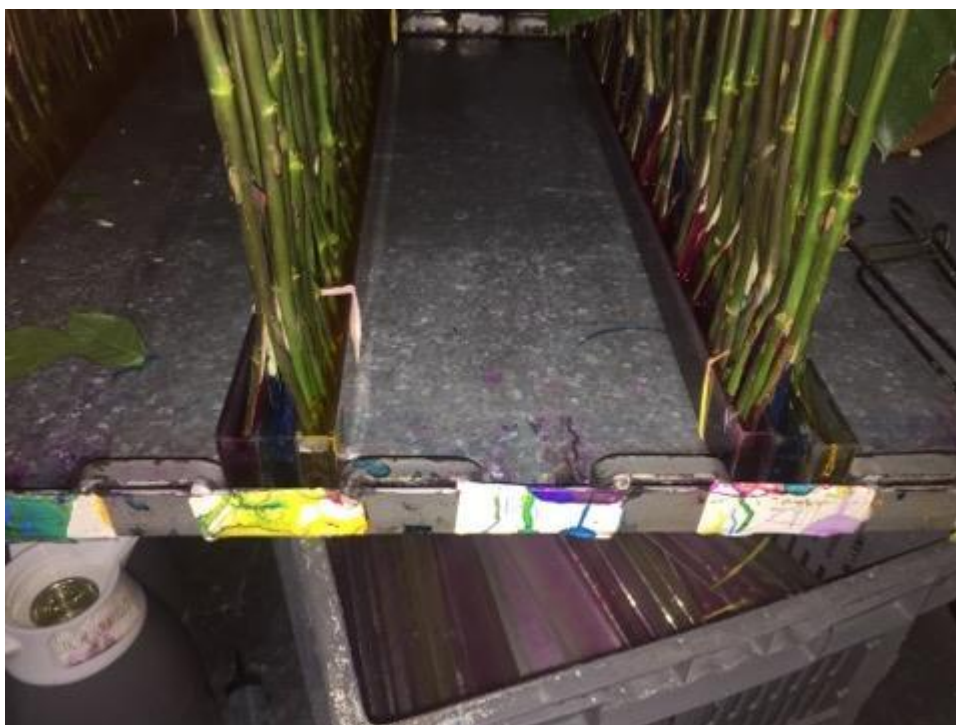
Anexo 10.4 Arboles de tinturación



Anexo 10.5 tintes de tinturación



Anexo 10.6 canaletas de tinturación



ANEXO 2. ENCUESTA Y ENTREVISTAS

ENTREVISTAS

Entrevista 1, dirigida al gerente de la empresa Jaden Roses ubicada en Pedro Moncayo

- 1.- La empresa Jaden Roses ha trabajado de forma ardua para conseguir sus objetivos. ¿Desde hace cuánto tiempo han trabajado con flores?**

- 2. Las flores del norte del País son muy solicitadas a nivel nacional ¿Cuáles son las flores que ustedes han vendido más, en el mercado?**

- 3. ¿Qué representa para usted la flor Lilium Rainbow?**

- 4. La Flor Lilium Rainbow, ha tenido que pasar por procesos de perfeccionamiento para poder explotar su potencial. ¿Mencione qué proceso es el que más se ha destacado?**

- 5. La exportación es una proyección del vendedor hacia el futuro y a un mercado prometedor. ¿Cree usted que la exportación de la flor Lilium Rainbow, cumplirá las expectativas de la empresa?**

Entrevista 2, Dirigida al Ingeniero Saúl Castillo experto en Tinturación

- 1.- ¿Desde hace cuánto tiempo ha trabajado con las flores tinturadas?**
- 2. Se conoce que existe dos provincias productoras de rosas ¿Cuál es la mejor según su criterio respecto a la calidad?**
- 3. ¿Qué representa para usted la flor Lilium Rainbow?**
- 4. ¿Crees usted que es un proceso complejo para alcanzar los diversos colores la Lilium rainbow?**
- 5. ¿Cree usted que la exportación de la flor Lilium Rainbow, cumplirá las expectativas?**

Entrevista 3, Dirigida al Gerente de la floristería Flora Imports de Miami Estados Unidos

1.- ¿Desde hace cuánto tiempo comenzó a trabajar con flores y de qué país importa las flores?

2. ¿Cuáles son las flores que usted más ha vendido en el mercado y tiene experiencia en los tinturados?

3. ¿Qué representa para usted la flor Lilium Rainbow?

4. ¿Conoce usted el cambio que sufre el Lilium para convertirse en Lilium rainbow ?

5.- Actualmente ¿Usted comercializa el Lilium Rainbow?

6.- En caso de lanzar este producto al mercado ¿Cuánto estaría dispuesto a comprar semanalmente?

10-20 HB ☐

30-40 HB ☐

50-60HB ☐

7.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por cada ramo de Lilium?

ENCUESTA

Encuestas a los clientes fijos

Pregunta 1

Sobre sus datos informativos

Edad	Promedio	de
Encuestados		

Sexo	Encuestados
------	-------------

Femenino

Masculino

Nivel	de	Estudios
Encuestados		

Primaria

Secundaria

Superior

Ninguna

Pregunta 2.

¿La empresa Jaden Roses, ofrece productos de calidad?

Pregunta 3

¿La empresa Jaden Roses es reconocida en el medio comercial?

Pregunta 4

¿Cuál ha sido la atención que ha recibido de parte de la empresa?

Pregunta 5

¿Cree usted que los productos de la empresa Jaden Roses se pueden ofertar en el mercado internacional?

Pregunta 6

¿Conoce usted a la flor Liliium Rainbow?

Pregunta 7

¿Cree que esta flor es potencialmente un producto de exportación?

Pregunta 8

¿Si usted fuera un cliente importador adquiriría una flor como ésta?

ANEXO 3. FOTOGRAFÍAS

Foto 1 Deshidratación de Lilium
colocación



Foto 2 Corte para su



Foto 3 Separación del corte



Foto 4 Preparación de tintes



Foto 5 Disolvente del tinte



Foto 6 Preparación de mesa



Foto 7 Colocación de tallos



Foto 8 Coloración de tinte



Foto 9 Tiempo de tinturación
tinturación



Foto 10 Finalización de



Foto 11 Preparación para llevar a cuarto frio



Foto 12 Empaque del producto



Foto 13 Embalaje del producto



Foto 14 Etiqueta de embalaje



Foto 14 Desarrollo del producto en florero



Foto 15 Durabilidad del producto



Foto 17 Ciclo de madurez del producto en florero



