



EVOLUCIÓN DE LOS PRODUCTOS ECUATORIANOS COMO FLORES Y MATERIA PRIMA HACIA JAPON

Guido Poveda Burgos¹

Docente Investigador

Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad de Guayaquil

guido.povedabu@ug.edu.ec

Yuliana Roggiero Muñoz²

Estudiante

Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad de Guayaquil

Eloisa002@outlook.com

Gabriela Morales Ronquillo³

Estudiante

Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad de Guayaquil

gaby_kat93@hotmail.com

Milushka Merizalde Thompson⁴

Estudiante

Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad de Guayaquil

milus-pretty@hotmail.es

Karla Holguín Vargas⁵

Estudiante

Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad de Guayaquil

karlaholguinvargas@gmail.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Guido Poveda Burgos, Yuliana Roggiero Muñoz, Gabriela Morales Ronquillo, Milushka Merizalde Thompson y Karla Holguín Vargas (2017): "Evolución de los productos ecuatorianos como flores y materia prima hacia Japón", Revista Observatorio Iberoamericano de la Economía y la Sociedad del Japón (marzo 2017). En línea:

<http://www.eumed.net/rev/japon/29/exportacion.html>

¹ Magister en Administración y Dirección de Empresas; Docente a tiempo completo Universidad de Guayaquil "UG"

² Estudiante de Ingeniería en Comercio Exterior; 6 nivel paralelo 61 Universidad de Guayaquil "UG"

³ Estudiante de Ingeniería en Comercio Exterior; 6 nivel paralelo 61 Universidad de Guayaquil "UG"

⁴ Estudiante de Ingeniería en Comercio Exterior; 6 nivel paralelo 61 Universidad de Guayaquil "UG"

⁵ Estudiante de Ingeniería en Comercio Exterior; 6 nivel paralelo 61 Universidad de Guayaquil "UG"

Resumen:

Cuanto se haga por diversificar e incrementar la producción de artículos de consumo nacional y de exportación, en buena hora. El Ecuador ha ganado un sitio importante como exportador de flores. Y materias primas como lo es la harina de pescado hacia nuestro país de destino JAPON.

La floricultura actual se practica con las más modernas técnicas. Selección de las mejores variedades, riguroso control de la temperatura, intensidad de luz y humedad del aire de los invernaderos, controles electrónicos, selección de las mejores flores para la exportación, camiones refrigerados para el transporte hacia los aeropuertos.

Palabras claves: Japón, Ecuador, Economía, Modernas técnicas, Exportación, flores.

Abstract:

How much is done to diversify and increase the production of domestic and export goods, in good time. Ecuador has gained an important place as an exporter of flowers.

The current floriculture is practiced with the most modern techniques. Selection of the best varieties, rigorous control of the temperature, light intensity and humidity of the greenhouses, electronic controls, selection of the best flowers for export, refrigerated trucks for the transport to the airports.

Key words: Japan, Ecuador, Economy, Modern techniques, Export, flowers

Introducción

En nuestro país, esta fase de producción y exportación se inició hace pocas décadas. El sector florícola posee una de las industrias más grandes y fuertes de muchos países desarrollados y los que también se encuentran en vía de desarrollo. Nuestro sector florícola ha crecido de manera consecuente que está compuesto de tres principales actores: los productores, los mayoristas y minoristas que se abren campo en los exteriores estrechando relaciones con países como lo es JAPON. Se organizó la empresa Jardines del Ecuador, y se construyeron los invernaderos en un sitio en el noroeste de Quito, cerca de Cumbayá, muy apropiado por la luz solar, la temperatura, la disponibilidad de agua y de mano de obra. La producción se limitó a dos especies florales que tenían buena demanda nacional e internacional: crisantemos y claveles.

Materiales Y Métodos

El presente trabajo de investigación ha sido realizado con aplicación del método descriptivo y la investigación bibliográfica y documental.

El método descriptivo permite dar a conocer la tendencia que hoy en día nuestras flores son las mejores del mundo considerando por su calidad y belleza y aroma peculiar. De tal manera que el gran título que tiene ECUADOR se posiciona en el mercado mayor como lo es JAPON con nuestra floricultura haciendo que su potencial más exportada sea la rosa ya que por su calidad ha obtenido un prestigio a nivel mundial por lo cual es muy demandada, pero además nuestro país está siendo conocido por otros tipos de flores tales como los, claveles, lirios, entre otras que son consumidas principalmente por su estacionalidad.

Breve reseña de la Geografía de Japón

Japón (en japonés, Nippon, “El Imperio del Sol Naciente”), es una monarquía constitucional situada en el este de Asia, que comprende cuatro grandes islas, así como el archipiélago Ryukyu y más de 1,000 islas menores adyacentes. Limita al norte con el mar de Ojotsk, al este con el océano Pacífico, al sur con el océano Pacífico y el mar de la China, y al oeste con el estrecho de Corea y el mar del Japón. Las islas japonesas se extienden en un arco irregular desde la isla de Sajalín (perteneciente a Rusia) a la isla de Formosa (Taiwán). El propio Japón consta de las grandes islas de Hokkaido, la más septentrional, Honshu (la isla principal), Shikoku, y Kyushu, la más meridional. En conjunto, la extensión total del Japón es de 377,750 Km².

Breve reseña de la Demografía de Japón

Las islas japonesas son, en realidad, las escarpadas cimas de una gran [cordillera](#) que se alza desde el fondo del mar, cerca de las fosas de Japón y de Bonin, donde la profundidad del océano supera los 9 000 metros. Cerca del 73% del país es montañoso, por lo general cubierto de bosques y curados por profundas gargantas donde la rápida corriente forma cascadas.

Como Japón se encuentra situado en una zona de mucha actividad volcánica, resultan frecuentes y muy a menudo los temblores ya sean estas de grandes o pequeñas magnitudes y actividad volcánica ocasional. [Terremotos](#) destructivos ocurren varias veces cada [siglo](#), resultando a menudo en [tsunamis](#). Debido a esta intensa actividad sísmica, su orografía posee cierta particularidad como consecuencia de lo mencionado. Cadenas y montañas de volcanes se suceden ocupando la mayor parte del territorio dando a las islas una configuración arqueada, parecida a una media luna, donde destaca como punto álgido al Monte Fuji. Más de 150 montañas japonesas son volcanes de gran tamaño y 60 de ellos todavía siguen en actividad. Cabe acotar que a pesar de su demografía de JAPON aun así son uno de los mayores países líderes en el mercado.

Regiones fisiográficas

El 70% del territorio japonés es montañoso, siendo el rasgo más notable de su topografía y dos tercios se le considera boscoso. Las cordilleras montañosas se extienden por las islas de norte a sur. En el norte, la isla de Hokkaido se caracteriza por una cordillera volcánica. El pico más elevado, con 3,776 m, es el Fuji Yama, un volcán apagado que se encuentra cerca de Yokohama. ¿Una de las cadenas subsidiarias de la cordillera central

recibe el nombre de Alpes Japoneses; siendo el monte Yariga (3,180 m) el punto más alto de la cadena. Existen unos 200 volcanes, de los cuales 50 están activos y con vastas fuentes termales.

POBLACIÓN Y PRINCIPALES CIUDADES

Los actuales japoneses son esencialmente mongoloides, al igual que los chinos y coreanos, aunque son de menor estatura. Japón es una sociedad urbana industrializada y más de los tres cuartos de la población viven en áreas metropolitanas.

CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN

Japón es la novena población más grande del mundo con un aproximado de 127 millones de habitantes, según las últimas estadísticas. Los japoneses viven en su mayoría alrededor de las costas y está clasificada como una de las poblaciones de más alta densidad en el mundo. La mayoría de la población japonesa está catalogada de ser clase media con un alto poder adquisitivo tanto actual como potencial.

Es una población muy envejecida. Tan sólo el 14% de la población tiene menos de 15 años, el 65% tiene entre 15 y 65 años y el 21% más de 65 años. El crecimiento de la población es negativo, sobre el -0,14% anual. La tasa de natalidad es muy baja, sobre el 8‰, lo que da una tasa de fertilidad del 1,2‰. La tasa de mortalidad es muy baja, sobre el 9‰, y mucho más baja es la tasa de mortalidad infantil, que no llega al 3‰, como corresponde a un país en el que la sanidad de calidad llega a todas las capas de la sociedad. La esperanza de vida al nacimiento es de unos 82 años.

CLIMA Y VEGETACIÓN

Japón, por la posición y la longitud del país, tiene cierta variedad de climas, aunque el principal es el clima subtropical húmedo, que es más caluroso en el sur y mucho más frío en el centro y norte. En el límite septentrional encontramos el clima de los bosques boreales y la tundra. En general, Japón posee un clima en la que las cuatro estaciones están bien definidas.

Japón tiene veranos calurosos y húmedos e inviernos fríos pero cortos. Las precipitaciones son abundantes, y en invierno, normalmente, en forma de nieve. El clima está dominado por las masas de aire tropical marítimo, procedentes del oeste del anticiclón hawaiano, y las masas de aire polar continental y ártico.

El anticiclón siberiano y las bajas presiones del Pacífico actúan, sobre todo, en invierno. Traen masas de aire frías que atraviesan el país de oeste a este, provocando inmensas nevadas en el oeste del país. Las grandes cadenas montañosas que dividen las islas hacen que la mayor parte de la precipitación se quede en la mitad oeste, por lo que la costa este

es notablemente menos lluviosa. Se produce, así, una disimetría entre este y oeste, con inviernos secos y claros en el este y nubosos y fríos en el oeste.

El clima zonal se ve modificado por dos factores fundamentales, la presencia del enorme continente euroasiático, que dificulta la llegada de masas de aire marítimas con los vientos dominantes del oeste. Estas masas de aire se cargan de humedad en el mar de China y el mar del Japón. El otro factor es la presencia de la corriente oceánica cálida de Kuro-shivo, que templó el clima de la mitad sur del país, y la corriente fría de Oya-shivo, que enfría la mitad norte. Existe un tercer factor de modificación del clima y es la presencia continua de las montañas, que hacen que el efecto monzónico sea notable, sobre todo en el sur del país.

La abundancia de lluvias permite la existencia de una vegetación exuberante, los bosques lujuriosos cubren todo el país, incluso las montañas. Se trata de una vegetación casi propia del bosque tropical, que va perdiendo especies a medida que nos desplazamos al norte; frondosos y coníferas: castaños, hayas, arces, tuyas, pinos rojos y laricios, junto con abedules y fresnos. En el oeste encontramos los bosques de coníferas, junto con bambúes, magnolios y castaños verdes.

En Japón los jardines tienen mucha influencia en el diseño de paisajes. Reproducen, en miniatura y estilizadas, las formas naturales. Se han seleccionado, para ello, las variedades enanas, y se ha desarrollado la técnica del bonsái.

HISTÓRICAMENTE ECUADOR HA SIDO UN PAÍS EXPORTADOR

Geográficamente está ubicado en la línea ecuatorial o paralelo cero, lo que lo hace biodiverso, abundante en recursos naturales. Su incomparable ubicación en la zona tórrida, con la cordillera de los Andes que la atraviesa de norte a sur, hace que cuente con varios pisos climáticos, desde el clima tropical hasta el glacial, lo que se traduce con la diversidad de producción. A este factor geográfico, se suma la oferta de mano de obra, lo cual hacen que el país, aunque pequeño en su tamaño se constituya en una verdadera potencia en la exportación de varios productos.

Las exportaciones de carácter agrícola, industrial o artesanal no han podido igualar a las exportaciones petroleras, que desde el año 1972 son fuente de sustento primordial del presupuesto del Ecuador y lo ha llegado a financiar hasta en un 40% sin embargo la volatilidad de los mercados.

- **Historia del cultivo de flores y su origen en Japón**

La vegetación de [Japón](#) se caracteriza por ser enormemente exuberante y variada, con hasta 4500 plantas [autóctonas](#). Esto se deriva de la diversidad [climática](#) del archipiélago japonés, con un amplio margen de [temperaturas](#) y una elevada [pluviosidad](#), y a sus veranos [húmedos](#) y cálidos.

En [Japón](#) se pueden encontrar más de 17000 especies de plantas con o sin flores, muchas de ellas muy cultivadas y muy populares, como los [ciruelos](#) blancos y rojos, los [cerezos](#), [azaleas](#), [peonías](#), [lotos](#) y, en especial, el [crisantemo](#), la [flor nacional de Japón](#).

Otras especies importantes son la [pimpinela](#), la [campánula](#), el [gladiolo](#) y muchas variedades de [lilas](#). Hay pocas flores silvestres.

El cultivo de flores es una actividad agrícola que depende de los factores más simples de la naturaleza como son: el sol, la lluvia, el viento, la humedad, que son influyentes en su producción. Si bien es cierto las flores ecuatorianas son las mas exportadas con un porcentaje del 75% seguidas por las flores de verano con un aproximado del 18%. Por darles ciertos ejemplos que afectan directamente a nuestras exportaciones de flores desde Ecuador, pero también desde Colombia, podría mencionar la crisis que ha venido atravesando Rusia o la crisis en Europa en general. Los índices de crecimiento en esta región son muy bajos y evidentemente los gastos en este tipo de producto se ven disminuidos. La evolución de las exportaciones también se ve afectado por el precio del transporte ya que depende de ciertos factores de la demanda, la competencia que existe en el mercado en general.

Los productores locales en la actualidad prefieren tener una gran variedad de rosas con vida más corta pero con un mayor aroma una suavidad natural en sus pétalos.

En la actualidad en Japón la producción local se está disminuyendo debido a la competencia con productores en el exterior ya que en Japón se tiene un alto costo de producción ya que Japón solo produce rosas de buena calidad.

¿Qué representan las flores para Japón?

Los arreglos florales son muy tradicionales de la religión Japonesa y en ocasiones para ceremonias, teniendo en cuenta que Japón tiene una larga historia floral.

PRINCIPALES DESCRIPCIONES DE PRODUCTOS Y ELABORADOS DEL SECTOR

Ecuador se encuentra siendo uno de los mayores productores con mayor diversidad en las flores que ofrece al mundo, entre esas variedades están las rosas que tienen más de 300 variedades de entre ellas rojas y de colores.

En el año 2014, según datos de Trademap, el país exportó al mundo un valor aproximado de USD 683,846 millones, lo que significó una contracción de 4.37%, respecto al año anterior. Japón es líder en el desarrollo de productos de alta tecnología, siendo así sus principales productos de exportación los vehículos automóviles, barcos de transporte, teléfonos celulares, maquinaria y circuitos eléctricos; los que son reconocidos por su alta calidad. Japón es un puente para hacer negocios con toda Asia, dado el alto flujo de comercio que maneja con los demás países asiáticos, además de las facilidades logísticas y tecnológicas.

Análisis de Mercado

Los consumidores locales en Japón son muy sensibles a los cambios, las preferencias de colores cambian cada 3 o 4 años.

El productor de rosas que desee exportar al mercado japonés, en este caso Ecuador debe estar informado de los cambios de tendencia para adaptar la variedad de rosas a la preferencia que prevalecen.

Los productores ecuatorianos pueden distinguirse de otros debido a la extensa variedad de flores y los diseños sensibles a las nuevas tendencias.

En algunos casos los gustos tradicionales de los consumidores japoneses prefieren colores suaves como blancos, rosa pálido, malva y colores pastel.

En la actualidad está creciendo la demanda de flores aromáticas con fragancias suaves y agradables.



La actual política de apertura comercial de Japón se basa en la negociación de acuerdos de Asociación Económica Estratégica, mismos que además de incluir reducción de aranceles, contienen además herramientas para buscar otros niveles y formas de integración económica con los países socios de Japón, por ejemplo: “inversiones, compras gubernamentales, políticas de competencia, circulación de personas, acondicionamiento del entorno de negocio, intensificación de la cooperación bilateral, etc. más allá del tradicional TLC”. Japón es miembro activo de la OMC desde el 1 de enero de 1995 además, es parte del sistema multilateral de comercio incluido el Programa de Doha para el Desarrollo (PDD). En el marco de la OMC, el país japonés implementó un conjunto de medidas destinadas a los países en desarrollo Japón tiene firmado numerosos acuerdos comerciales regionales y bilaterales, entre los que se destacan: México, Australia, India, Malasia, Singapur, Tailandia, Corea del Sur, Chile, Perú, entre otros.

Esta consolidación del sector agropecuario en la economía nacional para el 2015 ha sido posible debido a las condiciones creadas por políticas gubernamentales, que han permitido un mayor acceso a los insumos agropecuarios y han creado un mercado favorable para el productor ecuatoriano.

El excelente desempeño del sector en los últimos años es acreditable a proyectos impulsados por el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) como son: Plan Semillas de Alto Rendimiento.

Estas estrategias impulsaron la productividad agrícola mediante el mejoramiento tecnológico en la producción de los cultivos; acceso a los factores de la producción y a un mercado con precios referenciales para cultivos como arroz, maíz, leche, entre otros.

Este crecimiento de la demanda mundial ha permitido que el mercado de los productos de exportación del Ecuador se haya diversificado en sus destinos, abarcando principalmente a los continentes europeo, americano y asiático.

La realidad prevista sobre el comercio internacional ecuatoriano responde a los efectos de políticas de Gobierno (como las salvaguardias y sustitución de importaciones) y a la conducta en el mercado internacional de los precios de los principales productos agrícolas exportables del país. Para el final del 2015 existe una desaceleración en el incremento de los precios de los principales productos de exportación del Ecuador en el mercado internacional

Breve reseña historia moderna del comercio exterior

Antes de la II Guerra Mundial, ¿Japón ocupaba el quinto puesto en el comercio mundial con una balanza comercial favorable; la mayor parte de las exportaciones japonesas se dirigían a territorios que formaban parte del Imperio, como Manchuria y la China ocupada; sin embargo, las relaciones comerciales con algunos países desarrollados como Estados Unidos y Gran Bretaña eran desfavorables. A principios de la década de 1990, las importaciones anuales totalizaron 230,000 millones de dólares y las exportaciones 339,000 millones, lo que hacía de Japón el tercer país exportador del mundo. Los bienes manufacturados supusieron más del 90% del total de las exportaciones; el crudo y el petróleo refinado aportaron el 13% del total de las importaciones. Otras importaciones son alimentos, animales vivos, manufacturas básicas (tejidos, hierro y acero) y materias primas como madera o minerales metálicos. Hasta 1993 se prohibieron las importaciones de arroz, ¿pero las escasas cosechas de 1993-1994 obligaron a realizar una importación de emergencia de 1 millón de toneladas procedentes de Tailandia, Australia y Estados Unidos; la conclusión de la ronda de negociaciones del Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio (GATT), de 1993, impuso una relajación gradual de las restricciones al libre comercio.

El comercio exterior es esencial para la economía japonesa, pues el mercado interior es capaz de absorber por completo los bienes manufacturados que produce la industria nipona. Por otro lado, como Japón tiene que importar la mayoría de las materias primas de las que depende su industria, el país también debe exportar una buena proporción de su producción anual, con el fin de mantener una balanza comercial favorable. Japón ha invertido los grandes excedentes comerciales acumulados durante las décadas de 1970 y 1980 en el exterior, de manera que se ha convertido en la principal nación acreedora del mundo.

Ventajas de exportar al Japón

Japón puede ser un país muy lejano y exigente para los hombres de negocios panameños; Sin embargo, existen buenas razones por las que se debe aceptar el reto del mercado japonés. El mercado japonés es de gran importancia. Económicamente, equivale a dos quintas partes del mercado de los EE.UU. y casi a la mitad de los países de la Unión Europea, con un ingreso per cápita equitativo a los de los Estados Unidos de América y la Unión Europea. Japón, consta con el mayor crecimiento económico de los países del lejano Oriente y conforma la espina dorsal de la actividad económica mundial, constituida en progreso y competencia.

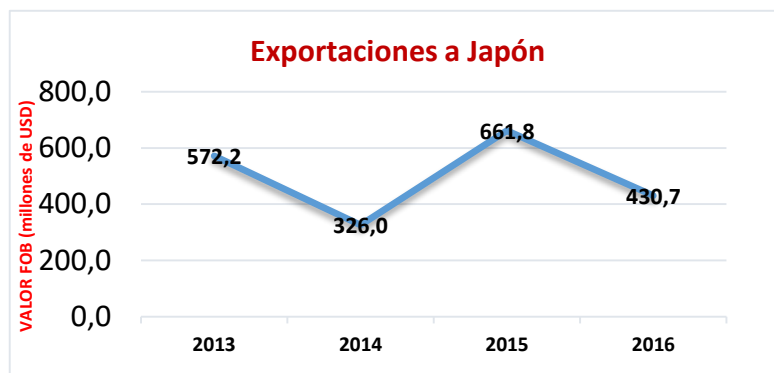
Sin embargo, Singapur, Corea, Hong Kong, Taiwán, se encuentran en una etapa de rápida industrialización. De manera que el establecer negocios con Japón puede constituir como fácil entrada a los demás mercados del Extremo Oriente y Pacífico. Como es de nuestro

conocimiento, el mercado japonés es uno de los más competitivos del mundo, al introducir sus productos o servicios al mismo, este le ofrecerá la experiencia y fuerza suficiente para conquistar los demás mercados. Siendo Japón uno de los países más avanzados tecnológicamente, especialmente en el campo de la electrónica y producción en masa con tecnología de punta, se le facilitara los contactos e información valiosa de las tendencias mundiales.

El mercado Japonés y sus Condiciones de Acceso

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

Ilustración 1 Exportaciones a Japón



En la ilustración 1 nos indica claramente que las exportaciones en general a Japón han disminuido en el año 2016 con 430,7 millones de dólares en comparación al año 2015 que había superado a los años anteriores con un valor FOB de \$661.8 millones.

ESTRUCTURA ARANCELARIA PARA EL SUBSECTOR Y DESCRIPCION DEL PRODUCTO

La estructura arancelaria que se utiliza para la clasificación de exportaciones de flores del sector florícola es 0603, que se divide en las flores frescas y las demás. Se presenta un detalle de los tipos de flores y variedades de estas a nivel mundial.

Requerimientos Legales

LICENCIAS DE IMPORTACIÓN Y AUTORIZACIONES PREVIAS

Exportaciones del Sector

La exportación de flores de Ecuador al mundo representa a un crecimiento según proecuador de 11.21% anual, mientras que la cantidad de toneladas de exportación es un incremento del 4.95 % anual. Teniendo en consideración sobre los años anteriores como lo son desde 2005 al 2012.

	2013	2014	2015	2016
Flores naturales	\$ 675.679,00	\$ 713.502,00	\$ 830.251,00	\$ 619.267,00



Fuente: PROEACUADOR

Elaboración: Los Autores

El cultivo de flores es una actividad agrícola que depende de los factores más simples de la naturaleza como son: el sol, la lluvia, el viento, la humedad, que son influyentes en su producción. Sin embargo hay otros factores que han incidido en la evolución de las exportaciones de las flores ecuatorianas. Primero tenemos que decir que la situación económica mundial no ha sido en los últimos años de las mejores.

Por darles ciertos ejemplos que afectan directamente a nuestras exportaciones de flores desde Ecuador, pero también desde Colombia, podría mencionar la crisis que ha venido atravesando Rusia o la crisis en Europa en general. Los índices de crecimiento en esta región son muy bajos y evidentemente los gastos en este tipo de producto se ven disminuidos. La evolución de las exportaciones también se ve afectado por el precio del transporte ya que depende de ciertos factores de la demanda, la competencia que existe en el mercado en general.

Japón presenta oportunidades para las flores ecuatorianas

Exportaciones Ecuatorianas de Flores a Japón

En la actualidad aproximadamente 70 compañías ecuatorianas exportan flores a Japón, desde el año 2012 la exportación de flores hacía, Japón han venido creciendo de una manera constante, hubo una reducción en el 2013 y esto se debe a una mayor, competencia con las exportaciones realizadas por Kenia y Colombia. El crecimiento de Ecuador permanece detrás del crecimiento colombiano.

¿Cómo evoluciona el envío de flores ecuatorianas en este año en comparación con años pasados?

El principal producto de exportación para Air France - KLM - Martinair Cargo desde Ecuador, al igual que Colombia, es la flor fresca cortada. Para nosotros esto representa aproximadamente 90% de la carga movilizada por el Grupo desde ambos países. Sin embargo, en el último año y medios los volúmenes de este producto fino, transportados por vía aérea se han contraído en comparación con años anteriores. (S.Recalde, s.f.).

¿Se pueden detallar porcentajes del crecimiento o decrecimiento de los envíos?

En los últimos 12 meses se ha registrado la disminución del transporte de flores desde el mercado ecuatoriano hacia el mundo de un 5%. Esta disminución nos ha afectado a Air – France- KLM en la misma proporción.

¿Qué motivos inciden en la evolución de las exportaciones?

Hay varios factores que han incidido en la evolución que antes detallé. Primero tenemos que decir que la situación económica mundial no ha sido en los últimos años de las mejores. (S.Recalde, s.f.).

Por dar cierto ejemplo esto puede afectar de manera directa a las exportaciones de flores desde Ecuador y también podría afectar a Colombia. Algo así como la crisis que ha

afectado a Rusia o la crisis de Europa en general, por lo tal crece un índice netamente de crecimiento de esta región.

¿La caída de los precios de ciertas materias primas ha incidido en sus operaciones desde Ecuador?

El precio del transporte de la rosa por vía aérea depende de ciertos factores como la demanda, de la competencia que existe en el mercado y también del precio del petróleo. Este es uno de los costos más importantes en el transporte por vía aérea así que también es un factor que incide en nuestras operaciones.

¿Qué nuevas oportunidades tienen las flores ecuatorianas en los mercados internacionales?

Yo creo que una de las oportunidades puede venir por parte de una demanda fuerte en los países como la China, Japón y algunos otros. Otras oportunidades. Que vienen de hábitos de compras bastante novedoso.

Por último, me gustaría resaltar los esfuerzos importantes provenientes de la industria de la rosa en Ecuador. De un factor de producción sumamente atomizado podemos apreciar hoy cierta consolidación. Esto está empujando hacia arriba la calidad de la rosa y también la calidad del empaque, siendo este último un factor determinante tanto para el respeto de la cadena de frío, así como la optimización en el transporte de la carga aérea.

Los productores locales en la actualidad prefieren tener una gran variedad de rosas con vida más corta, pero con un mayor aroma una suavidad natural en sus pétalos.

En la actualidad en Japón la producción local se está disminuyendo debido a la competencia con productores en el exterior ya que en Japón se tiene un alto costo de producción ya que Japón solo produce rosas de buena calidad.

Consumo de rosas ecuatorianas

Las rosas ecuatorianas en Japón son consideradas como artículos de lujo, entre sus usos principalmente son para bodas, fiestas en hoteles, ceremonias, exhibiciones, eventos.

Importaciones de rosas frescas Japón

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Kenya	4,516,751	4,906,020	6,290,972	7,870,905	10,275,636	9,447,541
Colombia	1,628,251	1,939,493	2,732,960	2,523,363	3,535,756	3,725,415
South Korea	1,873,342	3,829,624	5,821,615	3,726,918	4,336,401	2,810,022
Ecuador	1,475,127	1,779,152	2,144,337	2,241,538	2,612,845	1,977,964
India	4,667,227	4,301,609	3,806,869	2,116,603	2,664,309	1,835,338
Vietnam	761,266	1,147,349	1,197,937	1,331,275	1,335,016	1,380,449
China	431,374	368,269	127,893	176,834	357,929	653,772
Netherlands	1,787,361	967,513	836,505	650,215	352,099	553,060
Ethiopia	2,155,811	2,278,294	2,591,579	1,320,387	1,035,695	530,020
Indonesia	277,032	341,780	512,875	699,232	667,562	419,142
South Africa	202,212	178,911	82,667	28,614	257,469	155,225
Other	227,248	228,777	75,803	118,942	9,782	12,402
	20,003,002	22,266,791	26,222,012	22,804,826	27,440,500	23,500,350

Fuente: ProVerde del Ministerio de Finanzas de Japón (2014)

Fuente: PRO ECUADOR

Los principales países proveedores de rosas es Kenia, seguido por Colombia, Corea del sur, Ecuador, India y Vietnam.

India, Etiopía y Holanda están disminuyendo. Los demás países van en crecimiento o por lo menos son estables.

Canales de Distribución de flores en Japón

Las importaciones incluidas las de Ecuador son manejadas por importadores especializados.

Los importadores recogen las flores a su llegada, realizan la inspección necesaria, el despacho aduanero organizan el transporte al almacén para iniciar la venta a clientes al por mayor o clientes minoristas.

Algunos grandes minoristas tales como supermercados compran las flores directamente de los proveedores o a través de importadores. Sin embargo, la oportunidad de ventas mediante esta ruta a menudo está limitada a ciertas variedades que tienen precios razonables y son ideales para minoristas de volumen. (PRO ECUADOR)

Una gran red de intermediarios está activa en el mercado japonés, vendiendo flores de los productores, importadores y mercados mayoristas a los pequeños mayoristas y minoristas. Más de 100 fabricantes de bouquets entregan flores a los supermercados y a otros mayoristas. (PRO ECUADOR).

Para realizar negocios en Japón hay que tener en cuenta tres factores claves que ayudarán a las empresas a tener éxito los cuales son: la implementación de estrategias, la excelencia operativa y la constancia.

Japón es un país del occidente y los productores que ofrezcan productos competitivos tienen la gran oportunidad de ingresar a su mercado; lo más importante que deben tener los productos es la calidad y la presentación de los mismos debido a la exigencia de los consumidores, según la cultura japonesa si el producto no es de calidad sería como un insulto al cliente, esto se ve relacionado al alto precio que ellos pagan por sus compras

Japón cuenta con un sistema de distribución excelente a nivel mundial gracias a la tecnología de información en la actualidad, por ello es más fácil para los exportadores hacer negocios con empresas japonesas. (Nichiboku LTD., 2007)

A continuación se detalla el esquema de Distribución interna en Japón



A principios del año 2000 a pesar de que Japón contaba con un alto nivel tecnológico, recién estaba empezando a utilizar el modelo de comercio electrónico conocido como B2C Bussiness to consumer, B2B Bussiness to Bussiness, gracias a eso el sistema de

distribución convencional que se menciona en el esquema, era imposible que un consumidor comprara directamente al fabricante o productor, lo que en la actualidad ha cambiado con la creación de aquellos sitios web. Esta fue una de las estrategias que Japón implementó para facilitar el comercio y no quedarse atrás ya que países como China y Corea ya tenían esa estrategia. (Nichiboku LTD., 2007).

En la actualidad Japón ha aumentado su actividad comercial vía online, este país posee un gran mercado de comercio electrónico que generó alrededor de \$ 80 mil millones en ventas en el año 2015. Esto se compara con aproximadamente \$ 350 mil millones de ventas de comercio electrónico en los EE.UU. en 2015. China 2015 las ventas de comercio electrónico superó los \$ 650 mil millones así lo menciona el "Practical Ecommerce" en su artículo denominado **Ecommerce in Japan: Marketplaces Dominate.** (PRACTICALECOMMERCE, 2016) En este caso, los productos ecuatorianos de exportación podrían considerar al comercio online como un canal efectivo de ingreso al mercado japonés.

Los productos que son importados se comercializan a través de los canales de distribución, la ruta común que siguen los productos es la siguiente:

- Productor - exportador
- Importador
- Mercado de subastas
- Mayorista
- Florista
- Consumidor

(PROECUADOR, 2014)

Tecnología e innovaciones del sector a nivel mundial

En el sector floricultor han realizado varias investigaciones las cuales siguen en proceso y otras que se han desarrollado a través del tiempo, reemplazando tecnologías y mejorando sus procesos en los últimos años. Durante mucho tiempo se ha buscado tecnología de punta con productos nutricionales que a más de nutrir la planta, contrarresten también los efectos negativos causados por estrés abiótico.

El estrés abiótico es causado por factores ambientales tales como temperaturas extremas, sequía y alta concentración de sal, siendo las dos últimas las que afectan a mayor escala al crecimiento de la planta. Y estas condiciones que provocan estrés abiótico son cada vez más frecuentes, debido al deterioro del medio ambiente, como el daño en la capa de ozono que se entiende cada vez más, los cambios climáticos, etc.

Diversos estudios, a nivel mundial han reportado que el estrés abiótico es responsable por el mayor impacto negativo en el rendimiento y calidad de las cosechas, inclusive sobrepasan los daños causados por enfermedades, siendo responsables por el 65% de pérdidas en el rendimiento.

Actualmente, gracias a la biotecnología disponemos de productos tecnológicos y eficaces, que aseguran el buen rendimiento de los cultivos y la calidad de los frutos, incluso bajo condiciones de estrés abiótico. HTP-Crop es un ejemplo de ese tipo de producto, formulado con diferentes componentes botánicos como extratos de algas *Ascophyllum nodosum*, mezclados con nutrientes quelatados y/o complejados orgánicamente, a través de proceso de fermentación múltiple patentado por CLI (una empresa de Utah, Estados Unidos, especializada en productos de alta tecnología para la agricultura).

Otro aspecto importante es el desarrollo de prácticas orientadas a la disminución del uso de químicos y manejo adecuado de cultivos. En Ecuador, ECOFAS (Ecuadorian Organic Flowers Growers Association) es parte del programa de la Asociatividad BIDFOMIN-Expoflores, y su objetivo principal es el desarrollo de estas prácticas; el programa está constituido por 20 fincas de rosas y flores de verano, en aproximadamente 600 hectáreas en varias provincias.

Lo más recomendable para los productores de flores es que deben rescatar los esfuerzos para mejorar las prácticas de agricultura ecológica. Antes de la Primera Guerra Mundial, la agricultura sin agroquímicos fue la forma dominante en el mundo. Luego, en el periodo entre las dos guerras, se construyó la forma científico técnica de agricultura bajo la modalidad mecanizada. Es después de la Segunda Guerra Mundial que sale a flote el modelo de revolución verde, que es la base para las agriculturas alternativas. Y es en los 70 cuando florece la mayor cantidad de propuestas alternativas.

Las agriculturas alternativas surgen ante la necesidad de consumir alimentos no contaminados con agroquímicos y ante la acelerada destrucción de la naturaleza por la agricultura comercial, obligando a buscar sistemas agrarios armoniosos. La agricultura orgánica es un sistema alternativo al convencional o moderno, exige optar por otro sistema de producción desde el punto de vista del productor y por un producto diferente a nivel del consumidor.

A la producción orgánica suele asimilarse aquella proveniente de sectores, generalmente pobres, a los que no les alcanza a llegar la tecnología y donde subsisten formas agrícolas nativas, populares, tradicionales, calificadas como naturales.

Finalmente, la utilización de invernaderos, y sistemas de riego de última tecnología han ubicado a Ecuador entre los principales países innovadores en el ámbito de producción florícola. Continuamente los productores reciben asesorías, y capacitaciones para mejorar la producción y la calidad lo cual coadyuva a generar practicas innovadoras. Por ejemplo, se están desarrollando variedades de rosas, se están produciendo flores orgánicas comestibles, y se ha creado un sello ecuatoriano medioambiental que se llama FLORECUADOR para manejo de cultivos y calidad.

(PROECUADOR, 2015)

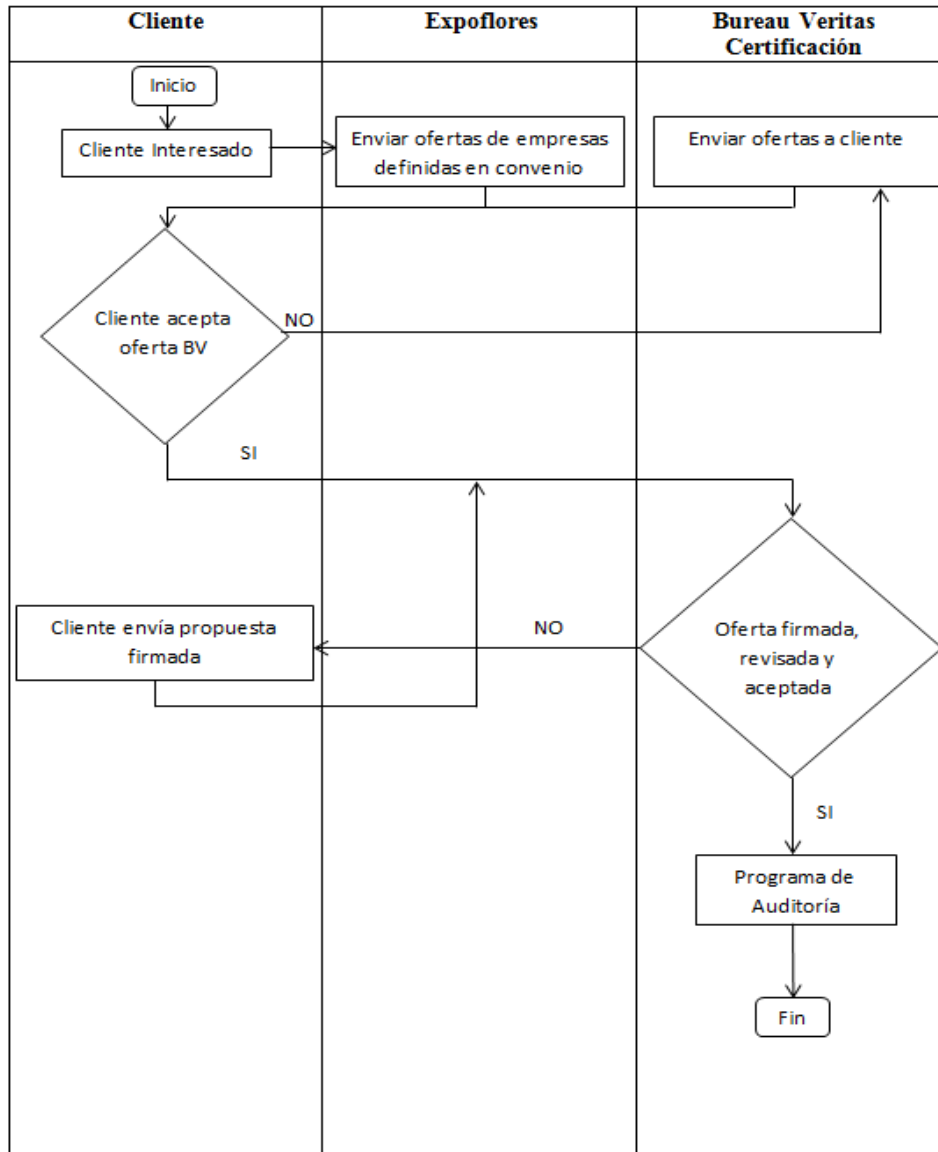
Programa Flor ECUADOR

Gracias a este programa se eliminó el módulo de Ordenanzas municipales, en lugar de ello se abrió el módulo de cumplimiento de normativa nacional y local, en lo que se incluye todo lo relacionado a permisos, registros y otros trámites que deben realizar las empresas productoras y exportadoras de flores

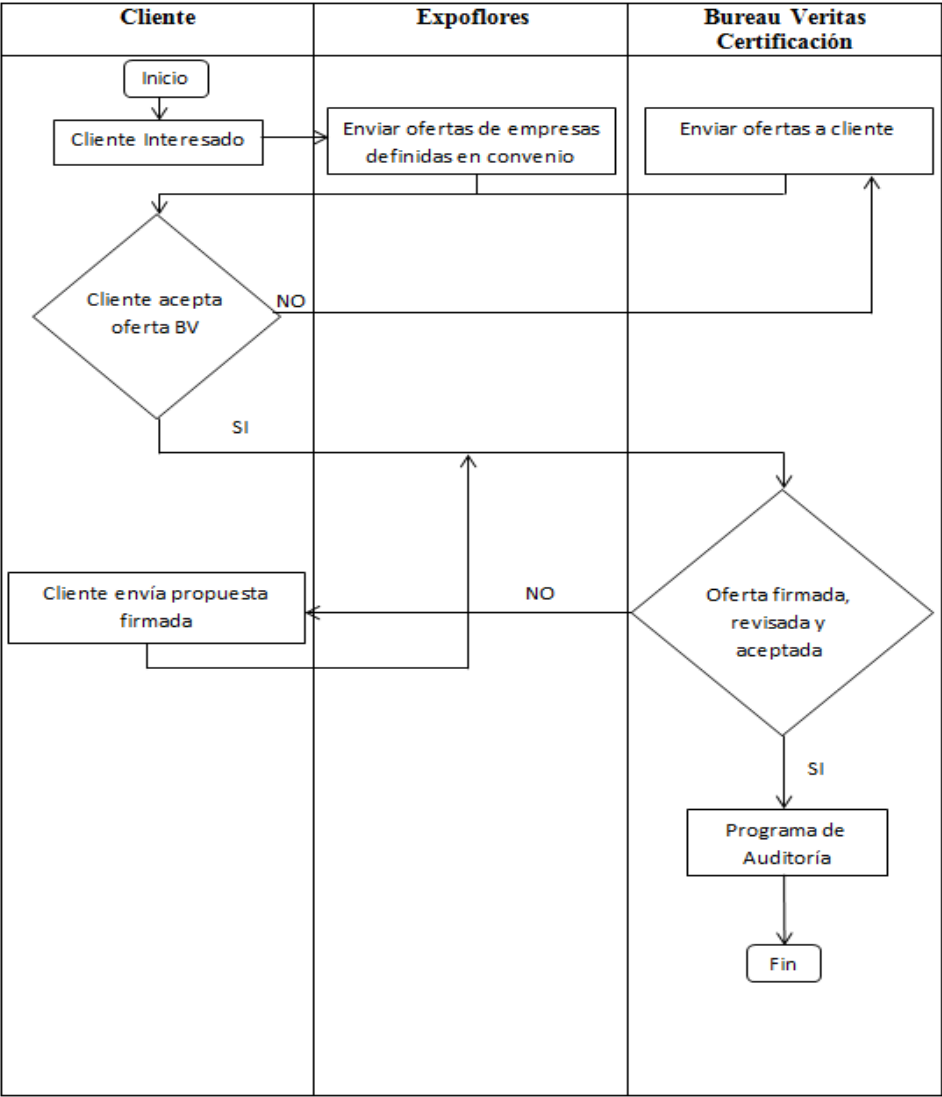
Se cambiaron algunos nombres de los módulos: Aguas y riegos ahora es Conservación del recurso agua y sistemas de riego; suelos y Fertilización ahora Conservación del recurso suelo y fertilización. Se agregaron 40 preguntas al módulo de uso Seguro de agroquímicos. Antes éste incluía 5 preguntas. Para efectos de certificación serán consideradas únicamente el cumplimiento de las preguntas obligatorias.

Todos estos avances han sido enfocados hacia el mejoramiento interno de nuestro Programa FlorEcuador y al aumento de beneficios que los socios tienen al participar en éste. Ahora los socios no solo tendrán una herramienta de control interno y mejoramiento continuo, sino que además tendrán la posibilidad de certificarse a través de una verificadora con reconocimiento internacional como lo son Bureau Veritas y SGS. (Agronegocios).

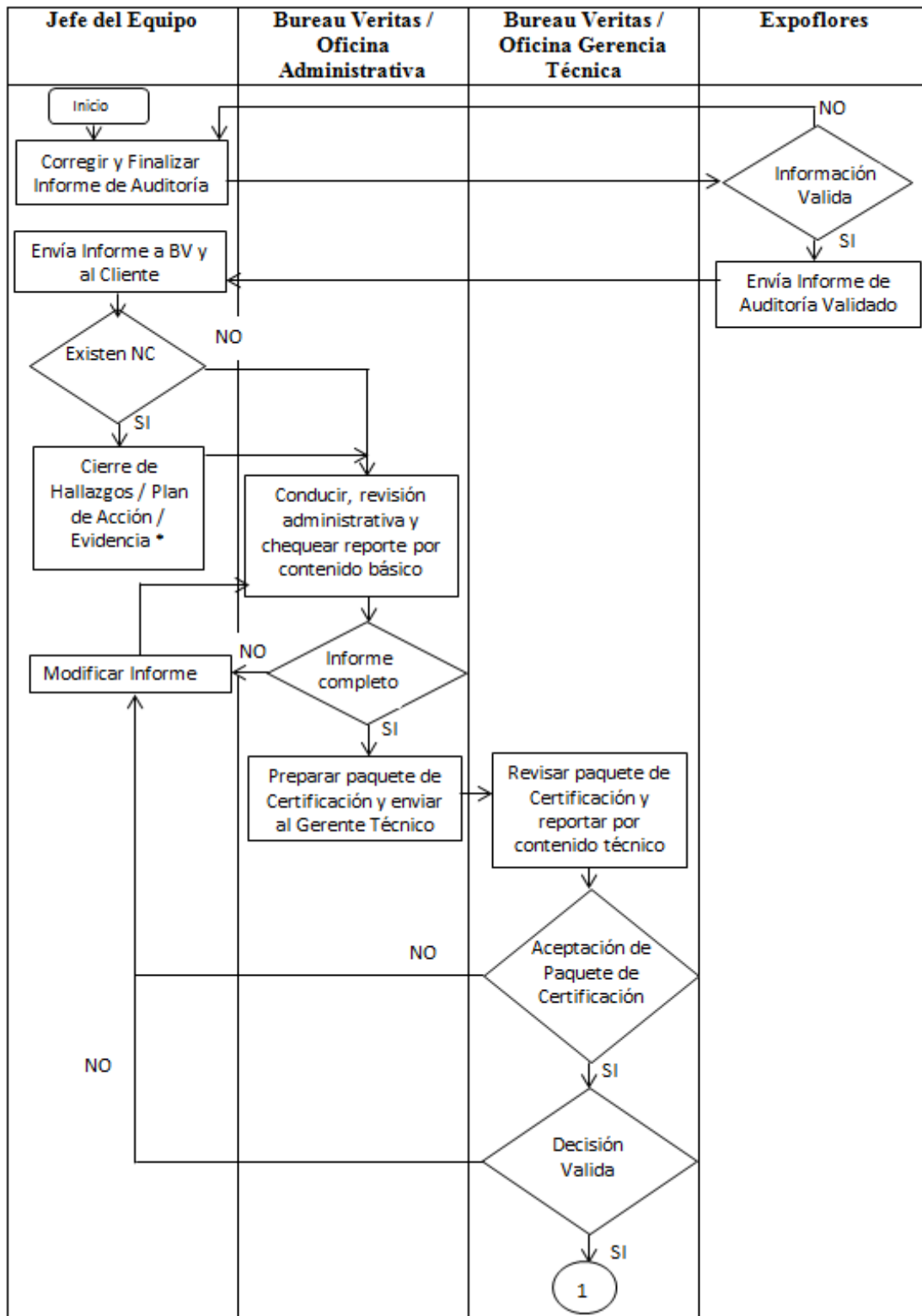
PROCESO DE VENTAS



PROCESO DE REALIZACIÓN DE AUDITORIA



PROCESO DE APROBACIÓN DE CERTIFICACIÓN



ECUADOR TIENE ÉXITO EN FERIA DE FLORES EN JAPON

Ecuador se destacó en la Feria Internacional de Flores “Expo Tokio – IFEX 2011 la cual se dio lugar en la ciudad de Chiba, a una hora de Tokio en la cual participaron más de 1.000 empresas provenientes de 27 países, vinculadas a la producción y exportación de flores. Entre las empresas ecuatorianas que se encontraban, entre las más importantes: Hilsea – Esmeralda Farms, Florecot, Pyganflor, Latinflor y Ecuafiori.

A este evento concurrieron más de 30.000 visitantes durante los tres días de exhibición, en el cual el stand del Ecuador se acentuó por sus varios productos entre éstos, flores de la variedad de gypsophila, hypericum, rosas, trachelium, dianthus, entre otras.

Cabe destacar también que concurrieron a la Feria Internacional de Flores 2011, altos ejecutivos de varias de las empresas ecuatorianas participantes, quienes tuvieron la oportunidad de realizar contactos personales y encuentros de negocios con representantes de firmas japonesas, así como otras de África, Europa y de diferentes países asiáticos, importadoras, comercializadoras y distribuidoras de flores.

Se debe mencionar que entre las principales entidades participantes constan el Centro de Promoción Florícola del Japón, Asociación Japonesa de Floricultores, Asociación de Importadores de Flores de Japón, Proexport Colombia, Asociación Colombiana de Exportadores de Flores, Asociación de Productores y Exportadores de Etiopía, Consejo de Promoción Comercial de China, Asociación de Exportadores de Flores de Taiwán, así como organizaciones similares de Tailandia, Corea del Sur, entre otros.

Pabellón del Ecuador IFEX 2011El stand del Ecuador fue muy visitado y recibió favorables comentarios por parte del público asistente debido a la belleza y calidad de sus productos, así como a su montaje y decoración. La organización y presentación del pabellón ecuatoriano contó con el auspicio y apoyo del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración, de la Embajada del Ecuador en Japón y de Pro Ecuador.

La oferta exportable ecuatoriana continúa en la búsqueda de nuevos nichos de mercado para colocar productos de calidad que logren cautivar a los consumidores extranjeros, es así que productos de alta gama se encuentran hoy en día en importantes cadenas internacionales de supermercados y en el canal HORECA.

Ecuador seduce al mundo con sus rosas rojas en San Valentín pese a la crisis

QUITO. - Aunque la crisis ha golpeado la economía de los mayores mercados consumidores de flores, las rosas que ofrece Ecuador aún seducen al mundo en la época del amor y la amistad, San Valentín, que este año tendrá más pétalos rojos que de costumbre.

Así lo señaló en una entrevista con Efe Ignacio Pérez, presidente ejecutivo de la Asociación de Productores y Exportadores de Flores de Ecuador (Expoflores), al asegurar que "la rosa roja es la rosa de San Valentín".

Ello -dijo- explica que los mercados hayan "requerido más rojos que de costumbre" en esta temporada, aunque la diversidad que ofrece Ecuador puede satisfacer cualquier tipo de exigencia.

La calidad de la flor ecuatoriana, cultivada en los Andes y con un sol perpendicular, es apreciada en los mercados internacionales, sostuvo Pérez, aunque no se mostró satisfecho de los resultados obtenidos en esta temporada de San Valentín.

"Los volúmenes que hemos sacado hasta la fecha nos dicen que habrá un pequeño incremento respecto al año anterior, de tres o cuatro por ciento, en el mejor de los casos", pero, "en cuanto a precios, lo que sabemos es que están en valores inferiores a los del año pasado".

Por ello, "siendo optimistas, diríamos que la fiesta de San Valentín de este año va a ser muy similar a lo que fue el año anterior, lo cual, desde nuestro punto de vista, es un poco frustrante, porque esperábamos mantener un crecimiento parecido a lo que tuvimos el año anterior, de un diez a once por ciento". (M.Serrano, 2014).

Niveles de exportaciones

En 2011 (aunque con datos aún preliminares de diciembre) la venta de flores ecuatorianas generó ingresos por 670 millones de dólares, en un volumen de 108.000 toneladas métricas, según las estadísticas de Expoflores.

Pese a los resultados poco satisfactorios, Pérez dijo que uno de los aspectos más importantes es que, al parecer, "se está gestando lo que se podría denominar un San Valentín ruso", que no se notaba antes.

Rusia es el mercado con más proyección para las flores ecuatorianas, con tasas de crecimiento anuales entre el trece y el catorce por ciento.

EE.UU., precisó, consume el 41 % de la oferta florícola de Ecuador, seguido de Rusia (y los países de la ex URSS) con el 23 % y Europa con el 21 %, mientras que el resto llega a mercados menores.

La flor ecuatoriana llega a 108 países, aclaró Pérez, y remarcó que Chile y Colombia son los mejores compradores en Latinoamérica.

Pese a que el Gobierno ha intentado diversificar mercados en América Latina, Asia y Oriente Medio, el presidente de Expoflores consideró que "realmente no

hay una capacidad" para ello, debido, entre otros factores, a la gran distancia y el alto costo de transporte hacia algunas de esas regiones.

"Nos caería muy bien que el Gobierno logre cumplir" con sus objetivos de concretar vuelos directos a Asia, sobre todo a Corea y Japón, que son mercados atractivos, apuntó.

Colombia, por ejemplo, que es un competidor directo en la exportación de flores para Ecuador, puede colocar su producto en "menos de 24 horas" en Japón, mientras que a los ecuatorianos les toma "entre tres y cuatro días por la falta de vuelos directos", explicó.

Tampoco se han concretado vuelos directos a Rusia y a los países de la ex URSS, añadió, tras insistir en que ese mercado "cada año se vuelve más importante".

➤ **Regalos por San Valentín y Día de la Mujer**

Al San Valentín ruso hay que incorporar también la demanda para una de sus fiestas más importantes: el 8 de marzo, el Día Internacional de la Mujer.

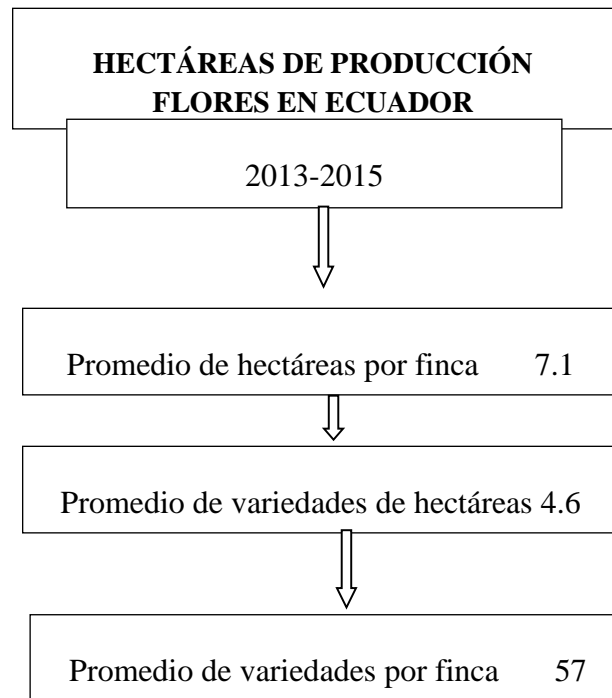
"Si se suma San Valentín y el Día de la Mujer (casi exclusivo del mercado ruso), representa más del 25 % de la exportación anual de flores", apuntó Pérez.

Europa, por contra, ha disminuido su demanda, en parte debido a la crisis, aunque Pérez notó algo curioso.

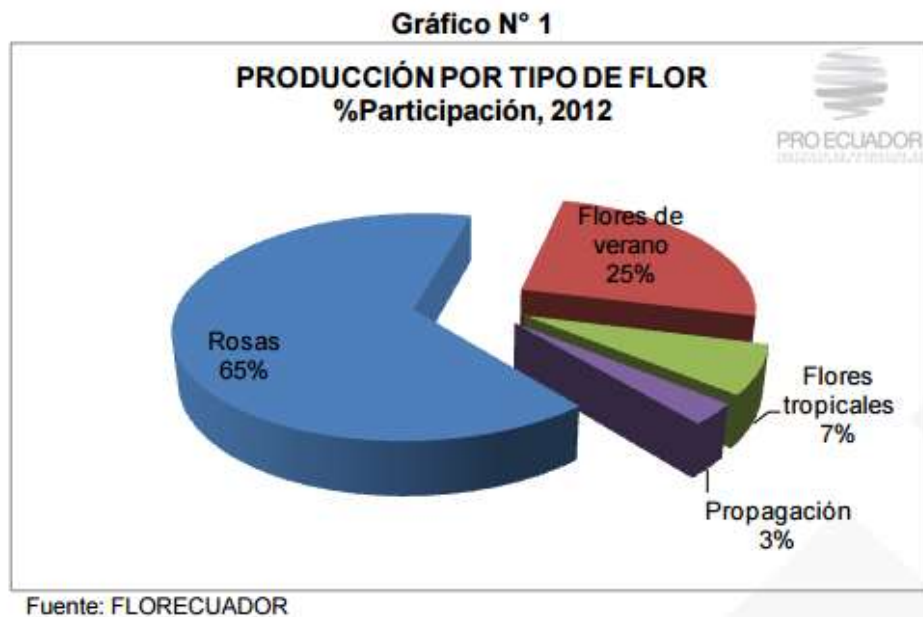
"El país que más ha bajado la compra de flores ecuatorianas es Alemania, pese a que es considerado uno de los países más sólidos", mientras que, curiosamente, "han crecido las compras desde España e Italia", naciones donde la crisis es más aguda." (PROECUADOR, 2015).

Producción nacional (en kilos o toneladas, superficie del área cultivada, rendimiento por hectárea cultivada)

Para el 2012 en el Ecuador había unas 571 haciendas productores de flores, las cuales totalizaban unas 4,000 hectáreas en 13 provincias: Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, cañar, Azuay, Esmeraldas, Santo Domingo de Los Tsáchilas, Guayas, Los Ríos y Santa Elena. (PROECUADOR, 2015).



FUENTE: PROECUADOR



FUENTE: PRO ECUADOR

ECUADOR PARTICIPA EN VARIAS FERIAS DEL MUNDO DEMOSTRANDO DE SU GRAN VARIEDAD DE FLORES

¡Por segundo año consecutivo! ¡Medalla de Oro Flowers Expo 2016 por la variedad Saga!

Finca Florícola Rosas del Corazón recibió la medalla de oro en la feria de flores Flowers Expo 2016 en la nominación Novedad del Año.

Pero aun así Ecuador participe y gane en varias de expo ferias de flores, sigue luchando con una gran complejidad de nuestro mayor competidor que Colombia

- Colombia es el principal competidor de Ecuador en el mercado internacional, ofrece un producto a un costo mucho más bajo.

Las rosas son las flores más vendidas desde el Ecuador, con un 75% de las exportaciones; seguida por las flores de verano que representan cerca del 18%; y, en la actual temporada de San Valentín las más vendidas son las rosas de color rojo, informa Alejandro Martínez, presidente ejecutivo de la Asociación de Productores y Exportadores de Flores (EXPOFLORES), entidad creada hace 32 años para representar al sector floricultor ecuatoriano.

Revela que actualmente el 45% de las exportaciones del Ecuador se destinan a Estados Unidos (EE.UU.), seguido por un 20% a la Unión Europea y un 15% a Rusia.

Algo que le preocupa sobremanera a Martínez es el tema precios, estos “se han visto afectados negativamente en este periodo debido a varios factores a los que nos hemos visto aquejados como la crisis de la economía rusa que afectó considerablemente los precios en dicho mercado; el segundo factor que ha afectado es la sobre oferta de flor a nivel mundial, lo que ha llevado al mercado a contraer precios en el producto final”.

En este contexto revela que, con la apreciación del dólar, Ecuador ha perdido competitividad frente a sus principales competidores. En el caso de Colombia, el Ecuador históricamente ha sido complementario, pero con la presión de los costos internos y la coyuntura internacional “actualmente somos competidores directos en los principales mercados de consumo”.

Mientras tanto, Martínez revela que vísperas de San Valentín, conmemoración global, las exportaciones durante esta temporada muestran un crecimiento en volumen, pero con una disminución considerable del precio del producto; pero piensa que aún es preliminar para evaluar la evolución de la presente temporada.

Exportaciones

En el tercer trimestre de 2015, las exportaciones de flores experimentaron una mejora con un crecimiento del 22%, al pasar de 143 millones exportados en el tercer trimestre de 2014 a 164 millones en el mismo periodo de 2015. Por su parte, el volumen exportado medio en toneladas métricas registró un crecimiento del 14%.

En la composición de los productos exportados por el sector predominan las rosas con el 74.5%, seguido de los demás que incluyen a flores de verano y otros con el 15.3%; gypsophila con el 8%; lirios y clavel con el 0.9%; y, 1.3%, respectivamente.

Según datos del Banco Central del Ecuador (BCE), en el tercer trimestre de 2015 los precios por kilo cayeron un 6.6% con respecto al mismo periodo del año anterior.

De julio a septiembre de 2015, las exportaciones al mercado de EE.UU. registran un crecimiento de 29% en valor con respecto al mismo periodo de 2014. Por su parte, el volumen exportado tuvo un crecimiento de 28% en relación a 2014.

Las exportaciones al mercado de Rusia, considerado el más afectado, cayeron 35% en valor en el tercer semestre de 2015, con respecto al mismo periodo de 2014. El volumen exportado registra una caída de 17 en este periodo; los precios de exportación por kilo disminuyeron en 22%.

Las exportaciones de flores al mercado europeo decrecieron 2.3% en valor en el tercer trimestre de 2015; el volumen exportado medido en toneladas registra un incremento de 7.2% con respecto al tercer trimestre de 2014.

Respecto a los precios por kilo a los principales mercados, registran decrecimientos en los precios de exportación los mercados ruso y europeo: USD -1.21 y USD -0.50 menos que en 2014; el mercado americano, en cambio, se mantuvo con USD 5.2. (PROECUADOR, 2015).

Características del sector Ecuatoriano

Las flores Ecuatorianas en el mercado extranjero son consideradas como las mejores del mundo por su aroma, textura, calidad y belleza inigualable. Hace aproximadamente dos décadas, Ecuador descubrió su potencial para cultivar y exportar flores; claveles, crisantemos, gypsófilas, rosas, fueron las primeras flores que se sembraban para exportación, y ahora posee una porción importante del mercado internacional. La biodiversidad geográfica del Ecuador¹ y el clima, favorecen el crecimiento de muchas especies de flores, incluidas astromelias, claveles, crisantemos, margaritas, limonios, gipsófilas, flores de verano, etc. Las especies tropicales como la heliconia se cultivan en

las áreas cálidas y húmedas del Ecuador. Las variedades de claveles que se cultivan incluyen las “Norla Barlo”, “Charmeur”, “Dark Organe Telster” y “Dallas” (PRO ECUADOR, 2013)

Actualmente se tiene conocimiento que es en la Sierra Ecuatoriana donde se produce y cosecha rosas de gran tamaño, por lo que la industria fue creciendo en las provincias de Pichincha, Imbabura, Cotopaxi, Cañar, Azuay, Carchi y Guayas. Gracias a la situación geográfica del país contamos con un clima perfecto para la producción de nuestras flores reconocidas mundialmente ya que son rosas con características únicas con tallos gruesos, largos, colores vivos y más duraderos.

Competencia de flores Ecuatorianas

Colombia es uno de los Países que son considerados como competencia para la flor Ecuatoriana debido que ofrecen Flores a precios más bajos.

Las Rosas son las flores más vendidas y exportadas desde el Ecuador, seguidas por las flores de verano.

Hace varios años Colombia tenía un porcentaje muy alto de exportaciones de aproximadamente un 159% lo que para el año 2015 se ha venido disminuyendo en gran cantidad quedando en un 58%, a diferencia de Ecuador que en este caso se han venido incrementando. Esto se debe a que Ecuador ha venido ganando mercado mientras que las exportaciones de Colombia van disminuyendo.

Evolución de envío de flores Ecuatorianas con años anteriores

El principal producto de exportación para KLM desde Ecuador son las flores frescas cortadas, para esta empresa representa un alto porcentaje de carga, sin embargo en el último año esto se ha contraído un poco en comparación a años anteriores.

Flores Orgánicas, Certificación para la producción sostenible, Comercio Justo.

Al igual que con la mayoría de productos agrícolas, la tendencia de lo “orgánico” ha llegado también a la producción de Flores. Las Flores orgánicas han ganado popularidad desde los 90s, y a pesar de que las ventas de estas han tenido un crecimiento importante, es solo una pequeña parte de la oferta la que se ha preocupado por desarrollar esta área orgánica. Una de las razones por las que esto sucede se debe a que los vendedores minoristas prefieren adaptar su industria para producir flores con certificación sostenible, los costos son menores por lo que se venden a un precio menor que las flores orgánicas (20% a 30% menos), en esto radica su acogida en el mercado. (PRO ECUADOR, 2013)

Inicialmente este tipo de flores orgánicas, con comercio justo o con certificación sostenible eran solamente adquiridas en invernaderos o mercados especializados, pero

ahora gracias al desarrollo de la conciencia ambiental, el conocimiento sobre la producción sostenible y el incremento de las prácticas de comercio justo que los minoristas, distribuidores, productores y clientes poseen, este tipo de flores ahora pueden ser adquiridas en supermercados y demás mercados de masas. (PRO ECUADOR, 2013)

Flores comestibles

Las flores comestibles inicialmente fueron utilizadas por famosos chefs, pero en la actualidad se ha convertido en un icono distintivo para los supermercados y tiendas especializadas que se destacan.

Son muy utilizadas hoy en día en el área gastronómica en platos, cocteles, postres, como un elemento vistoso y decorativo también pudiendo ser consumidas.

En el caso de Ecuador, las rosas orgánicas comestibles llevan siendo exportadas alrededor de 5 años, la florícola “Nevado Ecuador” es la empresa que está cultivando estas flores. Para ser comestibles requieren estar libres de cualquier químico, ya sea herbicida, pesticida o fertilizante, por lo que esta flor debe ser cultivada de forma orgánica. (PRO ECUADOR, 2013)

Tecnología e innovación

Existen varias investigaciones en el sector Floricultor realizadas lo cual ha venido remplazando tecnologías y mejorando procesos de exportación.

Actualmente, gracias a la biotecnología disponemos de productos tecnológicos y eficaces, que aseguran el buen rendimiento de los cultivos y la calidad de los frutos, incluso bajo condiciones de estrés abiótico. (PRO ECUADOR, 2013)

Oportunidades comerciales

El mercado internacional de las flores se caracteriza por un alto grado de concentración del producto y del origen. Los principales consumidores per cápita de flores son los países de la Unión Europea, cuya demanda mundial en el 2012 representó más del 58%, seguido además por América del Norte con 17%, Reino Unido con 12% y Japón con 6%. (PRO ECUADOR, 2013)

Ecuador tiene éxito en feria de flores en Japón.

Ecuador cuenta con una gran aceptación en el mercado Japonés en el ámbito floricultor debido a su gran variedad de flores entre estas Rosas, claveles cortados en miniaturas entre otros, y esto a su vez le permite abrir puertas para más exportadores ecuatorianos que estén dispuestos a, ofrecer un producto con las mismas características de buena calidad y con una belleza inigualable, para un cliente muy exigente como lo es Japón.

Ecuador se destacó en la Feria Internacional de Flores “Expo Tokio – IFEX 2011 la cual se dio lugar en la ciudad de Chiba, a una hora de Tokio en la cual participaron más de 1.000 empresas provenientes de 27 países, vinculadas a la producción y exportación de flores. Entre las empresas Ecuatorianas que se encontraban, entre las más importantes: Hilsea – Esmeralda Farms, Florecot, Pyganflor, Latinflor y Ecuafiori.

A este evento concurrieron más de 30.000 visitantes durante los tres días de exhibición, en el cual el stand del Ecuador se acentuó por sus varios productos entre éstos, flores de la variedad de gypsophila, hypericum, rosas, trachelium, dianthus, entre otras.

Cabe destacar también que concurrieron a la Feria Internacional de Flores 2011, altos ejecutivos de varias de las empresas ecuatorianas participantes, quienes tuvieron la oportunidad de realizar contactos personales y encuentros de negocios con representantes de firmas japonesas, así como otras de África, Europa y de diferentes países asiáticos, importadoras, comercializadoras y distribuidoras de flores.

Se debe mencionar que entre las principales entidades participantes constan el Centro de Promoción Florícola del Japón, Asociación Japonesa de Floricultores, Asociación de Importadores de Flores de Japón, Proexport Colombia, Asociación Colombiana de Exportadores de Flores, Asociación de Productores y Exportadores de Etiopía, Consejo de Promoción Comercial de China, Asociación de Exportadores de Flores de Taiwán, así como organizaciones similares de Tailandia, Corea del Sur, entre otros.

Pabellón del Ecuador IFEX 2011 El stand del Ecuador fue muy visitado y recibió favorables comentarios por parte del público asistente debido a la belleza y calidad de sus productos así como a su montaje y decoración. La organización y presentación del pabellón ecuatoriano contó con el auspicio y apoyo del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración, de la Embajada del Ecuador en Japón y de Pro Ecuador. (TODO COMERCIO EXTERIOR 2011).

PERFIL PRODUCTO MERCADO DE ROSAS EN JAPÓN

Población (2014): 127 millones

PIB per cápita (PPP, 2013 est.): USD\$ 37,000

Producción local de flores

La producción japonesa de rosas se caracteriza por agricultura de pequeña escala con enfoque en la calidad para ventas en el mercado local. Los productores locales cada vez más se orientan a las variedades de rosas con vida más corta en florero (perfumadas, formas más suaves).

La producción local se reduce debido a la competencia con productores en el exterior, por los altos costos de producción en Japón y la edad de los agricultores.

Se espera que esta reducción continúe a un nivel de 300-400 ha en los próximos 10 años. Las importaciones por lo tanto aumentarán. Los ejemplos de las variedades que se cultivan localmente son Avalanche, Teresa, y Tineke. Los productores japoneses solo producen rosas de buena calidad (PROECUADOR 2014)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Área (en hectáreas)	484	474	457	432	419	n.a.
Producción (en millones de tallos)	355	347	331	316	300	288

Segmentación del mercado

La economía japonesa es la tercera mayor del mundo por PIB nominal. Durante los últimos años, Japón ha experimentado un crecimiento lento pero consistente. La población está declinando. Casi el 20% de la población es mayor de 65 años.

Japón tiene una larga historia de arte floral. Los arreglos florales (Ikebana) son una parte tradicional de la religión japonesa y las ocasiones ceremoniales. El consumo de las flores en Japón se estima en aproximadamente US\$ 10-12 billones, esto es aproximadamente un décimo de la industria mundial (PROECUADOR 2014)

Consumo per cápita de flores

El consumo de flores per cápita es uno de los más altos del mundo (aproximadamente US\$ 100 en 2012), pero se reduce lentamente.

Las rosas NO son la flor más popular en Japón. Las rosas están detrás de los crisantemos y los claveles. Las rosas representan aproximadamente el 10% del consumo total de flores. INFORMACIÓN DEL MERCADO EL MERCADO Consumo per cápita de flores En el mercado japonés, las rosas ecuatorianas se consideran productos exclusivos (no del montón) y se usan principalmente en el segmento de ocasiones especiales (no para uso personal). Más y más consumidores empiezan a disfrutar las flores en su vida diaria, aunque últimamente ha caído en un estado de estancamiento gradualmente. (PROECUADOR 2014)

Formas de consumo de las flores

Los consumidores japoneses son muy sensibles a las tendencias. Las tendencias, inclusive las preferencias de colores, cambian cada 3 a 4 años. Un productor de rosas que se oriente al mercado japonés necesita estar informado de las tendencias y usar este conocimiento para adaptar constantemente la variedad a las preferencias que prevalecen.

Los puntos de vista y los estilos de vida de la gente se hace cada vez más diversificados y sus necesidades de flores también se hacen más personalizadas. Las variedades raras de flores y los diseños sensibles a las tendencias prueban ser oportunidades de ofertas populares para que los productores ecuatorianos se distingan de otros proveedores.

Las variedades estándar se hacen más populares a costa de las variedades spray. (PROECUADOR 2014)

Formas de consumo de las flores

Tradicionalmente, los consumidores japoneses prefieren colores suaves como blanco, rosa pálido, malva y colores pastel. Las preferencias de colores han estado cambiando gradualmente a colores más fuertes e intensos.

Existe una demanda creciente para variedades de rosas aromáticas con fragancias suaves y agradables. Este es un segmento que en su mayoría está cubierto por productores domésticos por la limitada vida en florero de estos productos. (PROECUADOR 2014)

Perfil del consumidor, hábitos de consumo y motivos de compra

Las rosas del Ecuador, pero también las de otros países, por lo general son percibidas como un artículo de lujo y por lo tanto, se usan principalmente para bodas y otros usos comerciales (fiestas en hoteles, ceremonias, exhibiciones, eventos, materiales para lecciones en el arreglo de flores).

El promedio de compras anuales de flores es mayor en la población de adultos. La demanda es alta especialmente en meses en que hay fiestas, incluyendo marzo (Semana equinoccio), mayo (Día de la madre), agosto (Festival bon o el festival budista de los muertos), septiembre (Semana equinoccio), y diciembre (Fin de año y el año nuevo).

El uso doméstico y personal crece ligeramente, pero se mantiene modesto, debido a que hay casas pequeñas. Es costumbre poner arreglos de flores pequeños en los corredores. Sin embargo, estas en su mayoría no son rosas ecuatorianas. (PROECUADOR 2014)

Exportaciones ecuatorianas de flores a Japón

Participación del 10% del mercado importador. Aproximadamente 70 compañías ecuatorianas exportaron rosas a Japón en el 2013:

Solo 1 compañía (comercial) con más de US\$ 100 mil el año pasado. Otras compañías solo con importaciones incidentales (< US\$ 100 mil). Desde el 2012 las exportaciones a Japón están creciendo a un ritmo constante. La reducción en el 2013 se debe a mayor competencia de las rosas de Kenia y de Colombia.

El crecimiento de Ecuador permanece detrás del incremento colombiano. Ecuador lucha con su imagen costosa, así como con problemas de logística y comunicación. (PROECUADOR 2014)

Tecnología e innovaciones del sector a nivel mundial

Tecnología e innovaciones del sector a nivel mundial En el sector floricultor existen muchas investigaciones en proceso y otras que han venido desarrollándose a través del tiempo, reemplazando tecnologías o mejorando procesos los últimos años. Por ejemplo, durante mucho tiempo se ha buscado tecnología de punta con productos nutricionales que a más de nutrir la planta, contrarresten también los efectos negativos causados por estrés abiótico¹⁶.

El estrés abiótico es causado por factores ambientales tales como temperaturas extremas, sequía y alta concentración de sal, siendo las dos últimas las que afectan a mayor escala al crecimiento de la planta. Y estas condiciones que provocan estrés abiótico son cada vez más frecuentes, debido al deterioro del medio ambiente, como el daño en la capa de ozono que se entiende cada vez más, los cambios climáticos, etc.

Diversos estudios, a nivel mundial han reportado que el estrés abiótico es responsable por el mayor impacto negativo en el rendimiento y calidad de las cosechas, inclusive sobrepasan los daños causados por enfermedades, siendo responsables por el 65% de pérdidas en el rendimiento.

Actualmente, gracias a la biotecnología disponemos de productos tecnológicos y eficaces, que aseguran el buen rendimiento de los cultivos y la calidad de los frutos, incluso bajo condiciones de estrés abiótico. HTP-Crop es un ejemplo de ese tipo de producto, formulado con diferentes componentes botánicos como extratos de algas *Ascophyllum nodosum*, mezclados con nutrientes quelatados y/o complejados orgánicamente, a través de proceso de fermentación múltiple patentado por CLI (una empresa de Utah, Estados Unidos, especializada en productos de alta tecnología para la agricultura)¹⁷.

Otro tema importante es el desarrollo de prácticas orientadas a la disminución del uso de químicos y manejo adecuado de cultivos. En Ecuador, ECOFAS (Ecuadorian Organic Flowers Growers Association) es parte del programa de la Asociatividad BIDFOMIN-Expoflores, y su objetivo principal es el desarrollo de estas prácticas; el programa está constituido por 20 fincas de rosas y flores de verano, en aproximadamente 600 hectáreas en varias provincias. Mediante un permanente aprendizaje y continua investigación tendientes a normar y mejorar procesos basados en la agroecología, eliminando el uso de fertilizantes y agroquímicos, los socios de ECOFAS elaboraron un plan de manejo orgánico que contempla el cumplimiento de las normativas orgánicas internacionales¹⁸.

Finalmente se debe rescatar los esfuerzos para mejorar las prácticas de agricultura ecológica. Antes de la Primera Guerra Mundial, la agricultura sin agroquímicos fue la forma dominante en el mundo. Luego, en el periodo entre las dos guerras, se construyó la forma científico técnica de agricultura bajo la modalidad mecanizada. Es después de la Segunda Guerra Mundial que sale a flote el modelo de revolución verde, que es la base para las agriculturas alternativas. Y es en los 70 cuando florece la mayor cantidad de propuestas alternativas.

Las agriculturas alternativas surgen ante la necesidad de consumir alimentos no contaminados con agroquímicos y ante la acelerada destrucción de la naturaleza por la agricultura comercial, obligando a buscar sistemas agrarios armoniosos. La agricultura orgánica es un sistema alternativo al convencional o moderno, exige optar por otro sistema de producción desde el punto de vista del productor y por un producto diferente a nivel del consumidor¹⁹. A la producción orgánica suele asimilarse aquella proveniente de sectores, generalmente pobres, a los que no les alcanza a llegar la tecnología y donde subsisten formas agrícolas nativas, populares, tradicionales, calificadas como naturales²⁰.

Finalmente, la utilización de invernaderos, y sistemas de riego de última tecnología han ubicado a Ecuador entre los principales países innovadores en el ámbito de producción florícola. Continuamente los productores reciben asesorías, y capacitaciones para mejorar la producción y la calidad lo cual coadyuva a generar practicas innovadoras. Por ejemplo, se están desarrollando variedades de rosas, se están produciendo flores orgánicas comestibles, y se ha creado un sello ecuatoriano medioambiental que se llama florecuador para manejo de cultivos y calidad. (PROECUADOR 2013)

Bibliografía

ECUADOR EN VICO. (s.f.). Obtenido de *ECUADOR EN VICO*:
WWW.ecuadorenvico.com/economia/23-economia/21527-la-innovacion-es-clave-en-cambio-de-la matriz-productiva-diario-el-telegrafo-de-guayaquil.htmVPJ01cvv7qA

investiga.ide. (23 de abril de 2014). Obtenido de <http://investiga.ide.edu.ec/index.php/revista-perspectiva/>

M.Serrano. (05 de 12 de 2014). *EL UNIVERSO*. Recuperado el 17 de 01 de 17, de EL UNIVERSO: WWW.eluniverso.com

OMC, A. X. (s.f.).

Rathergen, B. (s.f.). *INEN*. Recuperado el 17 de 01 de 2015, de INEN: <http://www.normalizacion.gob.ec/sumesa-obtiene-sellos-de-calidad-inen-para-productos-alimenticios/>.

S.Recalde. (s.f.). *EL TELEGRAFO*. Recuperado el 16 de 01 de 2015, de EL TELEGRAFO: WWW.telegrafo.com.ec/economia/item/500-grandes-empresas-experimentan-retorno-del-capital-en-18html.

<http://www.ecuador.com/espanol/blog/las-flores-abundan-en-el-ecuador> 2

<http://www.cccuenca.com.ec/descargas/indicadores/INDICADORESFLORES.pdf> 33 Los alcaldes y las flores, La Flor, NOVIEMBRE - DICIEMBRE - 2014 - N° 6.

Agronegocios. (s.f.). Obtenido de <http://agronegociosecuador.ning.com/page/florecuadorr-promueve-el>

BUREAUVERITASECUADOR. (s.f.). Obtenido de <http://www.bureauveritas.com.ar/home/worldwide-locations/ecuador/certificacion/florecuador>

ECUADOR EN VICO. (s.f.). Obtenido de *ECUADOR EN VICO*: WWW.ecuadorenvico.com/economia/23-economia/21527-la-innovacion-es-clave-en-cambio-de-la-matriz-productiva-diario-el-telegrafo-de-guayaquil.htmVPJ01cvv7qA

investiga.ide. (23 de abril de 2014). Obtenido de <http://investiga.ide.edu.ec/index.php/revista-perspectiva/>

M.Serrano. (05 de 12 de 2014). *EL UNIVERSO*. Recuperado el 17 de 01 de 17, de EL UNIVERSO: WWW.eluniverso.com

Nichiboku LTD. (2007). *Nichiboku LTD*. Recuperado el FEBRERO de 2017, de http://www.nichiboku.com/mercado_japones/sistema-distribucion.html

OMC, A. X. (s.f.).

PRACTICALECOMMERCE. (23 de FEBRERO de 2016). *PRACTICALECOMMERCE*. Recuperado el 18 de FEBRERO de 2017, de <http://www.practicalecommerce.com/articles/97054-Ecommerce-in-Japan-Marketplaces-Dominate>

PRO ECUADOR. (s.f.). *PRO ECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/11/Parte-I-Informaci%C3%B3n-de-mercado-Rosas-en-Jap%C3%B3n.pdf>

PROECUADOR. (2014). *PROECUADOR*. Recuperado el 2017, de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/perfil-de-rosas-en-japon-2014/>

PROECUADOR. (2015). *PROECUADOR*. Recuperado el 2017, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/02/PROECU_PPM2011_FLORES_ALEMANIA.pdf

Rathergen, B. (s.f.). *INEN*. Recuperado el 17 de 01 de 2015, de INEN: <http://www.normalizacion.gob.ec/sumesa-obtiene-sellos-de-calidad-inen-para-productos-alimenticios/>.

S.Recalde. (s.f.). *EL TELEGRAFO*. Recuperado el 16 de 01 de 2015, de EL TELEGRAFO: WWW.telegrafo.com.ec/economia/item/500-grandes-empresas-experimentan-retorno-del-capital-en-18html.