

Universidad Autónoma del Estado de México

Centro Universitario Nezahualcóyotl
Licenciatura en Comercio Internacional

**Rosas de corte del Estado de México,
exportación a Canadá.**

TESIS:

**Para obtener título de
Licenciado en Comercio Internacional**

Presentan:

Aragón Vilchez Sandra

Pantaleón García Esther

ÍNDICE

Introducción

Objetivo General

Objetivos específicos

Problemática

Metodología

Alcance de la investigación

Justificación

Hipótesis

Marco teórico

1. Panorama de las Rosas de Corte en México de los periodos 2011-2016

1.1. Conceptos

1.2. Características de la producción de flores de corte, especialmente rosas.

1.3. Principales Estados productores

1.3.1. Estado de México

1.3.2. Puebla

1.3.3. Morelos

1.4. Empresas exportadoras e importadoras

1.5. Precios actuales en el mercado durante los meses de Febrero, Marzo y Abril.

2. Panorama internacional del mercado de rosas de corte en el periodo de 2011 - 2016

2.1 Principales países competidores del mercado de las rosas de corte

2.1.1. Holanda

2.1.2. Colombia

2.1.3. Ecuador

2.2 Principales países demandantes de rosas

2.3 Precios internacionales

3. Comportamiento del mercado de Rosas de corte en Canadá

- 3.1 Demanda en Canadá
- 3.2. Flujos de exportaciones de México a Canadá
- 3.3. Beneficios del TLC México – Canadá
- 3.4 Principales países competidores

4. Leyes, Requisitos, Logística, Regulaciones y Restricciones Arancelarias para la exportación de Rosas de corte a Canadá.

- 4.1 Estructura Arancelaria
- 4.2 Pago de Impuestos
- 4.3 Regulaciones y restricciones de Canadá
- 4.4 Modo de Transporte
- 4.5 Ruta de Exportación
- 4.6 Incoterm.

Evaluación Financiera.

Modelo de negocio.

Conclusiones.

Recomendaciones.

Anexos.

Referencias.

Introducción

La floricultura actualmente es considerada como un factor de gran importancia dentro de la economía integral. Sin embargo las flores de corte ha sido un mercado muy competitivo internacionalmente. Su práctica se deriva en diferentes Estados de la República Mexicana, la cual la región del Estado de México, cuyo potencial florícola radica en las características de sus recursos naturales.

De acuerdo a las estadísticas del SIAP (Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera), en México se producen anualmente siete millones de gruesas de rosas donde cada gruesa equivale a 12 docenas o 144 unidades, cuenta con una superficie de 1,5 mil hectáreas con un valor estimado de 468 millones de pesos (SAGARPA, 2015). México tiene oportunidades para desarrollar el ámbito florícola de primer nivel y con calidad de exportación, gracias a la variedad de microclimas que posee, la cual le permite producir especies determinadas de bajo costo, lamentablemente en la realidad no se ha impulsado adecuadamente la potencialidad de este mercado y no se aprovechan los mercados demandantes que existen.

En el Estado de México la floricultura se concentra en los municipios de: Tenancingo, Coatepec Harinas, Ixtapan de la Sal, Tonalico, Zumpahuacán y Villa Guerrero, cuya producción se distribuye en una área aproximada de 5.547 hectáreas (Gomora-Jiménez, 2006).

El presente estudio tiene el objetivo de analizar los factores que representan dentro de la producción y comercialización de rosas de corte, de la misma manera abrir un mercado emergente de exportación de flores de corte, especialmente las rosas producidas en el Estado de México. Así mismo buscar las alternativas de apoyo y fomento para mejorar la agroindustria del Estado. Tomando en cuenta que el principal mercado competidor en floricultura internacional es Holanda, en segundo lugar Colombia.

Esta investigación se estructura en cuatro secciones: la primera abarca información acerca de la perspectiva de las rosas de corte en México, donde explicaremos las características de las rosas, los principales productores, las empresas importadoras y exportadoras como los precios actuales del mercado, así mismo la demanda nacional

de este mercado; la segunda abarca el panorama internacional del mercado de las rosas y flores de corte, la cual mencionara los principales países productores, exportadores e importadores, y el comportamiento del mercado internacional de las rosas y flores de corte; la tercera sección analiza el comportamiento del mercado de las rosas en Canadá ya que es el mercado meta de este estudio, comentando a su vez los beneficios del tratado que México tiene con Canadá; la cuarta y última sección analizará la logística y los canales de distribución para llevar a cabo las exportaciones con mayor calidad; como último punto se investigaran las leyes, requisitos y regulaciones para llevar a cabo la exportación de rosas a Canadá.

Objetivo General

Evaluar las oportunidades del mercado canadiense para exportar rosas de corte.

Objetivos específicos

- Analizar el panorama de las rosas de corte en México en el periodo 2011 – 2016
- Analizar el panorama internacional de las rosas de corte de los últimos 5 años
- Interpretar el comportamiento del mercado de las rosas de corte en Canadá
- Analizar la logística y canales de distribución, requisitos, regulaciones y restricciones no arancelarias para la exportación de rosas de corte de origen mexicano a Canadá.

Problemática

Uno de los principales problemas que se han observado en la actividad comercial de México, es la ausencia de búsqueda en las oportunidades de mercado y el desaprovechamiento de las relaciones comerciales que se cuentan, es decir, que se comercializa el 100% a Estados Unidos, la cual analizando a otros países como es el caso de Canadá, es un mercado de gran oportunidad para la exportación de rosas de corte. Sin embargo, debido a las respectivas decisiones del presidente estadounidense Donald Trump, con forme a la investigación que se ha hecho, en su gobierno el ha propuesto modificar el Tratado de Libre Comercio entre Canadá, México y Estados Unidos de América (TLCAN), lo que posiblemente sufriría una creación de barreras

arancelarias para la comercialización de los productos mexicanos. En este caso, las rosas de corte.

Al igual por otra parte los agricultores mexicanos de flores de corte particularmente del Estado de México, desconocen los fomentos y apoyos que se ofrecen por parte de las instituciones del gobierno mexicano, para hacer crecer el mercado de la Floricultura. Un dato muy importante que es mencionado en el Proyecto Ejecutivo Agroindustrial (2010), “La producción de flor de exportación representa actualmente el 10% de las 8,416 hectáreas totales de flores y plantas que se cultivan en el país y ha generado una captación promedio de 20.3 millones de dólares anuales”.

Pese a este proyecto, la respuesta de la floricultura no fue la esperada debido a las causas posibles siguientes:

- Parcial intercambio tecnológico entre productores, es decir, la posible desconfianza entre los productores para producir en volumen.
- Baja respuesta a la organización para integrar un transporte en bloque a la exportación es debido a que podría disminuir costos de empaque, embalaje, maniobras y transporte.
- Escasa seriedad y fiabilidad ante el importador, en otras palabras el esfuerzo comercial del importador no es el adecuado o conveniente.
- Deficiente transporte aéreo comercial para la floricultura, en la cuestión que no se tiene la experiencia en el tipo de embarques.

Dado a estos problemas que enfrenta la agroindustria mexicana, especialmente en el sector floricultor nos lleva a entender que la organización de los productores no es la adecuada, por lo cual no se ve como un producto de oferta agregada, sino como producción parcelar, de lo cual este estudio apoyara a crear un modelo de negocios con la pretensión de desarrollar a los floricultores de los Municipios productores de las rosas en el Estado de México.

Operacionalización de variables

Variables	Indicadores	Variables Finales	Tipo
Rosas de Corte mexicanas, en el Estado de México.	Producción.	Siete millones de gruesa de rosas (cada gruesa equivale a 12 docenas o 144 Unidades).	Numérica Continúa.
	Costo de Producción.	Costo= \$3.50 \$3.50 Alrededor de 130 mil dólares.	Numérica Continúa.
	Valor de la Producción.	\$300,000.00 / Hectáreas sembrada.	
	Precio.	\$150 la docena \$12.66 por cada rosa.	Numérica Continúa.
Comercio Internacional o Mercado Mundial de las Rosas de Corte en el Estado de México.	Países Exportadores.	Colombia y Ecuador, las cuales exportan 200,000 toneladas de flores.	Categórica Nominal.
	Países Importadores.	Europa \$9,679 USD. Estados Unidos \$3,116 USD. Japón \$17,000 USD.	Numérica Continúa.
	Demanda	6 Mil mdp.	Numérica Continúa.
	Incoterms	EXW, FOB, CIF, CPT, etc.	Categórica Nominal.
	Tratados y Acuerdos.	Tratado de Libre Comercio de América del Norte (NAFTA).	Categórica Nominal.
	Alianzas.	* Asociación Colombiana de Exportadores de Flores. * Comisión de Flores y Follaje de la Asociación de	Categórica Nominal.

		Exportadores de Guatemala (Agexport). * Export Development Canadá (EDC) * Programa de Trabajadores Agrícolas Temporales.	
	Regulaciones y Restricciones No Arancelarias.	A la importación: A partir del 3 de septiembre de 2012: Certificado Fitosanitario de SENASICA, previa inspección con el objeto de revisar y certificar que el producto se encuentre libre de plagas y enfermedades (El Certificado se otorga en términos del Punto Décimo del Acuerdo).	Categórica Nominal.
	Permisos.	* Certificados Fitosanitarios. * Parte Principal de La Etiqueta. * Fumigación. * Frío. * Agua Fría. * Irradiación. * Certificado de Origen.	Categórica Nominal.
	Tipo de Consumidores	Hombres / Mujeres.	Categórica Nominal.
	Número de Consumidores	2,000 consumidores al día.	Numérica Discreta.

	Competencia	Holanda con 800has. Colombia con 850 has. Ecuador con mil 650 (hace seis años tenía 250).	Numérica Continúa.
	Desarrollo Industrial	Alto. Medio. Bajo.	Categorica Nominal.

Fuente: Elaboración Propia.

Metodología

La Metodología usada para la presente investigación es la Inductiva-cualitativa, ya que es un razonamiento que analiza una porción de un todo, parte de lo particular a lo general, va de lo individual a lo universal. Al igual se investigó la posibilidad del éxito del cultivo de la rosa de corte como una oportunidad para el negocio internacional.

Se utilizará el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares, aceptados como válidos para llegar a conclusiones cuya aplicación es de carácter general. El método se iniciara con la observación individual de los hechos, se analizará la conducta y las características del fenómeno, haciendo comparaciones para llegar a conclusiones universales con la finalidad de postularlas como fundamentos.

Sin embargo, la investigación corresponde al ordenamiento de los micro-productores de flores en el Estado de México para estimular la exportación de rosas de corte con destino al mercado canadiense.

Por su naturaleza es una investigación inductiva-cualitativa- transversal en razón de que analiza de una manera holística a que lo que nos referimos es que es del todo o que considera algo como un todo, hay varios factores relacionado con la producción, la promoción y la distribución nacional de rosa de corte, en particular a las micro-productores del Estado de México, México, en valor de la importación, precios unitarios, y red de distribución de la rosa de corte importada por Canadá, sea esta procedente de

México como por los dos importantes competidores que también exportan el producto al mercado canadiense.

La característica, del cual es el análisis cuantitativo es de las principales variables de exportación, lo que comporta a la transversalidad de la investigación, formando entre los tres conceptos, inductiva-cualitativa-transversal, un estudio que describe cómo fortalecer la exportación de la rosa de corte teniendo como mercado objetivo el Canadá.

La riqueza de un estudio del todo o que se considere algo como un todo, es que reúne los factores más importantes que representan y dan comprensión sobre el fenómeno u objeto de estudio dando oportunidad de que estudios e investigaciones posteriores se superpongan sobre los primeros hallazgos.

Justificación

La siguiente investigación tiene la finalidad de dar a conocer el crecimiento de la producción de rosas y reflejar datos estadísticos económicos, tanto nacional como internacional. En este caso se analizará el Estado de México que hoy en día ha ganado un lugar importante dentro del sector de la floricultura en especial en las rosas de corte.

En la actualidad la producción de las rosas se practica con técnicas más modernas, seleccionando las mejores rosas, haciendo que tenga una buena apariencia para exportarla al mercado de Canadá. De otra manera Canadá tiene una población altamente consumidora de flores de corte, entre estas las rosas, a pesar de que su producción local no logra satisfacer la demanda, se ven obligados a importar flores del exterior. Por otra parte Canadá es una gran oportunidad para México, tomando como el principal productor de rosas a nivel nacional el Estado de México, a su vez tomando en cuenta que su principal competidor actualmente en el año 2016 es Colombia.

Las rosas mexicanas son vendidas hacia distintos países siendo uno de los principales, Estados Unidos con un 100 por ciento, Canadá (Objeto de estudio) con un 41.8 por ciento y Japón con un 9.4 por ciento.

SAGARPA junto con BANCOMEXT se encargan de proporcionar apoyos y dar calidad a las rosas mexicanas, tomando medidas para proteger temas laborales, ambientales y de seguridad, también desarrolla actividades para incrementar y mantener sus mercados.

Entre las exportaciones está el rubro de flores de corte, que es un mercado fundamental para analizar en cuestión de comercio internacional, donde el sector floricultor genera más de 40 mil empleos directos de igual forma la segunda fuerza productiva exportadora del Estado de México.

Hipótesis

La industria florícola del país se ha convertido en una de los más importantes rubros de las exportaciones no tradicionales, lo cual ha contribuido a la economía del país, activando ciertos polos de desarrollo local. Es un sector apreciado esencialmente rural, dependiente de mano de obra en los periodos de producción, vigilancia y el modo de que se tiene que cultivar, asimismo de sospechoso en respectos a los tiempos de distribución y cuidado minucioso en el manejo de producto hasta su venta.

Por lo tanto la similitud de un modelo vinculado de negocios, añadiendo las fuerzas, el desempeño organizado conjunto con el conocimiento de los micro-productors, producirá un crecimiento a la exportación de las rosas de corte mexicano a la ciudad de Alberta, Canadá.

Marco teórico

NUEVA TEORÍA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

La *revolución industrial* en Inglaterra señaló el comienzo de una nueva era económica, y contribuyó al nacimiento de la Escuela Económica Clásica, llamada así por haber sido considerada como la fundadora de la Ciencia Económica.

Adam Smith, (1776) contribuyó con la teoría de la división internacional del trabajo al demostrar las ventajas de la especialización y las conveniencias del intercambio entre países, el libre cambio amplía la demanda para los productos a la vez que la magnitud del mercado amplía los límites de la producción.

David Ricardo, (1817) con su teoría de los costos comparativos abrió amplias oportunidades para el estudio del comercio internacional, este apoyaba la existencia de tres principios diferentes que regían a) el hombre como ser económico, tiene el impulso natural del lucro; b) que el universo esta ordenado de tal manera que los empeños

individuales de los hombres se conjugan para componer el bien social; c) que, conforme a. y b., el mejor programa consiste en dejar que el proceso económico siga su propio curso (*laissez faire*).

Aportó la demanda recíproca como la principal fuerza determinante de la relación de cambio, extrajo la ley de los valores internacionales que necesariamente produce el equilibrio en el intercambio internacional. David Ricardo observó que aun cuando un país tuviera ventaja absoluta en la elaboración de dos productos, podría ser relativamente más eficiente que el otro en un producto determinado, a lo que denominó “principio de la ventaja comparativa”.

Estos se encuentran predominantemente en países altamente industrializados. Estas innovaciones atraviesan por tres etapas de maduración: Creación del nuevo producto: el ciclo inicia con una innovación la cual generalmente se lleva a cabo en cada país desarrollados quienes tienen el suficiente ingreso por capital y capacidad para crear nuevos productos.

La presencia de economías de escala en la producción incentiva a los países a que se especialicen en la producción de un número menor de bienes, pero a mayor escala; así, venderán el excedente de producción y comprarán los bienes que no producen (que provienen del excedente de producción de los demás países).

Entonces, de acuerdo con la NTC, la presencia de economías de escala también puede generar comercio internacional y ganancias derivadas de este, incluso si no existen ventajas comparativas.

La NTC surge al combinar el análisis tradicional del comercio con los desarrollos teóricos de la organización industrial de los años setenta. Antes de los años ochenta, muchos economistas sabían que el comercio podía explicarse por los retornos crecientes, incluso en ausencia de ventajas comparativas.

Después de haber analizado la teoría del comercio, observamos que de acuerdo a la nueva teoría del comercio los países pueden exportar ciertos productos, como las rosas de corte, ya que cuentan con una firma que entró por primera vez en una industria que sólo pueden sostener unas cuantas empresas, y así lograr un mayor ingreso económico,

dando a conocer los beneficios y ventajas que tiene Canadá al comprar nuestras rosas de corte, ya que se les ofrecerá la mejor calidad y al mismo tiempo que esta sea retribuida.

TEORÍA DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

La economía dual de Arthur Lewis en su trabajo “Desarrollo económico con oferta ilimitada de mano de obra” plantea la coexistencia de dos sectores: el sector moderno capitalista vinculado a la industria, y el sector pre capitalista tradicional asociado a la agricultura. La sociedad tradicional es considerada como una sociedad heterogénea donde los dos sectores funcionan con reglas y hacia objetivos diferentes. En esta perspectiva, el objeto de estudio es el proceso de transformación estructural que hace evolucionar la economía en su conjunto hacia el sector moderno. El desarrollo se convierte en el proceso de eliminación de la economía dual por la expansión de la economía capitalista (Lewis, 1960).

Lewis (1960) sostiene que en la sociedad tradicional la productividad de la agricultura es muy baja pues la cantidad de tierra es ilimitada en relación al número de trabajadores, por lo cual la producción por hectárea está al máximo de acuerdo con los métodos de cultivo tradicional. Una modificación en el número de trabajadores sobre la tierra no cambia el nivel de producción agrícola, dadas las condiciones de extensión de la tierra, razón por la cual los ingresos son muy bajos.

El desarrollo sostenible ha ganado atención entre los académicos, los gobiernos y los organismos internacionales. Sus varios significados, sin embargo, están vinculados a contenidos que no son necesariamente descripciones objetivas de la realidad, sino intentos ambiguos por definir esa realidad bajo perspectivas diferentes y en muchos casos incompatibles. El concepto aparece a veces como la inclusión de la dimensión ambiental dentro del marco de los problemas globales, perspectiva ecológica en la que el mundo es concebido como un sistema global cuyas partes están interrelacionadas (Pearce, 1993)

El desarrollo sostenible ha generado aparentemente una visión innovadora a la humanidad en este nuevo siglo; toda vez que es un concepto que propone la protección de la naturaleza, además de la equidad social presente y futura. El desarrollo sustentable

no pone a debate ni discute sobre sistemas políticos ni económicos sino que, a partir del medio ambiente, postula un cambio social pacífico y gradual, que de manera organizada y planificada modifique nuestra relación con la naturaleza, con nosotros mismos y con la sociedad (Ramírez, Sánchez & García, 2003).

La importancia 7 del concepto se manifiesta en cuatro aspectos:

- i) Se fortaleció el eje ambiental dentro del manejo de la política económica, cuando antes no se reconocían sus interconexiones;
- ii) Se acentuó un compromiso con la equidad, aunque con más énfasis en la intergeneracional;
- iii) Se produjo un cambio cualitativo reconociendo componentes no financieros en la noción de bienestar, al hablar más ahora de “desarrollo” que de “crecimiento”;
- iv) Contribuyó a crear y consolidar una mejor estructura institucional en el tema ambiental expresado en organizaciones, convenios y normatividad.

La teoría descrita anteriormente menciona que el desarrollo sostenible puede ser entendido de manera global como el mantenimiento o el mejoramiento de las “condiciones de calidad” del sistema de interrelaciones sociedad-naturaleza, por lo tanto habría un beneficio en la sociedad por la producción y exportación de las flores de corte, así mismo lograr un equilibrio con la naturaleza por medio del cuidado de la misma, tratando de no utilizar químicos que la dañen, como por ejemplo los plaguicidas que son los que ayudan a las rosas a que no tengan ninguna infección hay otra opción como son los plaguicidas orgánicos que los adquirimos con la naturaleza, por lo tanto hay un equilibrio con la sociedad (que haya mayor economía) y con la naturaleza (tener un mejor ambiente sin dañar tanto a la madre naturaleza),sin embargo al mandar las rosas con plaguicida, estas serán retornadas por Canadá, también se debe asegurar que SAGARPA (es la institución gubernamental aquí en México) no vea ningún inconveniente o que vaya en contra de las leyes para llevar a cabo la exportación de rosas de corte.

Cada vez hay menos tiempo para detener el proceso de insostenibilidad (sin que genere daños enormes e irreversibles) y de desintegración social. El Foro Económico Mundial

realiza informes anuales sobre los riesgos mundiales, reflejando un crecimiento rápido. En el 2013 muestra que crece la disparidad severa de rentas la cual es uno de los factores de mayor impacto económico negativo y más probable. También, se considera que el cambio climático es el problema ambiental más probable, se agrava rápidamente por lo tanto es el que más impacto económico tiene (WEF, 2013).

1. Panorama de las Rosas de Corte en México de los periodos 2011-2016

De acuerdo con estadísticas de la Secretaria de Agricultura, Ganadería Desarrollo Rural, Pesca y Alimentos (SAGARPA) anualmente los floricultores mexicanos producen alrededor de siete millones de gruesas de rosas, que son comercializadas durante todo el año, principalmente en fechas especiales como el 14 de febrero.

La rosa es la flor que más se consume en el país, seguida de la gerbera, anturio, liliium, tulipán, crisantemo, gladiola, clavel y los follajes de corte.

Del total de la producción nacional, el 12% se exporta a diferentes destinos, los principales mercados son Estados Unidos y Canadá, siendo las que más se comercializan la gladiola, rosas, liliium, alstroemeria, clavel, esquejes sin raíz, de plantas en maceta y follaje leather. Además de esta fecha, otras festividades importantes para los productores y comercializadores nacionales de flores son el 10 de mayo, 1 y 2 de noviembre, y 12 y 25 de diciembre (SAGARPA, 2017).

En el país se tiene una producción de rosas constante a lo largo del año, con énfasis en los meses de febrero y diciembre, cuando se cultiva el 37.5% del total de rosas a nivel nacional. Esta flor cuenta con más de 200 especies que derivan en alrededor de 30 mil variedades y a nivel nacional se producen con fines comerciales en nueve entidades del país, Ciudad de México, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Estado de México, Morelos, Puebla, Querétaro y Tlaxcala.

Estas tres entidades producen el 99.5% de la producción nacional, que equivale a 7.94 millones de gruesas y sumaron un crecimiento entre 2015 y 2016 de 5.5%, lo que permitió una mayor oferta. El cultivo de rosas en el país se realiza en una superficie de mil 504 hectáreas, principalmente de invernadero, y en los últimos tres años registró una

producción promedio de 7.3 millones de gruesas. De enero a noviembre de 2016, la exportación de rosas alcanzó un valor de 7.4 millones de dólares –superior a las exportaciones totales de 2015-, un incremento de 9.7% a la registrada en el mismo periodo del año previo, cuando se comercializaron 6.7 millones de dólares. Entre 2006 y 2015 las exportaciones de esta flor registraron un repunte de 82%, al pasar de cuatro millones de dólares a 7.3 millones de dólares. Cabe señalar que México cuenta con un saldo comercial superavitario en este producto de 7.2 millones de dólares, toda vez que las compras de este tipo de bienes no superan los 100 mil dólares (Morelos Habla, 2017).

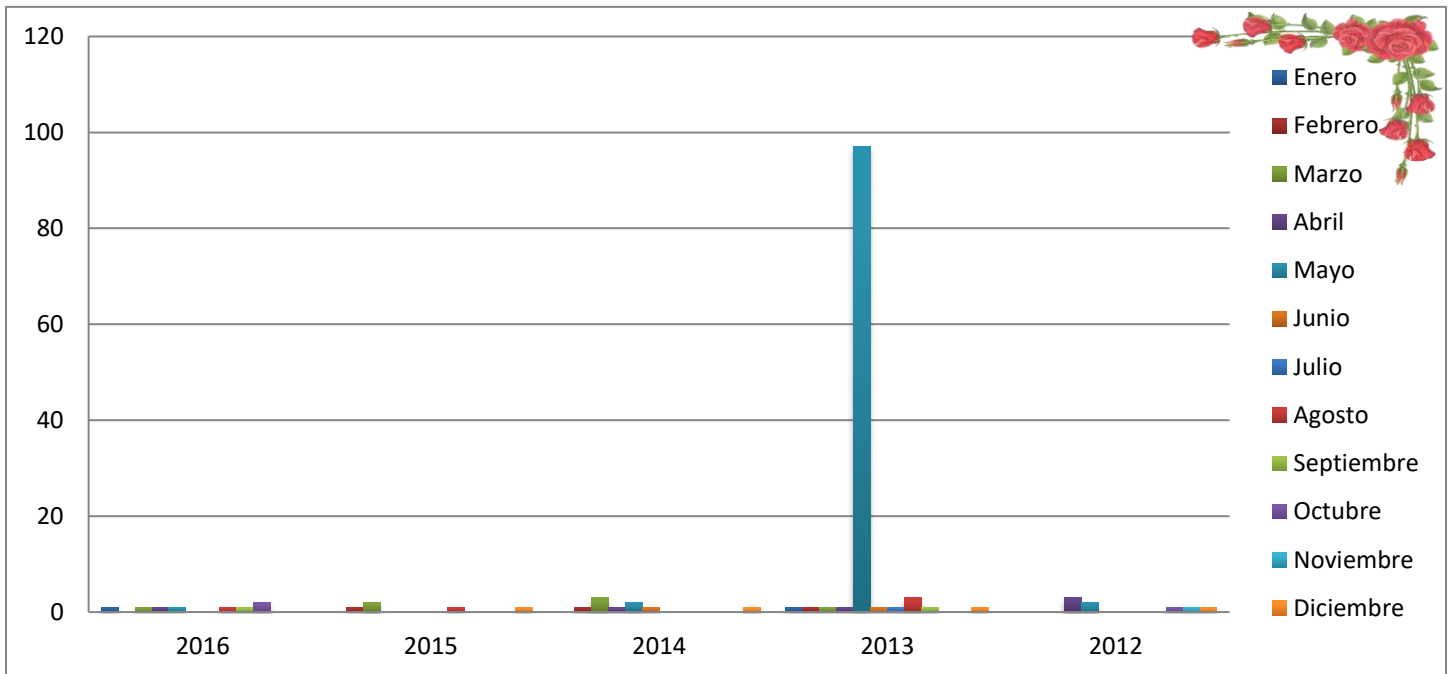
El especialista Arboleda Peña (2016).indicó que la floricultura podría ser una alternativa de negocio para México y más aún ante el alza del precio del dólar y la baja del precio del petróleo.

En el primer capítulo se definirán sus conceptos, características, los programas de apoyo y fomento a la agroindustria; como se sabe algunos de los agricultores o personas que inician en la producción de las flores desconocen los apoyos o fomentos existentes para hacer crecer su negocio a la exportación a otros países y así hacer crecer la economía del país, también se mencionan los Estados con mayor producción de Flores y se profundiza en los más representativos que son el: Estado de México, Puebla y Morelos. También se mencionan las empresas que exportan las rosas al destino que es Canadá y por último apartado se analizan los precios actuales de las flores de los meses de enero a marzo.

Una introducción a nuestro trabajo se dejara de las exportaciones a Canadá y se evalúa que es un buen mercado para un mayor progreso.

En el **Anexo 1** se muestra la tabla donde se muestra el comportamiento de la exportaciones de corte de rosas de México a Canadá entre los años 2011 al 2016; en la gráfica se muestra el comportamiento de la exportación de las rosas en de México a Canadá, mostrando que en el 2013 hubo un incremento de exportación de las rosas motivo es por el cual fue la escases en Canadá de las rosas en los días 14 de Febrero y el día 10 de Mayo, como registro histórico de la exportación de México a Canadá.

Grafica 1.1 Rosas mexicanas 2011-2016 Exportaciones a Canadá.



Fuente: Elaboración propia con datos de INTRACEN

1.1. Conceptos

Floricultura: “Cultivo de las flores”. “Arte que lo enseña” (Diccionario de la lengua española, 2014)

.La floricultura se considera una rama de la horticultura que se especializa en el cultivo de flores y plantas ornamentales aunque no sólo hace referencia a la producción de estas especies, sino también a la comercialización de las mismas así como a la decoración de interiores y paisajismo (uncomo.com, 2017).

La floricultura es un área de la horticultura que se dedica al estudio de cualquier planta que sea cultivada para su uso ornamental. Debido a esto, la producción de estas especies requiere un alto nivel de conocimientos específicos tendientes a asegurar la calidad, que es el factor determinante de éxito (Floricultura, 2017).

La floricultura con todos los contextos que se han mencionado se deduce que es un cultivo de huertas que puede ayudar en la planeación de las rosas y obtener una oportunidad de mercado más amplio al similar que ayuda a tener un PIB mayor, con esto se puede aprovechar lo que la naturaleza ofrece, como se ha mencionado que México se posee los climas necesarios que ayudan a crecer este sector como es la agroindustrial.

1.2. Características de la producción de flores de corte, especialmente rosas.

Con base en estadísticas del SIAP, en México se producen alrededor de siete millones de gruesas de rosas (cada gruesa equivale a 12 docenas o 144 unidades) en una superficie de 1.5 mil hectáreas con un valor estimado de mil 468 millones de pesos; aporta el 23.9% de la producción nacional de ornamentales.

Cabe señalar que a nivel nacional, durante 2013 fueron cultivadas 23 mil 088 hectáreas de ornamentales, con un valor de producción de seis mil 337 millones de pesos. Es de actividad participan 25 mil 500 productores de flores de corte, plantas en macetas, follaje de corte y de maceta (SAGARPA, 2017).

Es importante considerar que si bien las flores, bulbos y plantas ornamentales no son los alimentos, el manejo posterior en las cadenas de distribución, se hace conjuntamente con productos vegetales que sí lo son, por lo que puede producirse contaminación cruzada que afecte la salud de los consumidores.

A continuación se tenía pretendido agregar los programas y/o apoyos de fomento a las rosas pero no se encontraron ningún programa específicamente a las rosas en México; sin embargo, pero si existen apoyos y fomentos en Colombia, que en su caso ellos tienen un programa especialmente para las rosas.

Aquí en México solamente se encontró los programas y fomentos para la agroindustria donde engloban todas las flores y entre ellas las rosas, en estos se podrá mencionar el de La Financiera que menciona que es un organismo descentralizado de la Administración Pública Federal, sectorizado en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, con personalidad jurídica y patrimonio propio constituido conforme a su Ley Orgánica, publicada en el **Diario Oficial de la Federación** el 26 de diciembre de 2002, está dirigido fundamentalmente al financiamiento de los productores rurales con ingresos medios y bajos y a promover la constitución, desarrollo, fortalecimiento y mejor organización de Intermediarios Financieros Rurales.

Hace unos meses se encontró una noticia que es un problema cuando un agricultor quiere exportar sus productos les demandan muchos requisitos. Una de las noticias que es MEXICOPORT menciona que tanto la Secretaria de Hacienda y Crédito Público junto

al BANCOMEX ayudaran a los empresarios que quieran exportar sus productos con un financiamiento de \$263 mil millones de pesos.

Al igual que una de las noticias se menciona que uno de nuestros estados del país mexicano generara una inversión de \$700,000.00, en el cual menciona sus 3 fundamentales objetivos son la exportación de productos (incluyendo las rosas) ganar más dinero y la diversificación de productos para exportar. También lo que esto genera es que se abarque nuevos mercados, en este caso Canadá.

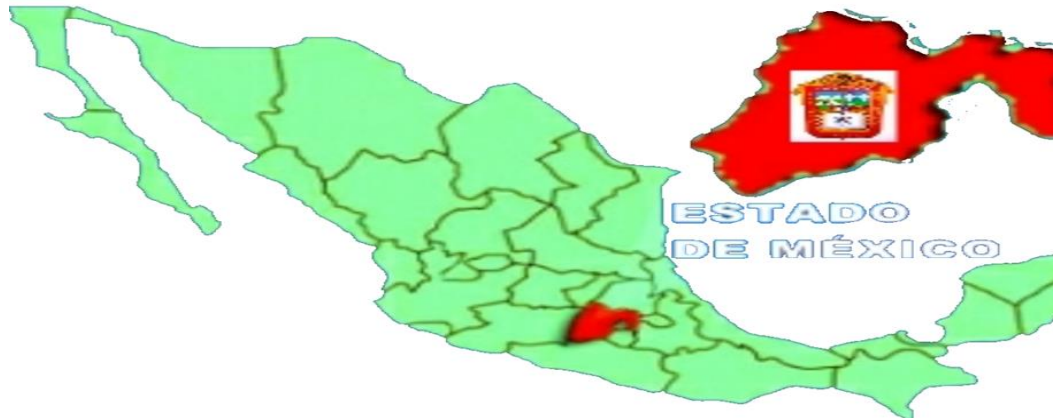
1.3. Principales Estados productores

El mercado ornamental genera 188 mil empleos permanentes, 50 mil eventuales y más de un millón indirectos. La mayoría de los productores se encuentran en los estados de México, Puebla, Morelos y Veracruz, así como el Ciudad de México, quienes concentran alrededor del 70% de floricultores y las unidades de producción. En el país 26 entidades participan en la producción ornamental, las principales son: Estado de México con el 53% de total nacional, Morelos con el 8% y Puebla con el 6% (SAGARPA, 2017).

1.3.1. Estado de México

- **Ubicación:** El Estado de México se localiza al centro sur de la República Mexicana. Se sitúa entre los paralelos 19°25´y 20°20´ de latitud norte y los meridianos 98°30´ y 100°30´ de longitud oeste del meridiano de Greenwich. Colinda al norte con Querétaro e Hidalgo; al este con Puebla y Tlaxcala; al sur con Guerrero, Morelos y el Distrito Federal; al oeste con Michoacán.

Figura 1.1. Ubicación Geográfica del Estado de México.



Fuente: Gobierno del Estado de México

- **Superficie:** Su superficie territorial es de 21,461km², lo que representa el 1.1% del territorio nacional que lo ubica en el vigésimo quinto lugar a nivel nacional, caracterizándose por ser una entidad de extensión media.
- **Geología y Relieve:** La mayor parte del territorio del Estado de México es montañoso.
- **Clima:** Predomina el templado subhúmedo con lluvias en verano, temperatura media entre 10° y 16° C y precipitación anual entre 500 y 1,500 mm.
- **Flora:** La superficie total forestal es de 1,288,400 hectáreas de las cuales 688,400 están arboladas con bosques de clima templado fresco y 58,800 con arbustos. La flora silvestre va desde las hierbas medicinales, los pastos y las plantas textiles, hasta las hortalizas, los frutales y las maderas resinosas y de construcción.
- **División política.**

La capital del Estado de México es la ciudad de Toluca, localizada a 66 km. del Distrito Federal. Los 122 municipios que conforman el Estado cuentan con 4,786 localidades, de las cuales un 35.2% son pequeños, con menos de 99 habitantes.

El Estado de México es la segunda entidad del país, después del Distrito Federal, por su contribución a la generación del Producto Interno Bruto (PIB) nacional. (Centro de Estudios de las Finanzas Públicas, 2011)

El Estado de México es el principal productor de flor de corte en el país, y aporta 80% de la producción de exportación, donde tan solo Villa Guerrero aporta 56% (Gomora-Jiménez *et al.*, 2006).

El Estado de México reúne un promedio de producción de 10,280,000 gruesas en el periodo de 1980-2007, cuya diferencia promedio con los estados de Morelos, Puebla, San Luis Potosí, Veracruz y Michoacán, es 92%. Otros estados como Guerrero, Querétaro, Oaxaca y Jalisco, en ese mismo orden descendente de volumen de producción, han producido un promedio de 20,000 a 90,000 gruesas. Mientras otros estados como Chiapas, Baja California, entre otros, su producción es muy baja, aportando un promedio menor a 20,000 gruesas, en el periodo indicado (SIAP, 2009).

Asimismo, el Estado de México también es el productor mayoritario de flor secundaria y follajes de corte (con producción promedio de 2,501,000 manojos), seguido de Michoacán, con una diferencia de producción de ambos estados de 97%. La mayoría de los estados restantes promedian una producción de menos de 1 000 manojos, en el periodo indicado (SIAP, 2009).

En el Estado de México la floricultura se concentra en el llamado "corredor florícola", integrado por los municipios de: Tenancingo, Coatepec Harinas, Ixtapan de la Sal, Tonatico, Zumpahuacán, y Villa Guerrero, cuya producción se distribuye en un área aproximada de 5,547 hectáreas (Gomora-Jiménez *et al*, 2006).

La concentración de la producción en el mencionado corredor florícola presenta problemáticas de una producción sin muchas medidas de regulación y control de calidad, y ha tenido impactos ambientales significativos, entre los cuales, el uso excesivo de agroquímicos es de los más fuertes, así como la erosión y pérdida de productividad del suelo; el alto consumo y deterioro de la calidad del agua; además de la contaminación generada por la falta de control de los residuos generados en el proceso productivo (Gomora-Jiménez *et al*, 2006).

Desafortunadamente, el concepto actual de competitividad promueve que a mayor productividad en el trabajo, menor importancia de los recursos naturales del lugar (Orozco-Hernández, 2007).

De tal manera que concentrado en un área geográfica pequeña, el mercado de flores debe extenderse a otras regiones y estados con potencial. Sin embargo, es importante considerar que la potenciación de nuevas localidades de producción florícola y el aumento de la superficie cultivada no garantizarán su paso al mercado internacional

(Orozco, 2007), por lo que es prioritario establecer modelos competitivos sustentables ambientales, sociales y económicos, tales como: incrementar la capacitación profesional a los productores, mejorar e innovar tecnologías y "ecotecnologías", así como fortalecer el manejo postcosecha y optimizar el transporte; aumentar los volúmenes de producción de productos florícolas impulsar la integración de cadenas de valor (Tejeda, 2009).

El municipio de Texcoco, tiene poblados con producción florícola en invernadero, donde la comercialización de sus productos es a través de intermediarios y de venta directa en mercados y tianguis (Producto Ornamentales, 2012).

El Estado de México es el principal productor de esta flor ornamental, con un volumen de 6.16 millones de gruesas, el 80.8% de la producción nacional (Morelos Habla, 2017)

El Estado de México es el primer potencial en el corte de las rosas para la exportación, el cual fue registrado por el día 14 de febrero que se situó unas de las principales e importantes escases de las rosas tanto para la exportación como producto nacional, se ha considerado al municipio de Tenancingo que tiene un buen registro de sus rosas comprobando que pueden lograr una buena comercialización

1.3.2. Puebla

- **Ubicación:** El Estado de Puebla se localiza en la porción centro-oriental de la República Mexicana. Distribuido en 217 municipios, al oriente colinda con el estado de Veracruz, al sureste con el estado de Oaxaca, al suroeste con los estados de Guerrero y Morelos, al poniente con los estados de México y Tlaxcala y al noroeste con el estado de Hidalgo.

Figura 1.2 Ubicación Geográfica del Estado de Puebla.



- **Superficie:** 34,309 km², con una población de 5,779,829 habitantes: se tiene 11.116 km de carreteras en diferentes categorías y una longitud de vías férreas de 1,057 kilómetros.
- **Geología y Relieve:** 50% Eje Neovolcánico, 35% Sierra Madre del Sur, 10% Sierra Madre Oriental y 5% Llanura Costera del Golfo Norte.

El estado de Puebla tiene el segundo lugar para la producción de las rosas de corte para su exportación a Canadá, así como uno de los primeros lugares en la extracción de Minerales.

El Economista Online (2014) se ha mencionado que la entidad obtiene una derrama económica de \$863.00 millones de pesos con la producción de flores de ornato; produce seis millones de toneladas anuales, lo que la hace el primer productor a nivel nacional dijo el subsecretario de Desarrollo Rural estatal, Rodrigo Riestra Piña. Reportó que con las más de 6 millones de toneladas de flores y plantas de ornato, la entidad garantiza el abasto de estos productos, cuya demanda se dispara en los festejos con motivo del Día de las Madres y el Día del Maestro. Dijo que en el territorio poblano son aproximadamente 9,850 familias las que se dedican a la producción de flor en 4,921 hectáreas distribuidas en 39 municipios, de las cuales 1,770 hectáreas están situadas a cielo abierto y el resto en invernaderos. En ese sentido, Puebla, aporta 312.3 mil gruesas (una participación en la oferta de 4.1%) (Morelos Habla, 2017).

El dato anterior muestra que el Estado de Puebla, ayudando a que con esto progrese la economía de México y se dé a conocer más la corte de rosa mexicana.

1.3.3. Morelos

- **Ubicación:** El estado de Morelos se sitúa en la parte centro-sur de la República Mexicana. El territorio estatal limita con la Ciudad de México, el Estado de Puebla al oriente y suoriental, es Estado de Guerrero al sur y suroeste y el Estado de México al norte y oeste y tiene como capital a la Ciudad de Cuernavaca.

Figura 1.3. Ubicación Geografía del Estado de Morelos.



Fuente: Gobierno del Estado de Morelos

- **Superficie:** Con una superficie de 4,879 km², abarca 0.2% del territorio Nacional
- **Geología y Relieve:** Clima, vegetación, se tiene grandes variaciones, debido a los cambios de altitud.

El estado de Morelos se tomó en cuenta como el tercer lugar con los principales productores de rosas de corte en la República Mexicana. El estado de Morelos tiene el abasto de energía eléctrica y combustibles, insumos necesarios para operar la planta de productividad, dispone uno de los suficientes recursos eléctricos y una red de distribución y almacenaje de sus combustibles (Servicio Geológico Mexicano, 2004).

El Economista Online (2016) que de acuerdo con datos de la Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, el estado de Morelos ocupa uno de los primeros lugares en producción de plantas de ornato en el país y contribuye a que México sea considerado el tercer lugar en el mundo; tomando en cuenta la producción de más de 1,000 especies en el mundo, la producción y comercialización de plantas ornamentales es una importante actividad agrícola, con un valor de 44,000 millones de dólares por año, donde Holanda, Colombia, Alemania, Francia, Italia y Reino Unido son los principales países productores. Las ornamentales en México cobran una gran importancia. Durante los últimos 10 años muestran una tendencia a la alza en especies de alto valor. Actualmente, nuestro país ocupa el tercer lugar en el mundo en superficie plantada, con un valor de la producción de \$5,646.00 millones de pesos, de acuerdo con los datos del Sistema de Información Agroalimentaria y Pesquera, el SIAP.

La producción de rosas en el país registró un aumento preliminar de 5.6% entre 2015 y 2016, lo que garantiza el abasto durante el año de esta flor, producto “Hecho en México”, en particular durante la celebración del Día de San Valentín y otras fechas significativas.

La delegación de la SAGARPA indicó que figura entre los cinco estados con mayor producción de la flor ornamental.

Con base en estadísticas del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP), la dependencia reportó la producción de siete millones 630 mil gruesas (unidad de medida en la que cada gruesa equivale a 12 docenas) de rosas durante 2016, un aumento de más de 402 mil gruesas en 12 meses. Asimismo, entre 2014 y 2016 se observó también un aumento de 6.9% en la producción de “La Reina de las Flores” en el país, al pasar de 7.1 a 7.6 millones de gruesas a nivel nacional, lo que permite una mayor disponibilidad de este producto altamente demandado en fechas especiales como el 14 de febrero (Morelos Habla, 2017).

Conforme a la investigación que se ha surgido, se ha podido reflexionar que el estado de Morelos conjunto con los estados de Puebla y México han hecho crecer las exportaciones de las rosas y poder en un momento no muy lejano la marca de “Hecho en México”, demostrando que se puede acceder a otros mercados y no solo depender de Estados Unidos, como es el caso de Canadá, existiendo un tratado de libre comercio que se pueda explotar sus ventajas...

En este capítulo se dio a conocer para la investigación cuales son los 3 primeros estados para la producción de las rosas de corte siendo el primer lugar el Estado de México consecutivo el estado de Puebla y por último el estado de Morelos, siendo uno de los estados con mayor productividad y exportación de las rosas.

1.4. Empresas exportadoras e importadoras

Las Empresas importadoras en Canadá y la provincia de Alberta. Se consultó en la página oficial de Canadá con la Clasificación Arancelaria 0603.11.01.

Nombre de la Compañía	Provincia	Provincia
------------------------------	------------------	------------------

Northland Floral	Barne	Ontano
Petal West Inc	Winnipeg	Manitoba
Sierra Flower Trading	Saint-Laurent	Quebec
Staalduinen Floral Limited	Stoney Creek	Ontano
Sunshine Bouquet Company	Dayton	New Jersey
The Flower Market	Calgary	Alberta
United Floral Distributors	Fenwick	Ontario
United Flower Growers CO. Operative Association	Burnaby	British Columbia
Westbrook Floral LTD	Grimsby	Ontario
Whole Foods Market Canada, INC	Austin	Texas

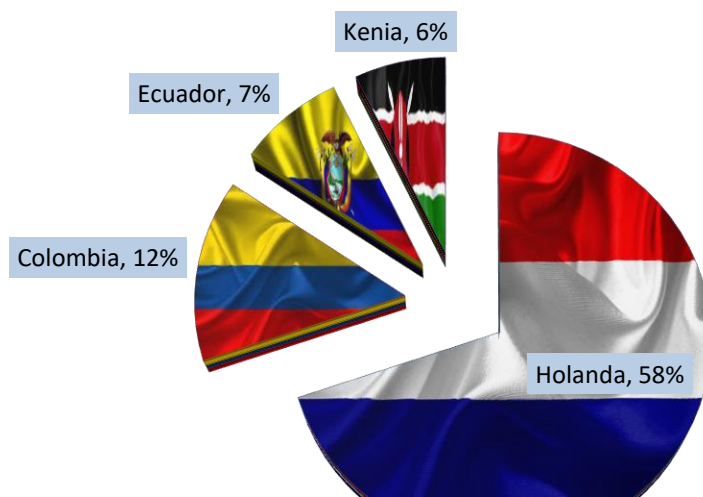
FUENTE: Elaboración propia y con datos de Government of Canadá, 2017.

En la tabla anterior se ha mencionado las empresas importadoras en Canadá, siendo la empresa objetivo “ The Flower Market”, situada en la provincia de Alberta.

El mercado mundial de las flores es abastecido principalmente por Colombia, Ecuador, Kenia y Holanda. Colombia, que es el segundo exportador mundial de flores y el primero de claveles, les vende a los Estados Unidos y la Unión Europea; Ecuador, a Estados Unidos, Holanda y Rusia; Kenia, a la Unión Europea; Holanda, a Europa y Asia. Holanda, a causa de su estrategia de reexportación, compra un volumen de flores distribuido así: de Kenia el 40%, de Israel 13%, de Ecuador 10%, de Colombia 5%, y un 33 % de otros países. Esta política apuntala su papel de primer exportador global.

En la siguiente grafica se observa el porcentaje de participación de los competidores de rosas, del mercado global.

Grafica 1.2.- Países Competidores de las Rosas de corte a nivel Internacional



Elaboración propia con datos de PROECUADOR.

La rentabilidad del negocio ha llevado a que se invierta en China, México, Perú, Chile, Bolivia, India, Uganda, Etiopía y Tanzania, países que han abaratado los salarios y reducido los impuestos.

China ha logrado repuntar en los últimos años como un importante productor, y ha llegado a mercados como el de la Unión Europea, en el cual Colombia era líder hace tres décadas. Con unos pocos años en el negocio internacional ha incrementado sus exportaciones a unos 90 millones de dólares, apoyándose en la mano de obra barata y la disponibilidad de enormes cantidades de tierra, pues el gigante oriental tiene unas 636 mil hectáreas cultivadas, aunque hasta ahora destina el grueso de su producción a su enorme mercado interno.

Aparte de la reducción de los salarios, en el mercado mundial de las flores juega un papel importante la tecnología. Oppenheimer (2015), escribió recientemente: “América Latina debería ser el primer productor mundial de flores: tiene mano de obra barata, un enorme territorio, mucho sol, grandes reservas de agua y una gran variedad de flora. Sin embargo, el primer productor mundial de flores es Holanda, uno de los países con menos sol, territorio más pequeño y mano de obra más cara del mundo. La explicación es muy sencilla: lo que importa hoy en la industria de las flores es la ingeniería genética, la capacidad de distribución y el marketing.”

El columnista esconde el problema básico ya mencionado de la baratía de los salarios, el cual es igualmente válido en Holanda, donde los obreros del sector están entre los peor pagados del país y una gran parte de ellos son inmigrantes, por ejemplo polacos, laboran por un pago incluso inferior al mínimo. Holanda, además, no produce la cantidad de flores necesarias para abastecer el mercado que tiene, por ello recurre al sistema de re-

exportaciones a través de su gigantesco sistema de subasta, mediante el cual compra cultivos enteros y producción futura de las naciones en las que los sueldos son irrisorios.

Los tratados de libre comercio y los pactos aduaneros, además de las muchas otras facilidades brindadas por los gobiernos locales, incrementan la rentabilidad de las grandes multinacionales (Rosales, 2008).

En conclusión del apartado, se tiene un gran competidor en Holanda, quienes hacen la exportación de sus flores por el clima que es frío y la flor que ellos cultivan debe de cultivar en frío, Colombia igualmente es uno de los principales competidores por sus flores, Ecuador y Kenia aunque obtenga un porcentaje menor a los otros dos países mencionados se puede verificar que también son competidores que si sus países les dan apoyos hay una ventaja que pueda a México desbancar.

Canadá ha preferido tener las rosas de corte de México por los siguientes motivos que se han dado durante la investigación:

- El Tratado de Libre Comercio con Canadá.
- Por la cercanía existente, comparado con Colombia y Holanda, más alejados y por lo tanto las rosas se pueden marchitar por un transporte muy lejano o el tipo de contenedores que llegase a utilizar con la debida protección que se debe tener.
- Por las regulaciones y restricciones arancelarias.

En el **Anexo 2** se estará mencionando las empresas exportadoras e importadoras tanto de México como en Canadá.

2. COMPORTAMIENTO DEL MERCADO INTERNACIONAL DE ROSAS DE CORTE EN EL PERIODO 2010 -2016

El siguiente punto a tratar es el comportamiento internacional de la floricultura, especialmente en las rosas de corte, así como la conducta de los principales países competidores del sector floricultor y el crecimiento de los flujos comerciales entre los países demandantes y ofertantes de flores de corte.

Sin embargo, hoy en la actualidad la producción y exportación de flores cortadas y plantas ornamentales han sido un principal sector de la economía para diversos países, la cual

algunos de ellos dependen de la agricultura, pero padecen de escaso desarrollo industrial, principalmente en los países desarrollados como el Este de África, América del Sur y Central y del Oriente Medio son de gran valor las exportaciones florícolas. Por otra parte, la demanda de flores cortadas y plantas ornamentales han aumentado especialmente dentro de los mercados emergentes como Europa del Este, Rusia, China, India y Asia Oriental (ITC,2015).

De acuerdo a la UNAD (2012) la producción de flores cortadas y plantas ornamentales ocupan aproximadamente 190.000 hectáreas en el mundo, la cual alcanza un valor alrededor de \$16.000 millones de dólares. La mayoría de las superficies productivas se encuentran en los principales mercados de consumo o cerca de ellos. Los principales países productores son Holanda con 7.378 hectáreas, Estados Unidos con 20.181 hectáreas y Japón con 17.569 hectáreas (Cámara de Comercio de Bogotá,2015). Así mismo los países de Europa, América y Asia representan el noventa por ciento de la demanda internacional. En el siguiente mapa se muestra la comparación de las principales regiones y naciones de la producción de rosas de corte del mundo.

Figura 2.1 Mapamundi de las regiones y naciones de producción de rosas de corte

Principales regiones y naciones de la producción de rosas de corte



Fuente: Utrecht, noviembre 2016

La floricultura es una industria en donde varios países latinoamericanos actualmente están conquistando terreno, en efecto Colombia es el segundo productor después del líder Holanda. Según EcuRed (2010) el mercado de consumidores internacional de flores de corte y ornamentales se centra en tres mercados los cuales son: Estados Unidos, la Unión Europea y Japón, por lo que se estima un valor de €6.500 y €3.800 millones de euros respectivamente. Los principales proveedores del mercado estadounidense son; Colombia, Ecuador y los Países Bajos, mientras tanto en la Unión Europea los principales proveedores son; Kenya, Israel y Colombia, dentro del mercado japonés los proveedores son; Tailandia, Colombia y Países Bajos.

Conforme a Cárdenas (2016) el mapa mundial de la floricultura 2016 Rabobank, publicado en colaboración de Royal FloraHolland destaca tendencias globales del mercado de la floricultura donde los países como Colombia, Kenia, Ecuador y Etiopía han

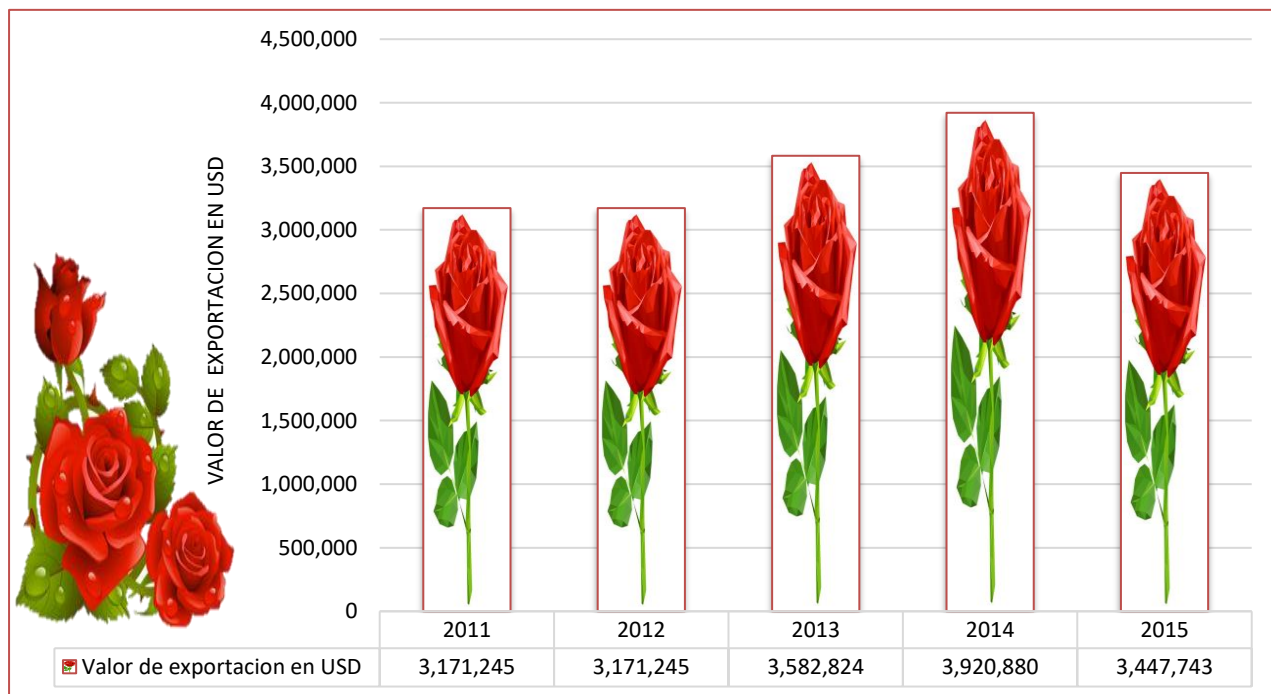
superado al mercado de los Países Bajos durante el año 2015, la cual ahora representan el 44 por ciento de las exportaciones mundiales de flores cortadas. A pesar del comportamiento del mercado de las flores de corte, aun los Países Bajos siguen siendo un punto importante de reunión en el comercio internacional de flores de corte (especialmente las rosas), en vista de que los países exportadores de rosas cercanos a Colombia son: Ecuador, Kenia y Etiopía.

Por otro lado, la comercialización internacional de la floricultura se ha diferenciado por un alto rango de unión por productos y fuentes. Acorde con el Royal FloraHolland (2016) las ventas totales de la floricultura a nivel internacional, son independientes del tipo de canal de compra que se utilizó, por lo contrario, los tipos de cambios volátiles han tenido un importante impacto. Sin duda alguna los principales mercados de la floricultura están reflejando signos de recuperación, mientras otros están en declive. Estados Unidos es el principal mercado de importación de flores de corte, en donde sus ventas han reflejado aumento durante los últimos cuatro años. Mientras Ecuador es beneficiado por el mayor aumento de sus importaciones, México y Canadá también han aumentado su participación en Estados Unidos.

Así mismo el comportamiento de las exportaciones de las rosas de corte a nivel mundial en el periodo 2011 – 2016 ,ha tenido una evolución, ya que, estas ocupan el primer lugar de las ventas en el ámbito internacional, en la siguiente grafica se refleja el valor de exportaciones de Rosas en miles dólares(USD) en general, dentro del periodo 2011-2012 se tuvo el mismo valor de exportación, es decir, en este periodo se mantuvo el margen de ventas de rosas con \$3.171.245,00 millones de dólares, mientras tanto en el año 2013 se refleja un incremento en la exportación de \$ 411.579,00 miles de dólares, de la misma manera entre los años 2013 y 2014 ocurre un incremento del 9.43% más en las exportaciones de rosas, sin embargo a pesar de este pequeño incremento , para el año 2015 se percibe un decremento de 12% de las exportaciones, por lo que se estima que en este año ciertos países tuvieron un declive en la comercialización de rosas. El comportamiento de este sector es muy interesante, indiscutiblemente la rentabilidad de este mercado ha encaminado a otros países a explotar sus recursos

naturales que poseen para potencializar y ganar un lugar dentro del mundo de las flores de corte como es el claro ejemplo de Colombia, Ecuador, Kenia Y Etiopia.

Gráfica No.2.1 Valor de exportación de Rosas (Clasificación arancelaria 0603.11.01) a nivel mundial periodo 2011-2015



Fuente: Elaboración Propia con datos de INTRACEN (2017)

Actualmente el comercio electrónico ha influenciado mucho en la comercialización de flores de corte, sin embargo, el mayor número de contactos se hacen por este medio, eliminando muchos intermediarios de la cadena de valor. A pesar del comportamiento de este mercado universal, los flujos comerciales están condicionados a las características de una estructura competitiva, en efecto la globalización de mercados, plantea la oportunidad de incrementar las fuentes necesarias para la oferta y demanda, es importante conocer muy bien el comportamiento de los principales países competidores del mercado floricultor internacional, para así analizar las características que poseen cada uno de ellos, de igual manera, analizar y comparar qué factores necesitan reforzar los floricultores mexicanos para ser competitivos frente a sus principales competidores a nivel internacional.

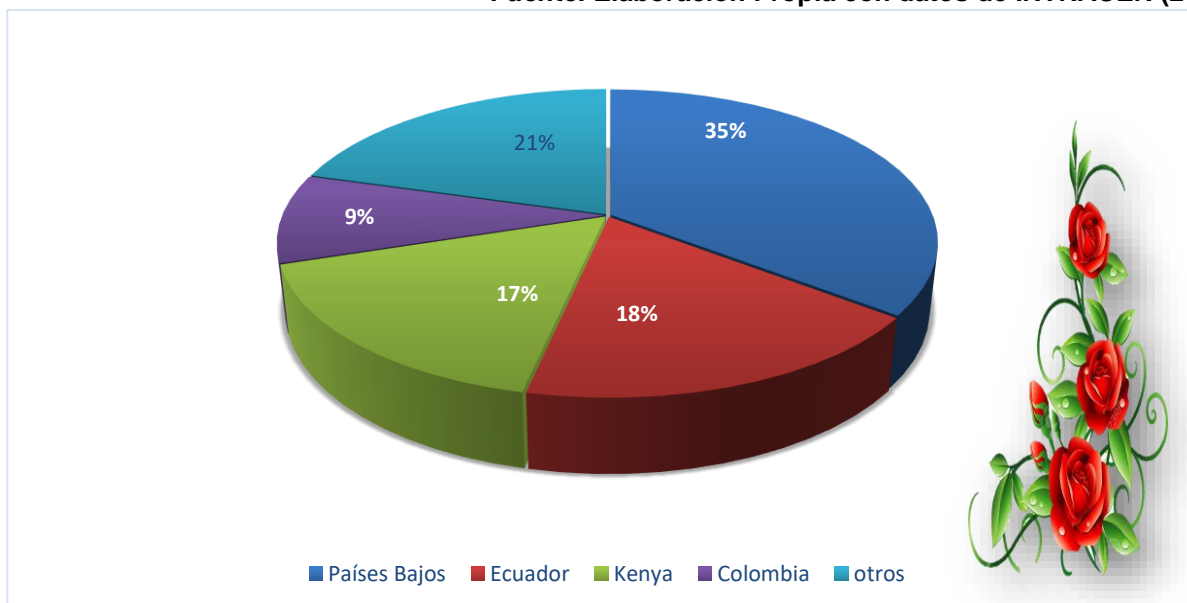
2.1 Principales países competidores y exportadores del mercado de las rosas de corte a nivel internacional

Entre los mayores competidores de rosas de corte se encuentran los Países Bajos y Colombia, donde los Países Bajos ocupan un importante nivel de producción y venta de rosas de corte. En la Unión Europea, Holanda ocupa en primer lugar en la comercialización y producción de rosas de invernadero y mayor importador de flores y follajes en el mundo. Desde hace más de 100 años Holanda se dedica al cultivo, compra y venta de flores en escala internacional. De acuerdo a ProColombia(2013) se calcula que compra el 50 por ciento de las flores que se cultivan a nivel mundial, mientras tanto sus importaciones superan los cinco millones de euros al año.

A nivel internacional los principales países exportadores de rosas de corte están liderados por los Países Bajos con un porcentaje de participación 35%, principalmente porque este país es el primer mercado a nivel internacional de flores. Ecuador dentro del sector floricultor su participación es del 18%, seguido de Kenia con el 17%, Colombia con el 9%, y además países que suman su participación el 21%.

Gráfica No.2.2 Principales países exportadores de rosas de corte n el mundo

Fuente: Elaboración Propia con datos de INTRACEN (2017)



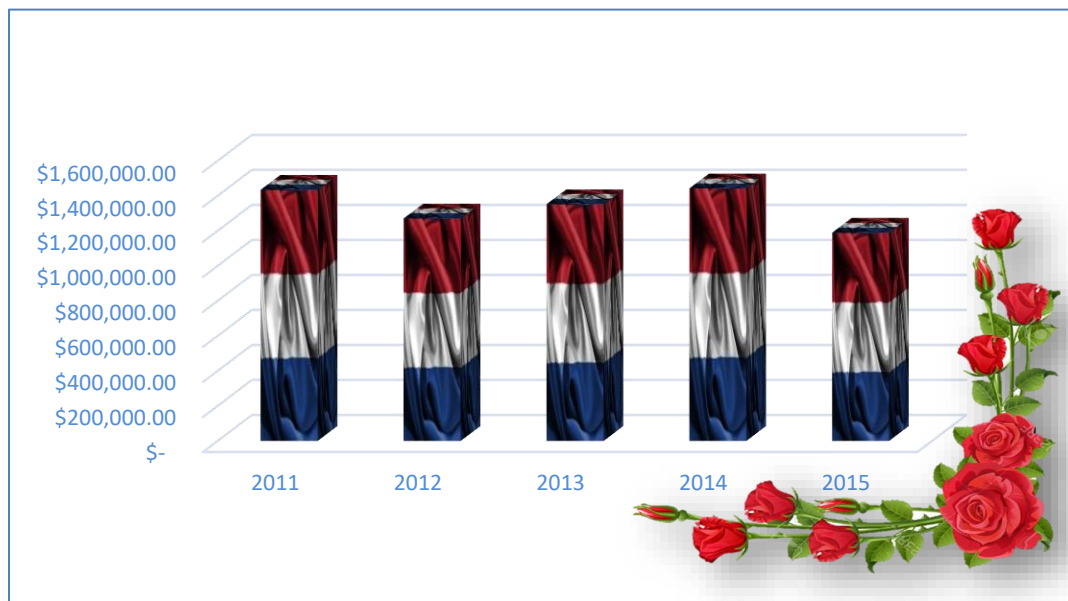
2.1.1 Países Bajos

Los Países Bajos son considerados como el primer competidor a nivel internacional dentro del mercado floricultor durante mucho tiempo. Conforme a López (2014), Holanda está considerado como el centro de producción de flores de corte y plantas, en particular según datos del Ministerio de Agricultura su producción representa el 80% del mercado global de flores de corte y bulbos. Sus principales mercados son Alemania, Francia y Reino Unido.

FloraHolland es una de las principales empresas que subasta flores, donde el 90% del comercio de flores son de Holanda, aproximadamente cada año vende más de 12,4 billones de flores y plantas, que suponen 50 millones diarios (Agencia EFE,2014). Su sede se ubica en Aalsmer un pueblo situado al Sureste de Amsterdam, donde se subasta diariamente las flores que se consumen en todo el mundo. A pesar de la diversidad de las subastas usuales los precios normalmente aumentan, mientras Aalsmer sigue el método holandés donde el precio es decreciente.

Con respecto a sus exportaciones han obtenido un comportamiento impresionante en los últimos cinco años, entre año 2011 – 2012 hubo una disminución en las exportaciones de Holanda del -11.43%, mientras tanto después de esta trágica decadencia entre 2012-2013 sus exportaciones tienen un aumento del 6.43% con un valor de \$1.351.733,00 millones de dólares, al igual para el 2014 su exportación obtuvo un incremento del 6.67% la cual refleja la superación de las pérdidas del 2012, sin embargo para el 2015 se sufre un declive del -17.5%,porlo que para los Países Bajos fue un momento de mayor competitividad , para este año Holanda compitió con los mercados latinoamericanos entre ellos Colombia donde logro ser primer exportador de rosas de corte dejando como segundo lugar a Holanda (Gráfica No.2.3).

Grafica No.2.3 Exportaciones de Rosas de Corte de Holanda a Nivel internacional 2011-2015



Fuente: Elaboración Propia con datos de INTRACEN (2017)

Los Países Bajos se han encontrado con mayor competencia de otros países, sobre todo con economías emergentes como Kenia, Etiopía, Colombia y Ecuador, siendo este uno de los últimos países andinos el productor de rosas de mayor calidad en el mundo. A pesar de su dominio ha disminuido un poco en las últimas décadas, pero aún sigue dominando el sector floricultor.

2.1.2 Colombia

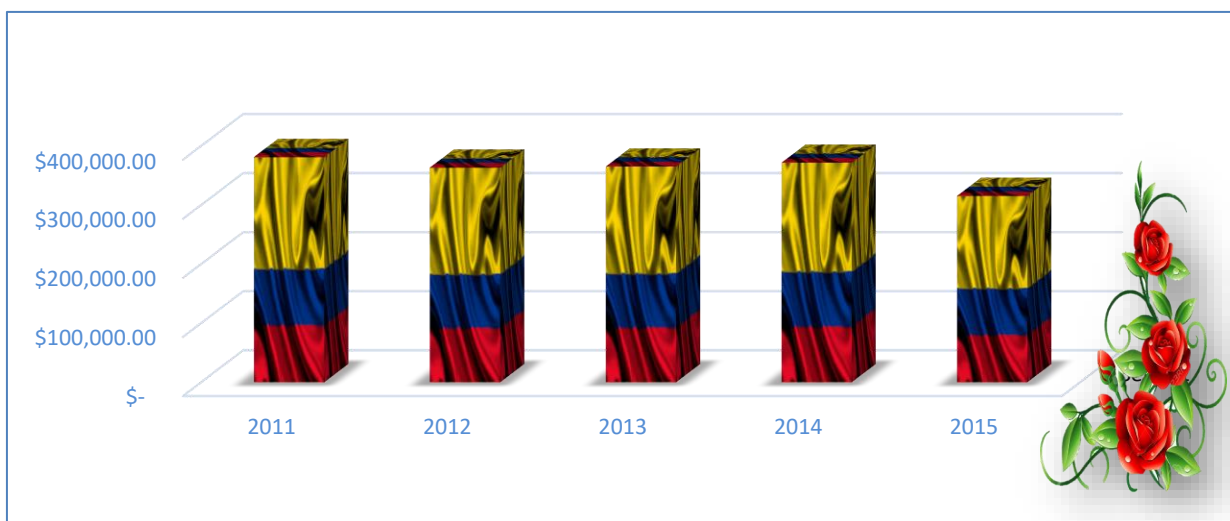
Colombia es un productor y vendedor importante dentro del mercado Latinoamericano, además cuenta con 40 años de experiencia exportadora, en la década de los 60's la producción de flores empezó a tomar una fuerza económica dentro de Colombia, convirtiéndose como la tercera actividad económica importante para este país(Expoflores,2015).Oferta una variedad de flores exóticas ,cuenta con 6.800 hectáreas de las cuales 3000 son de rosas, que están destinadas a su cultivación y exportación donde el 75% se encuentra en la Sabana de Bogotá, el 15% en Atioquia y el 5% en la región Centro – Oriental del país(Procolombia,2012).En la actualidad Colombia es el mayor exportador de flores de corte en América Latina, y el segundo a

nivel internacional después de Holanda. Sus exportaciones son destinadas a Estados Unidos, la cual han crecido rápidamente desde que se realizaron los primeros envíos, es decir, desde hace 50 años. Rusia es el segundo cliente más grande de Colombia.

San Valentín es una fecha clave para el mercado floricultor de Colombia, se vende entre el 30 y 35% del volumen total de las flores (principalmente las rosas) que se exportan por año, donde el 65% de la producción, se destina a Estados Unidos, en la actualidad exporta a 88 países(Abramovich,2015). Para el año 2015 Colombia se consolida como el segundo mercado exportador de flores de corte en el mundo, abriendo nuevas oportunidades de mercado a nivel internacional,

Los flujos comerciales de Colombia a nivel internacional se han desarrollado durante los últimos cinco años, como se percibe en la siguiente grafica en el 2011 el valor de exportación fue de \$ 503.580,00 miles de dólares, en el 2012 las exportaciones incrementan 5%, realmente fue un incremento pequeño, sin embargo, para el 2013 se obtuvo un aumento mínimo del 0.4 % de las ventas, para el siguiente año se incrementó 1.7% ,con respecto al 2015 se sufre una mayor decadencia en sus exportaciones, es decir, en un -5.73 % con un valor de \$ 315.498,00 miles de dólares.

Gràfica No.2.4 Exportaciones de Rosas de Corte de Colombia alrededor del mundo (2011- 2015)

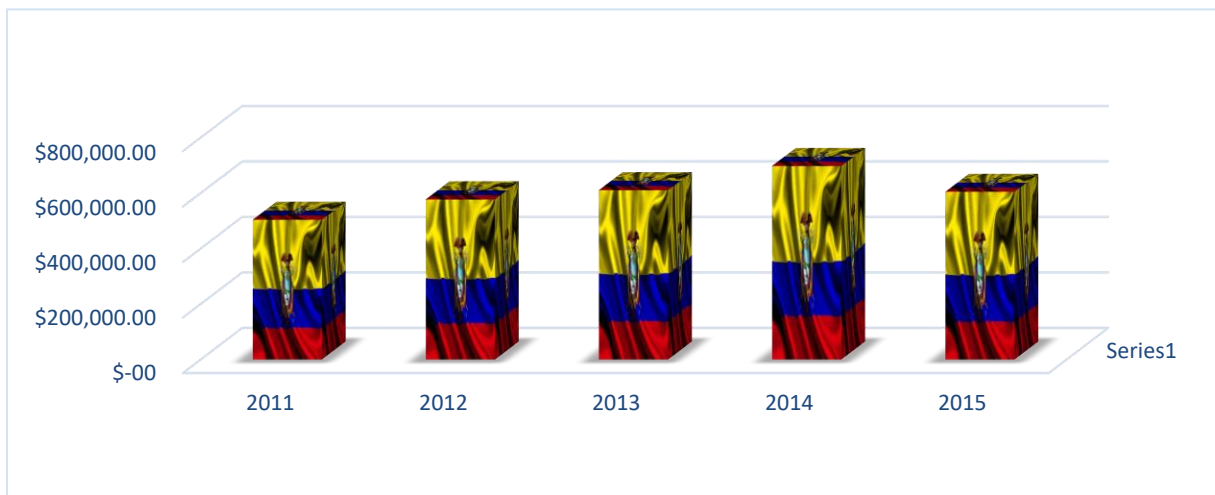


Fuente: Elaboración Propia con datos de INTRACEN (2017)

2.1.3 Ecuador

Ecuador tiene un contexto geográfico que lo ha beneficiado en la producción de materia prima por poseer las condiciones ideales para sus productos, los cuales han obtenido una gran aceptación dentro del mercado internacional, por su excelente calidad. Ecuador es un gran productor de rosas, las cuales son consideradas las mejores del mundo, por sus gruesos tallos, botones grandes, colores vivos además porque poseen una vida prolongada después del corte, por lo que son más atractivas para los países demandantes (Asociación de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador ,2013). La mayor parte de la producción de rosas de Ecuador se originan en Cayambe debido a la suficiente luminosidad y suelo fértil. La industria florícola se ha convertido una actividad importante para Ecuador, a pesar de los años se ha consolidado dentro del mercado norteamericano y a menor escala al mercado europeo. En la actualidad existen más de 2.500 hectáreas cultivadas de flores, las cuales el 75% son de rosas, lo cual permite la disponibilidad para las exportaciones de cada año. Desde el año 2011 las exportaciones de rosas de corte de Ecuador fueron de \$ 503.580,00 miles de dólares desde este momento las exportaciones de Ecuador han incrementado, para el 2012 obtuvo un incremento del 15%, para el 2013 aumento a un 7% con un valor de \$610.459,00 de miles de dólares, para el 2014 las exportaciones incrementaron el 14% realmente durante estos tres años los flujos comerciales para Ecuador fueron impresionantes , después de todo estos años no sufrieron ningún decremento, a pesar de ello para el 2015 se refleja una decadencia del -13% por lo que los ingresos de Ecuador fueron menores a los anteriores años .

Gráfica No. 2.5 Exportaciones de Rosas de Corte Ecuador a nivel internacional (2011- 2015)



Fuente: Elaboración Propia con datos de INTRACEN (2017)

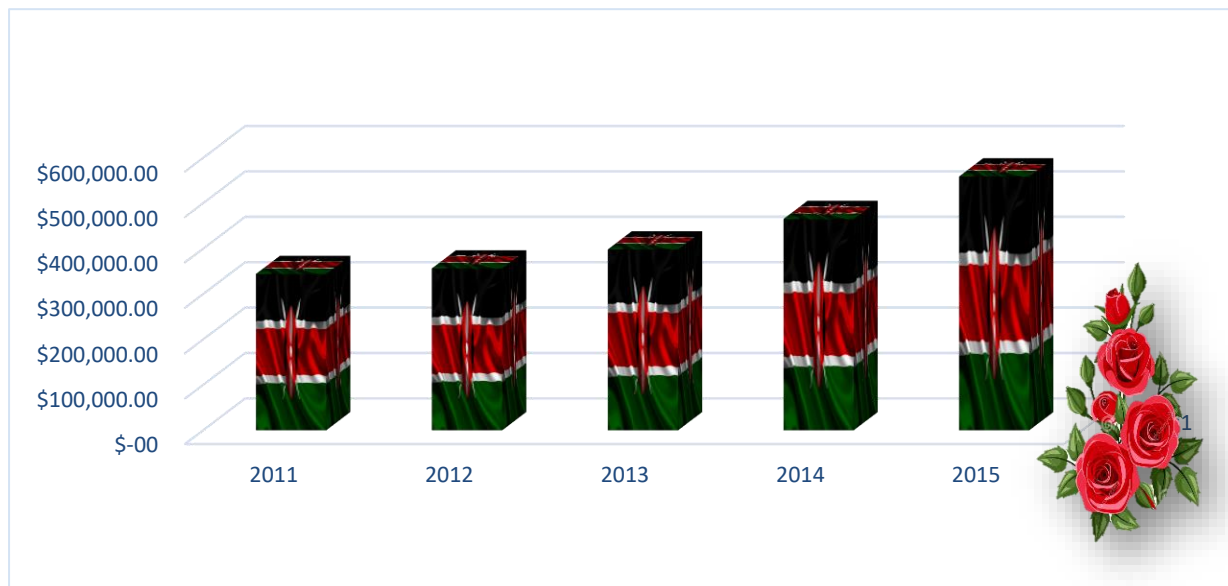
2.1.4 Kenia

Kenia, está situado en el este de África, es el mayor productor de rosas y claveles, ocupa el quinto lugar en exportación de flores de corte a nivel mundial y es el segundo mercado en Europa después de Holanda. A pesar de que la industria florícola de este país es importante como proveedor de la Unión Europea, subasta en la gran empresa FloraHolland. Mientras tanto el consejo de floricultores de Kenia, conserva el contacto con los grandes centros comerciales de Holanda y otros lugares de Europa. Por lo que el 65% de los tallos florales exportados se venden por subastas holandesas. Por otra parte, un tercio de las flores consumidas en Gran Bretaña son provenientes de Kenia, ya que, este país se especializa en la producción de rosas (Klasman,2012).

Kenia es un país que cuenta por lo regular con un clima soleado durante todo el año, que a su vez le permite cultivar flores de buena calidad, sin la necesidad de producirlas en un invernadero, la cual esto le permite la reducción de costos para el mantenimiento del mismo sector. De la misma manera Kenia cuenta con excelentes vínculos de transporte a Europa, la cual es de gran facilidad desplazar productos perecederos de forma rápida, para que estos lleguen al posible consumidor final.

A pesar de las características que posee este país sus flujos comerciales en el periodo de los últimos cinco años , han sufrido cambios positivos ,es decir, cada año al promedio incrementó el 10% de sus exportaciones a nivel mundial, para el 2012 ascendió el 4% en sus ventas, en el 2013 el aumento fue el triple que el del 2012 a un 12% ,para el 2014 incremento el 17% aportando buenos ingresos para este país , mientras tanto para el último año las exportaciones ascendieron al 20%,por lo que en este periodo hubo un promedio de \$424.714,60 miles de dólares. Por lo que se estima el principal mercado proveedor de la Unión Europea.

Gráfica No.2. 6 exportaciones de Rosas de Corte Kenia alrededor del mundo (2011- 2015)



Fuente: Elaboración Propia con datos de INTRACEN (2017)

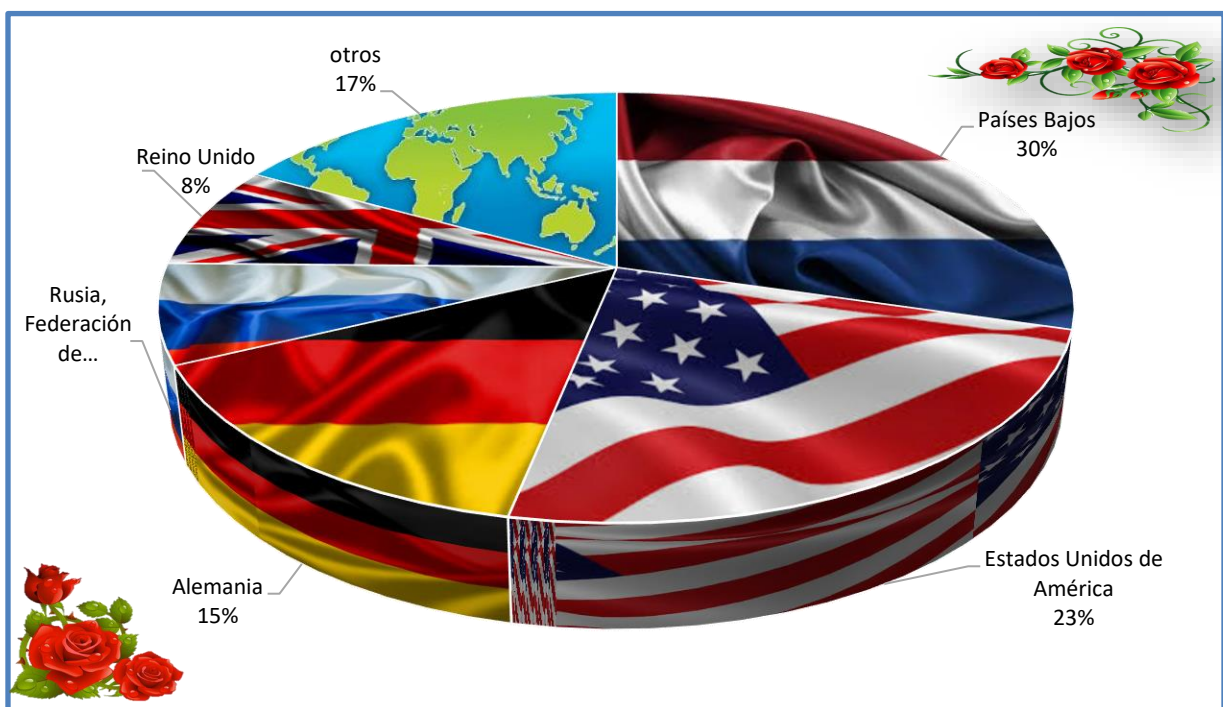
El ámbito de este mercado es muy amplio para aprovechar las oportunidades de comercio entre los principales demandantes de rosas de corte, a pesar de la conducta de estos países competidores han sobresalido dentro del mercado floricultor lo cual se hace más competitivo en el ámbito internacional, a pesar de cada uno posee ciertas características benéficas de sí mismos.

2.2 Principales países importadores de rosas de corte del periodo 2011 - 2015

De acuerdo a los datos establecidos en INTRACEN (2015) de los primeros diez países importadores de rosas de corte a nivel internacional, son los Países Bajos con una participación de 30% en el mercado, el segundo importador es Estados Unidos participa con el 23%, en seguido Alemania con el 15%, después Rusia con el 7%, Reino Unido con el 8% y además países que suman su participación el 17%.

Grafica No.2.7 Principales exportadores de rosas de corte en el mundo

% participación ,2015

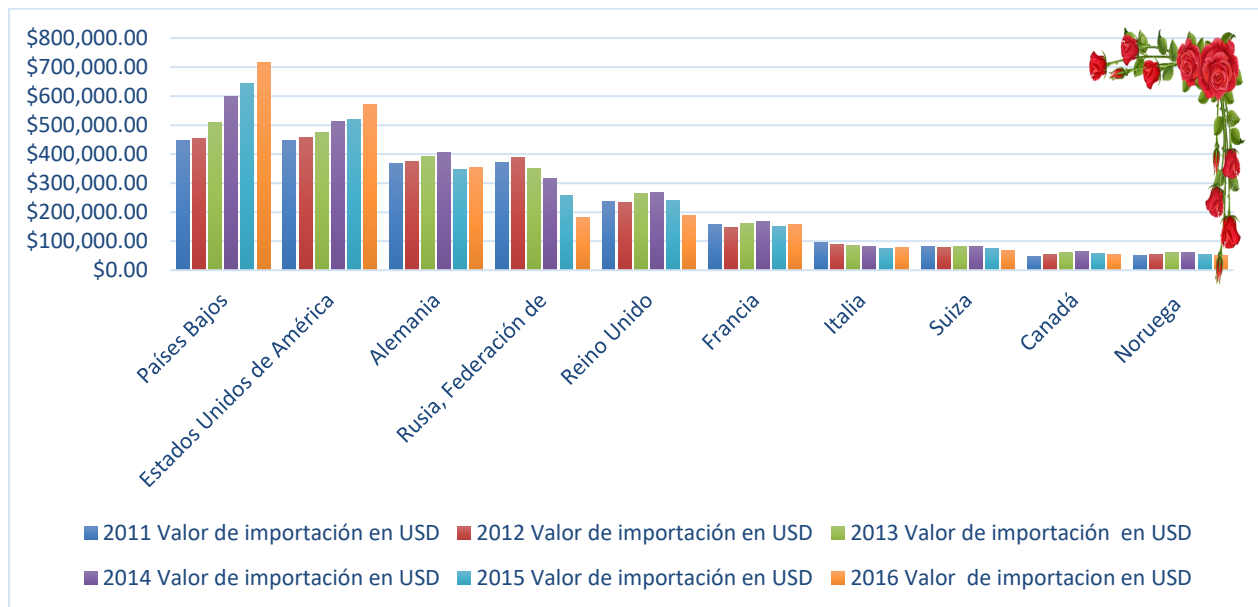


Fuente: Elaboración Propia con datos de INTRACEN (2017)

La Unión Europea es el principal importador global alcanza anualmente un monto más de US\$ 3 billones, del total de las importaciones que se realizan en Europa el 23% solo se importa a terceros países. Por lo tanto, las importaciones de Flores de corte son provenientes de países en desarrollo que han evolucionado desde el inicio de la década de 1990 y en la actualidad representan más de un 16% del total importado por la Unión Europea, mientras que la participación de estos países es en Holanda debido a que ocupa el papel de distribuidor a otros países europeos (Cámara de Comercio de Bogotá, 2015).

Los Países Bajos, sus importaciones son reflejadas en valor de miles de dólares, en el año 2013 – 2014 se presentó un incremento del 17.5% de importaciones, para el año 2015 el valor de las importaciones ascendió a \$ 644,854,00 miles de dólares por lo que se releja un gran incremento en los últimos tres años, el segundo país importador es Estados Unidos de América, la cual es uno de los principales mercados consumidores de rosas de corte.

Grafica No.2.8 Principales Países importadores a nivel internacional (2011-2016)

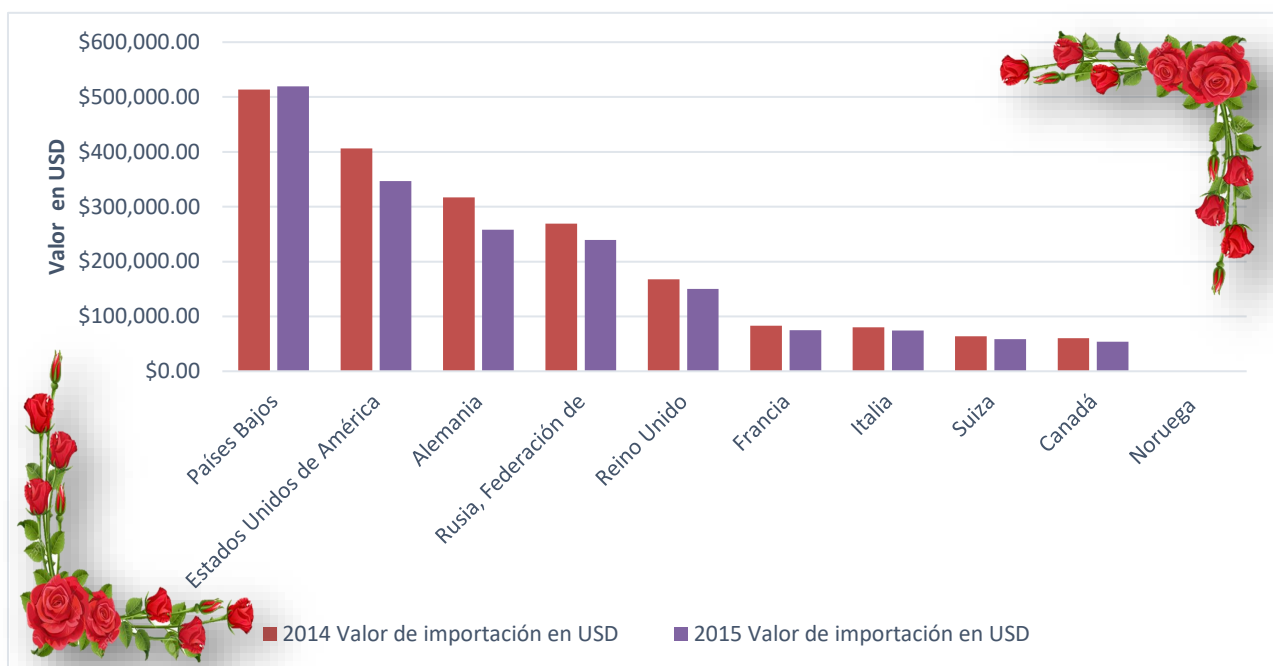


Fuente: Elaboración Propia con datos de INTRACEN (2017)

Entre los años 2014 y 2015 hubo un incremento de 1.5% en las importaciones de EE. UU con un valor de \$ 513.831,00 miles de dólares, el tercer importador es Alemania, su comportamiento se refleja en el año 2015, donde solo este año presenta un incremento con valor de \$ 406.066,00 de miles de dólares, mientras tanto hubo un decremento para el año 2015. Reino Unido y Francia durante estos cinco años el promedio de sus importaciones es entre los \$237.948,00 y \$156.121,00 miles de dólares, a su vez Italia, Suiza, Canadá y Noruega reflejan un promedio de \$273.334.00 miles de dólares en importaciones de rosas de corte en todo el mundo.

Sin embargo, tomando en cuenta los dos últimos años 2015 - 2016 las importaciones de algunos países reflejan un incremento, otros se mantienen en el mismo margen de sus importaciones, como es el caso de los Países Bajos en estos dos últimos años su incremento fue del 11% de sus importaciones, por otro lado, Estados Unidos obtuvo un decremento en el 2016 al igual que Alemania, Rusia y Reino Unido. En cuanto a los países como Italia, Suiza, Canadá y Noruega se mantienen en su mismo margen de importación, aunque el punto importante de la comercialización de rosas son los Países Bajos.

Grafica No. 2.9 Importaciones en los dos últimos años (2015-2016)



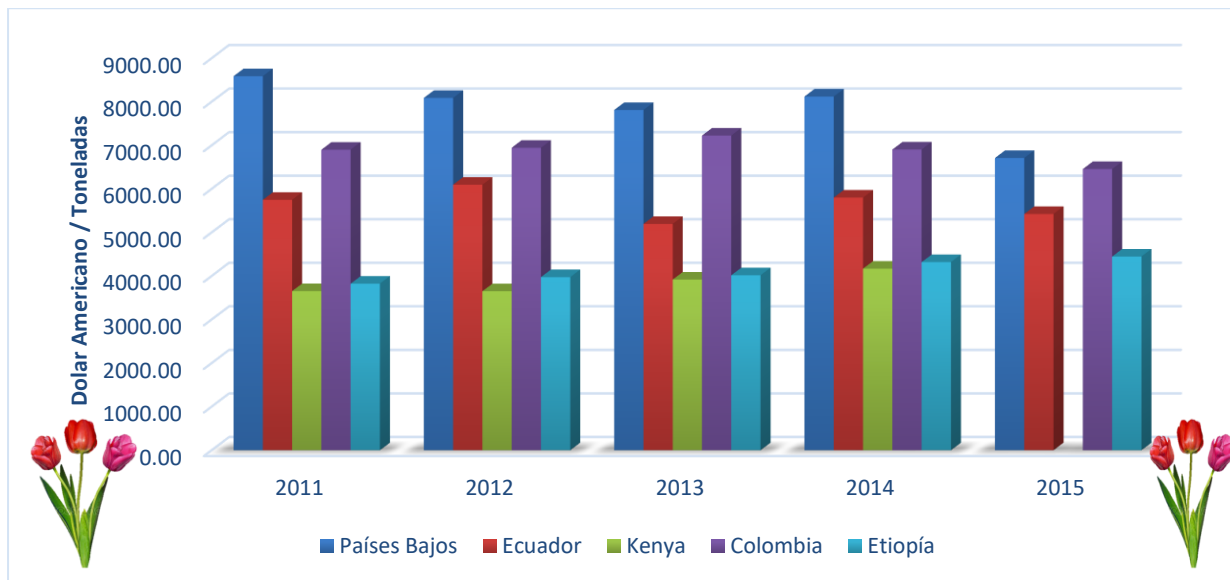
Fuente: Elaboración Propia con datos de INTRACEN (2017)

Es así como el sector floricultor se encuentra a sometidos cambios tanto en la oferta como en la demanda, la cual ha ido provocando severas variaciones en los flujos comerciales y en la competitividad a nivel internacional. A pesar de que la oferta, depende de ciertos factores que van desde los costes de producción, innovaciones tecnológicas, así también las condiciones agroclimáticas y la facilidad de mano de obra. Aunque, para algunos países han apostado por agregar mayor valor añadido para su integración al comercio exterior.

2.4 Precios y demanda internacional de las rosas de corte en los últimos cinco años

El precio se deriva de la oferta y la demanda que existe en la comercialización internacional de este sector. En la actualidad las variaciones de estos dos factores han reflejado el aumento del costo de la cadena de valor, lo cual aumentan los precios dentro mercado global. Por otra parte, ocasionan un efecto depresor ante la exportación de rosas de corte, la cual modifica la rentabilidad del sector floricultor para algunos países. En la siguiente grafica se indica el valor unitario de exportación por tonelada de rosas de los primeros cinco países competidores a nivel internacional.

Grafica 2.10 Valor Unitario de exportación (Dólar Americano / Toneladas (2011- 2015))



Fuente: Elaboración propia con datos del INTRACEN (2017)

En el año 2011 el valor unitario promedio de la exportación de rosas por tonelada fue de \$5.743,40 dólares, por lo tanto, hubo variaciones, incluso Kenia y Etiopía reflejan precios bajos a comparación de Holanda, el precio de las rosas holandeses por tonelada expiro en \$ 8.588,00 dólares, para el año 2012 los precios presentaron un minucioso incremento, con una valor unitario promedio de \$5.751,00 dólares, en el 2013 el comportamiento de los precios son bajos a comparación de 2011-2012 con un valor unitario medio de \$5.634,00 dólares, el siguiente año expresa un valor unitario aproximadamente de

\$5.863,00 dólares, el último año los precios presentaron un ligero decremento con un valor promedio de \$5.760,00 dólares por tonelada.

Expuesto a lo anterior los precios son altamente variables, ya que, dependen de ciertos factores como el volumen que se oferta dentro del mercado, el comportamiento del ingreso del consumidor, la calidad de la flor, la temporada y el medio de transporte que se utilice al comercializarlo. Todos estos factores realmente afectan el costo de la cadena de valor de las rosas. Por lo que hace realmente más costoso el proceso de este sector. A pesar del comportamiento de los precios, existe competitividad entre los floricultores internacionales actúan bajo las circunstancias de libre competencia, puesto que, la determinación de la participación dentro del mercado floricultor se determina por los factores de calidad, precio y el servicio que se le brinda al cliente.

Indiscutiblemente la mayoría de las personas en el mundo consume o compran rosas de corte, para regalar o en fechas especiales, como el día de San Valentín, Día Internacional de la mujer, Día de muertos, Día de las madres entre otros, algunos compran para eventos especiales como: bodas, presentaciones, quince años, funerales, etc.

El periodo donde más se consume rosas de corte y otras variedades de flores es en San Valentín en este día la competencia entre los países es muy fuerte, realmente los precios suben. Varios países celebran 14 de febrero como España, Austria, Bélgica o Francia, no todos los países celebran el 14 de febrero. Algunos países de Latino América también celebran esta fecha como Chile, Cuba, Ecuador, Puerto Rico, República Dominicana y Uruguay (Agencia Europea Press, 2017). Con forme a Cordero (2017) Ecuador exporto aproximadamente 13 mil toneladas de rosas en esta fecha lo que significó para él un 30% y 40% del total de las ventas anuales de un productor de flores. Estados Unidos sigue siendo un mercado importante de exportación de flores, seguido de Europa y Rusia. A pesar de los costos de producción y la competencia, Colombia es un claro ejemplo, donde sus flores continúan llegando a nuevos destinos, por lo que las rosas siguen destacando a nivel global. Según datos del Servicio Federal de Aduanas de Rusia el 40% del mercado de flores cortadas es liderado por Ecuador, es país donde cuyas exportaciones ascienden a \$83 millones, superando a Italia, Kenia y Ecuador (Ibid Ibidem).

Conforme a Floral Daily (2017), el consumo de flores y plantas de corte aumento en Europa para el 2016, la tendencia fue fuertemente en el Este de Europa. Por lo tanto, los incrementos de las ventas se dan por comercio electrónico. También otros mercados están tomando lugar dentro del sector floricultor.

2.5 Cadena de suministro de las rosas de corte

La cadena de suministro o cadena de valor es aquella herramienta que ayuda a manejar la información para proporcionar altos niveles de planeación en los negocios, facilita la toma de decisiones dentro de la empresa para los procesos de producción y distribución (Slone y Dittman,2011). La estructura de la cadena de valor se forma por diversos elementos que se relacionan entre sí. Estas deben ser rápidas y buenas, sin embargo, para las rosas de corte es importante el tiempo y la temperatura, ya que, son un producto perecedero, su transportación debe ser rápida además deben mantenerse en una cierta temperatura, para ello existe contenedores especiales para la transportación de las mismas (Administración de operaciones,2011).

Figura 2.2 Cadena de Suministro de las flores de corte



Fuente: Elaboración propia con datos de PRN Ornamentales, 2010

Las rosas requieren de sofisticación y estándares refinados en la cadena de suministro, por las características que posee. Mantener la calidad de las flores para la exportación dependen de una buena comprensión de los factores que conducen a su deterioro.

Conforme a Peñate (2011) el proceso de la cadena de suministro se desarrolla por cuatro actividades, la primera actividad es la recepción de materia prima; la materia prima es transportada en camiones, está compuesta por :fertilizante, abonos y plaguicidas, cuando esta es entregada se almacena en una temperatura adecuada; el segundo paso es la producción – cosecha; Después de la siembra en cuatro semanas viene el proceso donde se rompe el botón principal con la finalidad de que las demás flores retoñen, aquí se hace el mejoramiento de la calidad; el tercer paso es la producción Post – cosecha, donde se escogen las flores para la exportación , aquí se observa que la flor o rosa este en buen estado, que no contenga enfermedades ni problemas sanitarios, se debe de tener un lugar frio con los estándares de salubridad; el cuarto paso es la comercialización , una vez verificado el proceso se agrupan las flores , ya sea por manojo, por gruesa, se encajonan en cajas de cartón tomando el cuidado de la temperatura, se transportan al aeropuerto de origen, después de llegar a su destino comienza la distribución comercial de las flores de corte.

Es de suma importancia contemplar la administración de la cadena de suministro de las flores, ya que son un producto que necesita medidas muy estrictas para su exportación, aunque aquí un punto importante es el cliente la cual depende de la estructura de comercialización.

De acuerdo a la información explicada, se muestra que este mercado realmente es competitivo, para algunos países dependen de la cadena de valor o la cadena de suministro, ya que, de ahí se deriva la mayor parte de los costos, sin embargo, para algunos países sus salarios son muy bajos, la mano de obra es mal pagada. Todos estos factores implican el precio venta de cada rosa producida, a pesar de las características que posee cada país, aprovechan el máximo de sus recursos para competir dentro de este sector. Las tendencias de las exportaciones son impresionantes al igual que las importaciones, Holanda es el mercado líder de este sector, a pesar de que países latinoamericanos lograron competir con los Países Bajos. Después de haber analizado el

mercado internacional es importante tener en cuenta que existe competidores muy fuertes para México lo cual podrían exportar hacia el mercado canadiense.

3. Comportamiento del mercado canadiense para la exportación de Rosas de corte

Para poder exportar un producto hacia otro país es de suma importancia analizar el mercado meta, es por ello, que se estudiará el comportamiento y las características del mercado canadiense, considerando como principales factores de estudio la situación política, económica y el comportamiento de los consumidores y competidores del sector floricultor. Por otro lado, la existencia de un acuerdo comercial ayuda a entender los flujos comerciales que se tiene con dicho país, en este caso México, forma parte del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), la cual es de gran interés conocer los beneficios que se tienen conforme a dicho tratado para así fortalecer las oportunidades comerciales se tienen con Canadá.

3.1 Dimensiones y características generales de Canadá

Canadá es un país soberano de América del Norte, su territorio está organizado por diez provincias y tres territorios. Su capital es la ciudad de Ottawa y la ciudad más poblada es Toronto(Wikipedia,2017).

Figura 3.1 Ubicación Geográfica Canadá



Superficie total: 9.984.000 Km²

Aeropuertos principales: Montreal, Toronto, Vancouver, Gander y Winnipeg.

Puertos principales: Vancouver, Montreal, Sept -Iles, Hamilton, Toronto, Thunder Bay, Quebec y Halifax.

Moneda nacional: Dólar canadiense

Población total: 36.229.000 habitantes

Densidad: 3,2 hab / Km²

Idioma original: Ingles y Frances

3.1.1 Ubicación

Canadá está ubicado en el extremo norte del subcontinente norteamericano, se extiende desde el Océano Atlántico al este, hacia el océano pacífico al oeste, y hacia el norte hasta el océano Antártico. Comparte fronteras con los Estados Unidos al sur y al noreste con su Estado federado Alaska. Es el segundo país más grande del mundo después de Rusia, por lo que ocupa aproximadamente la mitad del territorio norteamericano.

3.1.2 Economía

La economía de Canadá ha obtenido un buen desempeño durante más de una década. Sin embargo, las políticas financieras han cambiado con un auge el precio de los commodities, los cuales permitieron a Canadá tener una de las disposiciones presupuestarias más fuertes entre los países industrializados (SIICEX, 2014). A pesar de ello Canadá es la décima economía más grande a nivel internacional. Su Producto Interno Bruto (PIB) es de \$1.550,54 mil millones de dólares, obtuvo un crecimiento de 1,8% entre los años 2014 y 2015. Su PIB más alto se registró en el año 2013, tomando en cuenta un PIB promedio de los últimos diez años de \$1.609,88 mil millones de dólares (worldatlas, 2016). De acuerdo a la OCDE (2014) en el 2015 Canadá exportó \$ 389 (Miles de millones de dólares) e importó \$405 (Miles de millones de dólares), dando un resultado negativo comercial de \$ 15,4 Miles de millones de dólares, en este año el PIB de Canadá fue de \$ 1,55 Billones de dólares y el PIB per cápita de \$ 44,2 miles de dólares.

Este país es caracterizado por poseer una política de inversión extranjera, es decir, las grandes empresas canadienses utilizan la Inversión Extranjera Directa (IDE) como una

importante fuente para financiar su desarrollo y la tendencia tecnológica constante del país.

3.1.2.1 Principales sectores económicos

Las actividades económicas primarias son importantes para Canadá, siendo las principales la explotación forestal y la extracción de petróleo. Mientras en la agricultura los productos importantes son trigo, arroz, soja, maíz y centeno, siendo Canadá el más grande productor de trigo en todo el mundo. También este país posee una gran producción agropecuaria, en el cual se destaca el ganado vacuno, avícola y porcino, el país cuenta con 4 millones de vacas y cría más de 26 millones de cerdos al año. Finalmente, Canadá es uno de los líderes mundiales de extracción de minerales valiosos, es el mayor productor de níquel, zinc, uranio, plomo, asbesto y cobalto. Otros minerales importantes como el petróleo, gas natural, cobre, oro, carbón, hierro y plata.

En sus actividades secundarias Canadá es uno de los centros industriales más grande en el mundo y es reconocido por su productividad, el alto nivel de educación de sus trabajadores y la tecnología de sus procesos industriales. Las industrias más destacadas son: el sector aeroespacial, compuesto por 700 empresas que generan ingresos anuales más de \$28 millones de dólares(LAE,2017). Los mayores socios de Canadá son Estados Unidos siendo el país responsable por más del 50% del comercio internacional de Canadá, China, Reino Unido, Japón y México.

Canadá es un país realmente que posee una competitividad enorme a pesar de las características que posee, en estos últimos cinco años ha reflejado ciertas dificultades en su economía, pero no deja ser un mercado esencial para las relaciones comerciales que se tienen con diferentes países.La agroindustria en Canadá es un factor importante para su economía, por lo tanto, el conocer acerca de este sector, nos permite tener el conocimiento de la floricultura, y que a lo largo del tiempo se ha mostrado un mercado competitivo internacionalmente.

3.2 La industria de flores de corte en Canadá (especialmente las rosas de corte)

Los productos alimentarios y agrícolas toman un papel importante para la economía de Canadá la cual depende de sus tierras, habitantes y climas. A pesar de la gran variedad geográfica que posee Canadá, su sector agrícola trabaja en la elaboración y empaqueo

de aproximadamente 120 productos, entre los cuales incluyen hortalizas, frutas, flores y plantas ornamentales, tales como árboles de navidad (Agriculture and Agri - Food Canadá, 2017). La floricultura es el noveno sector de la agricultura en Canadá, en el año 2014 los cultivadores canadienses operaron aproximadamente 8 millones de metros cuadrados de invernaderos dedicados especialmente para flores de corte y plantas ornamentales.

3.2.1 Producción de flores de corte especialmente rosas en Canadá

En Canadá existe una amplia variedad de flores cultivadas y vendidas, la mayoría de los floricultores poseen invernaderos para ampliar su temporada de cultivación, pero esta industria es en gran parte estacional, es decir, el cultivar flores depende del tiempo, por ejemplo, en el periodo de invierno aumentan los costos de producción debido a las características que tienen los invernaderos, a consecuencia de esto muchos floricultores dejan de producir durante este periodo. Sin embargo, algunos de los pequeños cultivadores siguen produciendo plantas, abasteciendo los principales mercados locales. En la siguiente tabla se muestra la producción de flores en Canadá por categoría.

Tabla 3.1 Producción de flores y plantas de invernadero por categoría (millones)

Categoría	2011	2012	2013	2014	2015
Plantas de maceta	207,6	212,2	199,8	191,9	215,8
Esquejes de flores	103,3	94,9	92,1	97,2	99
Flores de corte	302,6	321,1	332,9	317,6	324,3
Plantones, ornamentales	441,9	543,8	543	527,7	418,5
Total	1,055.4	1,172.0	1,167.7	1,134.3	1,057.6

Fuente: Estadísticas de Canadá, 2017

Como se muestra en la tabla Canadá produce más flores de corte y plantas ornamentales, su producción promedio de flores de corte en los últimos cinco años es de 319,7 millones de flores y el promedio de plantas ornamentales son de 494,98 millones de plantas, a

pesar de que se cultiva temporáneamente depende de las variedades de flores que se producen y demanden en el mercado local.

La industria canadiense de flores de corte cultiva diferentes variedades como crisantemos, iris, boca de dragón entre otras, unas de las más importantes y comercializadas son las rosas, la cual su producción es mínima, a comparación con las otras variedades que se cultivan en Canadá, en el último año la producción de rosas se estimó en 5.4 millones de rosas, a pesar de ello este país produce mayor cantidad de tulipanes y gerberas con respecto a este ramo (véase en la gráfica 3.2).

Tabla 3.2 Producción de flores cortadas por variedad 2011- 2015 (Cantidad en millones)

Variedad	2011	2012	2013	2014	2015
Alstroemeria, tallos	15.9	F	13.2	10.7	12.2
Crisantemos, tallos	23.1	F	34.9	32.5	33.6
Narcisos, tallos	F	3.7	4.1	6.6	4.1
Fresia, tallos	4.8	F	F	4.6	4.6
Gerberas, tallos	66.0	75.1	78.6	74.3	76.4
Iris, tallos	F	2.7	2.4	4.6	3.2
Rosas, tallos	10.5	8.4	8.3	5.9	5.4
Boca de dragón, tallos	F	F	19.3	13.8	12.1
Tulipanes, tallos	98.5	F	128,7	117,6	121
Lirios, tallos	15.2	14.5	13.3	9.2	9.7
Lisianthus, tallos	2.3	F	F	2.5	5.5
Otras flores cortadas	26.9	F	22.1	35.3	36.4
Total, de flores cortadas	302,6	321,1	332,9	317,6	324,3

Fuente: Estadísticas de Canadá (2017)

Nota:

F: Demasiado poco fiable que se publicará.

De acuerdo con Greenhouse Industry Statistics (2017), las tres provincias que producen flores de corte en Canadá son Quebec (16%), Ontario (44%) y Colombia Británica (25%), la cual representan más del 85% de la producción. Ontario es la provincia que mayor produce flores de corte, dónde se producen un promedio de 75 variedades de plantas

ornamentales u flores de corte y 120 variedades de plantas de maceta, la mayor parte de los invernaderos de Ontario son localizados en la región de Niágara, la mayoría son establecidos y controlados por familias.

3.2.2 Comercialización y demanda de flores de corte en Canadá

La mayoría de los cultivadores canadienses venden sus productos a base de subastas como en Holanda, existe cuatro puntos de subastas en Canadá, uno ubicado en Colombia Británica y tres en Ontario, siendo esta una de las cooperativas más grandes de Canadá, no solo las ventas de flores se hacen por medio de subastas sino también por otros medios de comercialización como corredores de importación y mayoristas entre otros. Actualmente conforme a la TFO Canadá (2017) se estima que existe más de 9.000 puntos de ventas de floricultura a través de Canadá, como floristas locales que enfrentan la competencia con los supermercados, grandes tiendas, tiendas de venta masiva, así como los minoristas en línea. Según la página de las estadísticas de Canadá(2017), las ventas de la industria de efecto invernadero aumento en el año 2013 el 2.6% con un valor de \$1,4 mil millones de dólares que representan la mitad de las ventas totales, lo cual, en los siguientes años se expandió a medida de que las ventas totales obtuvieron un crecimiento del 3.3% en el 2014 y cerca de \$3,7 mil millones de dólares en el 2015.Sin embargo, las plantas y flores de invernadero ascendieron a \$1,5 mil millones de dólares en el 2015,los rosales representaron el 18,9 % de las ventas totales de flores y plantas de invernadero, también las plantas de maceta representaron el 62,3% de las ventas totales.

Mientras tanto las tres provincias que producen flores y plantas de invernadero aportan un cierto porcentaje en las ventas de este sector como Ontario representa el 68%, Colombia Británica el 23,5% y Quebec el 10,9% de las ventas totales de plantas y flores de efecto invernadero (Idem). Los floristas de Ontario tienen ventas de más de \$750 millones de dólares, que son más del 50% de flores de granja en Canadá. Por lo que ascendieron las ventas a \$1.44 millones de dólares CAD en el 2014 (TFO Canadá, 2017).A pesar del comportamiento del mercado floricultor canadiense el padrón de la comercialización se ha diferenciado significativamente por las ventas masivas,

principalmente en supermercados y tiendas de descuento, ya que, desempeñan un papel importante en el mercado de flores para los consumidores.

Sin embargo, las compras en la floricultura se basan en los impulsos emocionales, asociados a las percepciones de belleza, color y olor que puedan ayudar a mejorar el estado de ánimo y el bienestar de las personas. Tomando en cuenta los factores anteriores de compra, la demanda de rosas en Canadá se deriva de dos mercados independientes, es decir, los precios y las características que obtenga el producto, como la calidad, frescura, colores, fuerza de su tallo, sobre el origen y el proceso de cultivo. Para el consumidor canadiense es importante que las rosas cumplan con estos criterios para ser motivo de compra, por otro lado, el poder adquisitivo del consumidor canadiense es amplio, el cual le permite comprar de acuerdo a la ocasión y elegir la calidad de las rosas. Tradicionalmente la demanda de flores de corte es estacional, depende de los eventos tradicionales o decoración de casas, otras veces para presentes o regalos en días especiales. De acuerdo a los datos de Industry Canada (2017) los compradores anuales y regulares compran aproximadamente el 70% de flores en invernaderos, mientras tanto el 56% por florerías minorista.

Otro factor importante para el consumidor es la innovación del producto, como la mezcla de variedades de los colores de las rosas y otras flores de corte, por lo que prefieren el desarrollo de nuevas variedades de flores exóticas. Las mayorías de los canadienses compran rosas para funerales, fiestas y obtener buenos deseos.

También la demanda depende del marketing que se le brinde al producto, como por ejemplo en Canadá ha evolucionado el comercio electrónico lo cual facilita las ventas y la satisfacción del cliente, al brindarle el mejor servicio y calidad en el producto. Estos mecanismos han aumentado los pedidos en los últimos años, debido a las grandes distancias y costos de traslado.

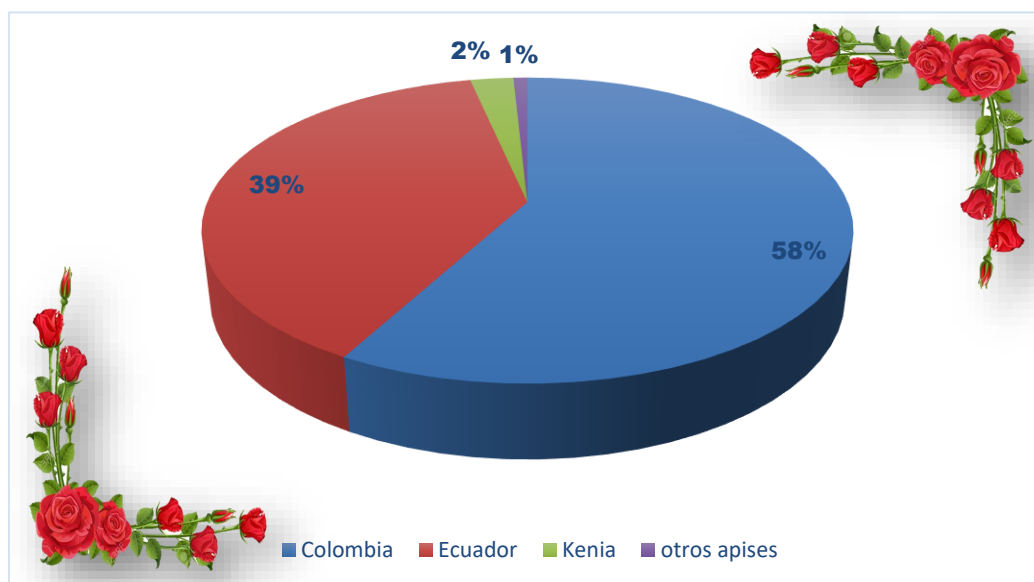
Un punto importante para analizar y tener en cuenta las características del mercado canadiense, son las fluctuaciones de las importaciones de rosas de corte hacia Canadá, al mismo tiempo tomar en cuenta los principales países competidores dentro de este mercado.

3.4 Importaciones al mercado canadiense de las flores de corte(rosas) de los últimos 5 años

La tendencia del mercado canadiense en cuanto al consumo se encuentra sujeta al medio ambiente e iniciativas sociales como el comercio justo. Según la TFO Canadá (2017), los productores canadienses han acudido a nuevas estrategias a fin de tener variedad de cultivos de flores y nuevas tendencias orgánicas. La importación de rosas de América del Sur ha ido en aumento los últimos cinco años principalmente de Colombia, Ecuador y Kenia.

De acuerdo a las estadísticas de Government of Canadá (2017), Colombia es el mayor exportador de rosas de corte en Canadá, representando el 58 % de exportaciones de los primeros diez países exportadores de rosas dentro del mercado canadiense, el segundo exportador es Ecuador, representa el 39% de las exportaciones, mientras otros países representan el 3% de las exportaciones hacia Canadá.

Grafica 3.1 Importaciones de rosas de corte de Canadá



Fuente: Elaboración propia con datos de Government of Canadá (2017)

El desarrollo comercial entre Canadá y Colombia ha evolucionado mucho, a pesar de ello, los productores canadienses enfrentan una creciente competencia de los precios en las exportaciones extranjeras, especialmente provenientes de Colombia, que se ha

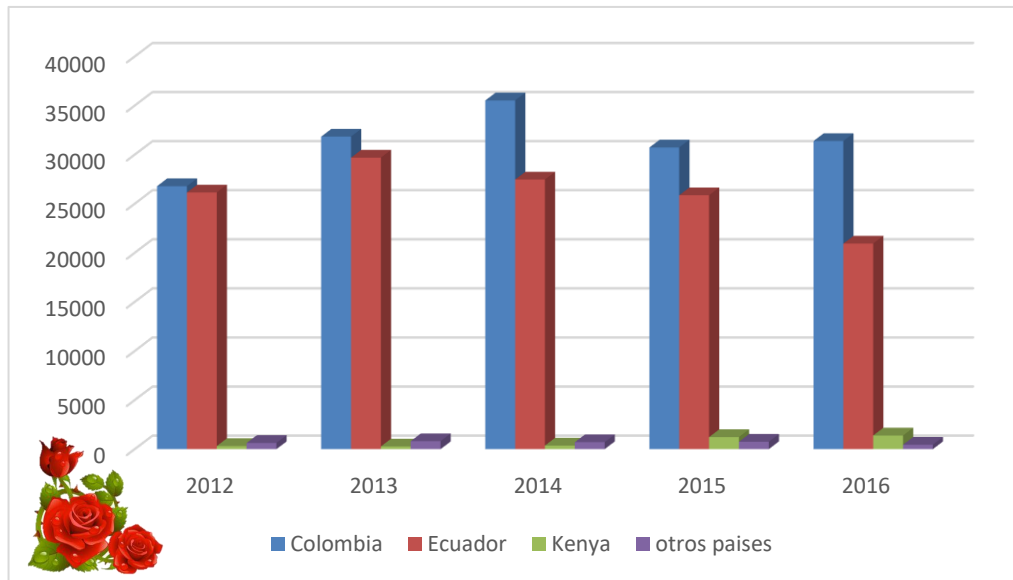
beneficiado gracias la firma del Tratado de Libre Comercio entre Canadá y Colombia en el año 2011. Las exportaciones han ido en aumento cada año, donde el valor promedio de las exportaciones de los últimos cinco años asciende a los \$31.253 miles de millones de dólares americanos, las exportaciones del 2012 tuvieron un valor de \$26.789 miles de dólares. Como se refleja en la gráfica en el 2014 Colombia refleja una mayor participación en Canadá con un valor de \$35.523 miles de dólares, por lo que no fue benéfico para los dos últimos años.

De acuerdo a los constantes crecimientos de ventas de flores, se percibe, que estas van en aumento en un futuro mercado, por lo que este sector toma como característica principal un mercado altamente competitivo, es decir, una alta demanda por una oferta que realmente satisfaga las necesidades del consumidor final. Los floricultores mexicanos tendrán que realmente competir dentro de este mercado, mejorando la calidad y ciertos factores para ganar un lugar dentro del mercado canadiense tomando como principales competidores Colombia, Ecuador y Kenia.

Otro de los factores importantes de este sector es el marketing, la forma en que como se comercializa y se da a conocer el producto, en Canadá se han implementado nuevas estrategias de ventas, una de ellas es el comercio electrónico, en este caso, México tiene que implementar nuevas estrategias de marketing, para dar a conocer la floricultura mexicana y atraer nuevos clientes exteriores del país, para así mejorar un incremento en las ventas de flores de corte mexicanas. Realmente los floricultores mexicanos necesitan la percepción de una cultura innovadora y exportadora, para poder competir fácilmente dentro del mercado floricultor.

.

Grafica 3.2 Importaciones de rosas de corte a Canadá (2012 – 2016)



Fuente: Elaboración propia con datos del INTRACEN (2017)

Por otro lado, Ecuador no se queda atrás su participación dentro del mercado canadiense es muy competitivo entre Colombia, de hecho, en el 2012 – 2013 sus exportaciones se mantuvieron, pero en el 2014 sufre un decremento con relación al 2013 en un -8% de las exportaciones, desde este año se mantuvo en los últimos dos años el valor de las exportaciones, finalmente el promedio valor de las exportaciones de Ecuador fue de \$26.021 miles de dólares.

A pesar de la demanda y las ventas constantes de flores de corte en Canadá, los canadienses cada día realizan más el valor de las flores y las plantas, no solo de las plantas de corte si no también plantas vivas para interiores y exteriores.

De acuerdo a los datos reflejados los principales competidores para México es Colombia y Ecuador, México ocupa el octavo lugar de exportación de rosas hacia Canadá, es decir, su participación es mínima a comparación de Colombia y Ecuador. Conforme a las estadísticas de INTRACEN (2017) México exporta en promedio \$10,2 miles de dólares, deduciblemente para México es muy mínima la participación de este sector en Canadá, debido a la falta de estrategias tecnológicas y apoyos financieros para mejorar el sector floricultor mexicano.

El mercado floricultor es muy amplio y competitivo dentro del mercado canadienses, ya que, este sector es regido por Colombia y Ecuador dejando atrás a otros países, principalmente por las características que poseen las rosas de corte de cada país como es el caso de Ecuador sus rosas poseen un valor en su duración de vida después del corte y la fuerza de sus tallos que posee cada flor. Sin embargo, para México son dos mercados muy competentes dentro del mercado canadiense, por lo que, los floricultores mexicanos necesitan implementar estrategias para mejora la calidad del producto, al mismo tiempo aprovechando los recursos naturales que posee México para así fortalece el sector floricultor.

Los constantes crecimientos de ventas de flores, se percibe, que estas van en aumento en un futuro mercado, por lo que este sector toma como característica principal un mercado altamente competitivo, es decir, una alta demanda por una oferta que realmente satisfaga las necesidades del consumidor final. Los floricultores mexicanos tendrán que realmente competir dentro de este mercado, mejorando la calidad y ciertos factores para ganar un lugar dentro del mercado canadiense tomando como principales competidores Colombia, Ecuador y Kenia.

Otro de los factores importantes de este sector es el marketing, la forma en que como se comercializa y se da a conocer el producto, en Canadá se han implementado nuevas estrategias de ventas, una de ellas es el comercio electrónico, en este caso, México tiene que implementar nuevas estrategias de marketing, para dar a conocer la floricultura mexicana y atraer nuevos clientes exteriores del país, para así mejorar un incremento en las ventas de flores de corte mexicanas. Realmente los floricultores mexicanos necesitan la percepción de una cultura innovadora y exportadora, para poder competir dentro de este mercado internacional.

El fin de este capítulo es conocer el mercado floricultor a nivel internacional, por lo tanto, se reflejó que es competitivo, tomando en cuenta que el mercado holandés es el que lleva mayor fuerza, también los mercados latinoamericanos han logrado ganar un lugar dentro este sector. En este Caso se percibe como principales competidores para México los países de Colombia y Ecuador, ya que, son un competidor muy fuerte para establecerse dentro mercado canadiense.

Sin duda alguna este sector refleja incrementos en los flujos comerciales en los últimos cinco años, por lo que, se estima que este mercado va en aumento, y esto depende de la innovación y calidad que se ofrezca dentro de los mercados de floricultura. Todos los países poseen un valor agregado a sus rosas, la cual depende mucho para la atención y la satisfacción del cliente. México tendrá que impulsar nuevas estrategias para estimular este sector a nivel internacional, ya que, cuenta también con ciertas características benéficas para aprovechar al máximo, fortaleciendo el sector agroindustrial mexicano. Las rosas mexicanas pueden obtener un valor agregado frente a sus competidores.

4. Leyes, Requisitos, Logística, Regulaciones y Restricciones Arancelarias para la exportación de Rosas de corte a Canadá.

En el siguiente capítulo se mostrará las Leyes que se deben utilizar para la exportación de las rosas de corte a Canadá, como son los Regulaciones y Restricciones Arancelarias, Transporte, Ruta e Incoterm que nos conviene para la exportación de dicho producto. Por otro lado, también se hablará la estructura de la Clasificación Arancelaria cuál es su Clasificación de México a Canadá.

4.1 Estructura Arancelaria

Clasificación Arancelaria de la Rosa.

0603.11.01 en el cual se desglosará en la siguiente forma. En la cual lo encontraras en la Sección (02) como Productos del Reino Vegetal.

Capítulo 06 – Plantas Vivas y Productos de la Floricultura.

Nota:

1- Este capítulo comprende únicamente los productos suministrados habitualmente por los Horticultores, floristas para la planeación o la ornamentación, sin embargo, se excluye de este Capítulo las papas también conocidas como patatas.

Partida 0603 - Flores y Capullos, cortados para Ramos o Adornos, Frescos, Secos, Blanqueados, Teñidos, Impregnados o Preparados de otra forma.

Esta partida comprende no sólo las flores y los capullos simplemente cortados, sino también en las cestas, coronas y artículos similares de flores y capullos, tales como los ramilletes y las flores de ojal. No se tiene en cuenta las materias que forman los accesorios (cestas, cintas, puntillas de papel, etc.)

Subpartida 0603.11-- Rosas

Las ramas de árboles, arbustos, matas que tengan flores o capullos (tales como la magnolla, ciertas rosas), se consideran flores o capullos en esta partida. (Gutiérrez, 2014)

Fracción 0603.11.01-- Rosas

Como a continuación se indicó la Partida, Subpartida y Fracción de la Rosa en las notas explicativas de la Tarifa Arancelaria de la LIGIE nos señala visiblemente en donde se puede buscar y poder clasificar. En la Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación ya señalada anteriormente con la Clasificación que es **0603.11.01** está ubicada textualmente como **Rosas**.

Figura 4.1 Rosas de Corte.



Fuente: Dream Stime

4.2 Pago de Impuestos

En el siguiente apartado se estará indicando cuales son los impuestos que paga las Rosas para la exportación en nuestro caso hacia en país destinado que es Canadá. En la página que se facilitará a continuación se obtendrán la consulta de la clasificación arancelaria del producto en el caso de estudio las Rosas y saber que impuestos tienen las Rosas. <http://www.siicex-caaarem.org.mx/> que a continuidad se señalaran.

Las Rosas de corte paga los siguientes impuestos:

UM	Kg
Arancel	EX.

IVA

0%

Fuente: Elaboración propia y con datos de SIICEX, 2017.

Como se sabe tenemos un tratado de Libre Comercio con Canadá y Estados Unidos, que es llamado TLCAN (Tratado de Libre Comercio con América del Norte), en este caso en exportación y conforme a la tabla de arriba tenemos la Unidad de Medida (UM) que son en Kilogramos, nuestro Arancel está Exento por el tratado y el IVA está al 0%, como cuestión de la averiguación es una Exportación, no se quedará costeadando ningún pago, aquí el que costeara es el comprador.

4.3 Regulaciones y restricciones de Canadá

En el Tratado de Libre Comercio con América del Norte que se buscó obtuvimos rescatar algunos artículos que mencionan para poder exportar en este caso las rosas los que a continuación se mencionaran.

Sección B - Medidas sanitarias y fitosanitarias

- **Artículo 709. Ámbito de aplicación**

Con el fin de establecer un marco de reglas y disciplinas que guíen el desarrollo, la adopción y el cumplimiento de medidas sanitarias y fitosanitarias, lo dispuesto en esta sección se aplica a cualquier medida de tal índole, que al ser adoptada por una Parte, pueda, directa o indirectamente, afectar el comercio entre las Partes.

- **Artículo 710. Relación con otros capítulos**

Los Artículos 301, "Trato nacional", y 309, "Restricciones a la importación y a la exportación", y las disposiciones del Artículo XX(b) del GATT que están incorporadas en el Artículo 2101(1) "Excepciones generales", no se aplican a ninguna medida sanitaria o fitosanitaria.

- **Artículo 711. Apoyo en organismos no gubernamentales**

Cada una de las Partes se asegurará de que cualquier organismo no gubernamental en que se apoye para la aplicación de una medida sanitaria o fitosanitaria, actúe de manera congruente con esta sección.

- **Artículo 712. Principales derechos y obligaciones**

- ✓ Derecho a adoptar medidas sanitarias y fitosanitarias

Cada una de las Partes podrá, de conformidad con esta sección, adoptar, mantener o aplicar cualquier medida sanitaria o fitosanitaria necesaria para la protección de la vida o la salud humana, animal o vegetal en su territorio, incluida una medida que sea más estricta que una norma, directriz o recomendación internacional.

- ✓ **Obstáculos innecesarios**

Cada una de las Partes se asegurará de que cualquiera de las medidas sanitarias o fitosanitarias que adopte, mantenga o aplique sea puesta en práctica sólo en el grado necesario para alcanzar su nivel apropiado de protección, tomando en cuenta la factibilidad técnica y económica.

- **Artículo 715. Evaluación de riesgo y nivel de protección apropiado**

Al llevar a cabo una evaluación de riesgo, cada una de las Partes tomará en cuenta: métodos y técnicas de evaluación de riesgo pertinentes, desarrolladas por las organizaciones de normalización internacional o de América del Norte;

- ✓ Información científica pertinente;
- ✓ Métodos de proceso y de producción pertinentes;
- ✓ Métodos pertinentes de inspección, muestreo y prueba;

La existencia de plagas o de enfermedades que deban tomarse en cuenta, incluida la existencia de zonas libres de plagas o de enfermedades, condiciones ecológicas y otras condiciones ambientales que deban considerarse; y tratamientos pertinentes, tales como cuarentenas;

En adición a lo dispuesto en el párrafo 1, al establecer su nivel apropiado de protección en relación al riesgo vinculado con la introducción, radicación o propagación de una plaga o enfermedad animal o vegetal, y al evaluar el riesgo, cada una de las Partes también tomará en cuenta, cuando sean pertinentes, los siguientes factores económicos:

- ✓ Pérdida de producción o de ventas que podría ser consecuencia de la plaga o enfermedad;
- ✓ Costos de control o erradicación de la plaga o de la enfermedad en su territorio; y

- ✓ La relación costo-eficiencia de otras opciones para limitar los riesgos;
- ✓ Cada una de las Partes, al establecer su nivel apropiado de protección:

Deberá tomar en cuenta el objetivo de minimizar los efectos negativos sobre el comercio; y evitará, con el objetivo de lograr congruencia en tales niveles, hacer distinciones arbitrarias o injustificables en esos niveles, bajo diferentes circunstancias, que puedan provocar discriminación arbitraria o injustificable en contra de un bien de otra Parte o constituyan una restricción encubierta al comercio entre las Partes (Sice.oas.org, 2017)

Considerado exportador, accederá a consultar los requisitos fitosanitarios de importación que son establecidos para la exportación de las rosas en este caso. En contenido de la investigación la VU (Ventanilla Única) facilitará que se necesite para la exportación, en la cual se estará especificando los procesos para poder exportar las rosas.

- **Solicitud de Requisitos Fitosanitarios para Importación**

El sistema de solicitud de requisitos fitosanitarios es una aplicación electrónica donde los interesados pueden consultar ante la Dirección General de Sanidad Vegetal (DGSV) del SENASICA los requisitos fitosanitarios aplicables para la importación de vegetales, sus productos no contenidos en el “Módulo de Consulta de Requisitos Fitosanitarios para la importación”, a efecto de que la Dirección General de Sanidad Vegetal (DGSV) le indique directamente al interesado lo procedente conforme a la solicitud presentada (Ventanillaunica.gob.mx, 2017).

Requisitos

1. Certificado de Control de Calidad
2. Certificado de origen
3. Certificado de análisis
4. Certificado de libre venta
5. Resultados de pruebas de laboratorio

6. Oficios
7. Cartas Protestas
8. Otros

DATOS

1. Número de Partida
2. Fracción Arancelaria
3. Descripción Fracción Arancelaria
4. Descripción de la mercancía
5. Cantidad en UMT
6. Unidad de Medida de Tarifa (UMT)
7. Cantidad en UMC
8. Unidad de Medida de Comercialización (UMC)
9. Nombre Común
10. Nombre Científico
11. Uso
12. Otro Uso
13. País de Origen
14. País de Procedencia
15. Tipo de Producto
16. Otro Tipo de Producto

Los datos y requisitos aquí mencionados son de uso exclusivo en la Ventanilla Única.

- Certificado fitosanitario

Nos menciona SAGARPA (Secretaría de Agricultura Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación) el documento oficial será expedido por la Secretaría o las personas acreditadas y deben ser aprobadas para tal efecto, que constara el cumplimiento de las disposiciones legales aplicables en materia de sanidad vegetal a que se sujetan la producción, movilización, importación o exportación de

vegetales, así como sus productos o subproductos que representen un riesgo fitosanitario (SAGARPA, n.d.).

4.4 Modo de Transporte.

En la exportación de las rosas se utilizará:

- Transporte Terrestre (camioneta), del Estado de México (Villa Guerrero) hacia el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México.
- Contenedor

El contenedor que se maneja para poder transportar la mercancía en este asunto de las Rosas será en un Reefrer que a continuidad se indicaran el motivo por el cual se estará utilizando este contenedor.

Nos menciona SITRANS 2010, que los contenedores frigoríficos pueden mantener temperaturas constantes en un rango que va desde -20°C a $+20$ grados $^{\circ}\text{C}$, en este nos ayuda para la transportación de las rosas a que mantengan su temperatura y no se marchiten antes de llegar al destino que es Canadá.

Figura 4.2 Ruta de Exportación



Fuente: Elaboración Propia.

Figura 4.3 Tipo de contenedor Reefer

Tamaño	Largo	Ancho	Alto	C. Útil	Tara
20´	5,84*	2,29*	2,26*	26.340**	3.200**
40´	11,56*	2,29*	2,19*	27.320**	5.200**

* Mts. ** Kgrs.

Fuente: SEA LAND S.A

El contenedor que se utilizara es de 20´ que tiene de lago 5.84*, de ancho 2.29* de alto 2.28.

Para el contenedor Reefer se les quedará suministrando a las rosas una temperatura de 2° a 6° grados, porque pretendemos que consigan las rosas a su destino llegar en buena subsistencia y sin ningún riesgo de que se ocurra desflorado por la temperatura que se manejó y su tiempo debe de llegar en 9 o 10 horas principalmente, haciendo escalas.

Este tipo de contenedor lo utilizaremos por Transporte Aéreo puesto que es el que llega más rápido, podríamos utilizar el medio de Transporte Terrestre, pero por su forma de llegar que es más lento puede que las flores ya estén floreciendo o ya estén a punto de desflorar, es por eso que se recomienda que sea por avión.

- Al llegar a su destino un Transporte Terrestre de nuevo.
- Embalaje y Envase se utilizarán

Las flores requieren bajas temperaturas durante el almacenamiento y transporte para poder lograr una vida útil razonable. Motivo es porque las flores son muy especiales si no tienen temperaturas bajas alcanza que cuando obtenga que las flores ganen estar marchitas.

El almacenamiento y el transporte de flores requieren un porcentaje de humedad en el aire.

Teniendo en cuenta estos aspectos se has establecido diferentes modos de empaque para este tipo de productos continuación describiremos uno:

- El primer nivel de protección es un capuchón de PVC o cartón con la función de envolver el ramo en la parte superior del mismo.
- El segundo nivel se encuentran las cajas plegadizas de cartón corrugado, cubetas plásticas, guacales entre otros.
- Se encuentran los contenedores, estibas o cajas de cartón
- Introducir los ramos en bolsas plásticas flexibles
- Extraer la atmósfera interior mediante una máquina que usa una bomba de vacío y luego inyectar la nueva atmósfera con cilindros de alta presión y luego sellar herméticamente la bolsa.
- Las bolsas deben poseer unas características de permeabilidad al oxígeno entre 2000 y 4000 cm³ de oxígeno por metro cuadrado en un periodo de 24 hrs. La proporción de gas en la atmósfera debe ser de 100 a 200 mililitros de mezcla gaseosa por cada 100 gramos de peso de tallo empacado
- Finalmente, las bolsas ya selladas deben ser almacenadas en el cuarto frío a una temperatura entre 2 grados C y 4 grados C.

El país de origen del producto debe cumplir con los requisitos fitosanitario del importador, igualmente, el producto debe haber sido manejado de tal manera que no infecte el país de tránsito.

- Productos autorizados.
- Tratamientos cuarentenarios.

Estos pueden ser:

- Fumigación.
- Frio.
- Agua Caliente.
- Agua Fría.
- Vapor Caliente.
- Irradiación.
- Áreas Libres.
- Áreas Vigiladas.
- Inspección.

✓ **FITOSANITARIO:**

Las flores deben pasar por una inspección del servicio de inspección de la salud de animales y plantas (Animal and plant health inspection services- APHIS) del departamento de agricultura de los Canadá y de la división de protección de plantas y cuarentena (plant protection and quarantine-PPQ).

Esto se tiene en cuenta para no afectar el daño tanto de la salud humana, como animal y vegetal, si como exportadores no se tiene este ejemplar de permisos Fitosanitarios sabría que la exportación no se tome en cuenta en el país de Canadá ya que no se sabe si llega infectada en este caso las rosas o sujetan una plaga.

Los permisos fitosanitarios que los otorga es la Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales conjunto a la Subsecretaria de Gestión para la Protección de Medio Ambiente.

Figura 4.4 Imagen del Permiso Fitosanitario

CERTIFICADO FITOSANITARIO
PHYTOSANITARY CERTIFICATE
Nº 34856

1. De Organización Nacional de Protección Fitosanitaria de PARAGUAY
From: National Plant Production Organization of PARAGUAY

PARA: Organización(s) Nacional(es) de Protección Fitosanitaria de:
TO: National Plant Protection Organization (s) of:

DESCRIPCIÓN DEL ENVÍO / DESCRIPTION OF CONSIGNMENT

1. Exportador: Nombre y dirección. <i>Name and address</i>	2. Destinataria: Nombre y dirección. <i>Name and address of consignee</i>	
3. Número y descripción de bultos. <i>Number and description of packages</i>	4. Marca, descripción. <i>Designating marks</i>	
5. Nombre del producto. <i>Botanical name</i>	6. Cantidad declarada. <i>Quantity of quantity</i>	
7. Lugar de Origen. <i>Place of origin</i>	8. País de destino. <i>Place of destination</i>	9. Medio de transporte. <i>Name of mode</i>

18. Por el presente se certifica que las plantas, productos vegetales u otros artículos vegetales reglamentados descritos aquí han sido inspeccionados por autoridades de acuerdo con procedimientos oficiales adecuados, y se consideran libres de plagas cuarentenarias especificadas por la parte correspondiente de este tratado o que concuerdan con los requisitos fitosanitarios exigidos por ésta, incluyendo las relativas a plagas no-quarentenarias reglamentadas. *This is to certify that the plants, or products or other regulated articles described here in this form have been examined and/or treated according to appropriate official procedures and are considered to be free of quarantine pests specified by the exporting contracting party and to comply with certain phytosanitary requirements of the importing contracting party, including those for regular non-quarantine pests.*

TRATAMIENTO DE DESINFESTACIÓN O DESINFECCIÓN / DISINFESTATION OR DECONTAMINATING TREATING

11. Tratamiento. <i>Treatment</i>	12. Producto químico (agente activo). <i>Chemical product (active ingredient)</i>	
13. Concentración. <i>Concentration</i>	14. Duración y temperatura. <i>Duration and temperature</i>	15. Fecha. <i>Date</i>

DECLARACIÓN ADICIONAL / ADDITIONAL DECLARATION

16. *Additional information*

DATOS DEL RESPONSABLE / RESPONSIBLE INFORMATION

17. Sello de la Organización. <i>Stamp of Organization</i>	18. Nombre del oficial autorizado. <i>Name of authorized official (signature)</i>
19. Firma del Oficial autorizado. <i>Signature of authorized official</i>	20. Registro N°. <i>Number of register</i>

Fuente: Guerrero, 2016


✓ **CERTIFICACIONES:**

Certificado de origen: documento en el que se describe el origen de la carga, el número de cajas, el nombre y dirección del exportador e importador, medio de transporte y país destino.

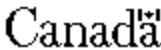
Sello verde: sello que brinda a industriales y comerciales que lo presenten un beneficio adicional, debido a la protección del medio ambiente, dando a conocer a la sociedad las bondades de los productos que promocionan. las plantaciones de flores están comenzando a obtener el sello verde, por lo cual deben cumplir con todos los requerimientos estipulados en las listas de chequeo (Romero and Gutiérrez, 2016).

Los Certificados de Origen la Secretaria que los expide es la Secretaria de Economía conjunto con la independencia que en este caso sería SAGARPA (Secretaria de Agricultura) esto lo hace de acuerdo si hay un tratado de libre comercio o y un acuerdo comerciales internacionales que México haya o este escrito, en el cual se suscriben las reglas de origen con la cual varia su finalidad, y conjunto con la clasificación arancelaria se puede reflejar en la prueba documental de origen con la “certificación de origen”. En la siguiente imagen se mostrará un certificación de Canadá, en blanco.

Figura 4.5 Certificado de Origen por parte de Canadá

 Revenue Canada Customs, Excise and Taxation		Revenu Canada Accise, Douanes et Impot		PROTECTED (when completed)													
North American Free Trade Agreement CERTIFICATE OF ORIGIN [Instructions: Attached]																	
Please Print or Type																	
1 Exporters Name and Address Tax Identification Number ▶			2 Blanket Period From <table border="1" style="display: inline-table; text-align: center;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table> To <table border="1" style="display: inline-table; text-align: center;"><tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr></table>														
3 Producers Name and Address Tax Identification Number ▶			4 Importers Name and Address Tax Identification Number▶														
5 Description of Good(s)		6 HS Tariff Classification Number	7 Preference Criterion	8 Producer	9 Net Cost	10 Country of Origin											
11 I certify that: - the information on this document is true and accurate and I assume the responsibility for proving such representations. I understand that I am liable for any false statements or material omissions made on or in connection with this document; - I agree to maintain, and present upon request, documentation necessary to support this Certificate, and to inform, in writing, all persons to whom the Certificate was given of any changes that would affect the accuracy or validity of this Certificate; - the goods originated in the territory of one or more of the Parties, and comply with the origin requirements specified for those goods in the North American Free Trade Agreement, and unless specifically exempted in Article 411 or Annex 401, there has been no further production or any other operation outside the territories of the Parties; and - this Certificate consists of _____ pages, including all attachments.																	
Authorized Signature:			Company:														
Name:			Title:														
Date: (DD/MM/YY)		Telephone:		FAX:													

B232E (33/12) Printed in Canada



Fuente:GobermentofCanadá,2017

4.6 Incoterm.

Los Incoterms que se pudieran utilizar en la exportación, pueden ser en este caso el EXW (en Fábrica) o el FCA (Franco Porteador), se podrán utilizar estos dos Incoterms, el EXW es utilizado para que el vendedor no tengo muchas responsabilidades al exportar en este caso las rosas, y el FCA por si quieren hacer el despacho de la mercancía.

A continuación, se mencionará conforme a INCOTERMS ® 2010 que responsabilidades tendrán como vendedor en los dos Incoterms. Se resumirá con lo más importante.

EXW (en Fábrica)

Figura 4.6 Panorama de las responsabilidades vendedor/comprador.



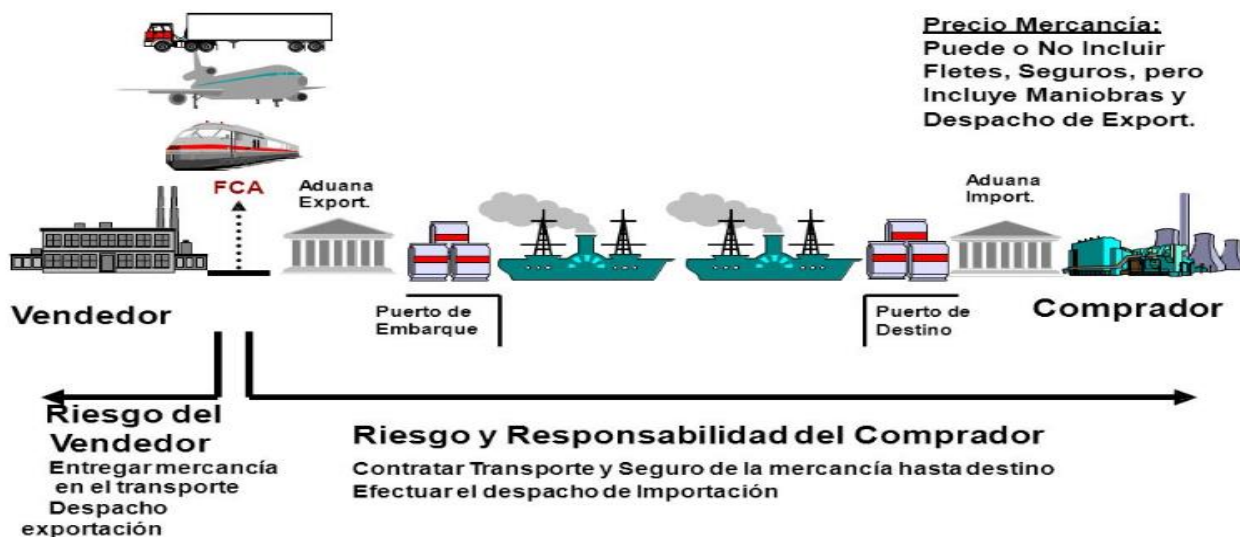
Fuente: Prochile, MODIFICACIONES EFECTUADAS LAS REGLAS Incoterms®2010 & INCEA, 2015

De acuerdo al libro INCOTERMS ® 2010 nos menciona que el Incoterm EXW que es “En Fábrica” significa que el vendedor realiza la entrega cuando pone la mercancía a disposición del comprador en las instalaciones (fábrica, taller, bodega, almacén, etc.) del vendedor o en otro lugar designado. El vendedor no tiene que cargar la mercancía en ningún vehículo de recogida, ni tiene que despacharla para la exportación.

- EXW representa la mínima obligación para la empresa vendedora.
- El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de cargar la mercancía.
- El vendedor tiene la obligación de proporcionar solo la ayuda que el comprador requiera para efectuar la exportación, mas no está obligado a organizar el despacho de exportación.
- El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar un contrato de transporte.
- El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar un contrato de seguro (International Chamber Of Commerce., 2010).

FCA (Franco Porteador)

Figura 4.7 Panorama de las responsabilidades vendedor/comprador.



Fuente:INCEA, 2015

De acuerdo al libro INCOTERMS ® 2010 nos menciona que el Incoterm FCA “Franco Porteador” significa que la empresa vendedora entrega la mercancía al porteador y/o transportista o a otra persona designada por la empresa compradora en las instalaciones de la empresa vendedora o en otro lugar designado. Recomendable que las partes especifiquen, tan claramente como sea posible, el

punto en el lugar de entrega designado, ya que el riesgo se transmite al comprador en dicho punto.

- FCA exige que el vendedor despache la mercancía para la exportación, cuando sea aplicable.
- El vendedor no tiene ninguna obligación de despacho a la importación.
- El vendedor no tiene que pagar ningún derecho de importación o llevar a cabo ningún trámite aduanero de importación.
- El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar un contrato de transporte.
- El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar un contrato de seguro (Ibdim).

La clasificación arancelaria se utilizó estructurarla para que los exportadores de las rosas puedan entender porque se utilizó la clasificación y en donde se pueden encontrar más rápido en el SIICEX con todos los números descritos en el anterior apartado, los pagos como en este caso es exportación, el agricultor o diferente persona que quiera exportar como ex una exportación no se pagara el IGE (Impuestos Generales a la Exportación) y el IVA (Impuesto al Valor Agregado), las regulaciones que se utilizaron para poder exportar las rosas serían los permisos fitosanitarios (permisos para que cualquier mercancía que sea orgánica no traiga ningún animal que pueda afectar a la salud y vida floral), el transporte utilizado fue porque debe estar lo más rápido que sea necesario para llegar ya que si se tarda en llegar la mercancía en este caso la roza puede llegar a un punto que llega marchita y ya no se necesitara así las rosas y el tipo de contenedor que se utilizara por vía aérea será un Refeer porque es el más adecuado para las rosas para que lleguen a su forma y no marchitas, los incoterms se utilizaran estos dos tipos porque no se tendrá mucha responsabilidad para el exportador.

Evaluación Financiera.

TMAR				
------	--	--	--	--

inflación	0.04260			
interés	0.30000			
riesgo	0.05000			
(i;%;r)	0.00064			
TMAR	0.39324			
Inv. Inicial	FNE (1 sola operación)			
-397050	1,294,327.47		VPN=	531956.0549259
397,050.00			TIR=	226%
			B/C=	1.339770948

Fuente: Elaboración Propia

En la evaluación financiera se quiere dar a conocer que la exportación de las rosas de corte del Estado de México a Canadá es viable a que nos referimos con esto que nosotros tenemos una ganancia del \$1.33 pesos al exportar las rosas, pero podemos superar estas ganancias con el apoyo del gobierno y principalmente tener un específico programa para las rosas.

6. Modelo de Negocios para la exportación de Rosas de corte

El crear un modelo de negocios le permite al emprendedor percibir la creación del valor al cliente, el cual aprueba analizar verdaderamente el segmento de mercado al que va dirigido la empresa o producto. En este caso es de suma importancia la identificación del segmento del mercado para crear la propuesta de valor para dicho mercado meta. La importancia de un modelo de negocios permite abrir un panorama de mejora e innovación siendo una fuente de ventaja competitiva para el sector floricultor mexicano. Sin olvidar que el principal objetivo de todo negocio es crear un modelo de negocios escalable y sostenible. Para ello se desarrollará el modelo de negocios para la implementación de un invernadero de rosas de corte para llevar a cabo la exportación a Alberta, Canadá.

6.1 Justificación del negocio

La producción de flores ornamentales ha jugado un papel interesante dentro del mercado floricultor internacional, ya que, existe un cierto número de competidores y consumidores de flores ornamentales. Sin embargo, un invernadero ornamental tiene la oportunidad de cultivar y comercializar decorativos florales. Al mismo tiempo buscar nuevos nichos de mercados en otros países para llevar a cabo una cultura exportadora. México posee con una gran riqueza natural para llevar a cabo la producción de rosas de corte, de acuerdo con estadísticas de la Secretaría de Agricultura, Ganadería Desarrollo Rural, Pesca y Alimentos (SAGARPA) anualmente los floricultores mexicanos producen alrededor de siete millones de gruesas de rosas.

El cultivo de las rosas es una actividad agrícola que ha sufrido en los últimos años. Hoy en día debido a la globalización se ha transformado en un sector altamente productivo, la cual atrae inversiones como es el caso del mercado de la Unión Europea. Considerando que el mercado internacional de flores es abastecido por Holanda, Colombia, Ecuador y Kenia. Holanda siendo el primer productor y comercializador de flores y plantas ornamentales.

6.3 Análisis del mercado

6.3.1 Características generales del mercado

México y Canadá se han convertido en importantes aliados estratégicos que han compartido un diálogo y compromiso constante. Para el consumidor canadiense es importante que las rosas cumplan con ciertos criterios para ser motivo de compra, por otro lado, el poder adquisitivo del consumidor canadiense es amplio, el cual le permite comprar de acuerdo a la ocasión y elegir la calidad de las rosas. Tradicionalmente la demanda de flores de corte es estacional, depende de los eventos tradicionales o decoración de casas, otras veces para presentes o regalos en días especiales. De acuerdo a los datos de Industry Canada (2017) los compradores anuales y regulares compran aproximadamente el 70% de flores en invernaderos, mientras tanto el 56% por florerías minorista.

La segmentación de mercado es una parte integral de la mercadotecnia para la empresa, es por eso, que se ha analizado los posibles clientes para ofrecer rosas de corte y otras flores ornamentales. Tomando como principal objetivo la satisfacción de nuestros clientes, ofreciéndoles las mejores rosas de corte a través de la innovación, y calidad.

Para el consumidor canadiense es importante que las rosas cumplan con estos criterios para ser motivo de compra, por otro lado, el poder adquisitivo del consumidor canadiense es amplio, el cual le permite comprar de acuerdo a la ocasión y elegir la calidad de las rosas. Tradicionalmente la demanda de flores de corte es estacional, depende de los eventos tradicionales o decoración de casas, otras veces para presentes o regalos en días especiales. De acuerdo a los datos de Industry Canada (2017) los compradores anuales y regulares compran aproximadamente el 70% de flores en invernaderos, mientras tanto el 56% por florerías minorista.

La mayoría de las personas compran flores con motivo a fechas importantes como día de San Valentín, día las madres, fiestas, para regalar en ocasiones especiales como cumpleaños o simplemente como decoraciones para los interiores de los hogares.

El poder adquisitivo del consumidor canadiense es amplio lo cual le permite comprar el producto. También otro factor importante para la comercialización de este producto es a través de la innovación de nuevas estrategias de ventas, en este caso, las nuevas tendencias de comercialización y consumo de flores en Canadá se intensifica por órdenes en línea, es decir, la utilización del comercio electrónico. En los últimos años se ha registrado un consumo alrededor de 675 millones de flores y plantas ornamentales.

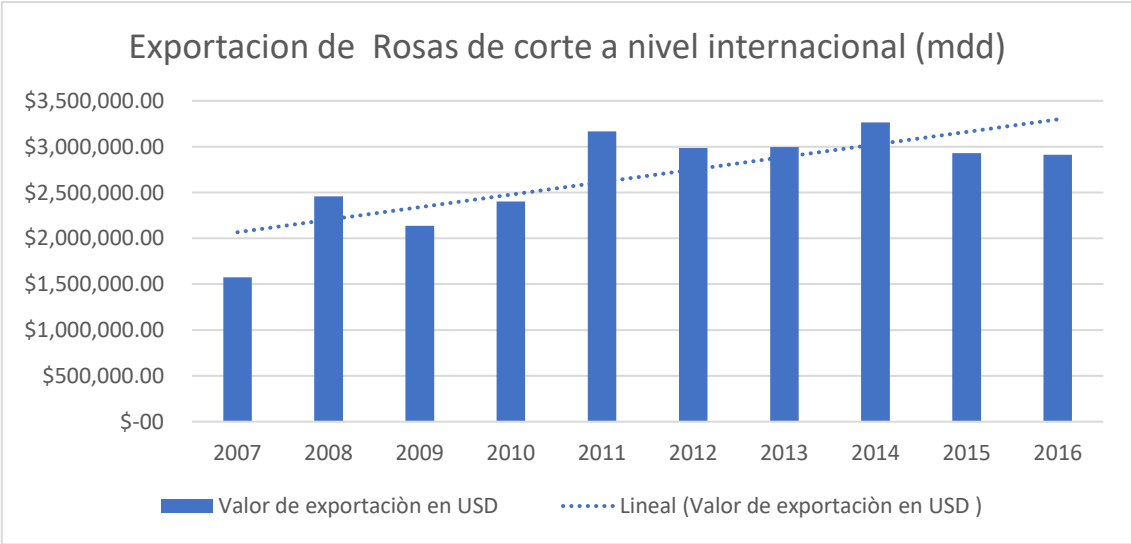
Su población total es de: 4 160 044 habitantes, de los cuales son 49% son hombres, y 51% son mujeres, la cual nos permite saber que realmente el consumo de flores implantas ornamentales van en aumento.

6.3.2Tendencia del mercado de rosas desde el periodo 2007-2016

La floricultura es una industria en donde varios países latinoamericanos actualmente están conquistando terreno, en efecto Colombia es el segundo productor después del líder Holanda. Según EcuRed (2010) el mercado de consumidores internacional de flores de corte y ornamentales se centra en tres mercados los cuales son: Estados Unidos, la Unión Europea y Japón, por lo que se estima un valor de €6.500 y €3.800 millones de euros respectivamente. Los principales proveedores del mercado estadounidense son; Colombia, Ecuador y los Países Bajos, mientras tanto en la Unión Europea los principales proveedores son; Kenya, Israel y Colombia, dentro del mercado japonés los proveedores son; Tailandia, Colombia y Países Bajos.

Sin embargo, las exportaciones han jugado un papel importante dentro del mercado floricultor, como se refleja en la siguiente grafica donde se muestra una tendencia lineal positiva, es decir, que las exportaciones de rosas de corte van en aumento, durante este periodo se ha exportado en promedio \$ 2.682.630 millones de dólares americanos.

Grafica 6.1. Exportaciones de rosas de corte a nivel internacional periodo 2007-2016 (mdd)

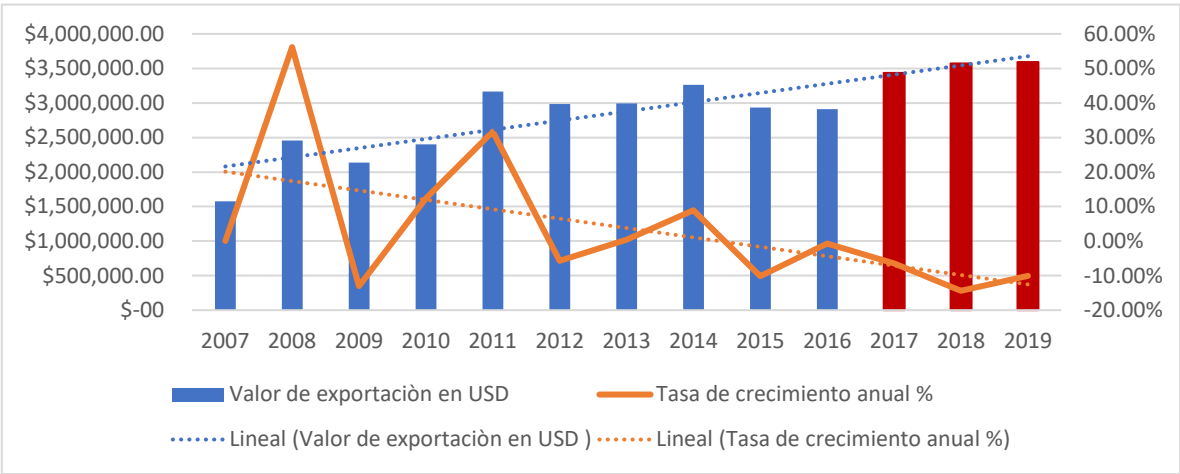


Fuente: Elaboración Propia con datos de INTRACEN (2017)

Por otro lado, haciendo el análisis para los próximos tres años las exportaciones aumentan su valor comercial en (mdd), no obstante las exportaciones

umentan en su valor, si no la tasa de crecimiento anual va en forma negativa obteniendo para el último año una tasa de crecimiento anual de -10 %, es decir, que para este periodo las exportaciones adquieren un cierto porcentaje negativo de crecimiento.

Grafica 6.2. Pronóstico de exportaciones para el periodo 2017-2019 (mdd)



Fuente: Elaboración Propia con datos de INTRACEN (2017)

A pesar del comportamiento de este mercado la demanda mundial de flores y plantas se concentran en los países de Europa, China, Japón y Estados Unidos. Mientras tanto los Países Bajos siguen siendo, sin duda, el centro del sector floricultor de Europa, el cual es, responsable de aproximadamente un 70% de las actividades comerciales a nivel internacional de flores y plantas de ornato de la Unión Europea.

6.4 Modelo CANVAS para la implementación de un invernadero de rosas de corte

6.4.1 Propuesta de valor

La rosa de corte pretende llegar al mercado con una gama de variedad de colores, con los mejores estándares de calidad y a un precio competitivo, para así suplir la demanda necesaria de rosas tanto a nivel nacional como internacional. La venta de rosas será por medio de estrategias innovadoras siendo el consumidor una de las ventajas que posee este negocio, se puede extender hacia la venta corporativa

como empresas, salones de fiestas y eventos sociales. Por esta razón se iniciará vendiendo al por menor y llegará a comercializarse al por mayor con arreglos de diferentes tamaños para hoteles, restaurantes y centros de convenciones. Sin embargo, este producto posee grandes vinculaciones efectivas y sociales, es decir, la mayoría del consumo de este producto se debe a celebraciones especiales y eventos fúnebres.

6.4.2 Segmento de mercado

La segmentación de este mercado depende de las cualidades que posee el consumidor en los últimos años, haciendo que la demanda sea diversa y se valore la calidad del producto, la imagen y los servicios adicionales que ofrece la empresa. Tomando en consideración que uno de los objetivos de este plan de negocios es llegar al mercado canadiense. En este caso Canadá es uno de los países que consume plantas y flores ornamentales, su consumo depende de días fijos y fechas específicas y especiales, la demanda es determinada por tres grupos de clientes:

- Particulares: Son aquellas personas que su compra es con la finalidad de un presente y/o uso propio. Un dato importante de acuerdo a una encuesta realizada el 70 % de la población femenina compran flores de consumo personal, lo cual, se centraliza en mujeres de 25 a 50 años, por lo tanto, los hombres que adquieren este producto son para dar un obsequio.
- Floristerías, comercializadoras: Son aquellos que adquieren las rosas para vender en ciertos establecimientos con la finalidad de llegar al consumidor particular, este cliente es más frecuente dentro del mercado floricultor.
- Empresas organizadoras de eventos, cadenas hoteleras, restaurantes, funerarias: Son empresas que hacen utilización de rosas u otras flores para eventos especiales, son utilizadas como adorno.

6.4.3 Canales de distribución

La forma de comercializar este producto es a través de un intermediario en este caso a través de tiendas departamentales, supermercados, floristas locales, por

mayoristas, ventas en online, entre otros comercializadores de flores y plantas ornamentales. Un intermediario es la mejor opción para la comercialización de esta mercancía, ya que, por medio de este factor llega al consumidor directo.

En la siguiente tabla se muestra las empresas comercializadoras que existen en Canadá que tomaran la función de intermediario para llegar al cliente directo. Una de las empresas exportadoras, la cual, ayudara comercializar las Rosas de Corte en Canadá es The Flower Market que está situada en las provincias de Calgary, Alberta.

Tabla 6.5.1 Principales empresas comercializadoras de flores y plantas ornamentales en Canadá.

Nombre de la Compañía	Provincia	Provincia
Northland Floral	Barne	Ontano
Petal West Inc	Winnipeg	Manitoba
Sierra Flower Trading	Saint-Laurent	Quebec
Staalduinen Floral Limited	Stoney Creek	Ontano
Sunshine Bouquet Company	Dayton	New Jersey
The Flower Market	Calgary	Alberta
United Floral Distributors	Fenwick	Ontario
United Flower Growers CO. Operative Association	Burnaby	British Columbia
Westbrook Floral LTD	Grimsby	Ontario
Whole Foods Market Canada, INC	Austin	Texas

Fuente: Elaboración propia y con datos de Government of Canadá, 2017.

La forma de la comercialización depende del marketing que se utilice en este caso una buena estrategia para comercializar las rosas de corte es por medio de Subastas en este caso en Canadá , existe cuatro puntos de subastas uno ubicado en Colombia Británica y tres en Ontario, siendo esta una de las cooperativas más grandes de Canadá, no solo las ventas de flores se hacen por medio de subastas sino también por otros medios de comercialización como corredores de importación y mayoristas entre otros. Otro factor importante para la publicidad de este producto

y obtener una presencia estable y exitosa dentro del mercado canadiense y al mismo tiempo seleccionar los clientes es por medio de: ferias comerciales internacionales, folletos, catálogos o por comercio electrónico.

Para los floricultores mexicanos es de suma importancia comercializar las flores por medio de tres puntos importantes de venta como:

- Comerciantes detallistas: Ubicadas principalmente en la Zona de Canadá, Alberta, así como también pequeños negocios existentes en esta zona. Para tener una formalidad y volumen constante de ventas, ofreciendo servicios a domicilio, promociones por pedidos entre otras estrategias de marketing.
- Tiendas de flores: Para poder fortalecer las ventas en fechas y/u ocasiones especiales para brindar valor agregado en arreglos florales entre otras similares.
- Por contratos especiales (ventas corporativas); la mayoría de los comerciantes y tiendas compran flores para fechas especiales como: día internacional de la mujer, primavera, pascua, etc. Para ello se contará con servicios promocionales de arreglos florales y otros.

Uno de los canales de distribución es de boca a boca ofreciendo los mejores de promociones en diferentes florerías, comercializadoras, empresas para eventos sociales, funerarias y cadenas restauranteras mediante bonos de descuento, mediante premios y sorpresas, utensilios de jardinería y otras promociones que vendrán junto con el producto.

Otro canal de distribución es la participación de ferias comerciales organizadas por instituciones nacionales como internacionales, tales como Expo jardín, ProFlora , International Floriculture Trade Fair, entre otras ferias comerciales de floricultura.

La creación de una página web ayudara a que las personas obtengan información de la empresa, desde la ubicación hasta todo lo relacionado con las rosas y otras flores ornamentales, al mismo tiempo se fomentara el consumo, se tendrá un

espacio para las personas que quieran unirse a la empresa que deseen convertirse en distribuidores autorizados.

6.4.4 Relación con el cliente

La comunicación con el cliente es de suma importancia, por lo tanto, la relación con el cliente será por medio de la comunicación corporativa en la cual se identificará con la filosofía de la empresa, utilizando catálogos, carpetas, cartera de clientes, llamadas, tarjetas de visita en otros elementos. Otra forma de comunicarse con el cliente será por medio de estrategias de marketing de forma directa, a través de terceras personas por medio de llamadas, correos, redes sociales para mantener contacto más directo con nuestros clientes, con el fin de que la empresa esté al tanto de quejas, dudas o sugerencias necesarias para el mejoramiento o constancia de la empresa.

Se harán visitas con los principales clientes en el momento de la primera cosecha, haciendo entregas de muestras para que conozcan la calidad de las rosas, para así motivar la compra del cliente.

6.4.5 Fuentes de ingreso

Como principal fuente de ingresos para este negocio es la venta de flores tanto nacional como internacional, en este caso estableciendo promociones y nuevas estrategias de negociación para incrementar ventas, al mismo tiempo implementando la variedad de la producción de flores ornamentales. Por lo que se estima un incremento de ventas del 10% en cada mes para generar una ganancia estable para el segundo año.

6.4.6 Recursos clave

Unos de los recursos claves que cuenta este negocio es la variedad climática y la riqueza natural que se posee el país, la cual, le da ventaja para fortalecer el sector floricultor, otras de los recursos clave que cuenta este sector es la participación del país en los Tratados de libre Comercio, en este caso es otra ventaja más para la floricultura, ya que, se cuenta con el TLCAN, otro recurso que posee este sector es

la existencia de recursos financieros que se otorgan por medio de independencias por parte del gobierno.

También otro recurso es la negociación con los clientes, ya que, se realizarán de forma directa con el cliente ya sea en las oficinas establecidas o vistas personales al cliente, para llegar a un acuerdo de venta estable y favorable para los posibles clientes. Por otra parte, otro de los factores que se cuentan es la certificación por parte de la SAGARPA, SEMARNAT, para llevar a cabo el proceso de exportación. La implementación de nuevas tecnologías es un recurso clave para el presente negocio, en la actualidad las ventas de este sector se dan por medio de compras online, en otras palabras, por medio de e-commerce, es una de las estrategias que hoy en día se utiliza frecuentemente, donde dicha marca será patentada para obtener beneficios.

6.4.7 Actividades Clave

Para que este negocio tenga éxito dentro del mercado es necesario la implementación de actividades claves que influyen dentro de la propuesta de valor, brindando una gran oportunidad para ofrecer un producto diferenciado para un grupo de clientes. Las principales actividades claves son las siguientes:

- ✿ Establecer relaciones con floricultores expertos para ofrecer mejores resultados en nuestra propuesta de valor.
- ✿ Instrumentar una mejor relación con los clientes logrando la preferencia de los mismos.
- ✿ Generar ingresos, aprovechando para ofrecer servicios completos y de esta manera hacer crecer las ventas.
- ✿ Invertir y desarrollar un plan de marketing novedoso para darnos a conocer a los posibles clientes.

6.4.8 Aliados clave

Para la implementación de este proyecto se contará con alianzas estratégicas para adquirir los recursos necesarios, por medio de instituciones gubernamentales en este caso la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), Comisión Nacional Forestal (CONAFOR), el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) y ProMéxico.

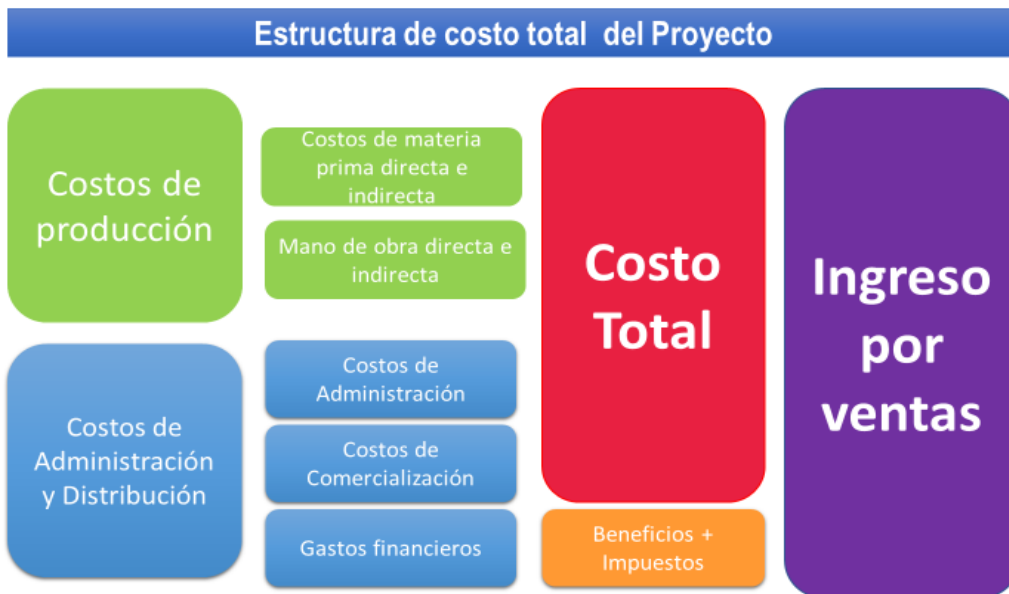
Otros aliados importantes para este proyecto es la relación con los principales proveedores en este caso empresas de logística, empresas de semilleros, empresas que se dedican a los permicidas, empresas de constructoras de invernaderos.

Una forma más para establecer aliados es a través de alianzas con la competencia, buscar empresas dedicadas a la producción de plantas ornamentales para implementar nuevas estrategias de producción, así mismo la capacitación para los floricultores en este caso un ejemplo serio ExpoFlores es una institución de Ecuador que se dedica a la producción de plantas ornamentales.

6.4.9 Estructura de costos

La estructura de costos es una de las partes importantes de todo proyecto, la cual permite la reflejar el costo de producción del producto, derivando el precio competitivo de la flor dentro del mercado floricultor internacional como nacional, la estructura de costo estará conformada de la siguiente forma;

Figura 6.4.9 Estructura de costos



Fuente: Elaboración propia

6.5 Estrategia de producto

El producto toma gran importancia dentro del negocio, siendo un medio de satisfacción para los consumidores, por ello se debe de trabajar con las características del producto como imagen, la marca y el empaque.

Figura 6.5 Marca y Logo



La marca se representa por el nombre científico de las rosas, representado por un ramillete de rosas y una mariposa como símbolo de la naturaleza, los colores que

se escogieron para el diseño de la marca fue color fucsia y verde que significan plantas de jardín en ramas para darle un toque elegancia a la marca, el slogan de la marca es “más que detalles, un recuerdo”.

Las rosas se venderán por docena, o ya sea con un valor agregado como canastas, floreros entre otros adornos, para venderlos al exterior se exportarán por cajas de cartón con un contenido de 12 flores por caja, la cual le permitirá mejor transportación de la mercancía. El empaque tendrá información del producto como: contenido, código de barras, la fecha de expedición, descripción del producto, el cumplimiento de las normas establecidas por Sagarpa e información general de la empresa (productor).

6.7 Análisis FODA floricultura en México

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> ✿ México cuenta con una diversidad de hectáreas para la producción de rosas ✿ Variedad de climas ✿ Mano de obra barata ✿ México es un importante productor y exportador de productos agrícolas ✿ Diversos tratados comerciales 	<ul style="list-style-type: none"> ✿ Parcial intercambio tecnológico entre productores, es decir, la posible desconfianza entre los productores para producir en volumen. ✿ Escasa seriedad y fiabilidad ante el importador, en otras palabras, el esfuerzo comercial del importador no es el adecuado o conveniente. ✿ Deficiente transporte aéreo comercial para la floricultura, en la cuestión que no se tiene la experiencia en el tipo de embarques. ✿ Baja respuesta a la organización para integrar un transporte en bloque a la exportación es debido a que podría disminuir costos de empaque, embalaje, maniobras y transporte. ✿ Parcial intercambio tecnológico entre productores, es decir, la posible desconfianza entre los productores para producir en volumen. ✿ Inexistencia de apoyos económicos especialmente a las rosas
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> ✿ México forma parte del Tratado de Libre Comercio Con Canadá ✿ Fortalecer el mercado floricultor mexicano. 	<ul style="list-style-type: none"> ✿ Competidores con gran experiencia en el ramo de la floricultura ✿ La implementación de estrategias tecnológicas ✿ Estándares bajos de calidad internacional

- Fortalecer las exportaciones de México a Asia y Canadá
- Certificación para los procesos productivos
- El mercado europeo es una oportunidad para el desarrollo y diversificación de exportaciones de flores.

Fuente: Elaboración propia

El planteamiento del modelo de negocios para este proyecto permite conocer los límites y las grandes oportunidades que se presentan dentro del mercado. La floricultura es uno de los sectores que cuenta México, pero lamentablemente no se ha invertido en nuevas estrategias para su desarrollo.

Conclusiones.

Conforme a los resultados de la presente investigación se percató que la floricultura mexicana posee un gran potencial para convertirse en una gran oportunidad dentro del mercado canadiense, ya que, la producción de flores en Canadá especialmente las rosas dependen de su temporalidad, es decir, de los cambios climáticos, afectando los costos de producción, sin embargo, el Estado de México posee ventaja al tener un clima favorable para la producción de rosas de corte.

La producción y comercialización de las flores se ha convertido en un sector importante dentro de la economía de diversos países, sin embargo, en los últimos años se ha reflejado un 10% de aumento en flujos comerciales en el mundo, siendo unos de los sectores agrícolas más rentables en el ámbito agroindustrial internacional.

Colombia participa el 58% en importaciones de flores a Canadá, siendo el principal competidor de México, el cual posee con ventajas más favorables, ya que, su

producción depende de las innovaciones tecnológicas para la genética de la producción de rosas resistentes, duraderas y vistosas, favoreciendo su demanda dentro del mercado canadiense.

Sin embargo, México necesita invertir en nuevas tecnologías y nuevas estrategias de producción para mejorar la índice calidad y así obtener un lugar dentro del mercado floricultor. Por lo tanto, al implementar estos dos factores no solo brinda oportunidad al mercado canadiense si no también ver otra oportunidad dentro del mercado europeo, la cual permitiría dar a conocer el trabajo del productor de plantas y flores ornamentales.

A partir de lo anterior se comprobó que a un largo plazo es necesario establecer vínculos con autoridades agrícolas para exigir más apoyos económicos como sociales y comerciales a los floricultores mexicanos.

Otros de los factores importantes para el desarrollo de este sector es la mejora de los canales de distribución, dicho de otra manera, es de suma importancia el asesorar a los floricultores acerca de estrategias de marketing para mejorar los índices de ventas aprovechando los recursos que posee el país. Es conveniente la participación de ferias comerciales para abrir nuevos nichos de mercado y fortalecer el este sector, así mismo buscar la participación en subastas como es el caso de FloraHolland, que permitiría incrementar la demanda de este producto, otras de las herramientas que ayudarían a conocer las rosas mexicanas es la creación de una página web y otros medios de comunicación tecnológicas como redes sociales.

Conforme al análisis de dicha información se realizó una evaluación financiera la cual refleja una TIR 226 % y una VAN de 531956.0549259 y un B/C de 1.339770948, por lo tanto esto significa que el proyecto es rentable es una gran oportunidad para los floricultores mexicanos , ya que nuestro país tiene las condiciones necesarias para cumplir con los requerimientos de producción y obtener unos de los primeros lugares dentro del ramo floricultor.

Recomendaciones.

Una de las recomendaciones que se puede dar a conclusión de este trabajo es que en un largo tiempo este sería una buena inversión para los productores de las rosas si con un plan estratégico mayoritariamente puede tener una rentabilidad mayor ya que en México no se tiene programas especiales para las rosas como en otros países que apoyan a cada sector.

También dar a conocer a las rosas mexicanas por medio de subastas internacionales y ayudar crecer este sector que como se menciona si se ayuda a tener programas ayudaría a la economía mexicana a crecer mayoritariamente.

Anexos.

Anexo 1

Rosas Mexicanas 2011-2016 Exportaciones a Canadá												
Exportaciones por Meses												
Año	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2016	1	0	1	1	1	0	0	1	1	2	-	-
2015	0	1	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1
2014	0	1	3	1	2	1	0	0	0	0	0	1
2013	1	1	1	1	97	1	1	3	1	0	0	1
2012	0	0	0	3	2	0	0	0	0	1	1	1

Anexo 2

Exportaciones	Importaciones
Aceves Barajas Arnulfo	Cruz y Torre Jorge
America Blooms de RI de CV	Floracel SA de CV
Beltran García Jose Angel	Flores de Artesania SA de CV
Bernal Isojo Jorge	Flores de Holanda SA de CV
Camflor SA de CV	Guevara Ramirez Rosa Lilia

Comercializadora Garcia Castro SA de CV	Montiel Ayala Marco Antonio
Continental Floral Greens S.A. de CV	Multivia SA de CV
Cruz Y Torres Jorge	Prima Free Trade Cancun SA de CV
Diaz Santiago Odilon	Siller Bedoya Ileana Eunice

Referencias

Abramovich, E (2015). *Las flores: sector estratégico para la economía colombiana. esglobal*. [En línea] Disponible en <<https://www.esglobal.org/las-flores-sector-estrategico-para-la-economia-colombiana/>> [Consulta: 11 de marzo de 2017]

Administración de operaciones, (2011). *Administración de la cadena de suministro*. [En línea] Disponible en <<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/PAO%20-%20cap%2011.pdf>> [Consulta: 27 de abril de 2017]

Agencia EFE, (2014). *Holanda compite con Ecuador, el productor mayor calidad del mundo*. [En línea] Disponible en <<http://www.elcomercio.com/actualidad/holanda-compite-ecuador-productor-rosas.html>> [Consulta: 11 de marzo de 2017]

Agriculture and Agri - Food Canadá, (2017). *Productos Orgánicos de Canadá*. [En línea] Disponible en:<<http://www.agr.gc.ca/eng/home/?id=1395690825741>> [Consulta: 20 de mayo 2017]

Aserca, I. (2017). InfoAserca - Flores: Reporte semanal de precios de flores en Central de Abasto de la CDMX. [online] Infoaserca.gob.mx. Available at: http://www.infoaserca.gob.mx/flores/flr_nac.asp [Accessed 26 Mar. 2017].

Asociación de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador (2013). El sector Floricultor. [En línea] Disponible en<<http://www.slideshare.net/florecuador/floricultura-2013-amayo>> [Consulta: 11 de marzo de 2017]

Cámara de Comercio de Bogotá, (2015). *Manual Flores & Follajes*. [En línea] disponible en<<http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14311/Flore%20%20Follajes.pdf?sequence=1>> [Consultado: 30 de marzo de 2017]

Cárdenas. A (2016). Imagen Agropecuaria “*Mapa de la agricultura mundial*”. [En línea] Disponible en <<http://imagenagropecuaria.com/2016/mapa-la-floricultura-mundial/>> [Consulta: 30 de enero de 2017]

Centro de Estudios de las Finanzas Públicas, (2011). Situación Económica y Finanzas Públicas del Estado de México, 2011. México, pp.11-12.

Cordero M. David, (2017).” Este 2017 Ecuador envió 13 mil toneladas de las rosas más hermosas del mundo”. *Mujer Nueva*. [En línea] Disponible en <<http://www.nuevamujer.com/mujeres/tu-vida/todos/este-2017-ecuador-envio-13-mil-toneladas-de-las-rosas-mas-hermosas-a/2017-02-14/150513.html>> [Consulta: 25 de abril de 2017]

Diccionario de la Lengua Española. (2014). 1st ed. Barcelona: Espasa.

ECONOMISTA, ONLINE, 2014 “Puebla, principal productor de flores de ornato” [En línea] [Consultado el día 15 de Febrero de 2017] <http://eleconomista.com.mx/estados/puebla/2014/05/07/puebla-principal-productor-flores-ornato>

EcuRed (2010). *Floricultura*. [en línea] disponible en <<https://www.ecured.cu/Floricultura>> [Consultado: 30 de enero de 2017]

Expoflores, (2015), “*Informe de los principales productores de flores 2015*”, América Latina, 2016.

Floral Daily (2017).

floricultura.uchile.cl. (2017). GIFLOR. [online] Available at: <http://www.floricultura.uchile.cl/index.php/academicos> [Accessed 15 Feb. 2017].

Fonsec, L. (2017). Se encarece ramo de rosas; hasta 200 pesos las dos docenas. El Informador. [online] Available at: <http://www.informador.com.mx/economia/2016/644703/6/se-encarece-ramo-de-rosas-hasta-200-pesos-las-dos-docenas.htm> [Accessed 26 Mar. 2017].

Gomora-Jiménez, J., Sánchez Meza, J., Pacheco Salazar, V., Adame Martínez, T. and Barrientos Becerra, B. (2010). Integración de Indicadores de desempeño ambiental para la producción. Licenciatura. UAEMEX.

Government of Canada. (n.d.). [online] Available at: <https://www.ic.gc.ca/app/scr/ic/sbms/cid/productReport.html?hsCode=060319> [Accessed 26 Mar. 2017].

Greenhouse Industry Statistics, (2017). Descripción estadística de la industria canadiense de verduras de invernadero, 2015. [En línea] Disponible en:< <http://www.agr.gc.ca/eng/industry->

markets-and-trade/statistics-and-market-information/by-product-sector/horticulture-industry/horticulture-sector-reports/statistical-overview-of-the-canadian-greenhouse-vegetable-industry-2015/?id=1468861362193 > [Consulta: 20 de mayo 2017]

Guerrero, P. (2016). Normas, Trabajo. [Blog] Comercio Internacional. Available at: <http://paolithacomerciointernational.blogspot.mx/2012/08/normas-trabajos.html> [Accessed 10 May 2017].

Gutiérrez, Jesús Bernardo (2014) "Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación" Ed. Tax Editores Unidos, Edición: 2014 pag. 30

Gutiérrez, Jesús Bernardo (2014) "Notas Explicativas de la tarifa Arancelaria de la LIGIE Tomo.1" Ed. Tax Editores Unidos, Edición: 2014 pag. 41

INCEA (Instituto Nacional de Comercio Exterior y Aduanas) (2015). EXW (En Fábrica). [image] Available at: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/111-que-es-incoterm-exw> [Accessed 5 May 2017].

Industry Canada, (2017). *Floricultura Canadá*. En línea] Disponible en: <<http://www.ic.gc.ca/eic/site/icgc.nsf/eng/home>> [Consulta: 09 de mayo 2017]

Infoaserca.gob.mx. (2017). InfoAserca - Flores: Reporte semanal de precios de flores en Central de Abasto de la CDMX. [online] Available at: http://www.infoaserca.gob.mx/flores/flr_nac.asp [Accessed 16 Feb. 2017].

International Chamber Of Commerce. (2016). *Icc guide on transport and the incoterms 2010 rules*. 1st ed. [Place of publication not identified]: Icc Publishing S A.

INTRACEN, (2015). *Floriculture Sectors*. [en línea] disponible en <<http://www.intracen.org/itc/sectors/floriculture/>> [Consultado: 30 de enero de 2017]

INTRACEN, (2017). *Estadísticas de valor unitario de exportación por tonelada de rosas*. [en línea] disponible en <<http://www.trademap.org/Index.aspx>> [Consultado: 25 de abril de 2017]

Klasman, R. (2012). *Kenia tierra de flores para Europa*. *Floricultura* 34. [En línea] disponible en <<http://www.intracen.org/itc/sectors/floriculture/>> [Consultado: 8 de abril de 2017]

Morelos Habla (El diario que te escucha). (2017). Morelos, entre los estados con mayor producción de rosas en el país. [online] Available at: <http://www.moreloshabla.com/morelos/morelos-entre-los-estados-con-mayor-produccion-de-rosas-en-el-pais/> [Accessed 26 Mar. 2017].

Mx, I. (2016). *Floricultura podría ser alternativa de negocio para México*. *Informador*, [online] p.1. Available at: <http://www.informador.com.mx/economia/2016/640703/6/floricultura-podria-ser-alternativa-de-negocio-para-mexico.htm> [Accessed 16 Mar. 2017].

Orozco-Hernández, M. E. 2007. Entre la competitividad local y la competitividad global: floricultura comercial en el Estado de México. *Convergencia*. 14(45):111-160.

Peñate P. Jonathan, (2011). *Cadena de suministro de las flores*. En línea] Disponible en:< <https://es.slideshare.net/kmile29/cadena-de-suministro-de-las-flores>> [Consulta: 20 de febrero 2017]

ProColombia, (2012). *Floricultura en Colombia* .2012. [En línea] Disponible en:< <http://www.colombia.co/esta-es-colombia/hechos/en-floricultura-la-respuesta-es-colombia-2/>>< <http://atlas.media.mit.edu/es/profile/country/can/>> [Consulta: 20 de febrero 2017]

Productos Ornamentales, S. (2012). Plan rector del sistema producto ornamentales estado de México. 1st ed. [ebook] Estado de México, p.2. Available at: http://dev.pue.itesm.mx/sagarpa/estatales/ept%20comite%20sistema%20producto%20ornamentales%20edo%20de%20mex/plan%20rector%20que%20contiene%20programa%20de%20trabajo%202012/pr_ornamentales_edo_mex_2012.pdf. [Accessed 15 Feb. 2017].

Romero, D. and Gutierrez, N. (2016). Exportación de Rosas. [online] Available at: http://exportacionrosas.blogspot.mx/2009/03/empaque_07.html [Accessed 10 May 2017].

Royal FloraHolland (2016). *Word Floriculture Map 2016*. [en línea] disponible en <<https://www.royalfloraholland.com/media/7508846/20161013-Floriculture-Map-2016-kaartzijde.pdf/>> [Consultado: 30 de enero de 2017]

Rural, F. (n.d.). REGLAS de Operación del Programa Integral de Formación, Capacitación y Consultoría para Productores e Intermediarios Financieros Rurales (IFRAs). [online] Shcp.gob.mx. Available at: http://www.shcp.gob.mx/LASHCP/MarcoJuridico/documentosDOF/archivos_shcp_dof/rdiversas/rd_040506.html [Accessed 15 Feb. 2017].

SAGARPA (n.d.). Certificado fitosanitario. Santa Cruz Atoyac, Benito Juárez: SAGARPA, p.<http://www.sagarpa.gob.mx/Glosario/Paginas/Certificado%20fitosanitario.aspx>[Accesed 9 May 2017].

Sagarpa.gob.mx. (2017). *Productores mexicanos preparados para abastecer demanda de flores*. [online] Available at: <http://www.sagarpa.gob.mx/saladeprensa/2012/Paginas/2015B105.aspx#> [Accessed 15 Mar. 2017].

Servicio Geológico Mexicano (Agencia de Minería), (2004). Panorama Minero del Estado de Morelos. Morelos, p.<http://www.sgm.gob.mx/pdfs/MORELOS.pdf>. [Accessed 20 de Feb. 2017]

SIAP. (2009). Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera. Información Agropecuaria. [online] Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera (SIAP). Available at: <http://w4.siap.sagarpa.gob.mx/Artus/eis/loadstage.asp>. [Accessed 15 Feb. 2017].

Sice.oas.org. (2017). SICE - TLCAN - NAFTA - Capitulo VII. [online] Available at: http://www.sice.oas.org/Trade/nafta_s/CAP07_2.asp [Accessed 8 May 2017].

Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX) “ Ley de los Impuestos Generales de Importación y Exportación” <http://www.siicex-caaarem.org.mx/> [Consultada el día 29 de abril de 2017]

Sitrans.cl. (2017). DEPOSITO DE CONTENEDORES ::: SERVICIOS ::: SITRANS, SERVICIOS INTEGRADOS DE TRANSPORTE LTDA ::: [online] Available at: http://www.sitrans.cl/servicios/tipo_refrigerado_deposito_de_contenedores_servicios.html [Accessed 7 May 2017].

Slone E. Reuben y Dittman Paul, (2011). *Transformación de la cadena de suministros innovando para la creación de valor en todos los procesos críticos*. Editorial BRESKA (Profit Editorial)

Tejeda, S. (2009). Una opción de valor agregado para la floricultura. Posgrado. Montecillo, México.

TFO Canadá, (2017). *Notas de información del mercado*. En línea] Disponible en:< <http://www.tfocanada.ca/mip.php> > [Consulta: 09 de mayo 2017]

UNAD (Universidad Nacional Abierta y a Distancia), (2012). *Floricultura en Colombia y en el mundo*. [en línea] disponible en <http://datateca.unad.edu.co/contenidos/302568/Material_didactico_definitivo/leccin_1_la_floricultura_en_colombia_y_el_mundo.html>[Consultado: 30 de enero de 2017]

uncomo.com. (2017). Qué es la floricultura - unComo. [online] Available at: <https://hogar.uncomo.com/articulo/que-es-la-floricultura-44042.html> [Accessed 15 Feb. 2017].

Ventanillaunica.gob.mx. (2017). Requisitos SAGARPA. [online] Available at: <https://www.ventanillaunica.gob.mx/vucem/TramitesyRequisitos/SAGARPA/VUCEM013022> [Accessed 9 May 2017].