



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y  
NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIEROS EN COMERCIO EXTERIOR Y  
NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

**ESTUDIO COMPARATIVO DE COMERCIO INTERNACIONAL  
CAN-MERCOSUR DE LA SUBPARTIDA 0603.11.00.00  
(ROSAS)**

**MARTÍNEZ CAMPAÑA, ALEXANDER NICOLAI  
LADINO GUTIÉRREZ, NICOLÁS ALEXANDER**

**DIRECTOR: INGENIERO RIVERA VALLEJO, RAMIRO ABEL**

**Año 2016**



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL  
COMERCIO

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, “ESTUDIO COMPARATIVO DE COMERCIO INTERNACIONAL CAN- MERCOSUR DE LA SUBPARTIDA 0603.11.00.00 (ROSAS)” realizado por los señores **ALEXANDER NICOLAI MARTÍNEZ CAMPAÑA** y **NICOLÁS ALEXANDER LADINO GUTIÉRREZ**, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a los señores **ALEXANDER NICOLAI MARTÍNEZ CAMPAÑA** y **NICOLÁS ALEXANDER LADINO GUTIÉRREZ** para que lo sustenten públicamente.

Sangolquí, 26 de septiembre del 2016

**RAMIRO ABEL RIVERA VALLEJO**

**DIRECTOR**



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL  
COMERCIO**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL**

**AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD**

Nosotros, **ALEXANDER NICOLAI MARTÍNEZ CAMPAÑA**, con cédula de identidad N° 1722205567-9 y **NICOLÁS ALEXANDER LADINO GUTIÉRREZ**, con cédula de identidad N° 020179854-3, declaramos que este trabajo de titulación “**ESTUDIO COMPRATIVO DE COMERCIO INTERNACIONAL CAN-MERCOSUR DE LA SUBPARTIDA 0603.11.00.00 (ROSAS)**” ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaramos que este trabajo es de nuestra autoría, en virtud de ello nos declaramos responsables del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

**Sangolquí, 26 de septiembre del 2016**

**ALEXANDER MARTÍNEZ CAMPAÑA**

C.C. 1722205679

**NICOLÁS LADINO GUTIÉRREZ**

C.C. 020179854-3



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL  
COMERCIO

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN

Nosotros, **ALEXANDER NICOLAI MARTÍNEZ CAMPAÑA** y **NICOLÁS ALEXANDER LADINO GUTIÉRREZ**, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación “**ESTUDIO COMPARATIVO DE COMERCIO INTERNACIONAL CAN- MERCOSUR D ELA SUBPARTIDA 0603.11.00.00 (ROSAS)**” cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra autoría y responsabilidad.

Sangolquí, 26 de septiembre del 2016

ALEXANDER MARTÍNEZ CAMPAÑA

C.C. 1722205679

NICOLÁS LADINO GUTIÉRREZ

C.C. 020179854-3

## DEDICATORIA

A Dios,  
a mi madre y a mi padre  
les dedico el presente trabajo  
que tiene todo mi esfuerzo y cariño  
A mis abuelitos, Dolores y Jorge  
quienes forman parte del pilar  
de mi familia paterna y materna,  
en especial a Dolores que ayudo a mi familia  
en el momento más duro de mi vida.  
A mi tío Mauricio y su familia,  
a quienes los considero como  
mi segunda  
familia.

**Alexander Nicolai Martínez Campaña**

## DEDICATORIA

A Dios, por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida. Por los triunfos y los momentos difíciles

que me han enseñado a valorarlo cada día más.

A mis padres, Susana y Nicolás, por ser las personas

que me han acompañado durante todo mi trayecto estudiantil y de vida; siempre con su cariño, ejemplo, consejos

y apoyo incondicional ante tantas adversidades,

les dedico la realización de este proyecto.

A mis abuelitos: Alicia, Alfonso y Elvia;

quienes con su cariño y apoyo son parte

fundamental en mi vida.

A mis hermanos: Ericka, Camila y Dylan;

a mis tíos, primos y familia en general,

por su apoyo en cualquier situación.

**Nicolás Alexander Ladino Gutiérrez**

## **AGRADECIMIENTO**

El presente trabajo está dedicado a todas las personas que de cierta forma han colaborado para su realización.

Es muy importante mencionar el apoyo de nuestro tutor, el cual nos guió dentro del desarrollo de nuestro proyecto de investigación.

A mis padres quienes me han apoyado a lo largo de la carrera universitaria brindándome la motivación y herramientas necesarias para no rendirme en el logro de mis objetivos.

A mi compañero, Nicolás Ladino, el cual ha sido el complemento perfecto dentro de la investigación en la búsqueda de soluciones para el desarrollo del proyecto.

A mis profesores a quienes les debo el conocimiento que me han otorgado que ha servido para perfeccionar mis capacidades y potenciar mis habilidades en el desarrollo del trabajo.

Finalmente un agradecimiento especial a la Universidad de las Fuerzas Armadas-ESPE por la apertura hacia nosotros que siendo tan jóvenes nos han brindado la oportunidad para prepararnos y forjar un futuro competitivo y eficiente.

**Alexander Nicolai Martínez Campaña**



## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar a Dios, por darme la fuerza y valor  
para poder culminar esta etapa de mi vida.

A mis padres, los cuales son los pilares fundamentales en mi vida,  
por todo el apoyo, comprensión y enseñanzas  
que me han permitido ser una mejor persona.

A mi compañero de tesis Alexander, quien con su apoyo, dedicación  
y aportaciones he podido realizar este proyecto,  
además por la gran calidad humana que  
me ha demostrado con su amistad.

Al Ingeniero Ramiro Rivera por su colaboración brindada  
en la realización de este proyecto y a todos mis profesores,  
por sus enseñanzas a lo largo de mi vida estudiantil.

Finalmente, a esta prestigiosa Universidad por abrirme sus puertas  
para mi formación académica y preparación para un futuro competitivo.

**Nicolás Alexander Ladino Gutiérrez**



**ÍNDICE DE CONTENIDO**

<b>CARÁTULA.....</b>	<b>i</b>
<b>CERTIFICADO.....</b>	<b>ii</b>
<b>AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD.....</b>	<b>iii</b>
<b>AUTORIZACIÓN (PUBLICACIÓN BIBLIOTECA VIRTUAL).....</b>	<b>iv</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>v</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>vii</b>
<b>ÍNDICE.....</b>	<b>ix</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS.....</b>	<b>xvii</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS.....</b>	<b>xx</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>xxi</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xxii</b>

**CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO, REFERENCIAL Y CONCEPTUAL**

1.1 Antecedentes.....	1
1.2 Planteamiento del problema.....	4
1.3 Justificación del tema.....	5
1.4 Objetivos de estudio.....	6
1.4.1 Objetivo General.....	6
1.4.2 Objetivos Específicos.....	6
1.5 Marco Teórico.....	7

1.6 Marco Referencial.....	14
1.7 Marco Conceptual.....	18
1.7.1 Rosas.....	18
1.7.2 Comercio Internacional.....	18
1.7.3 Comunidad Andina de Naciones (CAN).....	19
1.7.4 Mercado Común del Sur (MERCOSUR).....	20
1.7.5 Sector Primario.....	21
1.7.6 Sector Secundario.....	21
1.7.7 Sector Terciario o de Servicios.....	22
1.7.8 Importación.....	22
1.7.9 Exportación.....	23
1.7.10 Normas de origen.....	23
1.7.11 Certificado de origen.....	23
1.7.12 Arancel.....	24
1.7.13 Estrategia.....	24

## **CAPÍTULO II: METODOLOGÍA Y DIAGNÓSTICO**

2.1 Contexto y lugar donde se desarrollará el estudio.....	26
2.2 Delimitación temporal.....	26
2.3 Desarrollo metodológico.....	27
2.3.1 Enfoque de investigación.....	27
2.3.2 Tipología de investigación.....	27

2.3.2.1 Por su finalidad.....	28
2.3.2.2 Por las fuentes de información.....	28
2.3.2.3 Por las unidades de análisis.....	28
2.3.2.4 Por el control de variables.....	29
2.3.2.5 Por el alcance.....	29
2.3.3 Hipótesis.....	29
2.3.4 Instrumentos de recolección de información.....	30
2.3.5 Procedimientos para recolección de datos.....	30
2.3.6 Cobertura de las unidades de análisis.....	30
2.3.7 Procedimiento para tratamiento y análisis de información.....	31
2.4 Contexto de los bloques.....	31
2.4.1 Tabla de Operacionalización de Variables.....	31
2.4.2 Contexto actual.....	33
2.4.2.1 Comunidad Andina de Naciones.....	33
2.4.2.2 Mercado Común del Sur.....	34
2.4.3 Operación Comercial.....	35
2.4.3.1 Comunidad Andina de Naciones.....	35
2.4.3.2 Mercado Común del Sur.....	38
2.4.4 Arancel.....	41
2.4.4.1 Comunidad Andina de Naciones.....	41
2.4.4.2 Mercado Común del Sur.....	42
2.4.5 Estrategias.....	43

2.4.5.1 Comunidad Andina de Naciones.....	43
2.4.5.2 Mercado Común del Sur.....	57
2.4.6 Desgravación Arancelaria.....	68
2.4.6.1 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°59.....	70
2.4.6.2 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°58.....	71
2.4.6.3 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°36.....	72
2.4.6.4 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°18.....	73
2.4.6.5 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°63.....	73
2.4.6.6 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°68.....	73
2.4.6.7 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°69.....	73
2.4.6.8 Acuerdo de Alcance Parcial Comercial N°28.....	74
2.4.6.9 Acuerdo Regional de Preferencia Arancelaria Regional N°4.....	74
2.4.6.10 Acuerdos Internacionales.....	74
2.4.6.10.1 Acuerdo de Complementación Económica N°6.....	82

2.4.6.10.2 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica	
N°57.....	82
2.4.6.10.3 Acuerdo de Complementación Económica N°13.....	82
2.4.6.10.4 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica	
N°16.....	83
2.4.6.10.5 Acuerdo de Complementación Económica N°14.....	83
2.4.6.10.6 Acuerdo de Complementación Económica N°66.....	83
2.4.6.10.7 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica	
N°22 Bolivia-Guyana.....	84
2.4.6.10.8 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica	
N°41.....	84
2.4.6.10.9 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica	
N°53.....	84
2.4.6.10.10 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica	
N°38 Brasil-Guyana-Saint Kitts y Nevis.....	85
2.4.6.10.11 Acuerdo de Complementación Económica N°2.....	85
2.4.6.10.12 Acuerdo de la Alianza del Pacífico.....	85
2.4.6.10.13 Tratado de Libre Comercio Colombia-Costa Rica.....	86
2.4.6.10.14 Acuerdo de Libre Comercio Colombia-Corea.....	86
2.4.6.10.15 Acuerdo de Libre Comercio Colombia-Estados de la	
Asociación Europea de Libre Comercio.....	86
2.4.6.10.16 Acuerdo de Libre Comercio Colombia-Canadá.....	87

2.4.6.10.17 Acuerdo de Libre Comercio Colombia-Chile.....	87
2.4.6.10.18 Acuerdo de Promoción Comercial Colombia- Estados Unidos de América.....	87
2.4.6.10.19 Acuerdo de Libre Comercio Colombia-Panamá.....	88
2.4.6.10.20 Acuerdo de Alcance Parcial N°42.....	88
2.4.6.10.21 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°65.....	88
2.4.6.10.22 Acuerdo de Alcance Parcial N°29.....	89
2.4.6.10.23 Acuerdo de Alcance Parcial de Renegociación N°38.....	89
2.4.6.10.24 Acuerdo de Asociación Económica Japón-Perú.....	89
2.4.6.10.25 Tratado de Libre Comercio Costa Rica-Perú.....	89
2.4.6.10.26 Tratado de Libre Comercio Panamá-Perú.....	90
2.4.6.10.27 Acuerdo de Complementación Económica N°67.....	90
2.4.6.10.28 Acuerdo de Libre Comercio Perú-Corea.....	90
2.4.6.10.29 Tratado de Libre Comercio Perú-China.....	90
2.4.6.10.30 Acuerdo de Libre Comercio Perú-Singapur.....	91
2.4.6.10.31 Tratado de Libre Comercio Canadá-Perú.....	91
2.4.6.10.32 Acuerdo de Libre Comercio Chile-Perú.....	91
2.4.6.10.33 Acuerdo de Promoción Comercial Perú-Estados Unidos de América.....	92
2.4.6.10.34 Tratado de Libre Comercio Perú-Tailandia.....	92
2.4.6.10.35 Tratado de Libre Comercio MERCOSUR-Israel.....	92

2.4.6.10.36 Tratado de Libre Comercio México-Uruguay.....	93
2.4.6.10.37 Tratado de Libre Comercio Chile-MERCOSUR.....	93
2.4.6.10.38 Acuerdo Preferencial de Comercio MERCOSUR-SACU.....	93
2.4.6.10.39 Acuerdo Preferencial de Comercio MERCOSUR-India.....	94
2.4.6.10.40 Acuerdo sobre Comercio y Cooperación Económica y Técnica Colombia-CARICOM.....	94
2.4.6.10.41 Acuerdo de Alcance Parcial Comercial N°28.....	94
2.4.6.10.42 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°23.....	94
2.4.6.10.43 Acuerdo sobre Comercio e Inversiones entre Venezuela y la Comunidad del Caribe (CARICOM).....	95
2.4.6.10.44 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°22 Guyana-Venezuela.....	95
2.4.6.10.45 Acuerdos no vigentes.....	95
2.4.7 Normas de Origen.....	97
2.4.7.1 Comunidad Andina de Naciones.....	97
2.4.7.2 Mercado Común del Sur.....	99
2.4.7.3 Normas para otros acuerdos.....	100
2.4.8 Defensa Comercial.....	101
2.4.8.1 Comunidad Andina de Naciones.....	102
2.4.8.2 Mercado Común del Sur.....	104



**CAPÍTULO III: COMPARACIÓN Y RESULTADOS**

3.1 Comparación de la Operación Comercial.....	106
3.1.1 Comparación de Exportaciones.....	106
3.1.2 Comparación de Importaciones.....	110
3.1.3 Comparación del Saldo Comercial.....	113
3.2 Comparación de Ad-valorem.....	115
3.3 Comparación de Estrategias.....	117
3.3.1 Aplicación de Crystal Ball para estrategias.....	119
3.3.1.1 Comunidad Andina de Naciones.....	119
3.3.1.2 Mercado Común del Sur.....	121
3.4 Comparación de la Desgravación Arancelaria.....	122
3.5 Comparación de Normas de Origen .....	123
3.6 Comparación de Medidas de Defensa Comercial.....	124

**CAPÍTULO IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

4.1 Conclusiones.....	126
4.2 Recomendaciones.....	129

<b>RECURSOS UTILIZADOS.....</b>	<b>131</b>
---------------------------------	------------

<b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>132</b>
--------------------------	------------

<b>ANEXOS.....</b>	<b>135</b>
--------------------	------------

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Planteamiento del problema.....	4
Tabla 2 Operacionalización de variables.....	32
Tabla 3 Exportaciones de rosas de la Comunidad Andina de Naciones.....	35
Tabla 4 Importaciones de rosas de la Comunidad Andina de Naciones.....	36
Tabla 5 Saldo comercial de rosas en la Comunidad Andina de Naciones...	36
Tabla 6 Análisis de Regresión Lineal de la Comunidad Andina de Naciones.....	7
Tabla 7 Exportaciones de rosas del Mercado Común del Sur.....	38
Tabla 8 Importaciones de rosas del Mercado Común del Sur.....	39
Tabla 9 Saldo comercial de rosas en el Mercado Común del Sur.....	39
Tabla 10 Análisis de Regresión Lineal del Mercado Común del Sur.....	40
Tabla 11 Ad-valorem de CAN para importaciones de rosas.....	41
Tabla 12 Ad-valorem de MERCOSUR para importaciones de rosas.....	43
Tabla 13 Matriz FODA de la comercialización de rosas en la CAN.....	45
Tabla 14 Matriz de Perfil Competitivo de la Comunidad Andina de Naciones.....	47
Tabla 15 Matriz de Factores Externos de la Comunidad Andina de Naciones.....	50
Tabla 16 Matriz de Factores Internos de la Comunidad Andina de Naciones.....	52
Tabla 17 Matriz PEYEA de la Comunidad Andina de Naciones.....	53

Tabla 18 Matriz de Gerencia Estratégica de la Comunidad Andina de Naciones.....	55
Tabla 19 Matriz FODA de la comercialización de rosas en el MERCOSUR.....	58
Tabla 20 Matriz de Perfil Competitivo del Mercado Común del Sur.....	60
Tabla 21 Matriz de Factores Externos del Mercado Común del Sur.....	62
Tabla 22 Matriz de Factores Internos del Mercado Común del Sur.....	63
Tabla 23 Matriz PEYEA del Mercado Común del Sur.....	64
Tabla 24 Matriz de Gerencia Estratégica del Mercado Común del Sur.....	66
Tabla 25 Acuerdo Vigentes de comercialización de rosas CAN-MERCOSUR.....	69
Tabla 26 Preferencias Arancelarias del AAP. CE. N°59.....	71
Tabla 27 Preferencias Arancelarias del AAP. CE. N°58.....	72
Tabla 28 Preferencias Arancelarias del AAP. CE. N°36.....	72
Tabla 29 Preferencias Arancelarias CAN-MERCOSUR según el AR. PAR. N°4.....	75
Tabla 30 Países con desgravación arancelaria para importaciones de rosas por acuerdos internacionales.....	76
Tabla 31 Acuerdos de desgravación arancelaria no vigentes.....	96
Tabla 32 Exportaciones CAN-MERCOSUR.....	106
Tabla 33 Tabla ANOVA.....	108
Tabla 34 Tabla ANOVA de Exportaciones CAN-MERCOSUR.....	109

Tabla 35 Diferenciación de Exportaciones CAN-MERCOSUR.....	110
Tabla 36 Importaciones CAN-MERCOSUR.....	111
Tabla 37 Tabla ANOVA de Importaciones CAN-MERCOSUR.....	112
Tabla 38 Diferenciación de Importaciones CAN-MERCOSUR.....	112
Tabla 39 Saldo Comercial CAN-MERCOSUR.....	113
Tabla 40 Tabla ANOVA del Saldo Comercial CAN-MERCOSUR.....	114
Tabla 41 Diferenciación del Saldo Comercial CAN-MERCOSUR.....	114
Tabla 42 Ad-valorem CAN-MERCOSUR.....	115
Tabla 43 Tabla ANOVA de Ad-valorem CAN-MERCOSUR.....	116
Tabla 44 Comparación de Matrices Estratégicas.....	117
Tabla 45 Acuerdos CAN-MERCOSUR con Desgravación	
Arancelaria de rosas.....	123
Tabla 46 Comparación Porcentual de Normas de Origen	
CAN-MERCOSUR.....	124
Tabla 47 Comparación de Medidas de Defensa Comercial	
CAN-MERCOSUR.....	125

**ÍNDICE DE FIGURAS**

Figura 1 Perfil Competitivo de la Comunidad Andina.....	48
Figura 2 Matriz PEYEA de la CAN.....	54
Figura 3 Perfil Competitivo del Mercado Común del Sur.....	61
Figura 4 Matriz PEYEA de MERCOSUR.....	65
Figura 5 Tabla para estadístico de prueba F.....	107
Figura 6 Tabla para distribución t-student.....	109
Figura 7 Datos de la CAN para Crystal Ball.....	119
Figura 8 Gráfico de Previsión de la CAN.....	120
Figura 9 Datos del MERCOSUR para Crystal Ball.....	121
Figura 10 Gráfico de Previsión del MERCOSUR.....	122

## **RESUMEN**

El presente estudio se basa en un análisis comparativo de CAN-MERCOSUR de la subpartida 0603.11.00.00 (rosas) ya que es un producto requerido en el mercado mundial y que influye dentro de los ingresos de los países que conforman los bloques de integración. Es un estudio empírico basado en revisión de documentos y comparación de resultados, que tiene como objetivo determinar cuál de los dos bloques comercializa las rosas en mayor cantidad y con mejores beneficios dentro de Sudamérica, tomando en cuenta varios factores dentro de la investigación. En la comparación constarán datos cuantitativos con respecto a importaciones, exportaciones, aranceles, entre otros; y datos cualitativos relacionados al ambiente de producción y normativa de comercialización de los bloques, como desgravación arancelaria o normas de origen. Las teorías involucradas dentro del estudio serán: la relacionada con el comercio internacional y la ventaja competitiva de Porter, en la generación de estrategias que beneficien la comercialización de cada bloque. El uso de modelos de regresión y análisis de varianza (ANOVA) serán el proceso cuantitativo del estudio para determinar la existencia de una diferencia numérica entre los dos bloques de integración con respecto a sus transacciones comerciales. La herramienta de análisis de estrategias será el programa Crystal Ball, el cual orienta a una correcta toma de decisiones basado en la generación de simulaciones mediante el uso de gráficos.

### **PALABRAS CLAVE:**

- **COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES**
- **MERCADO COMÚN DEL SUR**
- **COMERCIO INTERNACIONAL**
- **ROSAS**
- **SUBPARTIDA 0603.11.00.00**

## **ABSTRACT**

This study is based on a comparative analysis of CAN-MERCOSUR subheading 0603.11.00.00 (roses) as it is a product required in the world market and influences within income countries of the integration blocs. It is an empirical study based on document review and comparison of results, which aims to determine which of the two blocks trade roses in larger quantities and better benefits within South America, taking into account several factors in the investigation. They consist in comparing quantitative data regarding imports, exports, tariffs, among others; and qualitative data related to the production environment and marketing rules of the blocks, as tariffs reduction of rules of origin.

The theories involved in the study will be related to the international trade and Porter's competitive advantage in generating marketing strategies that benefit each block. Using regression models and analysis of variance (ANOVA) will be the quantitative study process to determine the existence of a numerical difference between the two blocks of integration with respect to their commercial transactions. The analysis tool will be the Crystal Ball strategies program, which aims at a correct decision based on the generation of simulations using graphics.

## **KEYWORDS:**

- **ANDEAN COMMUNITY OF NATIONS**
- **SOUTHERN COMMON MARKET**
- **INTERNATIONAL COMMERCE**
- **ROSES**
- **SUBHEADING 0603.11.00.00**



## CAPÍTULO I

### MARCO TEÓRICO, REFERENCIAL Y CONCEPTUAL.

#### 1.1 Antecedentes

La región sudamericana es rica en recursos florícolas y agrícolas, lo que le genera un amplio margen de utilidad cuando se producen este tipo de bienes, generándose así una ventaja competitiva en el mercado mundial. Dentro de este panorama aparecen dos bloques de integración, conformados por países de esta región. Por un lado, la Comunidad Andina de Naciones (CAN), formado por el Acuerdo de Cartagena en 1969 en la búsqueda de integración andina que beneficie comercial y económicamente a sus miembros teniendo en cuenta el objetivo inicial de Simón Bolívar el cual se fundamentaba en la creación de una gran nación que integre a todos los países que fueron liberados por él mismo. Inicialmente empezó sus operaciones bajo el nombre de Pacto Andino o Grupo Andino con los siguientes países miembros: Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador y Perú.

En el año de 1973, Venezuela se integra al Pacto Andino con el objetivo de mejorar su situación comercial. Para el año de 1976, Chile sufre una crisis económica originada por la dictadura de Pinochet, el cual anuncia el retiro de Chile del Pacto Andino. Tres años después el Pacto Andino empieza a consolidarse y se crean organismos internos principales, los cuales serían encargados de administrar y coordinar todas las funciones del bloque de integración. A principios de los 90, los cinco mandatarios de los países miembros acuerdan la aprobación de la política de cielos abiertos en donde su objetivo principal fue disminuir el control gubernamental al transporte aéreo de carga y personas, además de imponer un control específico a los vuelos oficiales por realizados por el régimen militar. A partir del año de 1993 con el objetivo de intensificar la integración se aprueba la

conformación de la Zona Andina de Libre Comercio entre los estados miembros.

Los cinco mandatarios que conforman el Consejo Presidencial Andino, sumado al mandatario de Panamá en calidad de observador, se reúnen en Perú con el objetivo de revisar el Acuerdo de Cartagena y se aprueba el protocolo en donde se cambia de nombre de Pacto Andino a Comunidad Andina, además de la creación del Sistema Andino de Integración que incluye todos los organismos internos anteriormente creados, dicho sistema cumple funciones específicas, principalmente la de coordinar todas las negociaciones internacionales que se dieran entre países. En el año 2005, se reúnen representantes de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y el Mercado Común del Sur (MERCOSUR), para adoptar una posición de miembros asociados entre sí. Al año siguiente Colombia y Perú entran a una recesión económica y se proyectan a firmar un Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos, es por eso que Venezuela decide retirarse de la Comunidad Andina como medida de protesta contra los dos países. En ese mismo año, se realiza una reunión entre cancilleres de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y deciden incorporar a Chile nuevamente como un estado asociado, mas no como estado miembro. Finalmente en octubre de 2011, España se adhiere al bloque de integración como un estado observador.

Por otro lado, el Mercado Común del Sur (MERCOSUR), fue creado por el Tratado de Asunción en 1991 en la búsqueda de perfeccionar una zona de libre comercio, con desgravaciones progresivas que beneficien al desarrollo de los países miembros, los cuales inicialmente eran Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay. Para el año de 1994 entra en funcionamiento el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) gracias a la firma del Protocolo de Ouro Preto en Brasil por parte de todos los presidentes de los países miembros. En el año 2006, Venezuela después de haber renunciado a la Comunidad Andina Naciones (CAN) inicia su proceso de adhesión a este mercado común para no perder los beneficios que brinda un bloque de

integración, sin embargo este se vio postergado hasta el año 2012 donde finalmente los países miembros aprueban a Venezuela a formar parte del Mercado Común del Sur (MERCOSUR). En el año 2012, el presidente de Bolivia, Evo Morales, comienza el proceso de adhesión tal como lo hizo Venezuela, a través de la firma de un protocolo.

De acuerdo a los registros en bases de datos, se ha determinado que la comercialización de rosas entre los países miembros de los respectivos bloques y a nivel mundial, ha generado diversas expectativas en cuanto a las estrategias que deben ser planteadas para su comercialización. Adicionalmente, el comercio de las rosas es un importante rubro dentro de los ingresos de cada país productor.

Con el paso del tiempo el sector agrícola del Ecuador, en conjunto con las características geográficas y climáticas que posee, han implicado que este sector aporte a la balanza comercial, en especial las rosas que han sido un factor fundamental en el comercio internacional, debido a que las características propias del territorio han otorgado diversas ventajas en su producción. De esta manera las rosas se han constituido como una de las mejores dentro del sector florícola, en cuanto a su calidad, lo que le ha llevado a posicionarse en mercados internacionales como un producto muy demandado.

## 1.2 Planteamiento del problema

¿Cuáles son los factores que inciden directamente en el comercio internacional de rosas? Por un lado la operación comercial incluye a las importaciones y exportaciones, las cuales ayudan a determinar toda la demanda y oferta, tanto nacional como internacional, dentro de los dos bloques. La normativa internacional muestra los acuerdos comerciales CAN-MERCOSUR. Además, se analiza la comercialización de rosas en los dos bloques tomando en cuenta variables como el origen, estrategias, precio y política comercial que incide directamente en el producto objeto de estudio.

**Tabla 1**  
**Planteamiento del problema**

Dependientes	Independientes	Categoría de las Variables	Covariables
Comercio internacional	Operaciones comerciales	Importaciones	Importadores CAN-MERCOSUR
		Exportaciones	Exportadores CAN-MERCOSUR
		Estrategias	CAN-MERCOSUR
	Acuerdos Comerciales	Aranceles	
	Integración Comercial y complementación económica	Normas de origen	CAN-MERCOSUR
		Desgravación arancelaria	

### **1.3. Justificación del tema**

De acuerdo al objetivo 12 del Plan Nacional del Buen Vivir, el país busca la inserción en el mundo mediante la integración regional, por lo que es importante tener en cuenta cuál es el bloque con mayor representatividad en el campo de compra y venta de rosas; producto con un alto grado de producción dentro de la región. El objetivo de conocer al líder regional dentro de la comercialización de rosas, explicará al mundo cuáles son las estrategias más viables aplicadas por los países que integran el bloque con mejor representación en el aspecto cuantitativo y cualitativo de comercio internacional. El conocer los movimientos transaccionales de la subpartida rosas, incluye el afán de visualizar la posición en la que se encuentran los países sudamericanos y cuál es su mayor aporte para el liderazgo dentro de la región. Después de un análisis exhaustivo se explicará que la política comercial y los procesos establecidos son factores que marcan una diferencia entre los dos bloques. Adicionalmente, la búsqueda de un líder indicará si es una mejor opción para el Ecuador permanecer en la Comunidad Andina de Naciones o intercambiarse al Mercado Común del Sur, de acuerdo al análisis de mercados al cuál se dirige el líder e ingresos del mismo, analizando diversos factores que inciden directamente en la comercialización de rosas, teniendo en cuenta que no necesariamente el bloque con mayor número de miembros es aquel que puede ser el líder dentro del estudio.

## **1.4 Objetivos de estudio**

### **1.4.1 Objetivo General**

Realizar un estudio comparativo comercial de la subpartida 0603.11.00.00 entre los bloques de integración CAN y MERCOSUR para determinar el bloque con mayor liderazgo en la comercialización de rosas.

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Comparar los factores de comercialización de rosas que influyen en la variación para oferta en el mercado internacional dentro de los bloques CAN-MERCOSUR.
- Establecer la ventaja competitiva y los factores de éxito de cada bloque en la comercialización de rosas.
- Proyectar la diferencia comercial existente entre los dos bloques en la subpartida 0603.11.00.00- Rosas.
- Plantear diversos escenarios con la determinación de estrategias competitivas para la exportación de rosas dentro de los dos bloques.

## 1.5 Marco Teórico

Para el estudio comparativo de los dos bloques económicos es necesario revisar las Teorías de Comercio Internacional y su evolución, es por eso que analizamos cada una de las conceptualizaciones con respecto a la influencia que puede tener en los factores que serán planteados en el futuro. La teoría del comercio internacional enfoca su estudio a todas las variables que influyen en las transacciones de compra-venta de bienes y servicios, pero su cambio se ha vuelto evidente debido a la evolución que ha tenido el comercio y las formas convencionales y no convencionales con las que se comercializa.

Los modelos han evolucionado de acuerdo a los diversos aportes generados por algunos autores, para lo cual los siguientes han sido los cambios más representativos generados:

El primer indicio de una Teoría de Comercio Internacional apareció en Inglaterra en la época de la Edad Media donde se generó la idea de un rey y sus servidores. Según el autor Mercado (2007) el principio del mercantilismo planteaba que “era conveniente para un país mantener un excedente de comercio, a través de una mayor nivel de exportación que de importación”. (p.138). En aquello nos indica que desde los inicios de la comercialización todos los países consideraban que para tener éxito se debe poseer un sobrante entre compras y ventas con el exterior, a lo cual denominamos la balanza comercial y se transforma en un indicador importante para la determinación de las nuevas decisiones con respecto a políticas para obtener el excedente anhelado. En este punto, el análisis de las rosas es fundamental, debido a que es parte de la balanza comercial como un producto generado por el sector primario de los países que forman parte de los dos bloques comerciales. Por lo cual, el uso del mercantilismo como el entendimiento del cambio de importaciones por exportaciones, para la generación de ingresos es la base donde se inclinarán los supuestos sobre cuál de los bloques lidera la comercialización de rosas dentro de la región.



Adicionalmente Mercado (2007) menciona “Al hacerlo, un país acumularía oro y plata e incrementaría su riqueza y prestigios nacionales” (p.138). Señala que la acumulación de objetos que representan riqueza indican un poderío económico y las personas pueden hacerlo uso dentro del alcance del prestigio que es factor importante para la determinación de la clase social o poder que podría tener sobre la población en la que se desenvuelve. Si reemplazamos la expresión de oro y plata por la palabra rosas, entenderíamos que en el mundo existen países con una gran comercialización de las mismas y es ahí donde tienen los países un incremento en su prestigio internacional, tal es la razón por la que se busca al bloque representativo en comercialización de ese producto que tiene un gran nivel de obtención de rosas debido a factores como el clima o la fertilidad de la tierra de la región que mantienen abastecido al mercado internacional.

Smith (citado en Mercado, 2007) “los países deben especializarse en la producción de mercancías para las que tengan una ventaja absoluta y, posteriormente, intercambiar estos productos por artículos producidos en otros países.” (p.140). La ventaja absoluta se entiende como los factores beneficiosos para los cuales el país, puede producir en grandes cantidades y eso nos sirve para hacer intercambios con otros países que también tengan la misma posición pero con un producto diferente. Con respecto a las rosas cabe indicar que la ventaja absoluta es alta ya que los países de los dos bloques poseen grandes posibilidades en la producción de las mismas a lo que llamaríamos como el producto estrella en los mercados internacionales. El estudio pretende abordar cuáles son las cantidades de rosas comercializadas por los países de ambos bloques, teniendo en cuenta su ventaja absoluta con respecto a la de los países con las que realiza la transacción comercial.

Adicionalmente Smith (citado en Mercado, 2007) menciona “al especializarse en la producción de mercancías en las que cada uno tiene una ventaja absoluta, ambos países se benefician de la participación

comercial” (p.140). La especialización en el área donde tengamos mayor desarrollo nos generará beneficios mutuos debido a que la posición de uno puede fortalecer a otro, tal es el caso de países que buscan desarrollarse en varios puntos fuertes pero no tienen en cuenta que el objetivo es destacarse en algo principal y no en todo. De acuerdo al estudio de las rosas, se pretende analizar cuál es el líder en su comercialización, pero asimismo se busca conocer cuáles son los países con mayor aporte al valor comercializado por el ganador, en el ámbito de conocer quién está abarcando la gran parte del mercado dirigido de la región a otras partes del mundo.

El avance de la teoría anterior generó que las ventajas dieran un nuevo paso y según lo mencionado por Mercado en 2007 sostiene que:

Un país debe especializarse en aquellos bienes y servicios que pueda producir de manera más eficiente y adquirir, de otros países, aquellos que se produzcan de manera menos eficiente, incluso cuando esto represente adquirir bienes extranjeros cuya producción nacional pudiese ser más eficiente” (p.143).

Dentro de este aspecto se incluye a aquellas fortalezas que un determinado país posea y su nivel de integración se vea relacionado con la adquisición de bienes o servicios que no posean en la búsqueda del valor agregado para un producto donde aumentará su rentabilidad a medida de que aumenten los procesos de la cadena de valor. Las rosas como productos con especialidad, por parte de los países de los dos bloques que pretenden incrementar su poderío en el mercado y la generación de una ventaja comparativa, adquiriendo productos que formen parte del proceso de producción y provengan de otros países son una buena opción inclusive cuando los insumos son de los países miembros que representan una forma de disminución de costos para la incrementación de ventas a los distintos mercados demandantes de este producto.

La ventaja competitiva generada por Porter incluye un estudio realizado para conocer cuáles son los factores que influyen dentro de una empresa. Con respecto a esto Porter (citado en Mercado, 2007) “sostiene que existen cuatro atributos que moldean el contexto en el que las empresas locales compiten y estos atributos promueven o impiden la creación de una ventaja competitiva” (p.155). Porter dentro de su estudio refleja la idea de crear una diferencia entre competidores locales para que su industria refleje una competitividad para conseguir la internacionalización mediante el análisis de los factores que atacan en la industria. Las rosas son un punto importante dentro de países que trabajan en el sector primario y por ende el estudio estaría basado en la búsqueda de estrategias competitivas que generen una ventaja para la internacionalización del producto, debido a que es un bien que no se produce en todo el mundo, donde aparecería la primera ventaja.

Uno de los atributos a los que se refiere Porter (citado en Mercado, 2007) es la “dotación de factores: la posición nacional en los factores de producción como la mano de obra calificada o la infraestructura necesaria para competir en una industria” (p.156). La dotación de factores es un gran problema dentro de las industrias que determinan la gran parte del costo de los productos finales y por lo cual influye demasiado en la búsqueda de la competitividad principalmente por precios dentro de un mercado. Ahí se encuentra el punto diferenciador entre los dos bloques, debido a que la construcción de la matriz de costos determinaría cuáles son los factores y su precio que influyen directamente en el producto que se encuentra en el mercado, siendo el factor dominante el precio de venta al público de las rosas.

El segundo factor que menciona Porter (citado en Mercado, 2007) son las “condiciones de la demanda: la naturaleza de la demanda nacional para el producto o el servicio de una industria determinada”. (p.156). El segundo factor es básico en el estudio de mercados que indica si un lugar es adecuado para la intervención de un determinado producto que tendrá

mayor influencia la posesión de una gran cantidad de demanda o el poder adquisitivo de la población. Dentro de este punto cabe recalcar que el estudio de mercados de las rosas determina si un país o región adquiere con mayor periodicidad el producto lo que hace llamativa la ventaja competitiva en esa ubicación geográfica

El tercer factor mencionado por Porter (citado en Mercado, 2007) son las “industrias conexas e industrias de apoyo: la presencia o ausencia dentro de una nación de industrias proveedoras y conexas que sean internacionalmente competitivas.” (p.156). El tercer factor implica la conexión entre industrias para poder generar mayor competitividad donde existe un mayor acceso por parte del consumidor e inclusive el apoyo local entre empresas del mismo ramo indica una asociación óptima para la búsqueda de la ventaja competitiva que lleve a la internacionalización del producto. Las rosas se vuelven un producto llamativo debido a la colaboración entre los miembros de los bloques, que proporcionan las herramientas de incremento de ventaja competitiva y de esta manera el producto sale al mercado con un precio que no es fácilmente igualado por los demás proveedores de este tipo de producto.

El cuarto factor mencionado por Porter (citado en Mercado, 2007) es la “estrategia, estructura y rivalidad de las firmas: las condiciones en una nación que rigen la forma en la que las compañías se encuentran creadas, organizadas y dirigidas, así como la naturaleza de la rivalidad nacional.” (p.156). La rivalidad nacional y la búsqueda del prestigio internacional son básicos para la idealización de nuevas formas con las que aparecen estrategias que funcionarán dentro de la lucha por abarcar la mayor parte del mercado que sea posible. Las rosas están enfocadas a que la empresa que las comercializa tenga una buena imagen corporativa y que se encuentre totalmente actualizada con respecto a gustos y preferencias del mercado, es decir a sus expectativas. Es por ello que una empresa a nivel internacional que demuestre una estructura organizada, estrategias adecuadas e inclusive una rivalidad con las demás empresas que la rodean, resulta hacer más

llamativo al producto ya que la competencia beneficia al consumidor dentro del ámbito de precios, calidad y promoción.

De acuerdo a Porter existen tres estrategias genéricas basadas en su teoría de generar una ventaja competitiva, la primera estrategia es de liderazgo en costos, con respecto a ello Francés (2006) menciona: “El principal motor en la estrategia de liderazgo de costos es la curva de experiencia, según la cual el costo unitario de producción disminuye con el número acumulado de unidades producidas.” (p.107). El liderazgo en costos representaría para el campo de las rosas un ambiente de dominación sobre lo demás teniendo una producción a escala y que tiene el poder de disminuir sus costos de producción para la obtención de un producto con la misma calidad que otros pero con la gran diferencia del precio el cual percibe el consumidor.

La segunda estrategia para generar una ventaja competitiva, la diferenciación, según Francés (2006): “Para lograr la diferenciación se examinan las diferentes actividades realizadas en la cadena de valor a la luz de los impulsores de valor.” (p.107). Para esta estrategia cabe indicar que el estudio de las rosas se guiaría por acciones que impliquen un valor agregado principalmente por servicios que den al consumidor final un aumento en su percepción como postventa o inclusive acciones de promociones en compras futuras.

La tercera estrategia para generar una ventaja competitiva, la focalización, según Francés (2006): “Consiste en concentrar la atención de las necesidades de un grupo particular de compradores, segmento de mercado o mercado geográfico.” (p. 107). Finalmente esta estrategia busca enfocarse en un sector o determinado segmento de mercado que implica que las empresas dedicadas al sector florícola tendrán la opción de orientarse por el lado de focalización a la misma actividad pero con un cambio significativo para el cliente final que sea percibido con un alto grado de probabilidad, donde en el futuro puede suceder que acapararían el

mercado generando el aumento de ingresos por parte de las empresas que apliquen este tipo de estrategias.

De acuerdo a las teorías anteriormente mencionadas, es importante añadir el efecto de un arancel en la determinación de la oferta y demanda relativas del mercado. Según Krugman (2006) “el método para medir los costos y beneficios de un arancel depende de dos conceptos muy comunes del análisis microeconómico: el excedente del consumidor y del productor” (p. 195). El arancel es una variable que puede afectar al precio de un bien en el país importador, mas no en el país exportador, por lo que hay que considerar una relación entre costo y beneficio tanto del productor como del consumidor. En este aspecto, el excedente del productor puede ser la utilidad que percibe al vender un bien mientras que el excedente del consumidor es la diferencia entre el valor que estaría dispuesto a pagar por un bien y el valor realmente pagado de un bien. Es por ello que se debe cuantificar dichos valores para poder realizar una relación de costo y beneficio al momento de realizar una transacción de comercio exterior.

Según Krugman (2006) un subsidio a la exportación “es un pago realizado a una empresa o individuo que vende un bien en el extranjero (...) los vendedores exportarán el bien hasta el punto en que los precios nacionales excedan a los extranjeros en la cantidad del subsidio.” (p. 200). Con respecto a ello, cada estado vela por incrementar sus exportaciones, es así que fomentan la práctica de subsidios a la exportación en donde su objetivo se centra en que todos los productores de bienes y servicios puedan enviar sus excedentes al extranjero promoviendo así una sobreproducción. En el caso de las rosas es considerado como un bien de calidad en el mercado mundial, por lo que todos los países que la producen tratan de exportar en grandes cantidades aplicando este tipo de subsidio.

Según Krugman (2006) una cuota de importación “es una restricción directa de la cantidad que se pueda importar de algún bien. La restricción es impuesta normalmente mediante la concesión de licencias a algún grupo de individuos o empresas.” (p. 200). Conforme a lo citado se puede mencionar

que la cuota de importación la aplican ciertos estados con el objetivo de salvaguardar su producción, salud de la población en el caso de productos animales o vegetales y la competitividad que se puede generar en el mercado.

## **1.6 Marco Referencial**

Dentro de las características de un grupo de integración se fundamenta el concepto de “estado asociado”, dentro de diversas dimensiones en las que se puede mencionar la comercial y económica, la cual significa como uno de los miembros que forman parte de un grupo y pueden tomar decisiones con respecto al futuro del grupo siempre y cuando sea en beneficio de los demás miembros. Desde sus inicios ambos bloques han tenido entradas y salidas de miembros pero su factor común es el mantenimiento de al menos cuatro de sus miembros fundadores. Por un lado la Comunidad Andina de Naciones comenzó con un grupo conformado por cinco miembros (Perú, Ecuador, Venezuela, Colombia y Bolivia), posteriormente se incluiría Chile en el grupo, pero Venezuela desertaría del grupo para que finalmente Chile también salga del grupo y sólo quede conformado por cuatro socios. Por el lado del Mercado Común del Sur sus socios fundadores que fueron cuatro (Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay), con el pasar del tiempo solo hay países observadores que no tienen los mismo derechos que un socio. Después de la salida de Venezuela de la Comunidad Andina, este país se adhirió al MERCOSUR completando los cinco miembros que se encuentran en la actualidad. El factor común de ambos bloques es no tener a Chile como socio sino más como un país observador, que en un futuro puede adherirse completamente a uno o a otro. Es importante recalcar que los últimos esfuerzos de todos los países que conforman Sudamérica ha sido formar un bloque donde toda la región se encuentre unida de forma comercial, económica, política, social, etc. Este nuevo grupo que se encuentra en vías de formación se denomina UNASUR y buscaría principalmente la igualdad y el reconocimiento de los pueblos que formarían parte de esta unión.



Las grandes diferencias entre los dos bloques se generan principalmente por el Tratado de formación, por un lado la Comunidad Andina de Naciones aparece en 1996 con el Acuerdo de Cartagena y bajo el nombre de Pacto Andino, pocos años después en 2006 cambiaría su nombre al que actualmente utiliza y por otro lado el Mercado Común del Sur nace con el Tratado de Asunción en 1991.

“Desde los inicios ha tenido personalidad jurídica (...) hay que esperar al Protocolo de Ouro Preto (1994) que dota de personalidad jurídica internacional al MERCOSUR.” (Checa Sánchez, 2001, p.29). A pesar de poseer personalidad jurídica desde su formación, la Comunidad Andina no ha tenido tanto éxito como el MERCOSUR pero es claro que su objetivo en el seguimiento de la Unión Europea es otro factor común de ambos bloques siendo su fundamento el desarrollo que ha tenido el grupo del viejo continente.

La unión total de la región sería el alcance del prestigio internacional, ya que muchos de los campos en los que se desarrolla cada país, unidos a la causa común, generarían una competitividad alta a potencias mundiales con tan solo la eliminación de las fronteras en la región y creación de políticas que beneficien a la población que se encuentre dentro de la nueva unión. Obviamente la unión es muy difícil debido a las fronteras existentes actualmente de todos los países y principalmente a las ideologías manejadas por los diversos gobiernos que tienden a ser de derecha o de izquierda.

El presente estudio busca al verdadero líder de la región en el sector de las rosas por las razones antes explicadas con respecto a producción y comercialización (compra-venta). No necesariamente aquel país que posea grandes cantidades de terreno será el líder de la región, sino aquel que produzca y comercialice eficientemente. Para esto es importante conocer

sobre el producto en análisis una vez que se han analizado los bloques de integración que se ponen en comparación.

El desarrollo de economías dentro de la región está basada en el apoyo a la pequeña y mediana empresa donde se encuentran los pequeños emprendimientos que con diversos mecanismos como asociaciones significan el logro de la oferta exportable la cual es promocionada en el mercado internacional. “Aunque existe una importante diversidad de productos para exportar, el petróleo, productos agrícolas y pesqueros siguen dominando la canasta exportadora.” (Cevallos Tapia, 2012, p.16). Con esto entendemos que las economías de la región solo exportan, es decir venden al exterior, recursos básicos provenientes del sector primario de la extracción de materias primas, las cuales no tienen un valor más alto que aquellos que tienen un nivel de industrialización que da un precio que a la final es devuelto al productor, donde son aplicadas las estrategias para aumentar la venta de producto o la disminución de costos de producción, todo esto en beneficio de tener la rentabilidad deseada por las personas que forman parte del sector productivo de cada nación.

“Los regímenes abiertos, con niveles protección efectiva más baja, presentan resultados estables y conducen a procesos de crecimiento sostenido.” (Cevallos Tapia, 2012, p.15). Dentro de los regímenes abiertos encontramos a las grandes potencias que se encuentran disponibles para comprar productos de países que se encuentran en desarrollo donde estaría la clave para generar una rentabilidad estable y creciente debido a que no tiene un sistema proteccionista.

“La situación geográfica de la región permite contar con micro climas que proporcionan características únicas a las flores como: tallos gruesos, largos, totalmente verticales, botones grandes, colores sumamente vivos y el mayor número de días de vida.” (Cevallos Tapia, 2012, p.16). La región tiene esas características únicas de poseer territorios que a la final generan flores

con rasgos distintivos que las hacen llamativas, donde el costo en muchas ocasiones es pormenorizado, ya que la calidad es alta. “Cada año lanzan al mercado de exportación entre tres y diez variedades de flores, de las cuales, las rosas son las de mayor demanda internacional.” (Cevallos Tapia, 2012, p.16). Dentro de este punto entra el ámbito de la utilidad del suelo que cada vez indica que evoluciona y con ella las rosas cambian y por ende la oferta al mercado internacional es grande ya que se concentran en la región las mayores áreas de producción de flores.

“No cabe duda que la floricultura de exportación ha hecho un importante aporte a la economía a través de la creación de puestos de trabajo.” (Cevallos Tapia, 2012, p.17). Siendo uno de los importantes factores de la balanza comercial e ingresos para el Estado, se convierte en base fundamental para la disminución del desempleo, ya que en este sector todavía existe la intervención de la mano de obra y no es totalmente tecnológica sin la utilización de la mano de obra, lo cual también incluye su valor por ser un producto que es totalmente artesanal.

## **1.7 Marco conceptual**

### **1.7.1 Rosas**

De acuerdo a PRO ECUADOR las rosas se encuentran en la subpartida arancelaria “0603.11.00.00: Rosas, Flores y capullos naturales, frescas, secas, blanqueadas, teñidas para ramos o adornos.” (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2014, p.02).

Las rosas ecuatorianas son un producto estrella, dicha calificación representa las mejores oportunidades para el crecimiento y la rentabilidad a largo plazo. Esta posición, que tiene una considerable parte relativa del mercado y una tasa elevada de crecimiento para la industria, debe captar inversiones para conservar o reforzar su posicionamiento dominante. (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2014, p.05).

La descripción del producto en estudio de manera comercial y considerando que el producto es estrella podemos determinar que la comercialización es positiva dentro de esta subpartida.

### **1.7.2 Comercio internacional**

El comercio internacional es conceptualizado por Cornejo Ramírez (2005) como: “El intercambio de bienes y servicios entre residentes de diferentes países.” (p.112). De acuerdo al autor se define como un intercambio de bienes que dentro del estudio estará representado por las rosas que serán el producto en análisis del cual se investigarán las transacciones de comercio internacional bajo la subpartida definida para ese producto.

Por otro lado Samuelson & Nordhaus (2010) mencionan que el comercio internacional se conceptualiza como: “El sistema mediante el cual

los países exportan e importan bienes, servicios y capital” (p.285). De acuerdo a lo mencionado se encuentran muy relacionadas a las importaciones y exportaciones de bienes y servicios, que en este caso, serán valores tomados en cuenta de transacciones de rosas entre países de los dos bloques con los demás que se encuentran, tanto demandando como ofertando el producto en estudio.

### **1.7.3 Comunidad Andina de Naciones (CAN)**

La Comunidad Andina es una comunidad de naciones democráticas, fundados en los principios de igualdad, justicia, paz, solidaridad y democracia, que desde la constitución de su proceso integrador han demostrado una permanente voluntad para promover la vigencia de la vida democrática y el estado de derecho, tanto en la Subregión Andina como en América Latina y el Caribe (...) la acción política de la Comunidad Andina y su política exterior común tienen como objetivo el desarrollo, perfeccionamiento y la consolidación de la democracia y el estado de derecho. (Mantilla, 2001, p.50).

Dentro de la definición de Mantilla cabe recalcar que la Comunidad Andina de Naciones no solo como un ente de integración, sino como un ente de comercialización busca la profundización de la cooperación entre sus miembros para la generación de riquezas entre pueblos que tienen una misma historia. Dentro del estudio es importante mencionar que la integración ha provocado un incremento en las exportaciones debido a las políticas implementadas con respecto a cambio de la matriz productiva y es por ende que en la especialización del sector primario se encuentra la generación de riqueza actual de los países que conforman el bloque de integración.

Tiene como objetivo fortalecer el diálogo y la cooperación entre los Países Miembros de la Comunidad Andina con el propósito de destacar rasgos y elementos comunes del contexto regional que nos

provean de un marco referencial para comprender mejor la evolución macroeconómica de la subregión. (Salazar Zárate, 2008, p. 97).

La cooperación es la principal herramienta utilizada por los miembros de la Comunidad Andina, principalmente si se trata de la comercialización que genere ingreso de divisas siempre y cuando no se pongan restricciones de ningún tipo a importaciones y exportaciones entre los miembros. Dentro del estudio será fundamental analizar las imposiciones con respecto a cuáles pueden ser medidas que puede tomar un país para el producto de rosas para compra y venta.

#### **1.7.4 Mercado Común del Sur (MERCOSUR)**

Oficialmente fundado mediante la firma del Tratado de Asunción el 26 de marzo de 1991. La estrategia del bloque es cooperar para posibilitar un intercambio ágil, dinámico y moderno entre las políticas de los estados parte. A su vez es de especial importancia la creación de un Mercado Común del Sur, a través del cual se debe lograr un libre movimiento y establecimiento de factores productivos. (Garnelo, 1998, p. 47).

El grupo integrado por los países del Cono Sur tienen una historia en común que los hace conocedores de las realidades sociales y comerciales de sus pueblos, es por ellos que su integración se ve basada dentro de la imposición de políticas comerciales donde su principal objetivo sea un intercambio ágil y actualizado de acuerdo a las normas que establezca la Organización Mundial de Comercio (OMC), de igual manera la cooperación entre miembros es de vital importancia para aumentar el prestigio internacional individual y colectivo.

### **1.7.5 Sector Primario**

Es el sector que obtiene el producto de sus actividades directamente de la naturaleza, sin ningún proceso de transformación. Dentro de este sector se encuentran la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la caza y la pesca. No se incluyen dentro de este sector a la minería y a la extracción de petróleo, las cuales se consideran parte del sector industrial. (Subgerencia Cultural del Banco de la República, 2015, p.01).

Las rosas son producidas y cosechadas durante un período, el cual es totalmente de extracción por lo que todas las ventas de este producto corresponden a una materia prima. Las rosas no pueden ser industrializadas debido a que su presentación es única y su calidad define la apreciación del consumidor para su compra, de igual manera las rosas pueden tener cambios en su cadena de valor de acuerdo a los servicios que se pueden ofrecer antes o después de la venta. Los sectores destinados a la producción de rosas son grandes en los países y las tierras tienen la capacidad de generar especies que tienen estilos bastantes llamativos para los compradores.

### **1.7.6 Sector Secundario**

De acuerdo a la Subgerencia Cultural del Banco de la República (2015) menciona al sector secundario como aquel que “comprende todas las actividades culturales de un país relacionadas con la transformación industrial de los alimentos y otros tipos de bienes o mercancías, los cuales se utilizan como base para la fabricación de nuevos productos.” (p. 01). El sector secundario incide en la transformación de los bienes o lo que significaría que se someten a un proceso de generar valor agregado en los mismos. Dicho sector, implica el uso de bienes de capital y tecnología de vanguardia que se utilizan en el proceso de producción, para obtener un

producto o bien estandarizado que pueda satisfacer las nuevas exigencias del consumidor, generando así un desarrollo industrial y económico en cada país.

### **1.7.7 Sector Terciario o de Servicios**

La Subgerencia Cultural del Banco de la República (2015) sostiene que el sector terciario “incluye todas las actividades que no producen una mercancía en sí, pero que son necesarias para el funcionamiento de la economía.” (p. 01). Se puede mencionar que el sector terciario encierra un sinnúmero de actividades que afectan directamente a la economía, tal es el caso de los servicios como: las actividades comerciales (comercialización), transporte, alimentación, alojamiento, servicios bancarios, educación, salud, sistema de comunicaciones, entre otros. Estos servicios son complementarios a los otros sectores, ya que perfeccionan la cadena de suministros que existe desde la extracción hasta el consumidor final incluyendo a diversos actores en cada etapa.

### **1.7.8 Importación**

Según la Federación Española de Cámaras del Libro web (2000) menciona que “la importación es un régimen aduanero por el cual las mercancías entran en el país de destino, pagan su arancel, adquieren la nacionalidad extranjera que les permite circular libremente en el país, sin estar sujetas a ningún control físico.” (p.46). Cabe mencionar que este sistema es manejado por todos los países debido a que se lo considera un mecanismo para adquirir bienes del exterior satisfaciendo las necesidades de los consumidores en el país de importación, lo que se consideraría como una compra internacional en un proceso de intercambio.



### **1.7.9 Exportación**

Según la Federación Española de Cámaras del Libro web (2000) menciona que “la exportación es un régimen aduanero que permite la salida de una mercancía hacia un territorio aduanero extranjero” (p.39). Con respecto al concepto, el proceso de exportación es un mecanismo en el cual se procede a vender mercancías hacia un país extranjero considerando factores que inciden directamente en la comercialización, el cual es libre de tributos al comercio exterior en el país de origen considerándose una venta internacional en un proceso de intercambio.

### **1.7.10 Normas de origen**

Según el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) (citado en Guayasamín F., 2011) menciona que se entenderá por normas de origen a “los parámetros técnicos establecidos con el objetivo de determinar el territorio aduanero o región de origen de un producto.” (p.31). Cabe recalcar que las normas de origen son disposiciones específicas de cada país o grupos de integración que determinan la procedencia de las mercancías considerando parámetros como materia prima, composición, mano de obra y costos de fabricación.

### **1.7.11 Certificado de origen**

Según la Organización Mundial del Comercio (2006) menciona que el certificado de origen es “un formulario determinado que permite identificar las mercancías y en el cual las autoridades u organismos facultados para emitirlo certifican expresamente que las mercancías a las que se refiere el certificado son originarias de un país determinado.” (p. Anexo K.3/1). El certificado de origen es un documento que valida la procedencia de una mercancía. El certificado es un documento que faculta la desgravación

arancelaria de los derechos aduaneros entre países que posean un acuerdo comercial.

### **1.7.12 Arancel**

Krugman (2006) comenta que un arancel “es un impuesto aplicado cuando se importa un bien.” (p.190). De acuerdo a lo mencionado por el autor, se debe considerar que este tipo de impuesto al comercio exterior está gravado sobre aquellos bienes que ingresan a territorio aduanero de destino y su cálculo se deriva de la construcción del valor en aduana de las mercancías importadas. Adicionalmente existen dos tipos de arancel, por un lado existe el arancel ad-valorem o tarifa que es cargado en un rango de 0% a 35% dependiendo de la naturaleza del producto. Por otro lado, existe el arancel específico que se refiere al pago de una cantidad monetaria de acuerdo al volumen de los productos importados que es impuesto por la soberanía de cada Estado.

Krugman (2006) menciona que “los aranceles son la forma más antigua de política comercial que ha sido utilizados tradicionalmente como una fuente de ingresos para el Estado.” (p.190). Acotando con lo mencionado, los aranceles con impuestos por los estados como un mecanismo de protección a las ramas de producción nacional y de igual manera, se consideran como ingresos a las arcas fiscales.

### **1.7.13 Estrategia**

De acuerdo a Marketing Publishing Center, Inc. (1990) la estrategia “es un proceso de planificación de recursos y acciones que habrán de utilizarse y ejecutarse en el futuro.” (p. 04). Para lo cual debemos entender que todas las acciones que se lleven a cabo deben obedecer un procedimiento previamente planificado de acuerdo a los factores y directrices

que se manejan dentro de una organización para poder alcanzar el objetivo propuesto.

Según Hax & Majluf (2004) la estrategia es “un modo de dar explícitamente forma a las metas y los objetivos de largo plazo de la organización” (p.25). Se puede mencionar que las metas y objetivos están relacionados directamente con la estrategia, ya que es un factor imprescindible en el accionar de una empresa porque posibilita la ampliación de mercado o el posicionamiento.

## **CAPÍTULO II**

### **METODOLOGÍA Y DIAGNÓSTICO**

#### **2.1 Contexto y lugar donde se desarrollará el estudio**

El estudio se desarrollará con respecto a la zona comercial, manejando indicadores económicos relacionados a las transacciones que han realizado los dos bloques de integración CAN y MERCOSUR, que serán analizadas dentro de las políticas manejadas por cada uno de los países que los conforman. El estudio se lo realiza en base a los importadores y exportadores incluyendo sus transacciones comerciales. La información para el estudio se encuentra en bases de datos que utilizan como soporte las declaraciones aduaneras de cada transacción, las cuales serán procesadas por programas que simulan escenarios y realizan análisis estadísticos para determinar una variación positiva o negativa de acuerdo a las variables que se han planteado en el estudio.

#### **2.2 Delimitación temporal**

El estudio explicará cuáles son las técnicas de manejo de las políticas comerciales que tienen los países que forman parte de los bloques de integración, teniendo en cuenta datos recientes de por lo menos los últimos cinco años con respecto a importaciones y exportaciones de rosas de cada uno de los países. Se incluirá el principal objetivo de determinar cuál es el bloque que tiene el liderazgo en el sector florícola dentro del continente Sudamericano. La recolección de datos, por medio de plataformas virtuales, será organizada y finalmente procesada por programas que generen resultados para la obtención de conclusiones con respecto al tema.

## **2.3 Desarrollo metodológico**

### **2.3.1 Enfoque de investigación: Mixto**

“El enfoque cuantitativo de la investigación pone una concepción global positivista, hipotética-deductiva, objetiva y orientada a los resultados para explicar ciertos fenómenos. Se desarrolla directamente en la tarea de verificar y comprobar teorías por medio de estudios muestrales representativos”. (López, 2013). La investigación es de tipo cuantitativo, por la posesión de información numérica que será procesada y analizada dentro de los parámetros matemáticos y estadísticos para la respectiva comparación de los datos. Cumple las características de cuantitativo, porque incluye cantidades numéricas que forman parte de una base de datos, conformada por valores de importaciones y exportaciones de rosas en dólares americanos de los últimos cinco años dentro de los bloques de integración. Adicionalmente es de tipo cualitativo, ya que se tendrá un análisis bibliográfico de todas las teorías de soporte y papers relativos al tema que sustentan la investigación.

### **2.3.2 Tipología de investigación**

Dentro de la investigación se utilizará el enfoque cuantitativo que indica que existirá recolección de bases de datos que serán analizados estadísticamente y mediante el planteamiento de escenarios; se podrá mostrar si la hipótesis planteada cumple con el objetivo de determinar al bloque que tiene el liderazgo en la comercialización de rosas dentro de la región. Las plataformas virtuales están integradas por datos que reflejan las transacciones en las aduanas de los países miembros de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y el Mercado Común del Sur (MERCOSUR); con información relevante a cantidades y unidades monetarias de las rosas que han sido importadas y exportadas durante el período delimitado.

### **2.3.2.1 Por su finalidad: Aplicada**

“La investigación aplicada tiene por objetivo la generación de conocimiento con aplicación directa y a mediano plazo en la sociedad o en el sector productivo.” (Lozada, 2014). Se utilizarán teorías de soporte dentro de la investigación, por lo que no se busca refutar sino comprobar un tema en base a lo que ya se encuentra demostrado. Las teorías de soporte son la de comercio internacional y de ventaja competitiva de Porter en la generación de estrategias y es aplicable al proyecto debido a que ayuda a descubrir cuáles son las principales tácticas de compra y venta de ambos bloques, incluyendo las características de su producción diferenciando a las rosas como con mayor o menor especialidad.

### **2.3.2.2 Por las fuentes de información: Documental**

“El estudio de problemas con el propósito de ampliar y profundizar el conocimiento de su naturaleza, con apoyo, principalmente, en trabajos previos, información y datos divulgados por medios impresos, audiovisuales o electrónicos.” (Universidad Pedagógica Experimental Libertador, 2003). Debido al manejo de información proveniente de bases de datos correspondientes a declaraciones aduaneras de exportación e importación, podrá manipular datos fiables para el estudio comparativo de los bloques de integración. Particularmente se emplearán documentos de organismos internacionales como embajadas o consulados que colaboren con información del país al cual representan.

### **2.3.2.3 Por las unidades de análisis: De Laboratorio**

Para el estudio de las rosas, es preciso determinar cuáles serán las relaciones entre variables para establecer los beneficios que brindan los dos bloques que se encuentran dentro del análisis, por lo que se requiere toda la información necesaria de bases de datos y determinar el servicio de inteligencia de negocios que se maneja en el comercio internacional de rosas, a fin de desarrollar todas las características de la data y realizar cruces de información de los países de los dos bloques de integración.

#### **2.3.2.4 Por el control de las variables: No experimental**

En el libro de Hernández Sampieri sobre Metodología de Investigación se menciona que la investigación no experimental se basa en: “Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente para después analizarlos.” (p. 269). Lo que nos explica es que no se puede influenciar sobre las variables, es decir el investigador no tiene el control sobre las variables independientes, porque ya ocurrieron los hechos y por ende solo analiza los fenómenos y sus ocurrencias para determinar conclusiones con respecto a lo observado. De acuerdo al ambiente de CAN-MERCOSUR con respecto a las rosas, la investigación es no experimental porque se verán todo los campos en los cuales actúan las variables que no serán cambiados sino solamente por el normal transcurrir de las mismas influenciadas principalmente por las políticas comerciales.

#### **2.3.2.5 Por el alcance: Explicativo**

“Pretende establecer las causas de los eventos, sucesos o fenómenos que se estudian.” (Hernández Sampieri, 2003). El alcance del estudio implica la descripción de las unidades de análisis y el comportamiento de las mismas en los cuáles se incluyen estudios de casos, correlacionales, causales, longitudinales y/o métodos comparativo causales. Dentro del estudio comparativo se utilizará con el objetivo de determinar cuáles son las causas que generan la situación de los bloques y asimismo ayudarán a determinar si las acciones actuales se convertirán en causas de buenas o malas consecuencias de la comercialización de rosas.

#### **2.3.3 Hipótesis**

La CAN es el bloque con mayor liderazgo en Sudamérica en la comercialización de rosas.

Hipótesis Alternativa: El MERCOSUR es el bloque con mayor liderazgo en Sudamérica en la comercialización de rosas.

#### **2.3.4 Instrumentos de recolección de información: Bibliografía**

“La búsqueda, recopilación, organización, valoración, crítica e información bibliográfica sobre un tema específico tiene un valor, pues evita la dispersión de publicaciones o permite la visión panorámica de un problema.” (Hernández Sampieri, 2003). Los instrumentos a ser utilizados para recolectar información será la reunión de una gran cantidad de bases de datos soportadas dentro de la bibliografía, como una investigación de tipo documental que reflejará las transacciones que serán analizadas y comparadas entre los dos bloques que forman parte del estudio. La revisión de decisiones y resoluciones incrementarán el conocimiento de las políticas aplicadas con respecto a normas de origen y desgravaciones arancelarias entre los países de la región.

#### **2.3.5 Procedimiento para recolección de datos: Bases de datos**

Sabino (1992) planteó: “Cualquier recurso de que se vale el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información.” (p. 29). La recolección de las bases de datos provendrá de portales web que contienen información con respecto a importaciones y exportaciones por país de acuerdo a la clasificación arancelaria de las rosas. La información va a ser recolectada de forma precisa e inmediata de transacciones que estén comprendidas durante los años 2010-2015.

#### **2.3.6 Cobertura de las unidades de análisis: Escenarios**

“Constituye la descripción de un futuro posible y de la forma de alcanzarlos.” (Celv, 1999). La cobertura de las unidades de análisis es a través del uso de escenarios que se sustentará dentro del análisis de las bases de datos que conforman la parte documental del estudio dentro del objetivo de comparar a los dos bloques comerciales. Los escenarios son planteados mediante el programa Crystal Ball y la forma en la que actúan las variables alrededor de conocer quién posee el liderazgo en Sudamérica son fundamentales para encontrar el objetivo que es planteado dentro del estudio.



### **2.3.7 Procedimiento para tratamiento y análisis de información: Modelo matemático**

“Emplea algún tipo de formulismo matemático para expresar relaciones, proposiciones sustantivas de hechos, variables, parámetros, entidades y relaciones entre variables y/o entidades u operaciones, para estudiar comportamientos de sistemas complejos ante situaciones difíciles de observar en la realidad.” (Ríos, 1995). Dentro de la investigación se procederá a realizar la aplicación de modelos matemáticos y estadísticos como regresiones y análisis de varianzas que incluyan hipótesis y su comprobación la cual será determinada de forma numérica, dentro de las regresiones el objetivo sería proyectar los posibles valores de exportaciones e importaciones de cada bloque basados en el histórico proveniente de la base de datos. El análisis de varianza ayudará con el objetivo de determinar la diferenciación entre las variables en estudio de ambos bloques.

## **2.4 Contexto de los bloques**

### **2.4.1 Tabla de Operacionalización de variables**

Dentro del estudio comparativo se debe analizar a ambos bloques desde perspectivas iguales determinando mediante variables cuáles son las características que dan mayor competitividad a cada uno de los bloques de integración. Las variables son de tipo cuantitativo y cualitativo que serán manipuladas de acuerdo a la metodología para determinar en los resultados cuál de los dos bloques tiene el liderazgo en la comercialización de rosas y de esta forma incluyendo cuál de los dos bloques sería la mejor opción para Ecuador. A continuación se muestra la Tabla de Operacionalización de Variables.

**Tabla 2**  
**Operacionalización de variables**

<b>Variable</b>	<b>Concepto</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Ítem</b>	<b>Fuentes</b>	<b>Instrumentos</b>
Operación comercial	Resultado compra-venta	Transacciones comerciales	Balanza comercial CAN-MERCOSUR	¿Cuál es el valor de la balanza comercial?	ALADI	Base de datos
Importaciones	Compra de bienes y servicios	Compra Nacional	Total importaciones de rosas CAN-MERCOSUR	¿Cuál es el valor de importaciones de rosas?	ALADI	Base de datos
Exportaciones	Venta de bienes y servicios	Venta Internacional	Total exportaciones de rosas CAN-MERCOSUR	¿Cuál es el valor de las exportaciones de rosas?	ALADI	Base de datos
Aranceles	Tributo al Comercio Exterior pagadero a la importación de bienes	Tarifa Ad-valorem	Porcentaje ad-valorem de rosas	¿Cuál es el porcentaje ad-valorem para importación de rosas?	ALADI	Bibliografía
Estrategias	Tácticas de mercado que generan incremento en comercialización de bienes	Ventaja Competitiva	Valor obtenido en Matriz de Gerencia Estratégica	¿Qué estrategia genérica tiene más uso en la comercialización de rosas?	Principales florícolas del Ecuador	Matrices
Desgravación Arancelaria	Liberación de tributos al Comercio Exterior para importación	Preferencia arancelaria	Porcentaje de desgravación arancelaria entre miembros	¿Cuál es el valor de exoneración de tributos para las rosas?	ALADI	Bibliografía
Normas de origen	Reglas aplicadas para determinación de origen de bienes	Consideración de origen	Porcentaje de consideración de origen	¿Cómo se determina el origen de un bien?	Decisiones y Resoluciones	Bibliografía
Defensa comercial	Medidas de protección aplicadas en defensa de la producción nacional	Proteccionismo	Número de medidas proteccionistas adoptadas	¿Cuáles son las medidas proteccionistas adoptadas por los miembros?	Decisiones y Resoluciones	Bibliografía

## **2.4.2 Contexto actual**

### **2.4.2.1 Comunidad Andina de Naciones**

Actualmente, la Comunidad Andina de Naciones (CAN) se encuentra conformada por cuatro países miembros: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú. Sus principales exportaciones se basan en aceites crudos de petróleo, oro, minerales de cobre y sus concentrados, gas de petróleo, bananas y frutos comestibles, mariscos, café y sus derivados, cacao y sus preparaciones, plantas vivas y productos de la floricultura en especial las rosas, entre otros; que forman parte del sector primario extractivista de los países que integran el bloque de integración. En cuanto a las importaciones, los principales bienes que llegan del exterior son: aceites refinados de petróleo, vehículos de alto cilindraje, teléfonos móviles, medicamentos preparados, aviones, entre otros; que forman parte del sector secundario o industrial. Cabe mencionar que estos países han emprendido el camino de la industrialización de sus procesos por lo que han comenzado con la adquisición de bienes de capital. El cambio de sus procesos obedece a la política de la reducción de importaciones y la adición de valor agregado a cada una de las exportaciones, generando una utilidad en base al mejoramiento de la cadena de valor. Sin embargo, los países que conforman la Comunidad Andina de Naciones (CAN) aún dependen de actividades de extracción y comercialización de petróleo crudo, debido a que son países en vías de desarrollo e influye directamente en su balanza comercial.

Con respecto al sector primario, este bloque de integración enfoca todas sus actividades a la extracción determinando aproximadamente un 65% de sus actividades ya que principalmente se orienta a la exportación de sus productos. El sector secundario o industrial ocupa el 20% de las actividades económicas que se derivan en manufactura o transformación de productos. Finalmente el sector terciario es complementario a los dos antes mencionados, con un 15% en donde su principal actividad se basa en la comercialización de bienes y servicios.

### **2.4.2.2 Mercado Común del Sur**

Actualmente el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) se encuentra conformado por cinco países miembros: Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay y Venezuela. Sus principales exportaciones se basan en combustibles y minerales, aceites minerales, semillas y frutos diversos, minerales metalíferos, carnes y despojos y vehículos, los cuales se encuentran en el sector primario y secundario. En cuanto a las importaciones la conforman principalmente aparatos mecánicos, combustibles minerales, aparatos y material eléctrico, vehículos, productos químicos y farmacéuticos, y distintos tipos de plástico los cuales están ligados al sector secundario y principalmente adquieren bienes de capital. Para el Mercado Común del Sur (MERCOSUR), el camino de la industrialización comenzó hace mucho tiempo atrás y el desarrollo productivo se ha enfocado en el sector secundario por lo que las exportaciones totales de este grupo son mayores a las importaciones e inclusive ya se tiene el valor agregado en cada una de las ventas realizadas al exterior. En el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) no tienen dependencia solamente del sector extractivista sino que han volcado sus esfuerzos en procesos de industrialización.

Con respecto al sector primario, este bloque de integración enfoca sus actividades en alrededor de 50% contempladas en el sector primario. El sector secundario ocupa un 35% aproximadamente con respecto al proceso de industrialización de las materias primas teniendo como referencia a los combustibles minerales. Por último en el sector terciario el bloque apunta a un 15% en cuanto a la comercialización de bienes y servicios en el exterior.

Cabe mencionar que la presidencia del Mercado Común del Sur (MERCOSUR) se designa en orden alfabético de los países miembros como lo establecen sus protocolos. Hasta julio de 2016, la presidencia estaba a cargo de Uruguay, sin embargo una vez finalizado su periodo la presidencia pro tempore debería asumirla Venezuela pero todavía no existe el traspaso formal debido a que por un lado se suspendieron las reuniones entre los países miembros con la ausencia de Venezuela y por otro lado, los países

miembros Argentina, Brasil y Paraguay no reconocen al estado venezolano como el sucesor de la presidencia pro tempore por la crisis política y económica que enfrenta dicho país. Por el momento el puesto se encuentra vacante hasta una nueva reunión entre los coordinadores del Mercado Común del Sur (MERCOSUR).

## 2.4.3 Operación Comercial

### 2.4.3.1 Comunidad Andina de Naciones

Las transacciones comerciales dentro de la Comunidad Andina de naciones (CAN) inciden directamente en la balanza comercial ya que representan la diferencia entre los ingresos y egresos de la comercialización de bienes a nivel internacional. En los siguientes cuadros se resumen los valores de importaciones y exportaciones dentro de las transacciones de los países miembros con el mundo con respecto a la subpartida 0603.11.00.00 correspondiente a las rosas:

**Tabla 3**  
**Exportaciones de rosas de la Comunidad Andina de Naciones**  
**Miles de dólares americanos**

Países CAN	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Bolivia	30	42	39	15	5	2
Colombia	375.953	381.230	363.406	365.190	371.576	315.500
Ecuador	438.399	501.746	533.330	612.088	697.618	604.459
Perú	2	9	0	35	136	110
<b>Total</b>	<b>814.384</b>	<b>883.027</b>	<b>896.775</b>	<b>977.328</b>	<b>1.069.335</b>	<b>920.071</b>
<b>Variación porcentual</b>		<b>8,43%</b>	<b>1,56%</b>	<b>8,98%</b>	<b>9,41%</b>	<b>-13,94%</b>

Fuente: (Asociación Latinoamericana de Integración-ALADI, 2015)

**Tabla 4**  
**Importaciones de rosas de la Comunidad Andina de Naciones**  
**Miles de dólares americanos**

Países CAN	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Bolivia	13	12	18	18	12	12
Colombia	4	13	25	49	5	87
Ecuador	2	1	3	0	3	0
Perú	2.757	4.133	5.739	5.752	4.316	4.309
<b>Total</b>	<b>2.776</b>	<b>4.159</b>	<b>5.785</b>	<b>5.819</b>	<b>4.336</b>	<b>4.408</b>
<b>Variación porcentual</b>		<b>49,82%</b>	<b>39,10%</b>	<b>0,59%</b>	<b>-25,48%</b>	<b>1,66%</b>

Fuente: (Asociación Latinoamericana de Integración-ALADI, 2015)

El saldo de la balanza comercial de la subpartida 0603.11.00.00 se la calcula con la diferencia entre los valores de exportaciones e importaciones los países que conforman el bloque:

**Tabla 5**  
**Saldo comercial de rosas en la Comunidad Andina de Naciones**  
**Miles de dólares americanos**

Países CAN	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Bolivia	17	30	21	-3	-7	-10
Colombia	375.949	381.217	363.381	365.141	371.571	315.413
Ecuador	438.397	501.745	533.327	612.088	697.615	604.459
Perú	-2.755	-4.124	-5.739	-5.717	-4.180	-4.199
<b>Total</b>	<b>811.608</b>	<b>878.868</b>	<b>890.990</b>	<b>971.509</b>	<b>1.064.999</b>	<b>915.663</b>
<b>Variación porcentual</b>		<b>8,29%</b>	<b>1,38%</b>	<b>9,04%</b>	<b>9,93%</b>	<b>-14,02%</b>

Fuente: (Asociación Latinoamericana de Integración-ALADI, 2015)

Dentro del estudio también se prevé hacer una regresión lineal para estimar los valores en los años 2016 y 2017 y poder analizar cómo se

encontrará el mercado en dichos años. Para el cálculo de regresión lineal se utilizará la siguiente ecuación:

$$y = a + bx \left\{ \begin{array}{l} \sum_0^{\infty} y = na + \sum_0^{\infty} xb \\ \sum_0^{\infty} xy = \sum_0^{\infty} xa + \sum_0^{\infty} x^2b \end{array} \right.$$

En donde la variable independiente (x) representa el tiempo en años y la variable dependiente representa el saldo comercial de la subpartida de las rosas.

En la siguiente tabla podemos evidenciar los valores que serán utilizados en la construcción del saldo comercial para los años 2016 y 2017:

**Tabla 6**  
**Análisis de Regresión Lineal de la Comunidad Andina de Naciones**  
**Miles de dólares americanos**

	x	y	xy	x <sup>2</sup>
	0	811.608	0	0
	1	878.868	878.868	1
	2	890.990	1.781.980	4
	3	971.509	2.914.527	9
	4	1.064.999	4.259.996	16
	5	915.663	4.578.315	25
<b>Σ</b>	<b>15</b>	<b>5.533.637</b>	<b>14.413.686</b>	<b>55</b>

Con los valores de la Tabla 6 obtenemos el siguiente sistema de ecuaciones:

$$\begin{cases} 5.533.637 = 6a + 15b \\ 14.413.686 = 15a + 55b \end{cases}$$

Una vez resuelto el sistema conseguimos el valor de a y b que son 839.473,76 y 33.119,63 respectivamente. Es así que a continuación se

determina la ecuación de regresión lineal y además se estima el valor del saldo comercial para los años 2016 y 2017:

$$y = 839.473,76 + 33.119,63x$$

$$y_{2016} = 839.473,76 + 33.119,63(6) = 1.038.191,54$$

$$y_{2017} = 839.473,76 + 33.119,63(7) = 1.071.311,17$$

Podemos concluir que para los años 2016 y 2017 se estima un crecimiento de 13,38% y 3,19% respectivamente, en el saldo comercial de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) con respecto a la comercialización de rosas.

#### 2.4.3.2 Mercado Común del Sur

Las operaciones comerciales se definen mediante los valores numéricos de importaciones y exportaciones, es así que a continuación se presentan los datos correspondientes a estos dos rubros importantes del Mercado Común del Sur:

**Tabla 7**  
**Exportaciones de rosas del Mercado Común del Sur**  
**Miles de dólares americanos**

Países	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>MERCOSUR</b>						
Argentina	0	0	0	0	0	0
Brasil	31	71	32	0	4	0
Paraguay	0	0	0	0	0	0
Uruguay	0	0	0	0	0	0
Venezuela	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>71</b>	<b>32</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>
<b>Variación porcentual</b>		<b>129,03%</b>	<b>-54,93%</b>	<b>-</b>	<b>-87,5%</b>	<b>-</b>

Fuente: (Asociación Latinoamericana de Integración- ALADI, 2015)



**Tabla 8**  
**Importaciones de rosas del Mercado Común del Sur**  
**Miles de dólares americanos**

Países MERCOSUR	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Argentina	2.234	3.103	2.728	2.113	1.474	2.313
Brasil	6.820	8.687	9.435	9.342	10.163	8.380
Paraguay	152	244	392	735	1.164	953
Uruguay	732	990	1.108	1.172	1.235	1.171
Venezuela	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>9.938</b>	<b>13.024</b>	<b>13.663</b>	<b>13.362</b>	<b>14.036</b>	<b>12.817</b>
<b>Variación porcentual</b>		<b>31,05%</b>	<b>4,91%</b>	<b>-2,20%</b>	<b>5,04%</b>	<b>-8,68%</b>

Fuente: (Asociación Latinoamericana de Integración-ALADI, 2015)

El saldo comercial se lo halla entre la diferencia de las exportaciones e importaciones de cada uno de los estados que conforman el bloque. A continuación se muestra el saldo comercial de los países que conforman el Mercado Común del Sur (MERCOSUR):

**Tabla 9**  
**Saldo comercial de rosas en el Mercado Común del Sur**  
**Miles de dólares americanos**

Países MERCOSUR	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Argentina	-2.234	-3.103	-2.728	-2.113	-1.474	-2.313
Brasil	-6.789	-8.616	-9.403	-9.342	-10.159	-8.380
Paraguay	-152	-244	-392	-735	-1.164	-953
Uruguay	-732	-990	-1.108	-1.172	-1.235	-1.171
Venezuela	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>-9.907</b>	<b>-12.953</b>	<b>-13.631</b>	<b>-13.452</b>	<b>-14.032</b>	<b>-12.817</b>
<b>Variación porcentual</b>		<b>30,75%</b>	<b>5,23%</b>	<b>-1,31%</b>	<b>4,31%</b>	<b>-8,66%</b>

Fuente: (Asociación Latinoamericana de Integración-ALADI, 2015)

Para el estudio también se encuentra planteada la regresión lineal, con el objetivo de determinar la variación entre los dos bloques la cual utilizamos con los valores construidos con el saldo comercial de las transacciones realizadas por los miembros. A continuación se muestra la tabla de la regresión lineal:

**Tabla 10**  
**Análisis de Regresión Lineal del Mercado Común del Sur**  
**Miles de dólares americanos**

x	y	xy	x <sup>2</sup>
0	-9.907	0	0
1	-12.953	-12.953	1
2	-13.361	-26.722	4
3	-13.452	-40.356	9
4	-14.032	-56.128	16
5	-12.817	-64.085	25
<b>Σ</b>	<b>15</b>	<b>-76.522</b>	<b>55</b>

Con la información de la Tabla 10 se obtiene el siguiente sistema de ecuaciones:

$$\begin{cases} -76.522 = 6a + 15b \\ -200.244 = 15a + 55b \end{cases}$$

Una vez resuelto el sistema de ecuaciones se obtienen los valores de a y b que son -11.476,67 y -510,8 respectivamente. Por lo que se procede a calcular el valor del saldo comercial para los años 2016 y 2017:

$$y = -11.476,67 - 510,8x$$

$$y_{2016} = -11.476,67 - 510,8(6) = -14.541,47$$

$$y_{2017} = -11.476,67 - 510,8(7) = -15.052,27$$

Se puede concluir que para los años 2016 y 2017 se estima un 13,45% y 3,51% de crecimiento en cuanto en al saldo comercial, tomando en

cuanto que existen más importaciones que exportaciones de rosas, lo cual genera un déficit en el Mercado Común del Sur (MERCOSUR).

#### **2.4.4 Arancel**

Para el caso de las rosas el único arancel aplicable para la subpartida 0603.11.00.00. es el ad-valorem puesto que no existe restricción alguna para que se pueda aplicar un arancel específico o mixto. Por lo tanto, a continuación se presenta el arancel ad-valorem aplicado por los países miembros de los dos bloques de integración.

##### **2.4.4.1 Comunidad Andina de Naciones**

La Comunidad Andina de Naciones (CAN) registra varios aranceles para cada uno de sus miembros dentro de sus políticas internas en la determinación del valor que deben pagar importadores para nacionalizar la mercancía sobre la base del valor en aduana de las mercancías conformado por el costo, flete y seguro de las mismas. Los valores de arancel de los miembros aplicados para todos los países se expresará en la siguiente tabla:

**Tabla 11**  
**Ad-valorem de CAN para importaciones de rosas**

<b>Miembro</b>	<b>Ad-valorem Aplicado</b>
Bolivia	20%
Colombia	5%
Ecuador	20%
Perú	6%

Fuente: (Asociación Latinoamericana de Integración-ALADI, 2015)

El ad-valorem aplicado por los miembros no es común, ya que sus políticas son diferentes y se basan a su economía. Cabe mencionar que las medidas de protección han sido altas y por lo que el incremento de aranceles o la imposición de medidas salvaguardias, tiene como objetivo proteger la producción nacional y de esta manera no detener la ventaja comparativa del país y convertirla en ventaja competitiva con respecto a

otros países que actúan dentro de la comercialización internacional de rosas, es decir disminuir las importaciones y promover las exportaciones a través de los subsidios a la exportación que en estos países se enfocan en la exoneración de impuestos o la devolución de los mismos en el caso de aquellos productores y exportadores de productos originarios del país.

En el sector de las rosas existe una gran diferencia entre aranceles para los miembros de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), por un lado Ecuador aplica un 20% de arancel para proteger al sector florícola ya que es uno de los rubros más importantes dentro de sus ingresos, cabe mencionar que se fomenta en las exportaciones y es el líder del grupo en cuanto a la comercialización de rosas. Colombia tienen el arancel más bajo en el bloque, por lo tanto no aplica una medida de protección ya que se centra netamente en las exportaciones y no le afectan significativamente las importaciones en su industria. En el caso peruano las importaciones son su prioridad y se denota con el valor de arancel impuesto a las rosas que es del 6% que fomenta el ingreso de estos productos al país, por el lado de las exportaciones son muy bajas y su saldo comercial es deficitario debido a la poca producción de rosas que no abastecen al mercado peruano y está lejos de alcanzar a sus pares: Ecuador y Colombia. En el caso de Perú y Colombia, se aplica un ad-valorem bajo debido a los acuerdos y tratados internacionales que tienen estos países, un ejemplo de ello es el Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos de América. Tomando como base al año 2010, Bolivia exportaba más de lo que importaba pero no en grandes cantidades con un arancel del 20%, sin embargo en los tres últimos años su saldo comercial tiene un déficit tolerable. Bolivia junto a su par de Ecuador, aplican este ad-valorem debido a sus políticas comerciales proteccionistas.

#### **2.4.4.2 Mercado Común del Sur**

El Mercado Común del Sur (MERCOSUR) tiene un arancel calculable del valor en aduana construido a partir de las normas de la Organización Mundial de Comercio (OMC). Los valores aplicados por cada uno de los miembros a las subpartida de las rosas se muestran en la siguiente tabla:

**Tabla 12**  
**Ad-valorem de MERCOSUR para importaciones de rosas**

Miembro	Ad-valorem Aplicado
Argentina	10%
Brasil	10%
Paraguay	25%
Uruguay	10%
Venezuela	10%

Fuente: (Asociación Latinoamericana de Integración-ALADI, 2015)

El ad-valorem aplicado por los miembros es común la gran mayoría ya que este bloque posee el sistema de Arancel Externo Común, el cual es un medio en donde todas las mercancías de los países miembros deben pagar una tarifa ad-valorem común; en el caso de Paraguay el arancel difiere debido a las condiciones en las que se encuentra dentro de su desarrollo económico relativo como nación.

## **2.4.5 Estrategias**

### **2.4.5.1 Comunidad Andina de Naciones**

Las estrategias según Porter obedecían cuatro factores para el logro de los objetivos planteados. El primer factor se refería a la dotación de factores, en la Comunidad Andina de Naciones (CAN) la mano de obra no calificada es la que se encuentra en mayor cantidad, por lo que su costo es menor y es la principal herramienta en procesos de producción donde los requisitos no son muy exigentes. Por el lado de infraestructura existe una inclinación por el sector primario en el cual se utiliza a la mano de obra para la extracción de materia prima. Algunos miembros del bloque han empezado la búsqueda de la industrialización por lo que han adoptado políticas de adquisición de bienes de capital para generar el valor agregado al producto que ellos extraen y por ende les genera una utilidad más alta. Todas las

razones se justifican bajo el motivo de salir del tercermundismo en el que se han enmarcado estos países desde el siglo XX.

El segundo factor corresponde a las condiciones de la demanda, es preciso mencionar que los países de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) son privilegiados en cuanto a la región en donde se ubican, tal es el caso del clima y factores geográficos que son de gran ayuda para la producción de rosas, obteniendo así una gran cantidad y las cuales se destacan con un alto nivel de calidad en el mercado tanto nacional como extranjero. Es por ello, que la calidad es el factor principal demandado en un mercado internacional, por tal razón las exportaciones del bloque se enfocan la mayor parte hacia Estados Unidos y Europa, en donde la demanda de rosas es creciente, sin dejar a un lado al resto de países que tienen una participación relativa en cuanto a exportaciones.

El tercer factor tiene relación con las industrias conexas y de apoyo, por una parte las asociaciones de exportadores de flores que juegan un rol importante dentro de la comercialización ya que brindan la oportunidad de reunir la oferta exportable para satisfacer la demanda internacional. Los ejemplos claros de este tipo de industrias son: Fundación Valles en Bolivia, Asociación Colombiana de Exportadores de Flores (ASOCOLFLORES) en Colombia, Asociación de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador (EXPOFLORES) en Ecuador y por último Asociación de Exportadores (ADEX) en Perú. Las industrias de apoyo son aquellas que brindan soporte logístico como son Agencias de Carga Internacional de acuerdo al tipo de transporte y posibles intermediarios que pueden existir en la comercialización de rosas.

El cuarto factor es estrategia, estructura y rivalidad de firmas; las estrategias según Porter serán analizadas mediante la Matriz de Gerencia Estratégica y en cuanto a la estructura y rivalidad, cabe mencionar que existen algunas florícolas dentro de los países que no forman parte de ninguna asociación y por ende son totalmente independientes en su accionar dentro del mercado mundial, por lo tanto las mismas no tienen un progreso

constante debido a que trabajan por sí solas y la exportación por lo general no es el medio que escogen para la venta de sus productos, sino en su mayoría se comercializa internamente.

En la siguiente tabla se muestra el análisis FODA con respecto a la comercialización de rosas de la Comunidad Andina de Naciones (CAN):

**Tabla 13**  
**Matriz FODA de la comercialización de rosas en la CAN**

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Incremento del comercio internacional de rosas Costos de mano de obra Disponibilidad de recurso naturales Ubicación geográfica Acceso al mercado	Ventaja competitiva y comparativa de rosas Industrialización Beneficios Nación Más Favorecida (NMF) Fuentes de financiamiento Infraestructura y transporte
DEBILIDADES	AMENAZAS
Inestabilidad política empresarial Diferentes cargas tributarias Variación de tasas de cambio Dependencia de productos tradicionales Implementación de requisitos técnicos	Regulación arancelaria de países miembros Inestabilidad económica Competencia con tecnología de punta Apreciación de la moneda extranjera Competencia desleal

Para comenzar con el análisis estratégico del bloque es importante recalcar que el bloque está constituido por cuatro países los cuales aportan al crecimiento del grupo, por tal razón se realiza la siguiente Matriz de Perfil Competitivo con la determinación de factores críticos de éxito que van de acuerdo al sector florícola.

La Matriz de Perfil Competitivo obedece a la ponderación que se le otorga en base los factores críticos de éxito, en el caso de las rosas, el primer factor es la calidad del producto con un peso asignado del treinta por ciento (30%) debido a que la rosa debe reunir características de las rosas demandadas en el mercado mundial. El segundo factor es la competitividad de precio con un veinte y cinco por ciento (25%) de peso, debido a que se fomenta un equilibrio entre precio y calidad. El valor se designa de acuerdo al detalle del precio vendido por unidad: Colombia USD 0,19; Perú USD 0,28; Ecuador 0,16; Bolivia USD 0,30. El siguiente factor importante tiene un veinte por ciento de peso (20%) que es la participación en el mercado relevante al momento de comercializar. La posición financiera y la lealtad al cliente tienen un peso asignado del diez por ciento (10%) ya que depende directamente de cada país en cuanto al manejo comercial y financiero, externo e interno respectivamente. Finalmente, la cualificación del personal denota un cinco por ciento (5%) ya que no es necesario una mano de obra calificada para la producción de rosas. En la siguiente matriz se encuentra el desglose de los factores tomados en cuenta para la determinación de cuál es el país que lidera la comercialización de rosas en la Comunidad Andina de Naciones (CAN)



**Tabla 14**  
**Matriz de Perfil Competitivo de la Comunidad Andina de Naciones**

Factores		BOLIVIA		COLOMBIA		ECUADOR		PERÚ	
		Valor	Total	Valor	Total	Valor	Total	Valor	Total
Críticos para el Éxito	Peso								
Participación en el mercado	20%	5	1,00	9	1,80	10	2,00	2	0,40
Competitividad de precio	25%	1	0,25	8	2,00	10	2,50	3	0,75
Posición Financiera	10%	4	0,40	7	0,70	5	0,50	5	0,50
Calidad del Producto	30%	5	1,50	9	2,70	9	2,70	3	0,90
Lealtad del cliente	10%	4	0,40	9	0,90	9	0,90	4	0,40
Cualificación del personal	5%	3	0,15	8	0,40	7	0,35	6	0,30
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>22</b>	<b>3,70</b>	<b>50</b>	<b>8,50</b>	<b>50</b>	<b>8,95</b>	<b>23</b>	<b>3,25</b>

En la tabla anterior el peso corresponde a la designación de acuerdo a la importancia del factor preponderante dentro del perfil competitivo y el valor consiste en la imposición de una escala de 1 a 10, siendo 1 lo más bajo y 10 lo más alto en base a ciertos parámetros de análisis de cada país. El total es el valor resultante del producto del peso y el valor asignado a cada país. De la Tabla 9 podemos concluir que el país que tiene un alto perfil competitivo es Ecuador en la comercialización de rosas considerando que su precio es bastante accesible, la calidad del producto que le brinda la ubicación geográfica y la participación en el mercado.



**Figura 1 Perfil Competitivo de la Comunidad Andina**

La figura 1 se construye teniendo en cuenta el puntaje de la Matriz de Perfil Competitivo y dentro de la construcción de los porcentajes correspondientes a cada uno de los países miembros que se la realiza mediante las proporciones que representan las calificaciones totales de la Tabla 14.

Se procede con el análisis de factores externos que incluye la utilización de las amenazas y oportunidades que serían aquellos que influyen de manera negativa y positiva respectivamente. El peso es considerado de acuerdo a los factores preponderantes y la calificación

depende del análisis que se la realice a cada variable, asignando una escala de 1 a 4, siendo 4 lo más alto y 1 bajo en cuanto a la incidencia del factor. La ponderada es el resultado del producto del peso con la calificación y la sumatoria de la ponderada será la que arroje el resultado de la influencia de los factores externos en la comercialización de rosas.

El primer factor amenaza con un peso de veinte por ciento (2%) es la inestabilidad económica debido a los manejos gubernamentales a los recursos públicos de cada país. La segunda amenaza es la apreciación de la moneda extranjera con un dieciocho por ciento (18%) debido a las variaciones que afectan a los tipos de cambio extranjeros. Los siguientes factores: competencia con tecnología de punto con quince por ciento (15%), la regulación arancelaria de países miembros con diez por ciento (10%) y la competencia desleal con cinco por ciento (5%) son factores considerados como una amenaza no significativa ya que se pueden tomar medidas para contrarrestarlos.

En cuanto a los factores oportunidades, en primer lugar está la ventaja competitiva y comparativa de productos regionales con un quince por ciento (15%), debido a que las materias primas son muy demandadas en el mercado extranjero. El segundo factor es la industrialización con un once por ciento (11%) ya que en este bloque existe la idea de fomentar nuevos procesos productivos que generen un valor agregado. El tercer factor es la infraestructura y transporte con un peso asignado de diez por ciento (10%) debido a que existen diversos puertos y aeropuertos en el bloque. Los últimos factores son las fuentes de financiamiento con ocho por ciento (8%) y los beneficios de la nación más favorecida con un seis por ciento (6%), por un lado la posesión de convenios con agentes de crédito internacional que colaboran con el desarrollo de la industria y los diferentes acuerdos y tratados que sustentan el concepto de la nación más favorecida. A continuación se presenta la Matriz de Factores Externos de la Comunidad de Naciones (CAN):

**Tabla 15**  
**Matriz de Factores Externos de la Comunidad Andina de Naciones**

Factores	Peso	Calificación	Ponderada
<b>AMENAZAS</b>	<b>50%</b>		
1. Regulación arancelaria de países miembros	10%	3	0,30
2. Inestabilidad económica	20%	1	0,02
3. Competencia con tecnología de punta	15%	3	0,45
4. Competencia desleal	5%	3	0,15
5. Apresiasi3n de la moneda extranjera	18%	4	0,72
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>50%</b>		
1. Infraestructura y transporte	10%	3	0,30
2. Ventaja competitiva y comparativa de productos regionales	15%	4	0,60
3. Industrializaci3n	11%	1	0,11
4. Beneficios Naci3n M3s Favorecida (NMF)	6%	3	0,18
5. Fuentes de financiamiento	8%	4	0,32
<b>TOTALES</b>	<b>100%</b>		<b>3,15</b>

Tomando como base el valor de 2,5 que es el promedio de los valores asignados de 1 a 4, se puede considerar que el valor obtenido de 3,15 de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), se encuentra en condiciones de afrontar el entorno externo de manera adecuada, utilizando las oportunidades para enfrentar a las amenazas.

Una vez conocido el an3lisis externo, se procede a revisar el ambiente interno del bloque, por tal motivo se utiliza la Matriz de Factores Internos que

incluye la utilización de las debilidades y fortalezas, que son aquellos que influyen de manera negativa y positiva respectivamente.

El peso es colocado considerando los factores preponderantes dentro del análisis interno, el primer factor debilidad más importante es la dependencia de productos tradicionales con un quince por ciento (15%) debido a que el bloque se centra en la producción y exportación de materia prima. El segundo factor es la variación de las tasas de cambio con un doce por ciento (12%) debido a que la diferencia implica un aumento o disminución en los precios de los bienes. Considerando a las diferentes cargas tributarias, implementación de requisitos técnicos y la inestabilidad política empresarial con un peso asignado de nueve por ciento (9%), ocho por ciento (8%) y seis por ciento (6%) respectivamente, se puede determinar que en el bloque existen políticas comerciales distintas que pueden afectar el intercambio mundial de rosas. En cuanto al factor fortalezas, el más importante es el incremento del comercio internacional de rosas con un catorce por ciento (14%) debido a que el bloque es un gran importador y exportador de rosas. Los siguientes factores más importantes son: la ubicación geográfica con un doce por ciento (12%) y la disponibilidad de recursos naturales con un diez por ciento (10%) debido a que el bloque se sitúa en una zona privilegiada que faculta la producción de rosas. El siguiente factor es el acceso al mercado con un ocho por ciento (8%) debido a que las rosas son muy demandadas en el mercado internacional. Por último el factor costos de mano de obra tiene un peso asignado del seis por ciento (6%) ya que no es muy influyente en la producción y cosecha de rosas.

La calificación depende del análisis de la variable, para lo cual se asigna un valor de 3 para una fortaleza menor y 4 una fortaleza mayor; además de 1 para la debilidad menor y 2 para una debilidad mayor. La ponderada es el resultado del producto del peso por la calificación y la sumatoria será el resultado.

**Tabla 16**  
**Matriz de Factores Internos de la Comunidad Andina de Naciones**

Factores	Peso	Calificación	Ponderada
<b>DEBILIDADES</b>	50%		
1. Inestabilidad política empresarial	6%	1	0,06
2. Diferentes cargas tributarias	9%	2	0,18
3. Variación de las tasas de cambio	12%	2	0,24
4. Dependencia de productos tradicionales	15%	2	0,30
5. Implementación de requisitos técnicos	8%	2	0,16
<b>FORTALEZAS</b>	50%		
1. Incremento comercio internacional de rosas	14%	4	0,56
2. Costos de mano de obra	6%	3	0,18
3. Disponibilidad de recursos naturales	10%	4	0,40
4. Ubicación geográfica	12%	4	0,48
5. Acceso al mercado	8%	4	0,32
<b>TOTALES</b>	<b>100%</b>		<b>2,88</b>

La calificación obtenida de 2,88 nos indica que la Comunidad Andina de Naciones (CAN) se encuentra en condiciones óptimas para afrontar el ambiente interno de manera adecuada, utilizando las fortalezas del grupo para enfrentar a las debilidades que se le presenten.

La Matriz de Posición Estratégica y Evaluación de Acción (PEYEA) indica el desempeño de mercado del bloque de integración, por lo que se utilizan cuatro factores como son: la fuerza financiera, la fuerza de la industria, ventaja competitiva y la estabilidad del ambiente. Se procede a evaluar variables de acuerdo a los factores mencionados mediante un número, en este caso una escala negativa de -1 (mejor) a -6 (peor) para la ventaja competitiva y la estabilidad del ambiente; y una escala positiva de 1 (peor) y 6 (mejor) para las fuerzas financieras y de la industria. A

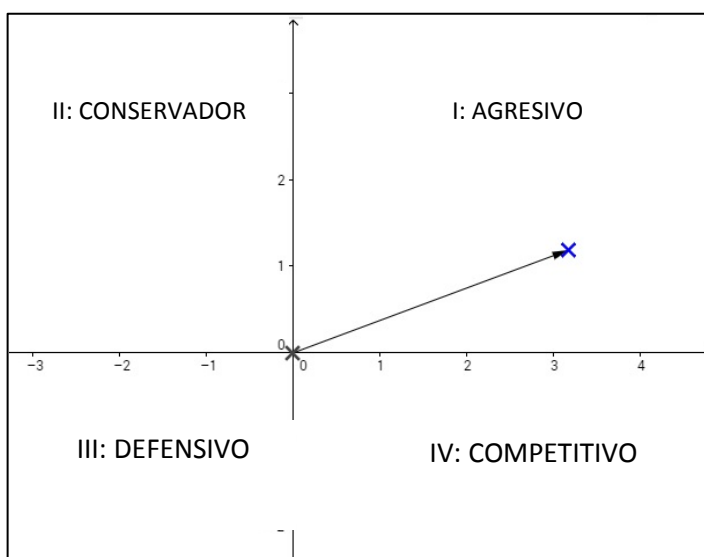
continuación se presenta la evaluación de la Matriz de Posición de Estratégica y Evaluación de Acción (PEYEA) para la

**Tabla 17**  
**Matriz PEYEA de la Comunidad Andina de Naciones**

Fuerza Financiera	Valor	Fuerza de la Industria	Valor
Solvencia	4	Abundancia, diversidad de insumos y proveedores	6
Apalancamiento	4	Potencial de crecimiento	6
Liquidez	3	Conocimientos tecnológicos	1
Capital de trabajo	4	Productividad, Aprovechamiento de la capacidad	5
Riesgos implícito de negocio	5	Demanda	5
Flujos de efectivo	4	Regulaciones del sector	4
<b>PROMEDIO</b>	<b>4,00</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>4,50</b>

Ventaja Competitiva	Valor	Estabilidad del Ambiente	Valor
Participación en el mercado	-1	Cambios tecnológicos	-5
Calidad del producto	-1	Tasa de inflación	-2
Lealtad de los cliente	-2	Variabilidad de la demanda	-3
Control sobre proveedores y distribuidores	-2	Presión competitiva	-1
Utilización de la capacidad competitiva	-1	Estabilidad política y social	-3
<b>PROMEDIO</b>	<b>-1,40</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>-2,80</b>
<b>EJE X: FF+VC</b>	<b>3,10</b>	<b>EJE Y: FI + EA</b>	<b>1,20</b>

De acuerdo a los puntos obtenidos en la tabla anterior, al graficarlos podemos determinar el cuadrante de la matriz en la que desenvuelve la Comunidad Andina de Naciones como lo indica la Figura 2:



**Figura 2 Matriz PEYEA de la CAN**

De la figura 2 se concluye que la Comunidad Andina de Naciones se encuentra en el primer cuadrante con tendencia al eje de las abscisas lo que indica que tiene un perfil tipo agresivo y significa que el bloque se encuentra con una alta capacidad financiera como para desarrollar su ventaja competitiva en este caso las rosas, consideradas uno de los mejores productos en una industria creciente en cuanto a la producción y exportaciones.

Una vez conocido como es el ambiente interno, externo y la posición competitiva del bloque en el mercado, es tiempo de conocer mediante la Matriz de Gerencia Estratégica que evalúa los factores internos y externos de acuerdo al valor que se les asigne de peso, donde el análisis fundamental radica en que la estrategia planteada debe apalancar de manera positiva a la variable. El puntaje se basa en una escala del 1 al 4, siendo 4 lo muy importante y 1 nada importante. Para las estrategias propuestas se debe tomar en cuenta a las que Porter plantea dentro de su teoría que son: Concentración, Diversificación y Liderazgo en Costos.



**Tabla 18**  
**Matriz de Gerencia Estratégica de la Comunidad Andina de Naciones**

Factores Críticos de Éxito	Peso	ESTRATEGIA DE CONCENTRACIÓN		ESTRATEGIA DE LÍDER EN COSTOS		ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACIÓN	
		Puntaje	Ponderada	Puntaje	Ponderada	Puntaje	Ponderada
<b>OPORTUNIDADES</b>							
1. Infraestructura y transporte	5%	1	0,05	2	0,10	3	0,15
2. Ventaja competitiva y comparativa	8%	4	0,32	4	0,32	4	0,32
3. Industrialización	6%	2	0,12	1	0,06	2	0,12
4. Beneficios Nación Más Favorecida (NMF)	2%	3	0,06	3	0,06	3	0,06
5. Fuentes de financiamiento	4%	3	0,12	3	0,12	3	0,12
<b>Subtotal</b>	<b>25%</b>		<b>0,67</b>		<b>0,66</b>		<b>0,77</b>
<b>AMENAZAS</b>							
1. Regulación arancelaria de países miembros	5%	4	0,20	3	0,15	3	0,15
2. Inestabilidad económica	1%	1	0,01	1	0,01	1	0,01
3. Competencia con tecnología de punta	7%	3	0,21	2	0,14	2	0,14
4. Competencia desleal	4%	2	0,08	2	0,08	3	0,12
5. Apreciación de la moneda extranjera	8%	1	0,08	1	0,08	1	0,08
<b>Subtotal</b>	<b>25%</b>		<b>0,58</b>		<b>0,46</b>		<b>0,50</b>

Continúa



Factores Críticos de Éxito	Peso	ESTRATEGIA DE CONCENTRACIÓN		ESTRATEGIAS DE LÍDER EN COSTOS		ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACIÓN	
		Puntaje	Ponderada	Puntaje	Ponderada	Puntaje	Ponderada
<b>FORTALEZAS</b>							
1. Incremento de comercio internacional de rosas	8%	4	0,32	4	0,32	4	0,32
2. Costos de mano de obra	1%	3	0,03	4	0,04	2	0,02
3. Disponibilidad de recursos naturales	7%	4	0,28	3	0,21	3	0,21
4. Ubicación geográfica	6%	4	0,24	1	0,06	1	0,06
5. Acceso al mercado	3%	3	0,09	4	0,12	4	0,12
<b>Subtotal</b>	<b>25%</b>		<b>0,96</b>		<b>0,75</b>		<b>0,73</b>
<b>DEBILIDADES</b>							
1. Inestabilidad política empresarial	1%	1	0,01	1	0,01	1	0,01
2. Diferentes cargas tributarias	5%	2	0,10	3	0,15	2	0,10
3. Variación de las tasas de cambio	7%	1	0,07	1	0,07	1	0,07
4. Dependencia de productos tradicionales	8%	1	0,08	4	0,32	4	0,32
5. Implementación de requisitos técnicos	4%	2	0,08	4	0,16	3	0,12
<b>Subtotal</b>	<b>25%</b>		<b>0,34</b>		<b>0,71</b>		<b>0,62</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>2,55</b>		<b>2,58</b>		<b>2,62</b>

De la matriz anterior podemos concluir que los países que conforman la Comunidad Andina de Naciones (CAN) enfocan sus estrategias de venta en la diversificación, lo que indica que estos países se orientan en ofertar una variedad de productos por lo que las rosas no son su centro de venta sino también se enfocan en la producción de otras flores, que son muy apetecidas en el mercado internacional como son: tulipanes, claveles, margaritas, entre otras.

#### **2.4.5.2 Mercado Común del Sur**

Como se había mencionado anteriormente en los factores de la teoría de Porter, dentro del Mercado Común del Sur (MERCOSUR) el primer factor que se refiere a la dotación de factores, la mano de obra calificada supera a aquella que no lo es y por ello genera el valor agregado por los conocimientos que se adicionan en la cadena de valor. La infraestructura es óptima para la industrialización de materias primas, en el caso de las flores no es aplicable ya que son productos perecibles y al ser considerados como parte del sector primario no necesitan algún tipo de transformación.

El segundo factor hace referencia a las condiciones de la demanda que dentro del bloque, las rosas son muy cotizadas a nivel interno es por ello que se realizan más importaciones que exportaciones debido a que no se producen rosas en gran cantidad por sus condiciones climáticas y geográficas. La mayoría de importaciones provienen de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) ya que es un bloque de alta productividad.

El tercer factor corresponde a las industrias conexas o de apoyo que se realizan mediante la intervención de varias asociaciones que ayudan en la promoción y comercialización de las rosas a nivel internacional. Es así que existen asociaciones que han desaparecido o han disminuido su participación en el mercado tal es el caso de Flora Brasiliis que funcionó en Brasil hasta 2010, sin embargo cabe recalcar que ese país es exportador en pequeñas cantidades. Con referencia a Argentina existe la Cooperativa Argentina de Floricultores que se caracterizan por abastecer solamente al

mercado nacional. Existen asociaciones en los demás países miembros que abarcan a las pequeñas y medianas empresas (PYMES) sin embargo no realizan exportaciones.

El cuarto factor se refiere a la estrategia, estructura y rivalidad de firmas; por un lado la estrategia se analizará mediante la Matriz de Gerencia Estratégica y la rivalidad se evidencia con la cantidad de exportaciones versus la cantidad de importaciones que se generan de la Comunidad Andina por lo que el alto nivel de ventas proviene de ese bloque de integración. En la siguiente tabla se evidencia la Matriz FODA del Mercado Común del Sur:

**Tabla 19**  
**Matriz FODA de la comercialización de rosas en el MERCOSUR**

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Fortalece las relaciones económicas en Sudamérica Mercado común con el mejor desarrollo económico Ubicación geopolítica	Libre comercio entre países miembros Fuentes de financiamiento Regulación arancelaria dentro de países miembros Arancel externo común Fondo para promover el desarrollo de competitividad
DEBILIDADES	AMENAZAS
Diferentes cargas tributarias Inestabilidad política Disminución del comercio intrarregional	Sector florícola vulnerable internacionalmente Inestabilidad económica Apreciación monetaria externa Transnacionales que operan en el mercado

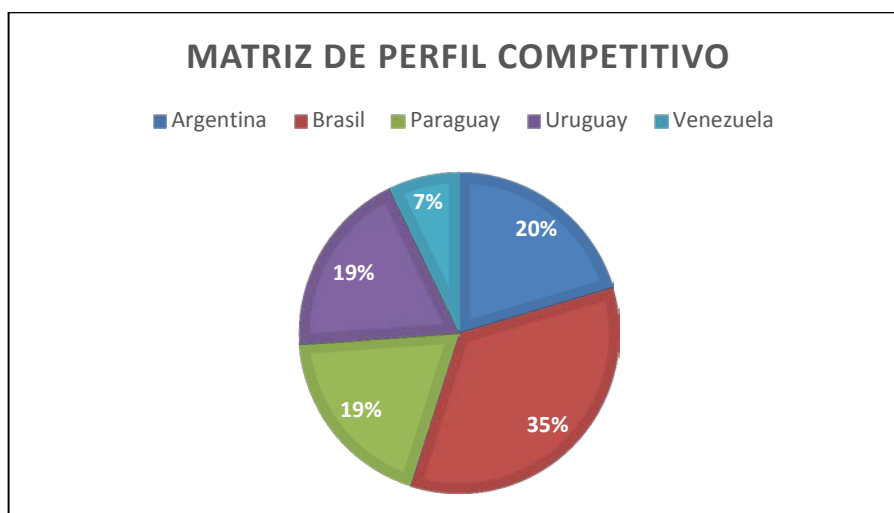
Para construir la Matriz de Perfil Competitivo se toman los mismos pesos asignados a cada factor crítico de éxito de acuerdo a la Comunidad Andina de Naciones (CAN).

Debido a que no existen valores significativos de exportación en el mercado Común del Sur (MERCOSUR), se procede a comparar los precios de compra de los países miembros por lo que se obtiene el siguiente detalle: Argentina USD 0,12; Brasil USD 0,14; Paraguay USD 0,19; Uruguay USD 0,22 y en el caso de Venezuela existe el Decreto Presidencial que prohíbe la importación de rosas. Dentro del bloque de integración tenemos a cinco países que tienen una participación de acuerdo al número de ventas y factores críticos que indica la tabla que se muestra a continuación:

**Tabla 20**  
**Matriz de Perfil Competitivo del Mercado Común del Sur**

FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO	PESO	ARGENTINA		BRASIL		PARAGUAY		URUGUAY		VENEZUELA	
		Valor	Total	Valor	Total	Valor	Total	Valor	Total	Valor	Total
Participación en el mercado	20%	2	0,40	7	1,40	2	0,40	2	0,40	1	0,20
Competitividad de precios	25%	3	0,75	3	0,75	4	1,00	3	0,75	1	0,25
Posición Financiera	10%	7	0,70	6	0,60	6	0,60	7	0,70	1	0,10
Calidad de Producto	30%	3	0,90	7	2,10	2	0,60	2	0,60	1	0,30
Lealtad del cliente	10%	4	0,40	6	0,60	3	0,30	4	0,40	1	0,10
Cualificación del personal	5%	5	0,25	6	0,30	5	0,25	6	0,30	5	0,25
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>24</b>	<b>3,40</b>	<b>35</b>	<b>5,75</b>	<b>22</b>	<b>3,15</b>	<b>24</b>	<b>3,15</b>	<b>10</b>	<b>1,20</b>

En la tabla anterior se encuentra la evaluación de cada uno de los miembros que conforman el grupo de integración y de acuerdo a la valoración que se le asignó a cada uno con respecto al peso de los factores críticos de éxito que se pusieron en el análisis también para la Comunidad Andina de Naciones (CAN). Con los resultados anteriores podemos obtener la figura con respecto a los porcentajes de participación de la comercialización de rosas entre los países miembros del Mercado Común del Sur (MERCOSUR), a continuación se presenta la figura de la participación de los miembros del grupo de integración:



**Figura 3 Perfil Competitivo del Mercado Común del Sur**

Dentro del análisis externo, se debe revisar las amenazas y oportunidades del bloque de integración determinando la ponderación de influencia de cada uno de los factores y su respectiva calificación. El sector florícola vulnerable internacionalmente con un peso de dieciocho por ciento (18%) es el factor amenaza más importante debido a que existe un gran volumen de importaciones y puede afectar a dicho sector. La segunda amenaza con un peso de doce por ciento (12%) son las transnacionales que operan en el mercado que disminuyen la competitividad de los productores nacionales. Los dos factores siguientes son la apreciación de la moneda externa y la inestabilidad económica con un peso de ocho por ciento (8%) y

seis por ciento (6%) respectivamente, los cuales tienen relación al manejo de la economía mundial y la variación de los tipos de cambio.

El factor oportunidad más importante es el libre comercio con un peso de dieciocho por ciento (18%) ya que existen acuerdos internacionales con países que no pertenecen al Mercado Común del Sur (MERCOSUR). El arancel externo común y la regulación arancelaria con un trece por ciento (13%) y diez por ciento (10%) respectivamente por el simple hecho de haberse conformado como un mercado Común. Las fuentes de financiamiento y los fondos para promover el desarrollo de la competitividad con un peso de diez por ciento (10%) y cinco por ciento (5%) respectivamente, que son medidas tomadas para fomentar el desarrollo de la industria y el comercio. A continuación se presenta la matriz con el análisis de los factores externos:

**Tabla 21**  
**Matriz de Factores Externos del Mercado Común del Sur**

Factores	Peso	Calificación	Ponderada
<b>AMENAZAS</b>	<b>44%</b>		
1. Sector florícola vulnerable internacionalmente	18%	4	0,72
2. Inestabilidad económica	6%	3	0,18
3. Apreciación monetaria externa	8%	3	0,24
4. Transnacionales que operan en el mercado	12%	3	0,36
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>56%</b>		
1. Libre comercio	18%	4	0,72
2. Fuentes de financiamiento	10%	3	0,30
3. Regulación arancelaria	10%	2	0,20
4. Arancel externo común	13%	3	0,39
5. Fondos para promover el desarrollo de competitividad	5%	1	0,05
<b>TOTALES</b>	<b>100%</b>		<b>3,16</b>



El análisis de la matriz de factores externos arroja el resultado que de una calificación de 3,16 indica que el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) se encuentra en condiciones adecuadas para afrontar el entorno de manera adecuada, utilizando las oportunidades para enfrentar las amenazas.

Dentro del análisis interno se contempla el uso de calificaciones y ponderaciones de las debilidades y fortalezas que tiene el bloque de integración. El peso asignado al primer factor debilidad es veinticinco por ciento (25%) que corresponde a la disminución del comercio intrarregional debido a que los países del bloque se centran a la producción nacional de rosas. Los siguientes factores son: las diferentes cargas tributarias con quince por ciento (15%) y la inestabilidad política empresarial con diez por ciento (10%) que hacen referencia al desequilibrio entre los impuestos y los incentivos a las exportaciones. El factor fortaleza con treinta y cinco por ciento (35%) es el mercado común con el mejor desarrollo económico seguido del fortalecimiento de las relaciones económicas en Sudamérica con diez por ciento (10%) y la ubicación geopolítica con un cinco por ciento (5%), considerando que el bloque trata de dinamizar el comercio en la región.

**Tabla 22**  
**Matriz de Factores Internos del Mercado Común del Sur**

Factores	Peso	Calificación	Ponderada
<b>DEBILIDADES</b>	<b>50%</b>		
1. Diferentes cargas tributarias	15%	2	0,30
2. Inestabilidad política empresarial	10%	2	0,20
3. Disminución del comercio Intrarregional	25%	2	0,50
<b>FORTALEZAS</b>	<b>50%</b>		
1. Fortalece las relaciones económicas en Sudamérica	10%	3	0,30
2. Mercado común con el mejor desarrollo económico	35%	4	1,40
3. Ubicación geopolítica	5%	3	0,15
<b>TOTALES</b>	<b>100%</b>		<b>2,85</b>

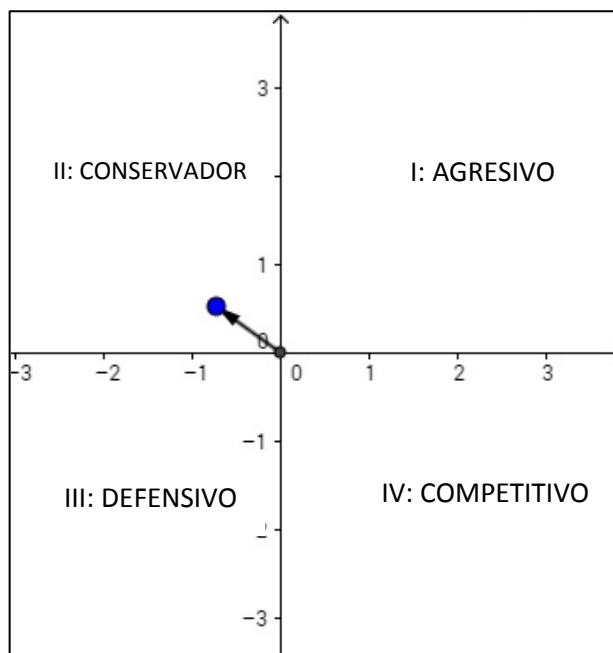
El análisis de los factores internos indica que con 2,85 el bloque se encuentra en condiciones adecuadas para afrontar el ambiente interno de manera adecuada utilizando sus fortalezas para enfrentar sus debilidades.

A continuación se presenta la tabla de la construcción de la Matriz de Posición Estratégica y Evaluación de Acción (PEYEA) teniendo en cuenta los distintos factores que la conforman:

**Tabla 23**  
**Matriz PEYEA del Mercado Común del Sur**

<b>Fuerza Financiera</b>	<b>Valor</b>	<b>Fuerza de la Industria</b>	<b>Valor</b>
Solvencia	6	Abundancia, diversidad de insumos y proveedores	6
Apalancamiento	5	Potencial de crecimiento	1
Liquidez	4	Conocimientos tecnológicos	4
Capital del trabajo	3	Productividad, Aprovechamiento de la capacidad	2
Riesgos implícitos de negocio	4	Demanda	1
Flujos de efectivo	3	Regulaciones del sector	3
<b>PROMEDIO</b>	<b>4,20</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>2,83</b>
<b>Ventaja Competitiva</b>	<b>Valor</b>	<b>Estabilidad del Ambiente</b>	<b>Valor</b>
Participación en el mercado	-6	Cambios tecnológicos	-1
Calidad del producto	-3	Tasa de inflación	-5
Lealtad de los clientes	-3	Variabilidad de la demanda	-3
Control sobre proveedores y distribuidores	-2	Presión competitiva	-3
Utilización de la capacidad competitiva	-4	Estabilidad política y social	-6
<b>PROMEDIO</b>	<b>-3,60</b>	<b>PROMEDIO</b>	<b>-3,60</b>
<b>EJE X: FF+VC</b>	<b>-0,77</b>	<b>EJE Y: FI+EA</b>	<b>0,60</b>

Con respecto a los puntos se construye la gráfica de la ubicación del Mercado Común del Sur (MERCOSUR) para conocer cuál es la categoría en la que ingresa de acuerdo a sus actividades comerciales con respecto al sector de las rosas, para lo cual se puede observar en la Figura 4:



**Figura 4 Matriz PEYEA de MERCOSUR**

De acuerdo a la Figura 4, demuestra que el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) se encuentra en el segundo cuadrante que representa un estilo Conservador en la comercialización de rosas, el cual asume que carece de ventajas competitivas y las ventas son decrecientes o nulas.

Una vez conocido el análisis competitivo y del ambiente interno y externo; se procede al análisis de la Matriz de Gerencia Estratégica, teniendo en cuenta los parámetros establecidos dentro de la matriz FODA con respecto a la comercialización de rosas en el Mercado Común del Sur (MERCOSUR). Priorizando el peso de los factores, calificación y las estrategias planteadas dentro de la teoría de Porter. A continuación en el siguiente cuadro se presenta la Matriz de Gerencia Estratégica:

**Tabla 24**  
**Matriz de Gerencia Estratégica del Mercado Común del Sur**

Factores Críticos de Éxito	Peso	ESTRATEGIA DE CONCENTRACIÓN		ESTRATEGIA DE LÍDER EN COSTOS		ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACIÓN	
		Puntaje	Ponderada	Puntaje	Ponderada	Puntaje	Ponderada
<b>OPORTUNIDADES</b>							
1. Libre comercio	11%	2	0,22	4	0,44	4	0,44
2. Regulación arancelaria	5%	3	0,15	4	0,20	4	0,20
3. Fuentes de financiamiento	7%	2	0,14	4	0,28	4	0,28
4. Arancel externo común	8%	1	0,08	4	0,32	4	0,32
5. Fondos para promover el desarrollo de competitividad	2%	1	0,02	2	0,04	3	0,06
<b>Subtotal</b>	<b>33%</b>		<b>0,61</b>		<b>1,28</b>		<b>1,30</b>
<b>AMENAZAS</b>							
1. Sector florícola vulnerable internacionalmente	12%	4	0,48	4	0,48	3	0,36
2. Inestabilidad económica	3%	2	0,06	2	0,06	3	0,09
3. Apreciación moneda externa	7%	1	0,07	3	0,21	3	0,21
4. Transnacionales que operan en el mercado	5%	3	0,15	4	0,20	3	0,15
<b>Subtotal</b>	<b>27%</b>		<b>0,76</b>		<b>0,95</b>		<b>0,81</b>

Continúa



Factores Críticos de Éxito	Peso	ESTRATEGIA DE CONCENTRACIÓN		ESTRATEGIA DE LIDER EN COSTOS		ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACIÓN	
		Puntaje	Ponderada	Puntaje	Ponderada	Puntaje	Ponderada
<b>FORTALEZAS</b>							
1. Fortalece las relaciones económicas en Sudamérica	6%	3	0,18	3	0,18	3	0,18
2. Mercado común con el mejor desarrollo económico	12%	4	0,48	4	0,48	4	0,48
3. Ubicación Geopolítica	2%	2	0,04	1	0,02	2	0,04
<b>Subtotal</b>	<b>20%</b>		<b>0,70</b>		<b>0,68</b>		<b>0,70</b>
<b>DEBILIDADES</b>							
1. Diferentes cargas tributarias	10%	2	0,20	3	0,30	3	0,30
2. Inestabilidad política empresarial	3%	1	0,03	1	0,03	1	0,03
3. Disminución del comercio Intrarregional	7%	2	0,14	3	0,21	4	0,28
<b>Subtotal</b>	<b>20%</b>		<b>0,37</b>		<b>0,54</b>		<b>0,61</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>		<b>2,44</b>		<b>3,45</b>		<b>3,42</b>

De acuerdo a la Matriz de Gerencia Estratégica del Mercado Común del Sur, se puede determinar que éste bloque utiliza en gran proporción la Estrategia de Líder en Costos debido a que tiene una mayor industrialización en sus procesos, sus cantidades de producción son altas y por lo tanto se disminuye el costo de producción.

#### **2.4.6 Desgravación Arancelaria**

Dentro de cada bloque de integración se establecen diferentes acuerdos que beneficien con preferencias arancelarias a los países miembros y a aquellos con los que se suscribe el acuerdo, con el objetivo de facilitar la comercialización de bienes y servicios; además de fortalecer la cooperación bilateral y multilateral. Es importante mencionar que para que un país pueda acogerse a preferencias arancelarias, sus mercancías deben poseer un certificado que avala el origen de las mismas, basado en normas establecidas por cada uno de los bloques de integración.

En el caso de las rosas, el porcentaje de desgravación arancelaria incrementa progresivamente hasta alcanzar el cien por ciento (100%) de acuerdo al tipo de tratado o convenio que se firma entre los países; cabe mencionar que éstos acuerdos son comerciales y contienen cláusulas que incluyen condiciones para la venta, criterios de origen, categorías para determinar el tipo de bien que va a ser importado con su respectiva desgravación. A continuación en la siguiente tabla se presenta los acuerdos vigentes para los países que conforman la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y el Mercado Común del Sur (MERCOSUR):

**Tabla 25**  
**Acuerdos Vigentes de comercialización de rosas CAN-MERCOSUR**

<b>IMPORT.</b> <b>EXPORT.</b>	<b>ARGENTINA</b>	<b>BOLIVIA</b>	<b>BRASIL</b>	<b>COLOMBIA</b>	<b>ECUADOR</b>	<b>PARAGUAY</b>	<b>PERÚ</b>	<b>URUGUAY</b>	<b>VENEZUELA</b>
<b>ARGENTINA</b>	----	AAPCE36	AAPCE18 ARPAR4	AAPCE59 ARPAR4	AAPCE59	AAPCE18 ARPAR4	AAPCE58 ARPAR4	AAPCE18 ARPAR4	AAPCE59 AAPCE68 ARPAR4
<b>BOLIVIA</b>	AAPCE36 ARPAR4	----	AAPCE36 ARPAR4	ARPAR4	ARPAR4	AAPCE36	----	AAPCE36 ARPAR4	ARPAR4
<b>BRASIL</b>	AAPCE18 ARPAR4	AAPCE36	----	AAPCE59 ARPAR4	AAPCE59	AAPCE18 ARPAR4	AAPCE58 ARPAR4	AAPCE18 ARPAR4	AAPCE69 AAPCE59 ARPAR4
<b>COLOMBIA</b>	AAPCE59 ARPAR4	ARPAR4	AAPCE59 ARPAR4	----	ARPAR4	AAPCE59	ARPAR4	AAPCE59 ARPAR4	AAPCE28 ARPAR4
<b>ECUADOR</b>	AAPCE59 ARPAR4	ARPAR4	AAPCE59 ARPAR4	ARPAR4	----	AAPCE59	ARPAR4	AAPCE59 ARPAR4	ARPAR4
<b>PARAGUAY</b>	AAPCE18 ARPAR4	AAPCE36	AAPCE18 ARPAR4	AAPCE59 ARPAR4	AAPCE59	----	AAPCE58 ARPAR4	AAPCE18 ARPAR4	AAPCE59
<b>PERÚ</b>	AAPCE58	ARPAR4	AAPCE58	ARPAR4	ARPAR4	AAPCE58	----	AAPCE58	ARPAR4
<b>URUGUAY</b>	AAPCE18 ARPAR4	AAPCE36	AAPCE18 ARPAR4	AAPCE59 ARPAR4	AAPCE59	AAPCE18 ARPAR4	AAPCE58 ARPAR4	-----	AAPCE63 ARPAR4
<b>VENEZUELA</b>	AAPCE68 AAPCE59 ARPAR4	ARPAR4	AAPCE59 AAPCE69 ARPAR4	AAPCE28 ARPAR4	ARPAR4	AAPCE59 ARPAR4	ARPAR4	AAPCE63 ARPAR4	----

Fuente: (Asociación Latinoamericana de Integración-ALADI, 2015)

De acuerdo a la tabla anterior se puede detallar el significado de las abreviaturas en cuanto a la desgravación arancelaria de los países CAN-MERCOSUR:

- **COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES (CAN):** De acuerdo al Artículo 72 del Acuerdo de Cartagena, los países miembros del bloque tienen una preferencia arancelaria del cien por ciento (100%) de aquellas mercancías que sean originarias de algún país miembro de acuerdo a los criterios de origen establecidos en la Decisión 416. Adicionalmente en el artículo 72, se determina la eliminación de restricciones al comercio entre los países que conforman el bloque.
- **MERCADO COMÚN DEL SUR (MERCOSUR):** Tomando como referencia el artículo 1 del Anexo I (Programa de Liberación Comercial) del Tratado de Asunción; los países miembros quedan de acuerdo en eliminar, desde 1994, todos los gravámenes y restricciones al comercio exterior dentro del bloque de integración, por lo que existe una preferencia del cien por ciento (100%) con la presentación de certificados de origen de las mercancías, que cumplan los criterios dispuestos en la Decisión CMC 01/2004.

Es importante tomar en cuenta que las Entidades Emisoras y Certificadoras del Origen, de todos los países miembros de los dos bloques de integración, deben cumplir con las respectivas normas establecidas para determinar el origen de las mercancías y emitir el respectivo certificado, que debe ser igual o posterior a la fecha de la factura comercial de la transacción para que sea válido y se acoja a la desgravación arancelaria contenida en el documento de Certificación de Origen.

#### **2.4.6.1 Acuerdo de Alcance Parcial de complementación Económica N° 59**

EL AAPCE59 reflejado en la tabla N° 25, se suscribe en Octubre del 2004 y entra en vigencia durante el primer semestre del 2005; los países signatarios a este acuerdo son: Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador,



Paraguay, Uruguay y Venezuela. Con el objetivo de una desgravación progresiva hasta el cien por ciento (100%) de acuerdo a la clasificación arancelaria NALADISA. El siguiente cuadro muestra la desgravación aplicada a los países signatarios:

**Tabla 26**  
**Preferencias Arancelarias del AAP. CE. N°59**

IMPORT. EXPORT.	ARGENTINA	BRASIL	COLOMBIA	ECUADOR	PARAGUAY	URUGUAY	VENEZUELA
<b>ARGENTINA</b>	----	----	100%	100%	-----	----	100%
<b>BRASIL</b>	----	----	100%	100%	-----	----	100%
<b>COLOMBIA</b>	100%	100%	----	----	85%	87%	----
<b>ECUADOR</b>	100%	100%	----	----	80%	100%	----
<b>PARAGUAY</b>	----	----	87%	100%	----	----	100%
<b>URUGUAY</b>	----	----	100%	100%	----	----	----
<b>VENEZUELA</b>	87%	100%	----	-----	85%	----	----

Fuente: (Asociación Latinoamericana de Integración- ALADI, 2015)

#### **2.4.6.2 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°58**

El AAPCE58 se suscribe en Noviembre del 2005 y entra en vigencia en Febrero del 2006 con la firma de Argentina, Brasil, Uruguay, Paraguay y Perú con el objetivo de afianzar la cooperación internacional y facilitar el comercio, en este caso, la mayoría de países miembros del MERCOSUR con la República del Perú. En la siguiente tabla se detalla la preferencia arancelaria de los países:

**Tabla 27**  
**Preferencias Arancelarias AAP.CE. N°58**

IMPORT. EXPORT.	ARGENTINA	BRASIL	PARAGUAY	URUGUAY	PERÚ
<b>ARGENTINA</b>	----	----	----	----	100%
<b>BRASIL</b>	----	----	----	----	100%
<b>PARAGUAY</b>	----	----	----	----	100%
<b>URUGUAY</b>	----	----	----	----	100%
<b>PERÚ</b>	100%	100%	89%	88%	----

Fuente: (Asociación Latinoamericana de Integración- ALADI, 2015)

### 2.4.6.3 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°36

El AAPCE36 se suscribe en Diciembre de 1996 y entra en vigencia en Febrero de 1997 con la firma de los países que integran el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) en ese entonces y el Estado Plurinacional de Bolivia con el objetivo de establecer una Zona de Libre Comercio. En la siguiente tabla se muestran los datos de las preferencias arancelarias:

**Tabla 28**  
**Preferencias Arancelarias AAP.CE. N°36**

IMPORT. EXPORT.	ARGENTINA	BOLIVIA	BRASIL	PARAGUAY	URUGUAY
<b>ARGENTINA</b>	----	100%	----	----	----
<b>BOLIVIA</b>	100%	----	100%	100%	100%
<b>BRASIL</b>	----	100%	----	----	----
<b>PARAGUAY</b>	----	100%	----	----	----
<b>URUGUAY</b>	----	100%	----	----	----

Fuente: (Asociación Latinoamericana de Integración- ALADI, 2015)

#### **2.4.6.4 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°18**

El AAPCE18 se suscribe el 29 de Noviembre de 1991 y entra en vigencia en la misma fecha, con la firma de Argentina, Brasil, Paraguay y Uruguay con el objetivo de crear un Mercado Común de acuerdo al Artículo 1 del Tratado de Asunción, en donde existió un consenso para la desgravación del cien por ciento (100%) de tributos para la importación de mercancías entre los miembros del MERCOSUR.

#### **2.4.6.5 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°63**

El AAPCE63 se suscribe en Diciembre del 2012 y entra en vigencia en Marzo del 2013 con la firma de la República Oriental del Uruguay y la República Bolivariana de Venezuela con el objeto de realizar una desgravación arancelaria del cien por ciento (100%) excepto los bienes del sector azucarero y automotor.

#### **2.4.6.6 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°68**

El AAPCE68 se suscribe en Diciembre del 2012 y entra en vigencia en Enero del 2013 con las firmas de La República Argentina y la República Bolivariana de Venezuela, con el objetivo de liberar el cien por ciento (100%) de los derechos arancelarios para que Venezuela posteriormente ingrese al MERCOSUR.

#### **2.4.6.7 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°69**

El AAPCE69 se suscribe en Diciembre del 2012 y entra en vigor en Octubre del 2014 con la firma de la República Federativa de Brasil y la República Bolivariana de Venezuela con el objeto de dinamizar el comercio entre los dos países con una desgravación arancelaria equivalente al cien

por ciento (100%) que posteriormente le permitiría a Venezuela ingresar al MERCOSUR.

#### **2.4.6.8 Acuerdo de Alcance Parcial Comercial N°28**

El AAPC28 se suscribe en Noviembre del 2011 y entra en vigor en Octubre del 2012 con la firma de la República de Colombia y La República Bolivariana de Venezuela con el objetivo de definir el cien por ciento (100%) de desgravación arancelaria entre los dos países.

#### **2.4.6.9 Acuerdo Regional de Preferencia Arancelaria Regional N°4**

El ARP4 se suscribe en Marzo de 1987 y entra en vigor en el mismo año mediante la firma entre los países de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Uruguay y Venezuela con el objetivo de ayudar a los países de acuerdo a su desarrollo económico relativo en donde se los puede clasificar de la siguiente manera:

- **Países con Mayor Desarrollo Económico Relativo:** Argentina, Brasil y México.
- **Países con Desarrollo Económico Relativo Intermedio:** Chile, Colombia, Perú y Uruguay.
- **Países con Menor Desarrollo Económico Relativo:** Bolivia, Ecuador, Paraguay y Venezuela.

En la Tabla 29 se presenta las preferencias arancelarias aplicadas según el AR.PAR. N°4 entre los miembros de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y el Mercado Común del Sur (MERCOSUR).

#### **2.4.6.10 Acuerdos internacionales**

Los países que conforman los dos bloques de integración también realizan acuerdos de forma bilateral que beneficie al comercio con otros mercados, en tal razón en la Tabla 30 se encuentra la información de desgravación arancelaria entre los países con la determinación de la existencia liberación o si es que no se encuentra vigente el acuerdo.

**Tabla 29**  
**Preferencias Arancelarias CAN-MERCOSUR según el AR.PAR. N°4**

<b>IMPORT.</b> <b>EXPORT.</b>	<b>ARGENTINA</b>	<b>BOLIVIA</b>	<b>BRASIL</b>	<b>COLOMBIA</b>	<b>ECUADOR</b>	<b>PARAGUAY</b>	<b>PERÚ</b>	<b>URUGUAY</b>	<b>VENEZUELA</b>
<b>ARGENTINA</b>	----	----	20%	12%	----	0%	6%	12%	12%
<b>BOLIVIA</b>	48%	----	48%	34%	0%	----	15%	34%	34%
<b>BRASIL</b>	20%	----	----	12%	----	0%	6%	12%	12%
<b>COLOMBIA</b>	28%	0%	28%	----	0%	----	10%	20%	20%
<b>ECUADOR</b>	40%	0%	40%	28%	----	----	14%	28%	28%
<b>PARAGUAY</b>	48%	----	48%	34%	----	----	15%	34%	----
<b>PERÚ</b>	----	0%	----	20%	0%	----	----	----	20%
<b>URUGUAY</b>	28%	----	28%	20%	----	0%	10%	----	20%
<b>VENEZUELA</b>	28%	0%	28%	20%	0%	0%	10%	20%	----

Fuente: (Asociación Latinoamericana de Integración- ALADI, 2015)

**Tabla 30**  
**Países con desgravación arancelaria para importaciones de rosas por acuerdos internacionales**

IMPORT. EXPORT.	AELC	ARGENTINA	BOLIVIA	BRASIL	CANADÁ	CARICOM	CHILE	CHINA	COLOMBIA	COREA DEL SUR	COSTA RICA	ECUADOR	EL SALVADOR	ESTADOS UNIDOS	GUATEMALA	GUYANA	HONDURAS
AELC	-	-	-	-	-	-	-	-	NO	-	-	-	-	-	-	-	-
ARGENTINA	-	-	-	SÍ	-	-	SÍ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
BOLIVIA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	NO	-
BRASIL	-	SÍ	-	-	-	-	SÍ	-	-	-	-	-	-	-	-	NO	-
CANADÁ	-	-	-	-	-	-	-	-	S/N	-	-	-	-	-	-	-	-
CARICOM	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CHILE	-	SÍ	-	SÍ	-	-	-	-	SÍ	-	-	SÍ	-	-	-	-	-
CHINA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
COLOMBIA	NO	-	-	-	SÍ	-	S/N	-	-	SÍ	NO	-	NV	SÍ	NV	-	NV
COREA DEL SUR	-	-	-	-	-	-	-	-	SÍ	-	-	-	-	-	-	-	-
COSTA RICA	-	-	-	-	-	-	-	-	NO	-	-	-	-	-	-	-	-

Continúa



IMPORT. EXPORT.	INDIA	ISRAEL	JAPÓN	MÉXICO	NICARAGUA	PANAMÁ	PARAGUAY	PERÚ	SACU	SAN CRISTÓBAL	SINGAPUR	SURINAME	TRINIDAD Y TOBAGO	UNIÓN EUROPEA	URUGUAY	VENEZUELA
AELC	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ARGENTINA	NO	SÍ	-	NO	-	-	NO	-	SÍ	-	-	-	-	-	NO	-
BOLIVIA	-	-	-	NO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
BRASIL	NO	SÍ	-	SÍ	-	-	-	-	SÍ	NO	-	NO	-	-	SÍ	-
CANADÁ	-	-	-	-	-	-	-	SÍ	-	-	-	-	-	-	-	-
CARICOM	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	NO
CHILE	-	-	-	SÍ	-	-	SÍ	SÍ	-	-	-	-	-	-	SÍ	SÍ
CHINA	-	-	-	-	-	-	-	SÍ	-	-	-	-	-	-	-	-
COLOMBIA	-	NV	-	SÍ	NV	SÍ	-	SÍ	-	-	-	-	-	NV	-	-
COREA DEL SUR	-	-	-	-	-	-	-	SÍ	-	-	-	-	-	-	-	SÍ
COSTA RICA	-	-	-	-	-	-	-	SÍ	-	-	-	-	-	-	-	NV

Continúa



IMPORT. EXPORT.	AELC	ARGENTINA	BOLIVIA	BRASIL	CANADÁ	CARICOM	CHILE	CHINA	COLOMBIA	COREA DEL SUR	COSTA RICA	ECUADOR	EL SALVADOR	ESTADOS UNIDOS	GUATEMALA	GUYANA	HONDURAS
ECUADOR	-	-	-	-	-	-	SÍ	-	-	-	-	-	-	-	SÍ	-	-
EL SALVADOR	-	-	-	-	-	-	-	-	NV	-	-	-	-	-	-	-	-
ESTADOS UNIDOS	-	-	-	-	-	-	-	-	SÍ	-	-	-	-	-	-	-	-
GUATEMALA	-	-	-	-	-	-	-	-	NV	-	-	SÍ	-	-	-	-	-
GUYANA	-	-	NO	NO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
HONDURAS	-	-	-	-	-	-	-	-	NV	-	-	-	-	-	-	-	-
INDIA	-	NO	-	NO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ISRAEL	-	NO	-	NO	-	-	-	-	NV	-	-	-	-	-	-	-	-
JAPÓN	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
MÉXICO	-	NO	NO	SÍ	-	-	SÍ	-	SÍ	-	-	SÍ	-	-	-	-	-
NICARAGUA	-	-	-	-	-	-	-	-	NV	-	-	-	-	-	-	-	-
PANAMÁ	-	-	-	-	-	-	-	-	SÍ	-	-	-	-	-	-	-	-

Continúa





IMPORT. EXPORT.	INDIA	ISRAEL	JAPÓN	MÉXICO	NICARAGUA	PANAMÁ	PARAGUAY	PERÚ	SACU	SAN CRISTÓBAL	SINGAPUR	SURINAME	TRINIDAD Y TOBAGO	UNIÓN EUROPEA	URUGUAY	VENEZUELA
ECUADOR	-	-	-	SÍ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
EL SALVADOR	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	NV
ESTADOS UNIDOS	-	-	-	-	-	-	-	SÍ	-	-	-	-	-	-	-	-
GUATEMALA	-	-	-	-	-	-	-	NV	-	-	-	-	-	-	-	NV
GUYANA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	NO
HONDURAS	-	-	-	-	-	-	-	NV	-	-	-	-	-	-	-	NV
INDIA	-	-	-	-	-	-	NO	-	-	-	-	-	-	-	NO	-
ISRAEL	-	-	-	-	-	-	NO	-	-	-	-	-	-	-	NO	-
JAPÓN	-	-	-	-	-	-	-	SÍ	-	-	-	-	-	-	-	-
MÉXICO	-	-	-	-	-	-	SÍ	SÍ	-	-	-	-	-	-	NO	-
NICARAGUA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	NV
PANAMÁ	-	-	-	-	-	-	-	SÍ	-	-	-	-	-	-	-	-

Continúa



IMPORT. EXPORT.	AELC	ARGENTINA	BOLIVIA	BRASIL	CANADÁ	CARICOM	CHILE	CHINA	COLOMBIA	COREA DEL SUR	COSTA RICA	ECUADOR	EL SALVADOR	ESTADOS UNIDOS	GUATEMALA	GUYANA	HONDURAS
PARAGUAY	-	SÍ	-	-	-	-	SÍ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PERÚ	-	-	-	-	SÍ	-	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	SÍ	-	-	SÍ	NV	-	NV
SACU	-	SÍ	-	SÍ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SAN CRISTÓBAL	-	-	-	NO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SINGAPUR	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SURINAME	-	-	-	NO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TRINIDAD Y TOBAGO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
UNIÓN EUROPEA	-	-	-	-	-	-	-	-	NV	-	-	-	-	-	-	-	-
URUGUAY	-	NO	-	NO	-	-	SÍ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
VENEZUELA	-	-	-	-	-	NO	SÍ	-	SÍ	-	NV	-	NV	-	NV	NO	NV

Continúa



IMPORT. EXPORT.	INDIA	ISRAEL	JAPÓN	MÉXICO	NICARAGUA	PANAMÁ	PARAGUAY	PERÚ	SACU	SAN CRISTÓBAL	SINGAPUR	SURINAME	TRINIDAD Y TOBAGO	UNION EUROPEA	URUGUAY	VENEZUELA
PARAGUAY	NO	SÍ	-	SÍ	-	-	-	-	SÍ	-	-	-	-	-	-	-
PERÚ	-	-	SÍ	SÍ	-	SÍ	-	-	-	-	SÍ	-	-	-	-	NV
SACU	-	-	-	-	-	-	SÍ	-	-	-	-	-	-	-	SÍ	-
SAN CRISTÓBAL	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SINGAPUR	-	-	-	-	-	-	-	SÍ	-	-	-	-	-	-	-	-
SURINAME	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TRINIDAD Y TOBAGO	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	NV
UNIÓN EUROPEA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
URUGUAY	NO	SÍ	-	NO	-	-	-	-	SÍ	-	-	-	-	-	-	-
VENEZUELA	-	-	-	-	NV	-	-	NV	-	-	-	-	NV	-	-	-

Fuente: (Organización de Estados Americanos; 2016)

De la Tabla 30 se menciona que la simbología SÍ o NO indica la existencia de un acuerdo, cabe recalcar que el SÍ indica una desgravación arancelaria para las rosas y el NO refleja la inexistencia de dicha desgravación; en el caso de NV indica que no se encuentra vigente y la simbología S/N implica que existen varios acuerdos a los que se puede acoger la misma mercancía.

#### **2.4.6.10.1 Acuerdo de Complementación Económica N°6**

Argentina comienza a realizar un acuerdo de forma bilateral con los Estados Unidos Mexicanos mediante el Acuerdo de Complementación Económica N°6 que fue suscrito el 24 de agosto de 2006 y se encuentra vigente desde el 1 de enero de 2007. Las rosas no tienen desgravación arancelaria dentro de este acuerdo pero si se incluyen muchos productos que para el presente año ya tienen el cien por ciento (100%) de desgravación para importaciones realizadas de un país a otro.

#### **2.4.6.10.2 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°57**

Argentina firmó el Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°57 con la República Oriental de Uruguay en el que se ambos países brindan una tarifa preferencial del cien por ciento (100%) de desgravación arancelaria generando un cero por ciento (0%) de tarifa ad-valorem intrazona, pero solo para el sector automotor que no incluye al sector florícola por lo que no se aplicaría dentro del estudio pero es importante mencionar los acuerdos vigentes. La fecha de suscripción fue el 31 de marzo de 2003 y entró en vigor el 1 de mayo de 2003 con el objetivo de mejorar el comercio de automotores y partes de las mismas entre estos dos países.

#### **2.4.6.10.3 Acuerdo de Complementación Económica N°13**

Argentina firmó el Acuerdo de Complementación Económica N°13 con la República de Paraguay suscrito el 6 de noviembre de 1992 y entra en

vigencia el mismo día generando una preferencia arancelaria de cien por ciento (100%) sobre importaciones de rosas que sean originarias de Paraguay, pero no se dio el caso contrario ya que la preferencia para aquellas rosas provenientes de Argentina no tendrán desgravación arancelaria.

#### **2.4.6.10.4 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°16**

El país argentino firmó con la República de Chile el Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°16 firmado el 2 de agosto de 1991 y entró en vigor el mismo día; contiene normas sobre el transporte de productos de origen natural y su traslado a través de la frontera. El Acuerdo no incluye a las rosas, ya que solo contiene a productos de la horticultura y agrícolas para la desgravación del cien por ciento (100%) del arancel. El objetivo del acuerdo es crear políticas de libre traslado de factores de producción implementando normas de control de productos de origen animal o vegetal sellados y provenientes de la República de Argentina.

#### **2.4.6.10.5 Acuerdo de Complementación Económica N°14**

El 20 de diciembre de 1990 se firmó y entró en vigor el Acuerdo de Complementación Económica N°14 entre la República de Argentina y la República Federativa de Brasil en donde el universo de productos puede acceder a una desgravación del 100% de los tributos si ingresan a Argentina o Brasil desde un país que no sea parte de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Esta desgravación también incluye a las rosas con el cien por ciento (100%) de la preferencia sobre la tarifa ad-valorem.

#### **2.4.6.10.6 Acuerdo de Complementación Económica N°66**

El Estado Plurinacional de Bolivia con los Estados Unidos Mexicanos suscribió el Acuerdo de Complementación Económica N°66 el 17 de mayo de 2010 y entró en vigencia el 7 de junio de 2010 en donde se genera una

desgravación arancelaria de productos comprendido entre los capítulos 1 y 29, pero las rosas no están incluidas dentro de esta preferencia y se les da prioridad a alimentos y productos agrícolas y animales.

#### **2.4.6.10.7 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°22 Bolivia-Guyana**

El Estado Plurinacional de Bolivia suscribe el 6 de abril de 1993 el Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°22 con la República de Chile que libera a las mercancías que se encuentren dentro de los Anexos I, II, III y IV en un cien por ciento (100%). Para el caso de las rosas no existe la desgravación por lo que el acuerdo no aplica dentro del estudio.

#### **2.4.6.10.8 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°41**

El Estado Federativo de Brasil firma con la República de Suriname el 21 de abril de 2005 el cual entró en vigencia el 26 de julio de 2006 para la aplicación de la preferencia arancelaria del cien por ciento (100%) para la importación de arroz a Brasil con un cupo de importación de 10 mil toneladas. En este acuerdo no se incluye a las rosas pero si todas las políticas que se deben implementar para el correcto desaduanamiento de las transacciones de arroz entre los dos países.

#### **2.4.6.10.9 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°53**

La República Federativa de Brasil y los Estados Unidos Mexicanos firmaron el 3 de julio de 2002 el Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°53 que entra en vigor el 2 de mayo de 2003 y se fundamenta en la eliminación de aranceles de acuerdo al tipo de producto, para las rosas ambos países acuerdan desgravar el cien por ciento (100%) de los tributos de mercancías que posean el certificado de origen para importaciones provenientes de los signatarios.

#### **2.4.6.10.10 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica Brasil-Guyana-Saint Kitts y Nevis N°38**

La República Federativa de Brasil firma con la Federación de San Cristóbal y Nieves y la República Cooperativa de Guayana el 27 de junio de 2001 y entra en vigencia el 31 de mayo de 2004 para la eliminación de los gravámenes arancelarios de estas dos naciones hacia Brasil. Las desgravaciones de Brasil hacia los dos países son de un cien por ciento (100%) en algunas subpartidas y las preferencias arancelarias de San Cristóbal y Guayana varían de cincuenta por ciento (50%) y cien por ciento (100%) para determinadas subpartidas. En el caso de las rosas para ninguna de las importaciones se aplica ningún tipo de desgravación.

#### **2.4.6.10.11 Acuerdo de Complementación Económica N°2**

La República Federativa de Brasil ha realizado el 30 de septiembre de 1986 junto a la República Oriental de Uruguay donde acordaron que a partir de la vigencia el 1 de octubre de 1986 se implemente una desgravación arancelaria del cien por ciento (100%) de productos originarios de Brasil que ingresen a Uruguay entre los cuales están incluidas las rosas y una desgravación arancelaria del cien por ciento (100%) de productos originarios de Uruguay en donde no se encuentran incluidas las rosas.

#### **2.4.6.10.12 Acuerdo de la Alianza del Pacífico**

El 10 de febrero de 2014 se firma el Acuerdo entre Las Repúblicas de Colombia, Chile, México y Perú que incluye la desgravación arancelaria de todas las subpartidas de acuerdo a las categorías en la que se clasifiquen en un cien por ciento (100%). Después de la entrada en vigencia del acuerdo el 1 de mayo de 2016 se procede a publicar los anexos donde se incluyen desgravaciones entre los países, en el campo de las rosas la desgravación es del cien por ciento (100%) si se acogen a las reglas de origen establecidas dentro de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI), este producto se encuentra dentro de la categoría A para la eliminación de aranceles inmediata y por ello los países si desean importar

no tendrán que pagar el recargo arancelario que provengan de alguno de los países signatarios.

#### **2.4.6.10.13 Tratado de Libre Comercio Colombia-Costa Rica**

El 22 de mayo de 2013 se firma el Tratado de Libre Comercio entre las Repúblicas de Colombia y Costa Rica y entra en vigencia el 1 de agosto de 2016 con el objetivo de permitir el libre intercambio de productos entre los países basados en la desgravación arancelaria de acuerdo a categorías, las rosas se encuentran dentro de la clasificación E que indica que no aplicarán la desgravación arancelaria pero se tendrá el trato preferencial de la Nación Más Favorecida. Además en el acuerdo se encuentran dispuestas las políticas en las que se debe basar el comercio para el acceso de las preferencias entre ambos países.

#### **2.4.6.10.14 Acuerdo de Libre Comercio Colombia-Corea**

La República de Colombia con la colaboración de la República de Corea firman el 21 de febrero de 2013 un Tratado de Libre Comercio para la eliminación de barreras al comercio mediante una desgravación arancelaria progresiva de acuerdo a la subpartida, en tal motivo se crean una gama de reglas para la imposición de salvaguardias en el caso de que por consecuencia del acuerdo se genere afectación en el sector agrícola de la República de Corea. Para las rosas existe una desgravación del cien por ciento (100%) de los derechos aduaneros a partir de la entrada en vigencia el 15 de julio de 2016.

#### **2.4.6.10.15 Acuerdo de Libre Comercio Colombia-Estados de la Asociación Europea de Libre Comercio**

La alternativa a la Unión Europea (U.E.) fue la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC) que está conformada por Liechtenstein, Suiza, Noruega e Islandia los cuales firmaron un acuerdo con Colombia el 25 de noviembre de 2008 y que entraría en vigencia el 1 de julio de 2011 en las repúblicas centrales, el 1 de septiembre de 2014 en Noruega y el 1 de



octubre del mismo año en Islandia. El objetivo es crear un libre comercio mediante la disposición de normas entre las cuales figura la desgravación por categorías para productos agrícolas procesados, sin procesar y de la pesca, las rosas no tienen ningún tipo de eliminación de aranceles.

#### **2.4.6.10.16 Acuerdo de Libre Comercio Canadá-Colombia**

Las Repúblicas de Colombia y Canadá acuerdan el 21 de noviembre de 2008 la creación de una zona de libre comercio que contempla la desgravación arancelaria de los tributos que entra en vigencia a partir del 15 de agosto de 2011, la liberación solo es para importaciones de Colombia provenientes de Canadá en un cien por ciento (100%) en donde se encuentran incluidas las rosas. La liberación se realiza de acuerdo a categorías y separando mercancía agrícolas y aquellas que no son agrícolas.

#### **2.4.6.10.17 Acuerdo de Libre Comercio Chile-Colombia**

Las Repúblicas colombiana y chilena suscriben el 27 de noviembre de 2006 un acuerdo en donde se estipulan las medidas de trato preferencial para mercancías originarias de los dos países signatarios. Desde el 8 de mayo de 2009 entra en vigencia el acuerdo donde se incluye toda la política para el comercio transfronterizo y medidas sanitarias y fitosanitarias pero no se menciona ningún tipo de desgravación arancelaria.

#### **2.4.6.10.18 Acuerdo de Promoción Comercial Colombia-Estados Unidos de América**

El 22 de noviembre de 2006 se suscribe un Acuerdo de Libre Comercio Entre Estados Unidos y Colombia con el objetivo de facilitar el comercio entre los dos países, la desgravación arancelaria es del cien por ciento (100%) de la mayoría de los viene en el cual están incluidas las rosas que ingresan sin el pago de derechos aduaneros. La entrada en vigencia el 15 de mayo de 2012 del acuerdo generó polémica debido a la imposición de

Estados Unidos en Sudamérica que fue reflejada mediante las actitudes de los países vecinos como son Ecuador y Venezuela.

#### **2.4.6.10.19 Acuerdo de Libre Comercio Colombia-Panamá**

El 9 de julio de 1993 se suscribe el Acuerdo de Libre Comercio entre Colombia y Panamá, el cual desde su entrada en vigor el 18 de enero de 1995 imponía la aplicación de reglas para el comercio entre los países teniendo en cuenta reglas que implican las transacciones comerciales en el intercambio internacional. El 20 de septiembre se firmó un segundo acuerdo que incluye la desgravación arancelaria de mercancías en donde se incluyen las rosas con la restricción de cuotas de importación que cambiarán con el cada año desde la entrada en vigencia del segundo acuerdo con un cien por ciento (100%) de desgravación arancelaria para los productos originarios.

#### **2.4.6.10.20 Acuerdo de Alcance Parcial N°42**

El 15 de abril de 2011 se firma el Acuerdo de Alcance Parcial N°42 entre las Repúblicas de Ecuador y Guatemala y entra en vigencia el 19 de febrero de 2013 en la que se incluyen políticas sobre la desgravación del cien por ciento (100%) de los derechos aduaneros para un número determinado de subpartidas. Las rosas están contenidas dentro del porcentaje de liberación de aranceles.

#### **2.4.6.10.21 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°65**

Las Repúblicas de Ecuador y Chile firmaron el 10 de marzo de 2008 un acuerdo que entró en vigencia el 5 de enero de 2010 en el cual se estipula la desgravación arancelaria de una gran parte de subpartidas entre las cuales se encuentran las rosas para fomentar el libre ingreso de mercancías y con el objetivo de cooperación entre estado hermanos.

#### **2.4.6.10.22 Acuerdo de Alcance Parcial N°29**

Los Estados Unidos Mexicanos y la República de Ecuador suscriben el acuerdo el 30 de abril de 1983 y su vigencia data del 6 de agosto de 1987 en el cual se inscriben los principales objetivos de cooperación internacional para la eliminación de barreras arancelarias por lo cual todas las importaciones de un país a otro tendrá el cien por ciento (100%) de desgravación.

#### **2.4.6.10.23 Acuerdo de Alcance Parcial de Renegociación N°38**

Los Estados Unidos Mexicanos y la República de Paraguay firmaron el 31 de mayo de 1993 el acuerdo que aplicaría desde su vigencia el 1 de julio de 1994 las desgravaciones arancelarias a las subpartidas en un cien por ciento (100%) en donde se encuentran incluidas las rosas en búsqueda de la cooperación internacional.

#### **2.4.6.10.24 Acuerdo de Asociación Económica Japón-Perú**

Los países de Perú y Japón firmaron un acuerdo el 31 de mayo de 2011 y desde su entrada en vigencia el 1 de marzo de 2012 se impone la desgravación arancelaria de tributos de acuerdo a la categoría en la que se encuentre el producto clasificado, para el caso de las rosas la eliminación de tarifas es del ciento por ciento (100%) por lo que para su ingreso no paga ningún derecho aduanero.

#### **2.4.6.10.25 Tratado de Libre Comercio Costa Rica-Perú**

El 26 de mayo de 2011 Perú y Costa Rica firman un Acuerdo de Libre Comercio para liberar barreras y poder realizar transacciones entre ambos países. Desde su entrada en vigencia el 1 de junio de 2013 se implementa la eliminación de aranceles con la imposición de preferencias de acuerdo a las categorías, para las rosas la desgravación es total en un ciento por ciento (100%) cuando se realizan importaciones de un país signatario a otro.

#### **2.4.6.10.26 Tratado de Libre Comercio Panamá-Perú**

El tratado entre Panamá y Perú en firmado el 25 de mayo de 2011 y entró en vigencia el 1 de mayo de 2012 donde se construyen las desgravaciones de acuerdo a las subpartidas, en la cual las rosas tienen una desgravación de los aranceles dentro de los diez años consiguientes a partir de la fecha de entrada en vigencia los primeros de enero hasta el año 2022.

#### **2.4.6.10.27 Acuerdo de Complementación Económica N°67**

La República de Perú y los Estados Unidos Mexicanos firmaron el 6 de abril de 2011 el acuerdo y entró en vigencia el 1 de febrero de 2012 en la cual se desgravan y proponen cuotas de importación para mercancía en las transacciones entre los dos países. Las rosas con un productos con desgravación tipo A aplicable al cien por ciento (100%) de los derechos aduaneros que no se cancelarían con la presentación del respectivo certificado de origen para ambos países signatarios.

#### **2.4.6.10.28 Acuerdo de Libre Comercio Perú- Corea**

La firma del acuerdo se la realizó el 14 de noviembre de 2010 y entró en vigencia el 1 de agosto de 2011 con el objetivo de crear una zona de libre comercio entre ambos países mediante la eliminación de los derechos aduaneros de acuerdo al tipo de productos. Las rosas si son importadas por Corea solo generan una desgravación progresiva dentro de diez años desde la entrada en vigencia del acuerdo la cual se convertirá en total para el año 2021. Para el caso de Perú la desgravación es inmediata del cien por ciento (100%) con la entrada en vigencia.

#### **2.4.6.10.29 Tratado de Libre Comercio Perú-China**

El Tratado de Libre Comercio entre Perú y China fue firmado por las dos naciones el 28 de abril de 2009 y entró en vigencia el 1 de marzo de 2010 con la lista de la desgravación de los productos que dentro de estos se encuentran las rosas con la eliminación de aranceles en ciento por ciento

(100%) a partir de la fecha de entrada en vigencia del acuerdo, lo que genera competitividad en forma recíproca.

#### **2.4.6.10.30 Acuerdo de Libre Comercio Perú-Singapur**

El 29 de mayo de 2008 se suscribe el acuerdo de la liberación arancelaria entre las naciones de Perú y Singapur las cuales empezarán desde la entrada en vigencia del acuerdo el 1 de agosto de 2009, en el caso de las rosas se otorga una preferencia del cien por ciento (100%) para ambos países pero en el caso de Perú la desgravación será parcial durante diez años a partir del inicio de la vigencia y en el caso de Singapur la desgravación es inmediata desde la entrada en vigor del acuerdo.

#### **2.4.6.10.31 Tratado de Libre Comercio Canadá-Perú**

Las naciones de Canadá y Perú firman el 29 de mayo de 2008 el tratado que llevaría a la desgravación arancelaria de entre los dos países de acuerdo a la categoría en las que se encuentren clasificadas las mercancías. Por un lado Canadá adopta una desgravación parcial para importaciones de Perú duradera por los siguientes diez años mientras que Perú concede la desgravación directamente todo esto en base a la fecha de la entrada en vigencia del acuerdo.

#### **2.4.6.10.32 Acuerdo de Libre Comercio Chile-Perú**

Chile y Perú firman el 22 de agosto de 2006 un acuerdo que entra en vigencia el 1 de marzo de 2009 cuyo propósito era lograr una desgravación progresiva de los derechos a pagar por la importación de toda mercancía entre ambos países, por el momento la desgravación para ambos países ya se encuentra en un cien por ciento (100%) por lo cual las rosas ya no pagan derechos aduaneros para las transacciones comerciales entre estos países.

#### **2.4.6.10.33 Acuerdo de Promoción Comercial Perú- Estado Unidos de América**

Las naciones de Perú y Estados Unidos de América firman el 12 de abril de 2006 un acuerdo que entra en vigencia el 1 de febrero de 2009 en la cual se integra la desgravación arancelaria de acuerdo a categorías de productos negociados con anterioridad. En tal razón ambas naciones acuerdan eliminar los aranceles una vez que entre en vigencia el acuerdo y en el caso de las rosas la liberación es inmediata y la comercialización es alta.

#### **2.4.6.10.34 Tratado de Libre Comercio Perú-Tailandia**

El tratado firmado el 17 de octubre de 2003 por las Repúblicas de Perú y el Reinado Tailandia y entró en vigencia el 31 de diciembre de 2011 donde se conceden preferencias arancelarias en forma progresiva hasta por un valor del cien por ciento de los derechos de aduana generados por la importación de cualquiera de los países. Por el momento las desgravaciones a las rosas se encuentran en su totalidad pero para importaciones de Tailandia se generó una progresiva que se completaría dentro de los siguientes seis años después de entrar en vigor el tratado, en el caso de Perú la desgravación fue inmediata.

#### **2.4.6.10.35 Tratado de Libre Comercio MERCOSUR-Israel**

Los estados que conforman el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) se reúnen con el Estado de Israel para firmar el 18 de diciembre un acuerdo que se encuentra parcialmente vigente debido a que se encuentran integrando protocolos para mejorar las condiciones de la comercialización de los dos países. Con respecto a las rosas Israel es la única nación que concede preferencias pero solo al cincuenta por ciento (50%) de la tarifa, en el caso contrario, el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) no concede ningún tipo de desgravación a Israel para las rosas.

#### **2.4.6.10.36 Tratado de Libre Comercio México-Uruguay**

Los Estados Unidos Mexicanos y la República Oriental de Uruguay que firmaron el tratado el 15 de noviembre de 2003 y entra en vigencia el 15 de julio de 2004 donde las desgravaciones arancelarias son de diversos porcentajes y el producto rosas no se encuentra contemplado dentro de ningún tipo de eliminación de los derechos de aduana.

#### **2.4.6.10.37 Tratado de Libre Comercio Chile-MERCOSUR**

El 25 de junio de 1996 firman el tratado los integrantes del Mercado Común del Sur (MERCOSUR) y la República de Chile que entró en vigencia el 1 de octubre de 1996 donde se acordaron las desgravaciones arancelarias parciales por partes de los países a todos los productos que deseen acogerse bajo este acuerdo. Actualmente todas las desgravaciones se encuentran en un cien por ciento (100%) es decir la liberación arancelaria se encuentra en su totalidad para todo tipo de mercancías excepto las de prohibida importación por cada una de las naciones.

#### **2.4.6.10.38 Acuerdo Preferencial de Comercio MERCOSUR-SACU**

El 15 de diciembre de 2008 se firma el acuerdo para brindar preferencias entre los países que integran el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) y la Unión Aduanera de África Austral (SACU) conformado por Botsuana, Lesoto, Namibia, Sudáfrica y Suazilandia. El acuerdo entra en vigencia el 1 de abril de 2016 y el porcentaje de liberación se encuentra contemplado de acuerdo a lo negociado por las naciones que lo suscribieron, para el caso de las rosas la desgravación es del cien por ciento (100%) para importaciones entre cualquiera de los miembros de un grupo a otro. El objetivo es incluir a un grupo que se encuentra bastante alejado del comercio mundial y la cooperación internacional es el principal objetivo.

#### **2.4.6.10.39 Acuerdo Preferencial de Comercio MERCOSUR-India**

El 25 de enero de 2004 se firma el acuerdo entre los países que integran el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) y la República de la India, el cual entró en vigor el 1 de junio de 2009 con el objetivo de eliminar barreras arancelarias para el comercio entre los países del grupo y el país asiático. Las rosas no tienen ningún tipo de desgravación pero de igual manera los porcentajes de liberación no son muy altos de acuerdo a lo que han negociado.

#### **2.4.6.10.40 Acuerdo sobre Comercio y Cooperación Económica y Técnica Colombia-CARICOM**

Los integrantes de la Comunidad del Caribe (CARICOM) acordaron con la República de Colombia el día 24 de julio de 1994 donde se brinda la desgravación arancelaria a todos los productos que se encuentren dentro de los anexos. El acuerdo no se encuentra vigente pero la desgravación para las rosas solo se da para importaciones de la Comunidad del Caribe (CARICOM) hacia Colombia.

#### **2.4.6.10.41 Acuerdo de Alcance Parcial Comercial N°28**

Las Repúblicas de Colombia y Venezuela firman el 28 de noviembre de 2011 un acuerdo que entra en vigencia el 19 de octubre de 2012 donde se acuerdan mejorar las relaciones comerciales mediante la aplicación de preferencias arancelarias para productos originarios con una desgravación de hasta el cien por ciento (100%) de los derechos aduaneros. Para el caso de las rosas la liberación de los aranceles es total para importaciones de ambos países.

#### **2.4.6.10.42 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°23**

Las Repúblicas de Venezuela y Chile firman el acuerdo el 2 de abril de 1993 y entra en vigencia el mismo día con el objetivo de mejorar las relaciones comerciales y ampliar las transacciones entre los dos países. Por



el momento todos los productos se encuentran con una liberación arancelaria total debido a que la progresividad se cumplió antes del nuevo milenio por lo que todas las mercancías incluidas las rosas ingresarán con la preferencia con la presentación del respectivo certificado de origen.

#### **2.4.6.10.43 Acuerdo sobre Comercio e Inversiones entre Venezuela y la Comunidad del Caribe (CARICOM)**

Los países que conforman la Comunidad del Caribe (CARICOM) firmaron con la República Bolivariana de Venezuela el 13 de octubre de 1992 un acuerdo y entró en vigencia el 1 de enero de 1993 en el cual se estipulan la desgravación arancelaria entre todos los países y la nación venezolana. Las rosas no tienen desgravamen y solo las liberaciones se dan a los países caribeños para el libre acceso al mercado de Venezuela.

#### **2.4.6.10.44 Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N°22 Guyana-Venezuela**

Las dos naciones firman el acuerdo el 27 de octubre de 1990 y entra en vigencia el 28 de junio de 1991 donde se crean desgravaciones arancelarias a los productos originarios de los países miembros en los cuales no están incluidas las rosas, pero las demás mercancías contempladas en los Anexos tienen preferencia para el libre tránsito de las mismas.

#### **2.4.6.10.45 Acuerdos no vigentes**

Existen acuerdos que se encuentran suscritos y cuyo objetivo es el de eliminar las barreras arancelarias entre los países signatarios, sin embargo estos tratados no se encuentran vigentes y la aplicación de cada una de las liberaciones que se encuentran dentro de los mismos no podrán ser aprovechadas. A continuación se identifican los acuerdos que no se encuentran vigente por los estados signatarios:

**Tabla 31**  
**Acuerdos de desgravación arancelaria no vigentes**

Nombre del Acuerdo	Países signatarios	Fecha de suscripción
Acuerdo de Alcance Parcial N°6	Colombia-Nicaragua	2/Marzo/1984
Acuerdo de Alcance Parcial N°7	Colombia-Costa Rica	2/Marzo/1984
Acuerdo de Alcance Parcial N°23	Venezuela- Guatemala	30/Octubre/1985
Acuerdo de Alcance Parcial N°16	Venezuela- Honduras	20/Febrero/1986
Acuerdo de Alcance Parcial N°27	Venezuela-El Salvador	10/Marzo/1986
Acuerdo de Alcance Parcial N°26	Venezuela-Costa Rica	21/Marzo/1986
Acuerdo de Alcance Parcial N°25	Venezuela- Nicaragua	15/Agosto/1986
Acuerdo de Alcance Parcial N° 20	Venezuela-Trinidad y Tobago	4/Agosto/1989
Acuerdo de Libre Comercio Colombia-México	Colombia-México	13/Junio/1994
Acuerdo de Libre Comercio con el Triángulo del Norte	Colombia- El Salvador- Guatemala- Honduras	09/Agosto/2007
Acuerdo de Libre Comercio MERCOSUR-Egipto	Argentina-Brasil- Egipto-Paraguay- Uruguay-Venezuela	02/Agosto/2010
Acuerdo de Libre Comercio Perú-Guatemala	Perú-Guatemala	6/Diciembre/2011

Continúa



Nombre del Acuerdo	Países signatarios	Fecha de suscripción
Acuerdo de Libre Comercio Perú-Venezuela	Perú-Venezuela	7/Enero/2012
Acuerdo de Libre Comercio Colombia-Unión Europea	Colombia-Unión Europea	26/Junio/2012
Acuerdo de Libre Comercio Colombia-Panamá	Colombia-Panamá	20/Septiembre/2013
Acuerdo de Libre Comercio Colombia-Israel	Colombia-Israel	30/Septiembre/2013
Acuerdo de Libre Comercio Perú-Honduras	Perú-Honduras	29/Mayo/2015

## 2.4.7 Normas de Origen

### 2.4.7.1 Comunidad Andina de Naciones

La Decisión 416 es la Norma establecida para determinar los criterios de origen de una mercancía, por lo tanto se incluyen todas las posibles formas en las que se puede construir y determinar la originalidad. A ésta Decisión deben acogerse los miembros de éste bloque y la aplicación de la desgravación arancelaria existente, se la realizará una vez que se efectúe el Certificado de Origen con la emisión del mismo en la entidad calificada para hacerlo.

Las rosas son un producto que forman parte del sector primario, por tal motivo, obedecen al criterio planteado en el Capítulo I Artículo 1 literal a) de la Decisión 416; en donde se refiere a los productos comprendidos de los reinos vegetal, animal y mineral que sean recolectados en territorio comunitario andino. En el caso de que se desee industrializar un producto, la composición del origen se basará de acuerdo al porcentaje de la relación de materiales no originarios y originarios. La fórmula de determinación de medios de ensamblaje o montaje es la siguiente:

$$\% \text{ Origen} = \frac{\text{Materiales Originarios}}{\text{Materiales No Originarios} + \text{Materiales Originarios}} \times 100$$

De la fórmula anterior se puede determinar aquella ecuación para los bienes que puedan ser transformados obedeciendo al Capítulo II Artículo 2 literal d) de la Decisión 416; que menciona que el valor Coast, Insurance & Freight (CIF) de aquellos materiales no originarios en relación con el valor Free On Board (FOB) de exportación de aquellos materiales que sean originarios no sobrepasen en el mismo orden en cincuenta por ciento (50%) para Colombia y Perú; y en sesenta por ciento (60%) para Bolivia y Ecuador; de acuerdo a lo estipulado en la misma decisión. En tal motivo la fórmula quedaría establecida de la siguiente manera para el caso en el que se decidan transformar a las rosas:

$$\% \text{ Origen} = \left( 1 - \frac{\Sigma \text{Materiales No Originarios (CIF)}}{\text{FOB}_{\text{exportación}}} \right) \times 100$$

De la forma anterior se puede determinar el origen en el caso de que las rosas contengan algún producto que no sea originario de los países miembros. De la misma manera en la Decisión se determina que la entidad certificadora de origen debe estar designada por el poder Ejecutivo o Presidencial de cada país miembro y debe crear una estructura y proceso en la certificación de la originalidad de las mercancías. Por otro lado se incluye el hecho de que antes del proceso de certificación se debe proceder a la declaración juramentada para el respectivo análisis por medios electrónicos. Las entidades certificadoras del origen son designadas por la rama que tenga el poder para hacerlo y el uso de Ventanillas Únicas para la elaboración de este documento cada vez hace que los procesos se acorten en tiempo y en uso de papel, las instituciones encargadas de la emisión y control son las cámaras y federaciones de comercio que se encuentran en

forma de sucursales en las distintas ciudades que conforman el territorio de los países miembros.

Los Ministerios de Comercio Exterior o de Productividad son quienes designan a las cámaras para la emisión de certificados y de igual manera en conjunto con los sistemas de las aduanas de cada país hacen que el trámite sea a cada vez más tecnológico. La Aduana Nacional de Bolivia (AN), la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales de Colombia (DIAN), el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE) y la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria de Perú (SUNAT) son los encargados de la desaduanización y procesos de comercio exterior tanto como el reporte de aquellas mercancías exoneradas de tributos en base de presentación de certificados de origen que son emitidos por el país exportador para lo cual debe existir un acuerdo que sirva como precedente.

Las normas de origen que aplica la Comunidad Andina de Naciones (CAN) es también aplicable para aquellos acuerdos que se firmen con los miembros de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) que incluye a los miembros de los bloques en estudio incluyendo a países de Latinoamérica y el Caribe, por lo que la misma forma de determinación de origen es aplicada dentro del territorio comprendido por los miembros de los grupos de integración.

#### **2.4.7.2 Mercado Común del Sur**

Cada norma es la encargada de dictaminar los requisitos de origen para determinar de dónde una mercancía es originaria y de esta manera que obtenga la desgravación arancelaria en la que se fundamenta el acuerdo. Las normas de origen entre los mismos es aplicada para transacciones que se realicen entre los miembros del grupo, en tal motivo el ACE N°18 que indica en el Capítulo III Artículo 3 literal a) numeral i) que los productos del reino vegetal recolectados o cosechados dentro del territorio comunitario de los países miembros se considerarán originarios y podrán acceder a la reducción arancelaria.

Las normas aplicadas entre los miembros de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) es aplicado también en el Mercado Común del Sur para mercancías que sean industrializadas como lo indica el ACE N°18 Artículo 3 literal d) la diferencia entre los grupos es que el valor para considerar una mercancía originaria no debe superar el cuarenta por ciento (40%) de la relación entre el valor Coast Insurance & Freight (CIF) de los materiales no originarios y el valor Free On Board (FOB) de exportación de la mercancía elaborada.

Las entidades certificadoras de los países miembros del Mercado Común del Sur son designadas por los Ministerios de Producción y de Comercio y son administradas para justificar la desgravación arancelaria en las transacciones que se generen entre los miembros. La Administración Federal de Ingresos Públicos de Argentina (AFIP), la Aduana de Brasil (AB), Dirección Nacional de Aduanas de Paraguay (DNA), Dirección Nacional de Aduanas de Uruguay (DNA) y el Servicio Integrado de Administración Aduanera y Tributaria de Venezuela (SENIAT) son los encargados del control de este tipo de documentos para la aplicación de la correcta liberación de los derechos aduaneros que genere la compra venta entre los estados miembros.

#### **2.4.7.3 Normas para otros acuerdos**

La mayor parte de acuerdos bilaterales, multilaterales y en grupos de integración se basan en la norma de cálculo del origen de acuerdo a lo señalado en el punto 2.4.7.1, donde se puede observar que la simple comparación de dos valores genera la originalidad de un bien. En otros acuerdos como el aplicado entre México y Bolivia existen dos formas diferentes para el cálculo de origen para mercancía que se trasladen entre los países signatarios. Cabe mencionar que esto solo se aplica a productos que se les confiera un valor agregado:

$$\%Origen = \frac{\text{Valor de Transacción (FOB)} - \text{Valor Mercanías No Originarias(CIF)}}{\text{Valor de Transacción(FOB)}}$$

De la ecuación anterior se puede deducir que el valor de transacción es el valor de exportación de las mercancías y el valor de las mercancías no originarias debe encontrarse en términos Costo Seguro y Flete. Cada acuerdo se encarga de dictaminar el porcentaje de originalidad para que sea considerado un bien dentro del mismo para la aplicación de la desgravación arancelaria, este tipo de liberación se calcula en base a los valores de los bienes comprobados mediante facturas, pero existe un segundo método aplicado para las mercancías teniendo en cuenta el costo neto del bien que se expresa a continuación:

$$\%Origen = \frac{\text{Costo Neto} - \text{Valor Mercancías No Originarias (CIF)}}{\text{Costo Neto}} \times 100$$

La fórmula anterior determina como el Costo Neto al costo de producción de la mercancía en valores Ex fábrica (EXW), que se considera como un valor de transacción con la excepción de que no se incluyen gastos en origen que no incrementan el valor pero el resultado del origen es totalmente el mismo cuando se trata de conferir la característica de originario a un bien para la liberación arancelaria. Estas dos formas son analizadas dentro de la suscripción de los acuerdos para conferir el respectivo porcentaje de desgravación para los derechos de aduana entre los países signatarios.

#### **2.4.8 Defensa Comercial**

La adopción de medidas de Defensa Comercial se rige principalmente en acuerdos y marcos normativos legales previamente suscritos, luego de una notificación a la Organización Mundial de Comercio (OMC); con el objetivo de proteger ante una posible práctica o competencia desleal que afecten al comercio y la industria de cada país.

### **2.4.8.1 Comunidad Andina de Naciones**

Uno de los objetivos del Acuerdo de Cartagena fue el crear un grupo de integración donde se permita el libre traslado de factores de producción y de mercancías para fomentar el comercio y cooperación internacional. La Comunidad Andina de Naciones (CAN) no ha tenido un instrumento de negociación como grupo con otros bloques o países individuales para crear las alianzas que mejoren el comercio a nivel internacional. La pérdida de soberanía es una de las consecuencias cuando se firman acuerdos y por tanto las decisiones priman sobre las leyes internas de cada uno de los países, en tal motivo la Comunidad Andina de Naciones (CAN) ha decidido implementar Decisiones que ayuden por separado a la imposición de medidas de defensa comercial en el caso de que surjan problemas.

Por un lado se aceptan las medidas salvaguardias para artículos que tengan problemas en el comercio de acuerdo a razones como son la Balanza de Pagos, Programas de Liberación, Productos Específicos y Devaluación Monetaria. Existe un Régimen para el Trato Preferencial de Productos Agropecuarios que puedan ser afectados por el ambiente externo al bloque de integración. Finalmente existen medidas para protegerse de prácticas desleales sobre Derechos Antidumping y Subsidios y Derechos Compensatorios para lo cual cada país puede imponer una medida de acuerdo a la situación en la que se encuentre la industria y que será aprobada por el grupo de integración. Finalmente se dispone de medidas en el caso de la existencia de distorsiones por diferencias arancelarias que se generen hacia terceros países y que afecten el comercio de los demás miembros. Se detalla a continuación las medidas de defensa comercial vigentes aplicadas por cada país miembro:

#### **Bolivia**

El Estado Plurinacional de Bolivia no ha iniciado medidas de defensa comercial, sin embargo, tiene a dos instituciones encargadas de aprobar y controlar dichas medidas que afecten de alguna u otra manera su comercio



e industria: Ministerio de Exportaciones y Competitividad Económica, y el Ministerio de Finanzas.

### **Colombia**

El Gobierno Colombiano no tiene acuerdos vigentes en cuanto a investigaciones sobre subvenciones, sin embargo, ha impuesto ciertas medidas de defensa comercial como son los derechos antidumping y salvaguardias aplicados a ciertas subpartidas arancelarias, especialmente a los plásticos; cabe recalcar que dichas medidas no afectan a la subpartida de las rosas.

### **Ecuador**

A partir de Marzo del 2015, el Gobierno de la República del Ecuador implementa un sistema de salvaguardias como medida de defensa comercial, primero ante la caída del precio del petróleo que afectó directamente a la economía del país; y segundo, para generar un equilibrio en la balanza de pagos. Esta medida afecta alrededor de 2900 subpartidas arancelarias, incluidas las rosas, con un incremento en el ad-valorem de 15-45% de acuerdo a cada producto. La última resolución N° 006-2016, emitida por el Comité de Comercio Exterior (COMEX), hace referencia a la extensión por un año más en el cronograma de eliminación progresiva de las salvaguardias, eliminando un 5% de impuesto a 700 subpartidas. Ecuador establece ésta medida de defensa comercial para mejorar la economía, el comercio exterior y principalmente cambiar la matriz productiva, generando más exportaciones que importaciones.

### **Perú**

Dentro de la Comunidad Andina (CAN), se emitió la Decisión 415, la cual refleja una medida de protección entre Perú y los demás países miembros, a fin de evitar distorsiones en cuanto a la desgravación arancelaria y una competencia desleal que pueda afectar al comercio internacional de ciertos productos.

### **2.4.8.2 Mercado Común del Sur**

El Tratado de Asunción dio origen al Mercado Común del Sur, el cual generó la idea de fomentar un Mercado Común que realice transacciones con el mundo y mejore el comercio de la región, es así que se lo considera como el mercado más rentables y con mayores accesos dentro de su categoría, además los países que lo conforman tienen economías con un alto potencial de crecimiento. Dentro de las medidas que se encuentran son aquellas que tratan de eliminar las prácticas desleales con antidumping, compensaciones y subvenciones que son muy comunes en el ámbito de las transacciones que realizan a diario a nivel internacional.

Cada país crea una norma para aumentar las normas que son totalmente apoyadas por la parte administrativa dentro del Mercado Común del Sur (MERCOSUR) y por ello mantienen un alto nivel ya que hacen respetar su comercio sin apearse al Proteccionismo como una herramienta que cierra las puertas de cualquier país al mundo. Los países disponen de diversas leyes que coadyuvan a la producción nacional y fomentan el correcto intercambio con otros países en donde existan personas que realizan transacciones desleales según lo acordado bajo el marco de la Organización Mundial de Comercio (OMC). A continuación se detalla las medidas de defensa comercial vigentes en los países miembros:

#### **Argentina**

La Comisión Nacional de Comercio Exterior (CNCE) realizó ciertas investigaciones y aprobó la adopción de medidas antidumping y salvaguardias aplicadas a ciertas subpartidas que generaron daños a la industria argentina, sin embargo, dichas medidas no afectan a la subpartida 0603.11 (rosas).

#### **Brasil**

La institución encargada de investigar cualquier obstáculo y competencia desleal que afecten significativamente al comercio brasileño, es

el Departamento de Defensa Comercial. Se encuentran vigentes investigaciones antidumping y medidas salvaguardias a ciertos productos provenientes de otros países, en este grupo no entra la subpartida de rosas y no tiene ninguna afectación al comercio intrarregional.

### **Paraguay**

La Oficina de Defensa Comercial del Ministerio de Industrias y Comercio del Paraguay, ha implementado ciertas investigaciones antidumping a ciertos productos que estaban afectando a la industria, sin embargo no afecta a la subpartida de las rosas. Cabe recalcar que éste país ha solicitado medidas de defensa comercial en solo dos ocasiones.

### **Uruguay**

La División de Defensa Comercial y Salvaguardias es la dependencia del Ministerio de Economía y Finanzas encargada del control de medidas de defensa comercial, actualmente se han implementado investigaciones antidumping a ciertas subpartidas.

### **Venezuela**

La institución encargada sobre materia de defensa comercial es la Comisión Antidumping y sobre Subsidios (CASS), actualmente Venezuela aplica medidas antidumping y derechos compensatorios hacia algunos productos, sin embargo dichas medidas no afectan a las rosas.

## CAPÍTULO III

### COMPARACIÓN Y RESULTADOS

Una vez analizadas las variables dentro del estudio se debe realizar una comparación para cumplir con los objetivos y reconocer cuál es el bloque que tiene una mejor actuación dentro de la comercialización de rosas. De acuerdo al tipo de variable se puede establecer la forma en la que se van a comparar, sea de manera cuantitativa o cualitativa teniendo en cuenta las políticas aplicadas dentro de las transacciones comerciales realizadas por cada uno de los bloques de integración.

#### 3.1 Comparación de la Operación Comercial

La operación comercial comprende a las exportaciones, importaciones y de igual manera la comparación cuantitativa dentro del Análisis of Varianza (ANOVA) sobre el saldo comercial de las transacciones comerciales.

##### 3.1.1 Comparación de Exportaciones

La comparación de exportaciones incluye los siguientes datos para la construcción de la Tabla de Análisis de Varianza e identificar si las diferencias son significativas. A continuación de muestra la tabla de datos para continuar con el análisis:

**Tabla 32**  
**Exportaciones CAN-MERCOSUR**

AÑOS	EXPORTACIONES	
	CAN	MERCOSUR
2010	814.384	31
2011	883.027	71
2012	896.775	32

Continúa



EXPORTACIONES			
AÑOS	CAN	MERCOSUR	
2013	977.328	0	
2014	1.069.335	4	
2015	920.071	0	Total
$\sum Xi$	5.560.920	138	5.561.058
$\sum Xi^2$	5.192.341.389.660	7.042	5.192.341.396.702
$\bar{x}$	926.820	23	

El siguiente proceso es la determinación del probabilístico de prueba con el cual se pueda aceptar o rechazar la hipótesis de que los valores comparados entre los bloques tienen una diferencia. La figura 5 demuestra la Tabla F que será utilizada para la comprobación con un nivel de acertabilidad de 5%.

		5% (normal) y 1% (negritas) puntos para la distribución de F n1 grados de libertad (para el mayor cuadrado medio)																									
	n <sub>2</sub>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	$\infty$	n <sub>2</sub>	
1	1	.161	.199	.216	.225	.230	.234	.237	.239	.241	.242	.243	.244	.245	.246	.248	.249	.250	.251	.252	.253	.253	.254	.254	.254	1	
1	2	.4052	.4999	.5404	.5624	.5764	.5859	.5928	.5981	.6022	.6056	.6083	.6107	.6143	.6170	.6209	.6234	.6260	.6286	.6302	.6324	.6334	.6350	.6360	.6366	2	
1	3	.1851	.1900	.1916	.1925	.1930	.1933	.1935	.1937	.1938	.1940	.1940	.1941	.1942	.1943	.1945	.1945	.1946	.1947	.1948	.1948	.1949	.1949	.1949	.1949	.1950	3
1	4	.1013	.955	.928	.912	.901	.894	.889	.885	.881	.879	.876	.874	.871	.869	.866	.864	.862	.859	.858	.856	.855	.854	.853	.853	4	
1	5	.3412	.3082	.2946	.2871	.2824	.2791	.2767	.2749	.2734	.2723	.2713	.2705	.2692	.2683	.2669	.2660	.2650	.2641	.2635	.2628	.2624	.2618	.2615	.2613	5	
1	6	.771	.694	.659	.639	.626	.616	.609	.604	.600	.596	.594	.591	.587	.584	.580	.577	.575	.572	.570	.568	.566	.565	.564	.563	6	
1	7	.2120	.1800	.1669	.1598	.1552	.1521	.1498	.1480	.1466	.1455	.1445	.1437	.1425	.1415	.1402	.1393	.1384	.1375	.1369	.1361	.1358	.1352	.1349	.1346	7	
1	8	.661	.579	.541	.519	.505	.495	.488	.482	.477	.474	.470	.468	.464	.460	.456	.453	.450	.446	.444	.442	.441	.439	.437	.437	8	
1	9	.1626	.1327	.1206	.1139	.1097	.1067	.1046	.1029	.1016	.1005	.996	.989	.977	.968	.955	.947	.938	.929	.924	.917	.913	.908	.904	.902	9	
1	10	.599	.514	.476	.453	.439	.428	.421	.415	.410	.406	.403	.400	.396	.392	.387	.384	.381	.377	.375	.373	.371	.369	.368	.367	10	
1	11	.1375	.1092	.978	.915	.875	.847	.826	.810	.798	.787	.779	.772	.760	.752	.740	.731	.723	.714	.709	.702	.699	.693	.690	.688	11	
1	12	.559	.474	.435	.412	.397	.387	.379	.373	.368	.364	.360	.357	.353	.349	.344	.341	.338	.334	.332	.329	.327	.325	.324	.323	12	
1	13	.1225	.955	.845	.785	.746	.719	.699	.684	.672	.662	.654	.647	.636	.628	.616	.607	.599	.591	.586	.579	.575	.570	.567	.565	13	
1	14	.532	.446	.407	.384	.369	.358	.350	.344	.339	.335	.331	.328	.324	.320	.315	.312	.308	.304	.302	.299	.297	.295	.294	.293	14	
1	15	.1126	.865	.759	.701	.663	.637	.618	.603	.591	.581	.573	.567	.556	.548	.536	.528	.520	.512	.507	.500	.496	.491	.488	.486	15	
1	16	.512	.426	.386	.363	.348	.337	.329	.323	.318	.314	.310	.307	.303	.299	.294	.290	.286	.283	.280	.277	.276	.273	.272	.271	16	
1	17	.1056	.802	.699	.642	.606	.580	.561	.547	.535	.526	.518	.511	.501	.492	.481	.473	.465	.457	.452	.445	.441	.436	.433	.431	17	
1	18	.496	.410	.371	.348	.333	.322	.314	.307	.302	.298	.294	.291	.286	.283	.277	.274	.270	.266	.264	.260	.259	.256	.255	.254	18	
1	19	.1004	.756	.655	.599	.564	.539	.520	.506	.494	.485	.477	.471	.460	.452	.441	.433	.425	.417	.412	.405	.401	.396	.393	.391	19	
1	20	.484	.398	.359	.336	.320	.309	.301	.295	.290	.285	.282	.279	.274	.270	.265	.261	.257	.253	.251	.247	.246	.243	.242	.240	20	
1	21	.965	.721	.622	.567	.532	.507	.489	.474	.463	.454	.446	.440	.429	.421	.410	.402	.394	.386	.381	.374	.371	.366	.362	.360	21	
1	22	.475	.389	.349	.326	.311	.300	.291	.285	.280	.275	.272	.269	.264	.260	.254	.251	.247	.243	.240	.237	.235	.232	.231	.230	22	
1	23	.933	.693	.595	.541	.506	.482	.464	.450	.439	.430	.422	.416	.405	.397	.386	.378	.370	.362	.357	.350	.347	.341	.338	.336	23	
1	24	.467	.381	.341	.318	.303	.292	.283	.277	.271	.267	.263	.260	.255	.251	.246	.242	.238	.234	.231	.228	.226	.223	.222	.221	24	
1	25	.907	.670	.574	.521	.486	.462	.444	.430	.419	.410	.402	.396	.386	.378	.366	.359	.351	.343	.338	.331	.327	.322	.319	.317	25	
1	26	.460	.374	.334	.311	.296	.285	.276	.270	.265	.260	.257	.253	.248	.244	.239	.235	.231	.227	.224	.221	.219	.216	.214	.213	26	
1	27	.886	.651	.556	.504	.469	.446	.428	.414	.403	.394	.386	.380	.370	.362	.351	.343	.335	.327	.322	.315	.311	.306	.303	.300	27	
1	28	.454	.368	.329	.306	.290	.279	.271	.264	.259	.254	.251	.248	.242	.238	.233	.229	.225	.220	.218	.214	.212	.210	.208	.207	28	
1	29	.868	.636	.542	.489	.456	.432	.414	.400	.389	.380	.373	.367	.356	.349	.337	.329	.321	.313	.308	.301	.298	.292	.289	.287	29	
1	30	.449	.363	.324	.301	.285	.274	.266	.259	.254	.249	.246	.242	.237	.233	.228	.224	.219	.215	.212	.209	.207	.204	.202	.201	30	
1	31	.853	.623	.529	.477	.444	.420	.403	.389	.378	.369	.362	.355	.345	.337	.326	.318	.310	.302	.297	.290	.286	.281	.278	.275	31	
1	32	.445	.359	.320	.296	.281	.270	.261	.255	.249	.245	.241	.238	.233	.229	.223	.219	.215	.210	.208	.204	.202	.199	.197	.196	32	
1	33	.840	.611	.519	.467	.434	.410	.393	.379	.368	.359	.352	.346	.335	.327	.316	.308	.300	.292	.287	.280	.276	.271	.268	.265	33	
1	34	.441	.355	.316	.293	.277	.266	.258	.251	.246	.241	.237	.234	.229	.225	.219	.215	.211	.206	.204	.200	.198	.195	.193	.192	34	

Figura 5 Tabla para estadístico de prueba F

El estadístico de prueba seleccionado de la tabla debe ser menor al obtenido mediante los datos el cual corresponde su construcción tomando la columna 1 y la fila 10 que es el valor de 4,96 a un 5% de acertabilidad. Si la proposición anterior se cumple entonces rechazamos la hipótesis determinando si existe una diferencia significativa. A continuación en la siguiente tabla se presenta la construcción del Análisis de Varianza (ANOVA) para los valores reportados como exportaciones.

**Tabla 33**  
**Tabla ANOVA**

FUENTE VARIABLE	SC	gl	CM	Fc
Tratamientos	SA	k-1	CMA	$F_c = \frac{CMA}{CME}$
Error	SE	n-k	CME	
Total	ST	n-1		

Para la construcción de la tabla ANOVA se necesita utilizar los siguientes cálculos para encontrar la diferencia, es por tal razón que a continuación se muestran las fórmulas para la construcción de la tabla:

$$ST = \sum X_{ij}^2 - \frac{(\sum X_{ij})^2}{n} = 5.192.341.396.702 - \frac{(5.561.058)^2}{12} = 2.615.227.656.755$$

$$SA = \sum \left( \frac{T_j^2}{n_j} \right) - \frac{(\sum X_{ij})^2}{n} = \left( \frac{5.560.920^2}{6} + \frac{138^2}{6} \right) - \frac{(5.561.058)^2}{12} = 2.576.858.037.627$$

$$SE = ST - SA = 2.615.227.656.755 - 2.576.858.037.627 = 38.369.519.128$$

Para el cálculo de los grados de libertad consideramos que el valor de n son todos aquellos que forman parte de la tabla de valores y los valores de k son los tratamientos o bloques de integración en análisis. Los cuadrados medios son el resultado de la división de los cálculos anteriores para dos (2). A continuación la tabla ANOVA para el análisis de las exportaciones:

**Tabla 34**  
**Tabla ANOVA de Exportaciones CAN-MERCOSUR**

FUENTE	SC	gl	CM	Fc
Tratamientos	2.576.858.037.627	1	1.288.429.018.813,5	
Error	38.369.519.128	10	19.184.759.564	67,159
Total	2.615.227.556.755	11		

Con el valor de F calculado determinamos que es mayor al que se encuentra expresado en la Figura 5, entonces rechazamos la hipótesis y aceptamos el hecho de que existe una diferencia significativa entre las exportaciones entre ambos bloques.

$\alpha$ r	0,25	0,2	0,15	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005	0,0005
1	1,000	1,376	1,963	3,078	6,314	12,706	31,821	63,656	636,578
2	0,816	1,061	1,386	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	31,600
3	0,765	0,978	1,250	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	12,924
4	0,741	0,941	1,190	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	8,810
5	0,727	0,920	1,156	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	6,869
6	0,718	0,906	1,134	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	5,959
7	0,711	0,896	1,119	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	5,408
8	0,706	0,889	1,108	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	5,041
9	0,703	0,883	1,100	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	4,781
10	0,700	0,879	1,093	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	4,567
11	0,697	0,876	1,088	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	4,437
12	0,695	0,873	1,083	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	4,318
13	0,694	0,870	1,079	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	4,221
14	0,692	0,868	1,076	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	4,140
15	0,691	0,866	1,074	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	4,073
16	0,690	0,865	1,071	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	4,015
17	0,689	0,863	1,069	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	3,965
18	0,688	0,862	1,067	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	3,922
19	0,688	0,861	1,066	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	3,883
20	0,687	0,860	1,064	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	3,850
21	0,686	0,859	1,063	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	3,819
22	0,686	0,858	1,061	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	3,782
23	0,685	0,858	1,060	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	3,768
24	0,685	0,857	1,059	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	3,745
25	0,684	0,856	1,058	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	3,725
26	0,684	0,856	1,058	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	3,707
27	0,684	0,855	1,057	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	3,689
28	0,683	0,855	1,056	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	3,674
29	0,683	0,854	1,055	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	3,660
30	0,683	0,854	1,055	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	3,646
40	0,681	0,851	1,050	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	3,551
60	0,679	0,848	1,045	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	3,460
120	0,677	0,845	1,041	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617	3,373
$\infty$	0,674	0,842	1,036	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576	3,290

**Figura 6** Tabla para distribución t-student

Para conocer la diferencia numérica se debe basar en la Tabla de Distribución t-student que se muestra en la Figura 6 para lo cual determinamos que corresponde a un valor de 2,228 y con lo cual construiremos los límites superiores e inferiores para ver la diferencia significativa mediante la siguiente fórmula:

$$L_{inf/sup} = (\bar{X}_1 - \bar{X}_2) \pm t_{\alpha/2} \sqrt{CME \left( \frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right)}$$

Con la anterior fórmula y con los datos anteriores construimos la siguiente tabla para conocer la diferencia con respecto a las exportaciones:

**Tabla 35**  
**Diferenciación de Exportaciones CAN-MERCOSUR**

PARES	DIFERENCIA	$t_{\alpha/2}$	L <sub>inferior</sub>	L <sub>superior</sub>
CAN- MERCOSUR (Exportaciones)	903,82	2,228	748.627,76	1.104.966,25

De la tabla anterior se deduce que a signos iguales de los límites se generan promedios diferentes por lo que la diferencia de las exportaciones entre los dos bloques se ubica entre 748.627,76 y 1.104.966,25 dólares americanos, lo que indica que el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) tiene una diferencia significativa en la exportaciones o venta de rosas ya que la Comunidad Andina de Naciones (CAN) tiene un mayor volumen de exportaciones e inclusive el signo positivo de los límites refleja la gran incompatibilidad que existe en las operaciones de exportación entre los dos bloques.

### 3.1.2 Comparación de Importaciones

El proceso detallado en el punto anterior se lo realiza desde el punto de vista de importaciones para saber cuál es el valor que han comprado y su diferencia para determinar si es mayor a las exportaciones entre las



transacciones registradas por cada uno de los bloques. A continuación se presenta la tabla con información para realizar la comparación:

**Tabla 36**  
**Importaciones CAN-MERCOSUR**

AÑOS	IMPORTACIONES		
	CAN	MERCOSUR	
2010	2.776	9.938	
2011	4.159	13.024	
2012	5.785	13.663	
2013	5.819	13.362	
2014	4.336	14.036	
2015	4.408	12.817	Total
$\sum X_i$	27.283	76.840	140.123
$\sum X_i^2$	130.561.803	994.893.818	1.125.455.621
$\bar{x}$	4.547	12.806,67	

En base a la Tabla 33 se realizan los cálculos para el Análisis de Varianza de acuerdo a los respectivos datos de importaciones de los dos bloques.

$$ST = \sum X_{ij}^2 - \frac{(\sum X_{ij})^2}{n} = 1.125.455.621 - \frac{(140.123)^2}{12} = 221.989.026,92$$

$$SA = \sum \left( \frac{T_j^2}{n_j} \right) - \frac{(\sum X_{ij})^2}{n} = \left( \frac{27.283^2}{6} + \frac{76.840^2}{6} \right) = 204.658.020,75$$

$$SE = ST - SA = 221.989.026,92 - 204.658.020,75 = 17.331.006,17$$

Con los resultados de los cálculos anteriores se construye la Tabla ANOVA para determinar si existe una diferencia entre las transacciones de importación:

**Tabla 37**  
**Tabla ANOVA de Importaciones CAN-MERCOSUR**

FUENTE	SC	gl	CM	Fc
Tratamientos	204.658.020,75	1	102.329.010,38	
Error	17.331.006,17	10	8.665.503,08	11,81
Total	221.989.026,92	11		

De acuerdo al valor F determinado por la Figura 5 que correspondía a 4,96, si lo comparamos con el calculado de 11,81 es menor por lo que se rechaza la hipótesis de que sean iguales las medias y para ello se calculará la diferencia entre las transacciones de importación que han realizado los dos grupos de integración.

**Tabla 38**  
**Diferenciación de Importaciones CAN-MERCOSUR**

PARES	DIFERENCIA	$t_{\alpha/2}$	L <sub>inferior</sub>	L <sub>superior</sub>
CAN- MERCOSUR (Importaciones)	-8.260	2,228	-12.046,12	-4.472,88

El signo de los límites indican que existe una diferencia muy significativa entre las transacciones de importación, solo revisando los datos se denota que las importaciones con un mayor volumen son del Mercado Común del Sur (MERCOSUR) y la variación de la diferencia entre los valores se encuentra entre 12.046,12 y 4.472,88 dólares americanos. Todos los valores son determinados de acuerdo al proceso ejecutado con las exportaciones y en datos correspondientes de las Figuras 5 y 6; y Tabla 33.

### 3.1.3 Comparación del Saldo Comercial

En base a la diferencia de las exportaciones y las importaciones se construyen los valores del saldo comercial y junto a la regresión lineal en el Capítulo II se determinó cuáles podrían ser los posibles valores en el resultado de aquella diferencia y los cuáles se utilizan para determinar cuán diferentes son las actividades de comercialización de rosas entre los dos bloques de integración.

**Tabla 39**  
**Saldo Comercial CAN-MERCOSUR**

AÑOS	SALDO COMERCIAL		Total
	CAN	MERCOSUR	
2010	811.608	-9.807	
2011	878.868	-12.953	
2012	890.990	-13.631	
2013	871.509	-13.452	
2014	1.064.999	-14.032	
2015	915.663	-12.817	
2016	1.038.191,54	-14.541,47	
2017	1.071.311,17	-15.052,27	
$\sum X_i$	7.643.140	-106.286	7.536.854
$\sum X_i^2$	7.367.020.320.533,34	1.429.915.617,91	7.368.450.236.151,25
$\bar{x}$	955.392	-13.286	

A continuación se presenta los cálculos para la respectiva construcción de la tabla de Análisis de Varianza (ANOVA), teniendo en cuenta que los grados de libertad cambian debido al aumento de dos años en el análisis de la variación y el nuevo valor para F es 4,60 y para t es de 2,145 aplicando el proceso ejecutado para importaciones y exportaciones.

$$ST = \sum X_{ij}^2 - \frac{(\sum X_{ij})^2}{n} = 7.368.450.236.151,25 - \frac{(7.536.854)^2}{16}$$

$$= 3.818.189.750.832,21$$

$$SA = \sum \left( \frac{T_j^2}{n_j} \right) - \frac{(\sum X_{ij})^2}{n} = \left( \frac{7.643.140^2}{8} + \frac{(-106.286)^2}{8} \right) - \frac{(7.536.854)^2}{16}$$

$$= 3.753.349.675.319,23$$

$$SE = ST - SA = 3.818.189.750.832,21 - 3.753.349.675.319,23 = 64.840.075.512,98$$

**Tabla 40****Tabla ANOVA del Saldo Comercial CAN-MERCOSUR**

FUENTE	SC	gl	CM	Fc
Tratamientos	3.753.349.675.319,23	1	1.876.674.837.659,62	
Error	64.840.075.512,98	14	32.420.037.756	57,89
Total	3.818.189.750.832,21	15		

El valor de F es mayor al establecido dentro de la Figura 5 por lo tanto se rechaza la hipótesis y se concluye que existe una diferencia entre los valores puestos en el análisis, por lo tanto se procede a ejecutar el cálculo de los límites para determinar los valores

**Tabla 40****Diferenciación del Saldo Comercial CAN-MERCOSUR**

PARES	DIFERENCIA	$t_{\alpha/2}$	$L_{inferior}$	$L_{superior}$
CAN- MERCOSUR (Saldo Comercial)	968.678	2,145	775.568,49	1.161.787,87

De lo anterior se concluye que al momento que los límites poseen signos iguales entonces la relación entre los dos bloques arroja una

diferencia muy significativa que se encuentra determinada por 775.568,49 y 1.161.787,87 miles de dólares americanos. De esta manera se obtiene que ambos bloques son muy diferente en la comercialización de rosas y cada uno se caracteriza por resaltar en un proceso de comercio de este producto como lo es el Mercado común del Sur (MERCOSUR) para importaciones y la Comunidad Andina de Naciones (CAN) para exportaciones. Cabe mencionar que las rosas ya evolucionan de sector y hoy en día se les da un valor agregado, sea calidad, precio o características, para que las rosas no se estanquen en la venta de productos que solo han sido cosechados para generar un mayor ingreso justificado en el aumento de actividades que se adicionan en la cadena de valor.

### 3.2 Comparación de Ad-valorem

Dentro del Capítulo II se determinó la situación actual de cada país en la imposición de los derechos aduaneros para la importación de rosas, los cuales son considerados como una forma de restricción para la comercialización y lo que ocasiona la realización de acuerdos de desgravación arancelaria. A continuación se presenta la tabla de datos para el análisis de varianza.

**Tabla 42**  
**Ad-valorem CAN-MERCOSUR**

PAÍSES	ARANCEL		
	CAN	MERCOSUR	
País 1	20	10	
País 2	5	10	
País 3	20	25	
País 4	6	10	
País 5	-	10	Total
$\sum X_i$	51	65	116
$\sum X_i^2$	861	1.025	1.886
$\bar{x}$	13	13	

Para la construcción de la tabla utilizamos los siguientes cálculos:

$$ST = \sum X_{ij}^2 - \frac{(\sum X_{ij})^2}{n} = 1.886 - \frac{(116)^2}{9} = 390,89$$

$$SA = \sum \left( \frac{T_j^2}{n_j} \right) - \frac{(\sum X_{ij})^2}{n} = \left( \frac{51^2}{4} + \frac{65^2}{5} \right) - \frac{(116)^2}{9} = 0,14$$

$$SE = ST - SA = 390,89 - 0,14 = 390,75$$

A continuación se presenta la tabla del análisis de varianza para lo cual debemos tener en cuenta que el valor de F es diferente ya que el número de datos cambia de acuerdo a la información que se utiliza, de acuerdo a lo expresado en la Figura 5 el valor de F se construye con la columna 1 y la fila 7 obteniendo 5,59.

**Tabla 43**

**Tabla ANOVA de Ad-valorem CAN-MERCOSUR**

FUENTE	SC	gl	CM	Fc
Tratamientos	0,14	1	0,07	
Error	390,75	7	195,38	0,0003554
Total	390,89	8		

El valor de F calculado es menor al que se obtiene en la Figura 5 de 5,59 por lo que se concluye que el factor no es relevante y no existe una diferencia significativa entre los porcentajes ad-valorem de los miembros de un bloque a otro bloque de integración, por lo tanto no sería necesaria la búsqueda de límites superiores e inferiores ya que los aranceles en promedio tienen una gran similitud y un porcentaje muy bajo de diferencia.

### 3.3 Comparación de Estrategias

Con respecto a lo planteado en el Capítulo II en todas las matrices sobre el contexto actual de los bloques de integración, se procede a la comparación de los resultados obtenidos en cada una de estas y así poder determinar cuál es el mejor país dentro de sus estrategias para comercializar a nivel internacional. A continuación se presenta la comparación de los resultados para proceder con el uso del programa Crystal Ball:

**Tabla 44**  
**Comparación de Matrices Estratégicas**

PARÁMETRO	CAN	MERCOSUR
Fortalezas	5	3
Oportunidades	5	5
Debilidades	5	3
Amenazas	5	4
EFE	3,15	3,16
EFI	2,88	2,85
PEYEA	Agresivo tendencia eje x	Conservador tendencia eje x
<b>MATRIZ GE</b>		
Concentración	2,55	2,44
Líder en Costos	2,58	3,45
Diversificación	2,62	3,42

De la tabla anterior se puede comparar que la Comunidad Andina de Naciones (CAN) tiene un mayor número de variables para el éxito y el fracaso, que se puede argumentar como un equilibrio en la comercialización de rosas de acuerdo a la matriz FODA (Tabla 13); mientras que el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) tiene un desbalance en el número de variables lo que le genera una transición en el comercio de rosas.

De acuerdo a los resultados de la matriz de factores externos, se determina que el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) puede enfrentar el ambiente externo con las oportunidades para contrarrestar las amenazas, en este caso la mejor oportunidad del bloque es el libre comercio entre los países miembros. En el caso de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), su mayor oportunidad radica en la existencia de ventajas comparativas y competitivas de productos de la región como son las rosas.

En cuanto a la matriz de factores internos, la Comunidad Andina de Naciones (CAN) es el bloque con mayor puntaje lo que indica que puede utilizar las fortalezas para afrontar las debilidades y crear una condición estable en su ambiente interno mediante el comercio internacional de rosas y la ubicación geográfica. Por otro lado, el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) puede afrontar de cierta manera a las debilidades teniendo el mejor desarrollo económico.

La matriz PEYEA en su comparación nos indica que el bloque andino tiene un perfil agresivo en la comercialización de rosas debido a su producción y exportación de rosas. En cambio el Mercado del Cono Sur tiende a un perfil conservador ya que no tiene la suficiente capacidad productiva de rosas y por ello carece de exportaciones. En cuanto a la matriz de Gerencia Estratégica, la Comunidad Andina Naciones (CAN) tiende a utilizar una estrategia de diversificación para la comercialización de productos de la floricultura teniendo a las rosas como su producto estrella; el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) tiende a una estrategia de liderazgo en costos debido a que se enfocan a procesos de industrialización donde se pueden reducir costos aumentando la cantidad de unidades producidas que no incluye al sector primario como son las rosas y por ende sus exportaciones son mínimas o nulas.



### 3.3.1 Aplicación de Crystal Ball para estrategias

#### 3.3.1.1 Comunidad Andina de Naciones

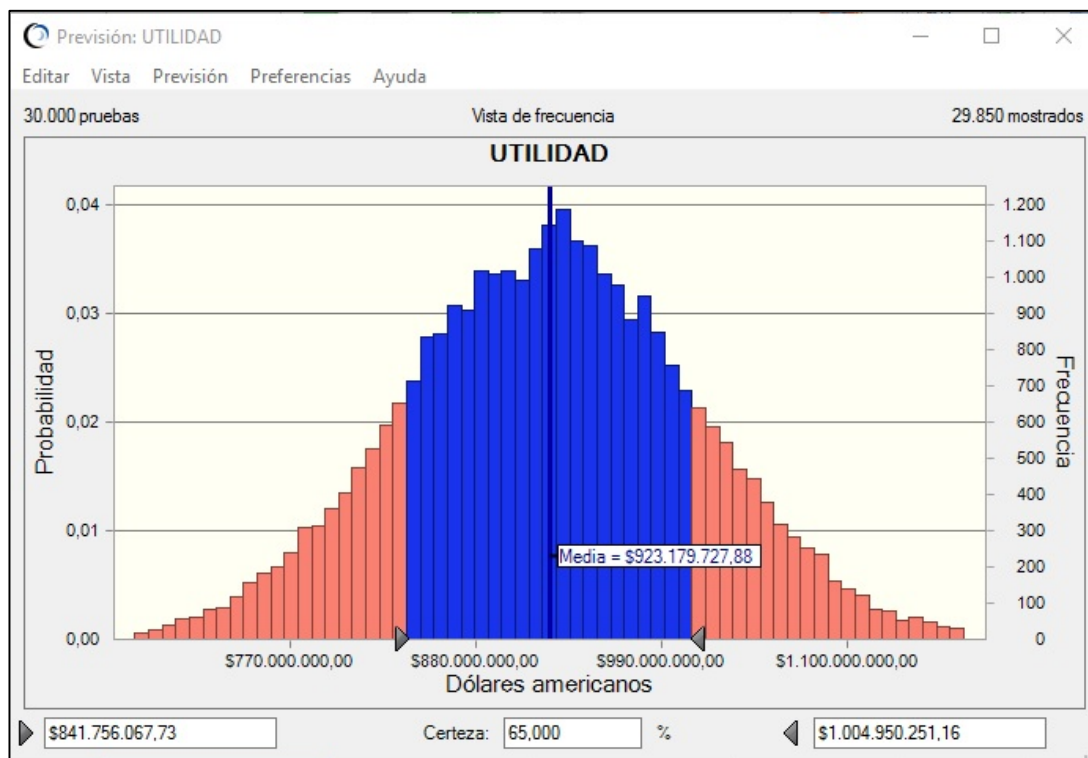
En la comparación de las estrategias se utiliza Crystal Ball para conocer si la estrategia más puntuada se compara con la utilidad establecida del último año sobre la comercialización de rosas. De acuerdo a la información en Roncacio (2011) se puede obtener los costos de producción aproximados en relación a los dos bloques de integración. La siguiente figura muestra los datos obtenidos de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) que serán introducidos para ejecutar las simulaciones en el programa Crystal Ball:

ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS				
<b>Bloque:</b>	Comunidad Andina de Naciones			
<b>Año:</b>	2016			
<b>DATOS</b>				
AÑOS	PRECIO	CANTIDAD	EXPORTACIONES	COSTO
	Dólares americanos	Toneladas	Dólares americanos	Dólares americanos
2010	\$ 5.795,67	140516	\$ 814.384.000,00	\$ 905.421,96
2011	\$ 6.180,98	142862	\$ 883.027.000,00	\$ 1.633.381,20
2012	\$ 6.099,68	147020	\$ 896.775.000,00	\$ 2.335.735,12
2013	\$ 5.814,59	168082	\$ 977.328.000,00	\$ 3.069.155,94
2014	\$ 6.787,79	157538	\$ 1.069.335.000,00	\$ 3.830.306,61
2015	\$ 5.735,78	160409	\$ 920.071.000,00	\$ 4.012.246,18
		<b>MEDIA</b>	\$ 926.820.000,00	\$ 2.631.041,17
		<b>DESV. STAN.</b>	\$ 87.600.816,50	\$ 1.232.736,97
		<b>UTILIDAD</b>	\$ 916.058.753,82	

**Figura 7 Datos de la CAN para Crystal Ball**

De acuerdo al procedimiento del Manual de Crystal Ball que se encuentra en los Anexos del presente estudio, se procede a seleccionar los datos categorizados como suposiciones en color verde y las previsiones de color celeste, en este caso la utilidad es el resultado de la diferencia entre las exportaciones del bloque y el costo de producción de rosas. Una vez

introducidos los datos se inicia el proceso de ejecución de simulaciones con una configuración de 30000 escenarios a una velocidad normal.



**Figura 8 Gráfico de Previsión de la CAN**

De acuerdo a la Figura 8, se determina que la utilidad se encuentra en un rango desde 841.3756.067,73 hasta 1.004.950.251,16 dólares americanos con un nivel de certeza del sesenta y cinco por ciento (65%). En cuanto a la media arroja un valor de 923.179.727,88 dólares americanos en donde se interpreta que la utilidad de 2015 tiene una tendencia aproximada de crecimiento para los años venideros. La Comunidad Andina de Naciones (CAN), tomando como referencia el puntaje obtenido, aplica una estrategia de diversificación que incide directamente en su utilidad la cual tiene una probabilidad alta de incremento.

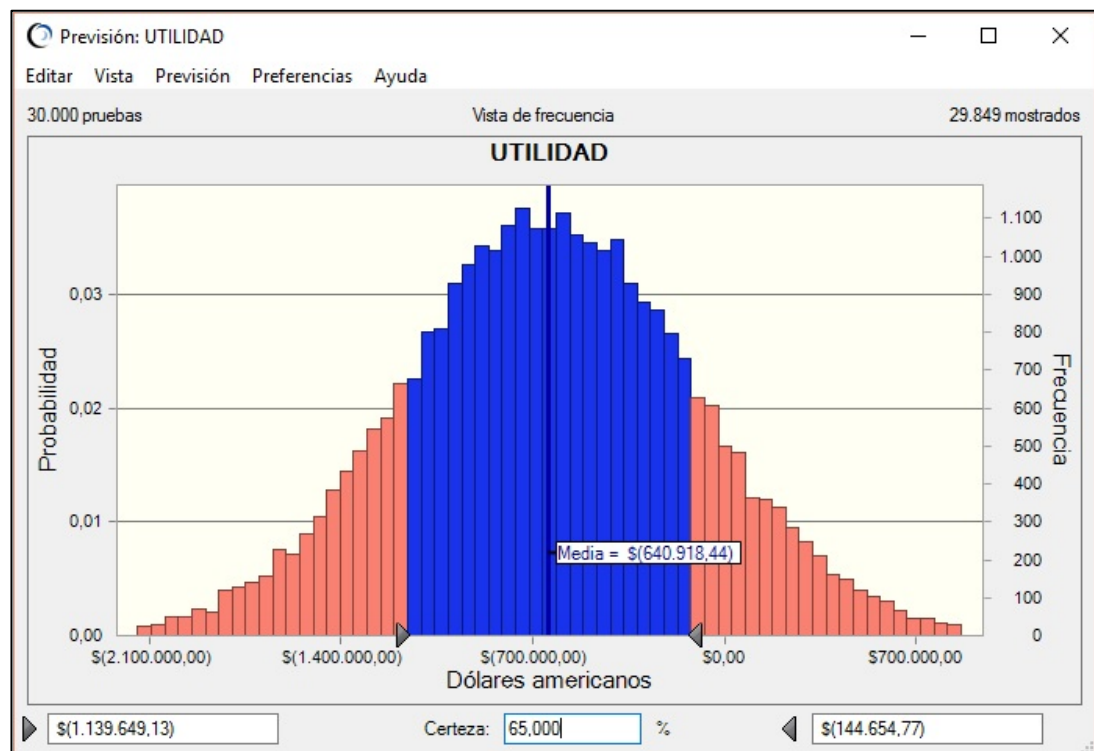
### 3.3.1.2 Mercado Común del Sur

Tomando como referencia la información de Roncacio (2011) se puede determinar los costos de producción de rosas en el Mercado Común del Sur (MERCOSUR). La siguiente figura muestra los datos para aplicación de Crystal Ball con la simulación de escenarios:

ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS				
<b>Bloque:</b>	Mercado Común del Sur			
<b>Año:</b>	2016			
DATOS				
AÑOS	PRECIO	CANTIDAD	EXPORTACIONES	COSTO
	Dólares americanos	Toneladas	Dólares americanos	Dólares americanos
2010	\$ 5.166,66	6	\$ 31.000,00	\$ 797.694,27
2011	\$ 3.550,00	20	\$ 71.000,00	\$ 908.478,05
2012	\$ 6.400,00	5	\$ 32.000,00	\$ 1.006.466,49
2013	\$ -	0	\$ -	\$ -
2014	\$ 4.000,00	1	\$ 4.000,00	\$ 1.234.290,25
2015	\$ -	0	\$ -	\$ -
		<b>MEDIA</b>	\$ 23.000,00	\$ 657.821,51
		<b>DESV. STAN.</b>	\$ 27.813,67	\$ 529.475,38
		<b>UTILIDAD</b>	\$ -	

**Figura 9 Datos del MERCOSUR para Crystal Ball**

El proceso de ejecución de Crystal Ball se inicia una vez introducidos los datos, en donde nos arroja la siguiente figura que corresponde al análisis de 30000 escenarios que inciden en la utilidad a una velocidad normal:



**Figura 10 Gráfico de Previsión del MERCOSUR**

De la Figura 10 se puede determinar que existen valores negativos tanto superior como inferior propuestos en su utilidad, se encuentra en el rango desde -1.139.649,13 hasta -144.654,77 dólares americanos, por lo que la estrategia de liderazgo en costos seleccionada a través de la Matriz de Gerencia Estratégica no da resultado en la comercialización de rosas por parte de los miembros del bloque, lo que implica una pérdida. De acuerdo a un nivel de certeza del sesenta y cinco por ciento (65%) se obtiene una media de -640.918,44 que representa el valor aproximado y más certero, si continúan en la comercialización de rosas.

### 3.4 Comparación de la Desgravación Arancelaria

Tomando en cuenta todos los acuerdos y tratados, suscritos y vigentes, con respecto a la comercialización de rosas se puede realizar una comparación entre los dos bloques de integración, de acuerdo al número de tratados firmados entre los países miembros. Por lo tanto, en la siguiente tabla se muestra la comparación en número de los acuerdos que brindan

una desgravación arancelaria de los derechos aduaneros para importaciones desde y hacia los grupos:

**Tabla 45**  
**Acuerdos CAN-MERCOSUR con Desgravación Arancelaria de rosas**

CAN		MERCOSUR	
País	N° de Acuerdos	País	N° de Acuerdos
Bolivia	13	Argentina	20
Colombia	20	Brasil	21
Ecuador	16	Paraguay	20
Perú	20	Uruguay	17
		Venezuela	18
<b>Total</b>	<b>69</b>	<b>Total</b>	<b>96</b>

De la tabla anterior se determina que el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) tiene una mayor participación en la negociación internacional de tratados con un total de 96 acuerdos que brindan desgravación arancelaria a la comercialización de rosas en forma individual. En cuanto al bloque andino, el número de acuerdos suscritos y vigentes es inferior en comparación al otro bloque, teniendo un total de 69 acuerdos que benefician a los países miembros en el comercio internacional de rosas. La diferencia es de 27 acuerdos con desgravación arancelaria en la subpartida 0603.11.00.00.

### 3.5 Comparación de Normas de Origen

De acuerdo a lo estipulado en el Capítulo II, las normas de origen se basan a cada especificación en los documentos suscritos en cada uno de los bloques. Por lo tanto, se determina la conformación de origen para que una mercancía sea procedente de un país en base a un porcentaje establecido mediante los valores que inciden en su producción o fabricación. En la siguiente tabla se muestra la comparación porcentual para que un bien pueda acogerse al régimen de origen cuando sus partes no son 100%

nacionales y con el cual se otorga el certificado que avala la procedencia de dicha mercancía:

**Tabla 46**  
**Comparación Porcentual de Normas de Origen CAN-MERCOSUR**

CAN	MERCOSUR
50% Colombia y Perú	40%
60% Ecuador y Bolivia	

De acuerdo a la Tabla 46, se puede determinar que existe un porcentaje superior de un bloque a otro para considerar a un bien originario en la relación de la sumatoria del Coast, Insurance & Freight (CIF) y el valor Free On Board (FOB) de exportación, en donde el bloque andino es más riguroso en cuanto a la conformación de un bien nacional para que se pueda acoger a las desgravaciones arancelarias mediante el documento de origen. En cambio el bloque del Cono Sur, no exige un valor relativamente alto para la conformación del origen de las mercancías.

### **3.6 Comparación de Medidas de Defensa Comercial**

De acuerdo a la información presentada en el Capítulo II sobre medidas de defensa comercial, se puede determinar que los miembros de cada bloque tienden a aplicar medidas para proteger su industria y exportaciones, como ante un posible comercio desleal. Cabe recalcar que el bloque que aplique menos medidas de defensa comercial tiene un porcentaje mayor en cuanto a su ventaja competitiva, ya que no limita la comercialización de bienes y servicios. Sin embargo, dichas medidas de defensa comercial no afectan a la subpartida de las rosas 0603.11. En la siguiente tabla se muestra la comparación de las medidas de defensa comercial vigentes en los dos bloques de integración:

**Tabla 47**  
**Comparación de Medidas de Defensa Comercial CAN-MERCOSUR**

MEDIDAS	CAN	MERCOSUR
Salvaguardias	2	2
Antidumping	1	5
Derechos Compensatorios	0	1
Subvenciones	0	0
Otros	1	0
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>8</b>

La tabla 47 muestra una comparación numérica en cuanto a la aplicación de medidas de defensa comercial entre los dos bloques. En el caso de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), se denota un número menor de medidas con respecto al Mercado Común del Sur (MERCOSUR). Si se analiza las medidas salvaguardias, se puede interpretar que en ambos bloques existe una aplicación vigente que afectan a ciertas subpartidas limitando el proceso de importación; en cuanto a las medidas antidumping, existen investigaciones a ciertas subpartidas provenientes de determinados países que son aplicados mayoritariamente por parte del Mercado Común del Sur (MERCOSUR). Venezuela es actualmente el único país dentro del bloque del Cono Sur, que aplica derechos compensatorios como medida de protección. Por otro lado, no existen subvenciones vigentes por parte de los países. En el caso peruano, tiene una medida no categorizada dentro de las de defensa comercial antes mencionada, en donde se aplica la Decisión 415 que hace referencia a una posible distorsión en cuanto a desgravación arancelaria entre los países miembros de la comunidad Andina de Naciones (CAN).

## CAPÍTULO IV

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 4.1 Conclusiones

La comercialización internacional de rosas es una actividad que se realiza en una gran proporción en la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y en menor magnitud en el Mercado Común del Sur (MERCOSUR), puesto que el bloque andino cuenta con una ventaja competitiva para que éste producto sea aceptado en el mercado mundial. Primero, debido a su cantidad de producción que compensa la oferta exportable y segundo, por la calidad de rosas que se producen en la región, tomando en cuenta diversos factores y variables como son el clima y la ubicación geográfica, en comparación al bloque del Cono Sur que principalmente realiza importaciones de rosas para cubrir la demanda interna.

De acuerdo a la comparación realizada entre los aranceles aplicados por los dos bloques de integración, se puede concluir que no existe una diferencia significativa, ya que los porcentajes de ad-valorem se compensan de alguna manera de un país a otro debido al análisis de varianza realizado, en el cual se determina que la comparación de medias es casi igual, por lo tanto, el factor arancel no es muy relevante en la comparación de los dos bloques. Sin embargo, si sería relevante la comparación del arancel dentro de cada bloque, ya que se tiene una diferencia significativa entre cada país en el caso de la Comunidad Andina de Naciones (CAN). Por otro lado, el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) aplica un Arancel Externo Común (AEC) de diez por ciento (10%) a excepción de Paraguay con un arancel de veinticinco por ciento (25%) debido a que es considerado un país con un menor desarrollo económico relativo.

En relación al análisis de estrategias se puede concluir que, por un lado la Comunidad Andina de Naciones (CAN) utiliza una estrategia eficaz



para la comercialización internacional de rosas, siendo ésta la de diversificación, que consiste en la venta de diversos productos en diferentes mercados, teniendo a la rosa como la principal opción a nivel internacional, que con el paso del tiempo le ha generado una rentabilidad creciente considerándose dentro de un perfil agresivo característico de países que tienen una ventaja competitiva alta. Sin embargo, se determinó que el bloque puede contrarrestar ciertos factores externos que le permitan de alguna manera posicionarse como el bloque líder en la comercialización de rosas. Por otro lado, el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) utiliza la estrategia de liderazgo en costos que influye de gran manera en el sector secundario más no en la producción de rosas; es así que, este bloque es considerado como un grupo importante en el desarrollo de la economía, pero su enfoque de comercialización no se encuentra ligado netamente al sector florícola. Cabe recalcar que Brasil exporta rosas en pequeñas cantidades comparado con los demás miembros en el bloque. Dicho grupo, tiene una mayor generación de oportunidades que le permiten afrontar el ambiente interno de una manera favorable.

La desgravación arancelaria existente en los bloques de integración ayuda de una manera significativa al comercio internacional de rosas, principalmente por todos los acuerdos suscritos entre países de los dos bloques CAN-MERCOSUR y con países externos. En la Comunidad Andina de Naciones (CAN), los acuerdos se negocian en forma bilateral en donde influye netamente la ideología de cada país signatario, por ende lo convierten en una zona de libre comercio entre los países miembros, pero no para negociaciones a nivel internacional como un bloque de integración total. En cuanto al Mercado Común del Sur (MERCOSUR), la comparación es extensa debido al número de acuerdos suscritos y a las acciones que realizan los países miembros, ya que los acuerdos son firmados de una forma multilateral lo que permite un beneficio a todos los países en materia de cooperación económica y arancelaria, considerándose como el bloque con mejor opción para afianzar el comercio internacional.

Las rosas pertenecen al sector primario, el cual no exige un proceso de transformación, por lo que se consideran originarias del país en donde se cosechan o recolectan. En materia de Origen, no existe una diferencia significativa entre los dos bloques de integración en cuanto a la forma de cálculo del origen de un bien industrializado, la Comunidad Andina de Naciones (CAN) exige el cincuenta por ciento (50%) para Colombia y Perú; y el sesenta por ciento (60%) para Ecuador y Bolivia como requisito específico de origen para mercancías que puedan sufrir algún tipo de transformación. En cuanto al Mercado Común del Sur (MERCOSUR), exige el cuarenta por ciento (40%) como norma de origen; en donde se considera a éste bloque con la mejor opción para acogerse a desgravaciones arancelarias ya que no existe un parámetro de origen alto en la comercialización de un bien.

En cuanto a la defensa comercial, la Comunidad Andina de Naciones (CAN) y del Mercado Común del Sur (MERCOSUR) aplican ciertas medidas de protección como son las investigaciones antidumping y salvaguardias para proteger a su industria y comercio, netamente a ciertas subpartidas arancelarias. En el caso de las rosas, las mayores medidas de protección aplicadas son las salvaguardias que afectan directamente a su comercio internacional, hablando específicamente en el caso del Ecuador.

Finalmente, en base a factores como: operación comercial, aranceles, proteccionismo, estrategias, liberación de derechos y normas de origen, se puede concluir que el bloque que lidera la comercialización internacional de rosas es la Comunidad Andina de Naciones (CAN), teniendo en cuenta variables cuantitativas y cualitativas que inciden en la comparación con su par el Mercado Común del Sur (MERCOSUR). A través de la simulación de escenarios, se determinó que el grupo tiene una gran factibilidad para la exportación e importación de rosas, forjando una utilidad creciente. Los países exportadores líderes en Sudamérica son: Ecuador y Colombia, con una gran participación en el mercado internacional de rosas.

## 4.2 Recomendaciones

Se recomienda a la Comunidad Andina de Naciones (CAN) que continúe con sus operaciones comerciales de rosas, ya que es un producto muy demandado a nivel mundial por sus características y calidad anteriormente mencionadas; adicionalmente se deben considerar a otros productos en cuanto a materias primas que están teniendo una gran participación en el mercado internacional, es por ello que al ser un líder en la región tiene un gran mercado creciente lo cual se debe aprovechar para seguir generando utilidades. En cuanto al Mercado Común del Sur (MERCOSUR) se recomienda que no se fomente la producción de rosas en los países miembros ya que de acuerdo al análisis realizado se proyecta una utilidad decreciente o pérdida; se recomienda enfocarse en los procesos de industrialización como ya lo vienen haciendo hace unas décadas.

Con respecto a los aranceles, se recomienda aplicar el Arancel Externo Común (AEC) en la subpartida rosas para todos los países miembros del MERCOSUR sin excepción. En el caso del bloque Andino, se debería establecer un arancel promedio para de ésta manera se pueda facilitar el comercio internacional de rosas.

Para el caso de las estrategias, la recomendación se enfocaría a la concentración y exportación de rosas en el caso de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) ya que las rosas son consideradas como el producto estrella que es muy demandado internacionalmente. En el caso del Mercado Común del Sur (MERCOSUR) se recomienda buscar una estrategia óptima no genérica que no le implique pérdidas al momento de aplicarla.

La Comunidad Andina de Naciones (CAN) y el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) deben aprovechar las desgravaciones arancelarias que se encuentran vigentes específicamente en la subpartida de las rosas, para que se puedan incrementar sus operaciones comerciales con otros países.

Se recomienda a ambos bloques disminuir o eliminar medidas que afecten el normal funcionamiento del comercio internacional, en este caso

las salvaguardias vigentes que afectan directamente a la importación de rosas. Se sugiere mejorar el procedimiento de acciones de control posterior que ayuden en el incremento de la comercialización internacional de rosas entre los dos bloques y el mundo.

Se recomienda al Ecuador permanecer en la Comunidad Andina de Naciones (CAN) para no perder la tendencia creciente en cuanto a la comercialización de rosas y otros productos destacados para expandir sus mercados a través de la negociación de diversos acuerdos de forma bilateral y multilateral, como lo está haciendo con la Unión Europea.

Como recomendación final, cabe mencionar que si se fusionan los dos bloques de integración, constituirían un gran mercado que puede liderar el comercio internacional, ya que la suma de factores característicos de cada uno de los países puede incidir directamente en la compra y venta internacional de bienes y servicios. Sin embargo, de acuerdo a las políticas o ideologías de cada Estado se deberían analizar los pros y contras de lo que conlleva a la consolidación de un gran bloque sudamericano.

## RECURSOS UTILIZADOS

Tipo	Detalle	
<b>Técnicos</b>	Crystal Ball	\$ 80,00
	Valor por suscripción a bases de datos \$ 80,00	
<b>Infraestructura o equipo</b>	Computadora e impresora \$20(mensual)x 3	\$ 60,00
<b>Materiales</b>	Impresiones	\$ 20,00
	CD	\$ 3,00
<b>Total USD \$</b>	<b>\$243,00</b>	

## BIBLIOGRAFÍA

- Asociación Latinoamericana de Integración. (2015). *Sistema de Información de Comercio Exterior*. Obtenido de [http://consultawebv2.aladi.org/sicoexV2/jsf/arancel\\_vigente\\_menugroup.seam](http://consultawebv2.aladi.org/sicoexV2/jsf/arancel_vigente_menugroup.seam)
- Celv, A. (1999). Metodología de los Escenarios para Estudios Prospectivos. *DIALNET*, 26-36.
- Cevallos Tapia, D. A. (2012). *Plan de negocios para una exportadora ecuatoriana*. Quito-Ecuador.
- Checa Sánchez, A. (2001). Semejanzas y diferencias : Comunidad Andina / Mercosur y relaciones entre ambos grupos de integración. *Revista Espacio y Desarrollo*.
- Cornejo Ramírez, E. (2005). Las negociaciones para un tratado de libre comercio entre el Perú y Estados Unidos. Oportunidades y desafíos. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNMSM*, 111-136.
- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. (2014). *PROECUADOR*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2014/06/Ficha-T%C3%A9cnica-Kazajistan-Jun-2014.pdf>
- Federación Española de Cámaras del Libro. (2000). *Manual de Comercio Exterior del libro web*. Madrid: FEDECALI.
- Francés, A. (2006). *Estrategia y Planes para la empresa con el Cuadro de Mando Integral*. México D.F.: Pearson.
- Garnelo, V. (1998). *Evolución institucional y jurídica del MERCOSUR*.
- Guayasamín Segovia, C. F. (2011). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Quito: Edarsi Editores.
- Hax, A., & Majluf, N. (2004). *Estrategias para el liderazgo competitivo*. Buenos Aires: Granica S.A.
- Hernández Sampieri, e. a. (2003). *Metodología de Investigación*. México D.F.: Mc Graw Hill.
- Krugman, P. R. (2006). *Economía Internacional, teoría y política (7a ed.)*. Berkeley: Pearson.
- López, L. (13 de Mayo de 2013). *Blogspot*. Obtenido de <http://enfoquecuantitativopositivismo.blogspot.com/2013/05/enfoque-cuantitativo-de-la-investigacion.html>
- Lozada, J. (2014). Investigación aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria. 34-39.
- Mantilla, G. P. (2001). *Código de la Comunidad Andina*. Eumed.net.

- Marketing Publishing Center, Inc. (1990). *La estrategia básica del Marketing*. Madrid: Díaz de Santos, S. A.
- Mercado, S. (2007). *Comercio Internacional II*.
- Organización de Estados Americanos. (2016). *Sistema de Información de Comercio Exterior*. Obtenido de <http://www.sice.oas.org>
- Organización Mundial del Comercio. (2006). *Convenio de Kyoto Revisado*. Kyoto.
- Ríos, S. (1995). *Modelización*. Alianza Universidad.
- Sabino, C. (1992). *El Proceso de Investigación*. Caracas-Venezuela: Panapo.
- Salazar Zárate, V. (2008). La convergencia entre la CAN y el MERCOSUR, y la naciente UNASUR: ¿Luz al final del camino? *Revista de la Integración*, 152.
- Samuelson, P., & Nordhaus, W. (2010). *Economía*. México D.F.: Mc Graw Hill.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013-2017). *Plan Nacional para el Buen Vivir*. Obtenido de [http://issuu.com/buen-vivir/docs/6\\_objetivo\\_12\\_fundamento\\_y\\_diagnost#download](http://issuu.com/buen-vivir/docs/6_objetivo_12_fundamento_y_diagnost#download)
- Subgerencia Cultural del Banco de la República. (2015). Obtenido de [http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/sectores\\_economicos](http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/sectores_economicos)
- Universidad Pedagógica Experimental Libertador. (2003). *Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales*. Caracas-Venezuela: Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.