



Yura: Relaciones internacionales

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio

Revista electrónica ISSN: 1390-938x

Nº 11: Julio - septiembre 2017

Análisis prospectivo de la exportación de rosas en el mercado ruso pp. 115-134

Espinosa Veintimilla, Jheimy Elizabeth

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE

Sangolquí - Ecuador

Av. Gral. Rumiñahui s/n

jepinosa2012@hotmail.es

Resumen

El presente estudio se desarrolló con el objetivo de realizar un análisis prospectivo en la relación comercial de exportación de rosas ecuatorianas hacia el mercado ruso, utilizando como unidad de análisis a criterio de expertos en vista de que por tratarse de un método predictivo se consideró como elemento fundamental las relaciones de dependencia e influencia, la experiencia de los operadores de comercio internacional que habitualmente realizan su negociación con los clientes del mercado de destino. Se aplicó la técnica prospectiva a través de la herramienta MICMAC y se concluyó que las dimensiones de durabilidad en florero, variedades de color, tamaño del botón, largo de tallo e imagen país, son consideradas las de mayor influencia, es decir, aquellas variables estratégicas del sistema que ejercen un mayor efecto dinamizador sobre el resto, en tanto que criterios como el de temporadas y punto de corte originan dependencia en la decisión de negociación.

Palabras clave: Comercio internacional, exportaciones, rosas ecuatorianas, mercado ruso

Abstract

The present study was developed with the objective of a prospective analyze in the relation of the commercial exportation of Ecuadorian roses going to the Russian market, using as an analyzing unit the criteria of experts, since it's not a predictive method, in which was considered as a fundamental element the relations of dependency and influence, the expertise of the international commerce users, that frequently realize their business with customers of that market. It was applied the prospective technic through the MICMAC tool and the conclusion was that the dimensions of durability in a flower vase, the color varieties, size of the bud, length of the stem and the representation of the country, are considered the one's with the most influence, meaning, that those strategic variables of the system that have a bigger dynamic effect over the others, while criteria's such as season and the cut originated a dependency in the negotiating decision.

Keywords: International trade, exports, ecuadorian roses, russian market

Durante estos últimos años a la economía ecuatoriana le influyeron una serie de factores que han dado lugar a que se haya detenido el crecimiento logrado en años anteriores, con una profundización de su balanza comercial negativa, un incremento del déficit fiscal, mayor endeudamiento externo..., entre otros, situación que obliga a que se desarrollen de forma más acelerada acciones que ayuden a superar el modelo económico histórico bajo el cual se concebía al Ecuador como un proveedor de materias primas al mercado internacional y como importador de bienes y servicios.

Además la situación económica mundial ha influido, con sus diferentes actores y realidades haciendo que las expectativas futuras del sector florícola se hayan tornado complicadas, siendo el destino ruso el de mayor afectación. “La devaluación del rublo ha perjudicado al sector. Durante el 2014, la moneda de ese país europeo se devaluó cerca del 80% lo que llevó a que los productos importados se vuelvan más caros” (Arauz, 2016, pág. 11). Razón, del porqué las ventas a Rusia y hacia los países del bloque de la ex-Unión Soviética bajaron en el último semestre de 2015.

Ante esta realidad, cabe preguntarse cuál será la probable evolución del posicionamiento de las rosas ecuatorianas en el mercado de la Federación Rusa, tomando como base el propio proceso de desarrollo del sector floricultor ecuatoriano durante los últimos años, a razón de la dinámica de globalización, intercambio de divisas, geopolítica mundial, así como a las acciones de colaboración entre países que han influenciado en la producción nacional.

En la actualidad la importancia del comercio internacional en el crecimiento económico se ha tornado de sumo interés para los países, “la economía lucrativa en la que vivimos, se desenvuelve a través del proceso del cambio que lo comercializa todo, hecho por el que adquiere importancia significativa el estudio del comercio” (Torres, 2005, pág. 11).

Por tanto, el término comercio puede definirse de manera general como:

La actividad económica de intercambiar bienes, valores, servicios y conocimientos entre dos o más personas, en una sociedad donde se compran, se venden o se cambian mercaderías que han sido producidas para el consumo..., es decir, que por comercio internacional se entiende el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera que se dé origen a salidas de mercancía de un país (exportaciones) y entradas de mercancías procedentes de otros países (importaciones) (Caballero & Padín, 2006).

Remontándose a la historia son distintas las corrientes económicas que tratan sobre el comercio internacional, así:

La teoría clásica del comercio internacional tiene sus raíces en la obra de Adam Smith que plantea la interacción entre comercio y crecimiento económico. Según los principios establecidos en sus obras, los distintos bienes deberán producirse en aquel país en que sea más bajo su costo de producción y desde allí, exportarse al resto de las naciones. Por tanto define la denominada “ventaja absoluta” como la que tiene aquel país que es capaz de producir un bien utilizando menos factores productivos que otros, es decir, con un costo de producción menor. Defiende además el comercio internacional libre y sin trabas para alcanzar y dinamizar el proceso de crecimiento económico, y este comercio estaría basado en el principio de la ventaja absoluta y asimismo cree en la movilidad internacional de factores productivos (Vizcaíno, 2009, pág. 73).

A principios del siglo XIX, David Ricardo desarrolla la teoría de la ventaja comparativa, en la cual explica que para que el comercio internacional sea beneficioso para los países, cada nación debe especializarse en la exportación de aquellos bienes en los cuales posea una ventaja comparativa, es decir, los bienes que produzca con un menor costo relativo comparado a otros países; así mismo, importarán los bienes en los cuales sean menos eficientes (Rodríguez, 2016).

El comercio internacional otorga a las naciones oportunidades que deben ser aprovechadas, por ende los gobiernos son los llamados a establecer políticas y estrategias que permitan una mejor inserción internacional y de ésta manera se tornen altamente competitivos.

El proceso de intercambio comercial entre los pueblos ha existido desde tiempos ignotos, pero su evolución ha dependido de las políticas comerciales aplicadas en cada uno de ellos. La verdadera expansión del comercio internacional es el resultado de la globalización de las economías: las fábricas se ubican donde las ventajas comparativas son atractivas (Berumen, 2006, pág. 197).

Bajo este contexto el libre comercio permite el acceso a mercados bajo condiciones de liberalización arancelaria y con un flujo normal y abierto entre diferentes países.

La influencia de la teoría del libre comercio nos indica que existe un intercambio de productos sin restricciones, ya que cada país se especializa en los bienes que produce de manera más eficiente; al final las naciones acertarán que sus oportunidades de consumo se aumentarán debido a la especialidad y el intercambio.

El crecimiento y ampliación de los mercados ayuda a que ingresen capitales, personas y nuevas tecnologías al sector floricultor del Ecuador que permiten, un estímulo para la especialización de la industria fomentando niveles de competitividad más altos entre Rusia y

Ecuador mediante la integración a través de la firma de tratados de libre comercio o la ejecución de acuerdos preferenciales entre países.

Un tratado o acuerdo comercial se define como “un acuerdo entre países para concederse determinados beneficios mercantiles de forma mutua” (Sulser, 2016).

Los acuerdos comerciales son el camino a la integración entre países que permiten un desempeño comercial propicio, lo cual genera beneficios satisfactorios para éstos. Además deben ser considerados como instrumentos que deben ser aprovechados al máximo, siempre y cuando se apliquen políticas adecuadas que direccionen hacia el desarrollo y bienestar de las economías.

En el estudio se pretende identificar las diferentes variables que influyen en el proceso productivo y comercial del sector florícola, siendo éstas en temas de producto, libre competencia, logística, oportunidades comerciales, liberalización del comercio de mercancías, normas y reglamentos técnicos, aduanas y requisitos fitosanitarios.

Método

Modelo de estudio

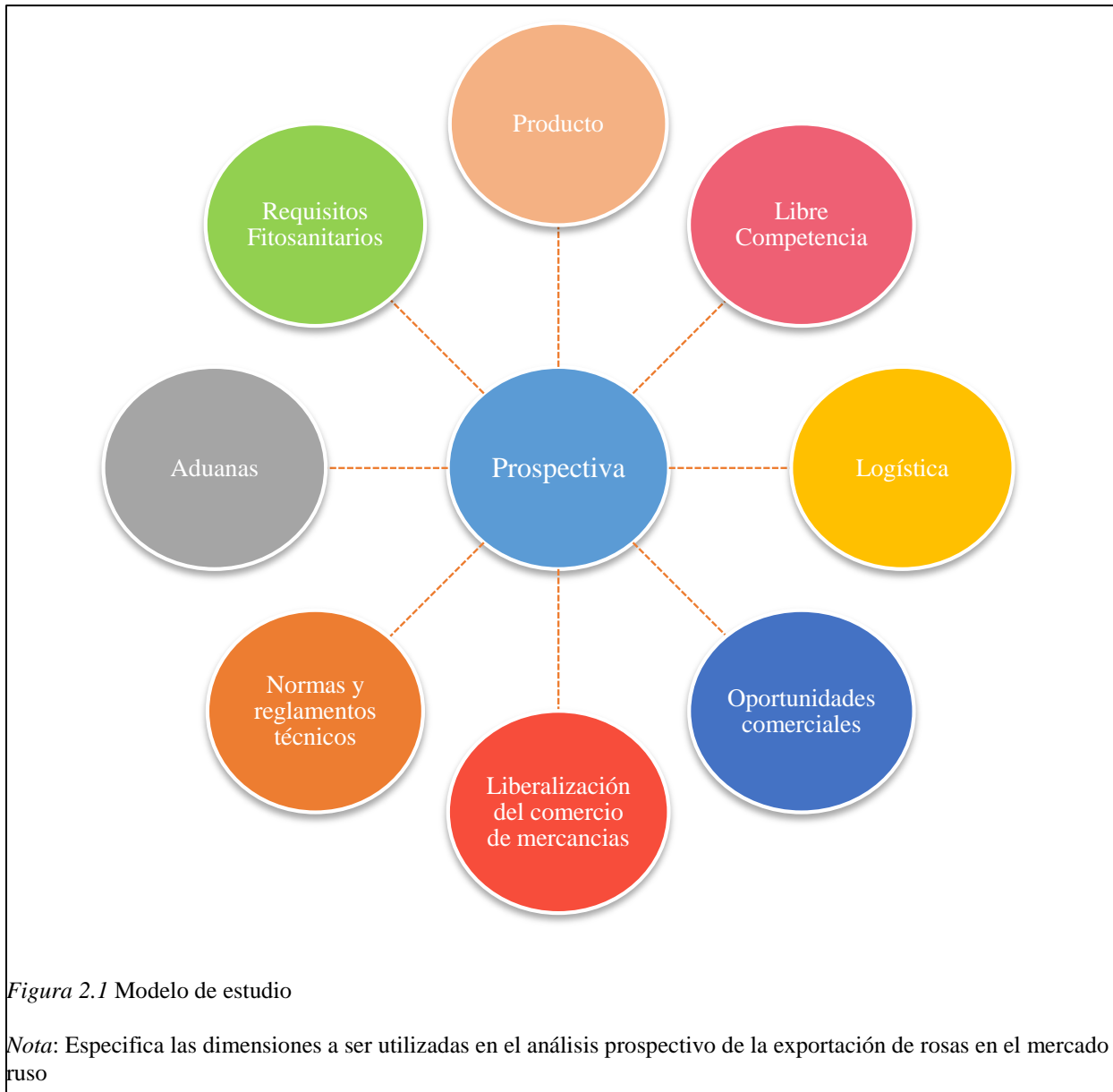


Figura 2.1 Modelo de estudio

Nota: Especifica las dimensiones a ser utilizadas en el análisis prospectivo de la exportación de rosas en el mercado ruso

En la propuesta del modelo de estudio se definen cada una de las variables a continuación:

El producto es un bien que puede ser ofrecido a un mercado con el fin de satisfacer una necesidad, la rosa es el producto más cotizado y de mayor demanda a nivel mundial principalmente del mercado ruso por su superioridad en calidad y diversidad de variedades. Entre los atributos importantes de este bien tenemos:

- Color
- Tamaño de botón
- Largo de tallo
- Punto de corte
- Follaje
- Libre de plagas y enfermedades

Además de estas características se consideran otras como son: empaque, marca, servicios, los cuales son percibidos por sus compradores (reales y potenciales) como capaces de satisfacer sus necesidades o deseos.

En la libre competencia, la libertad de decisión entre oferta y demanda de bienes y servicios por los agentes económicos, permite a las empresas ser más eficientes, innovar y mejorar continuamente la calidad de sus productos con el fin de atraer la preferencia de los consumidores.

La logística forma parte de la actividad de una empresa que tiene como objetivo el flujo de productos terminados desde las fuentes de aprovisionamiento hasta el consumidor final, la rosa destinada al mercado ruso inicia desde el momento de corte de la misma hasta que llegue a post-cosecha en donde son clasificadas de acuerdo a los parámetros exigidos por el país de destino para luego ser empacada en ramos en un estándar de 25 tallos cumpliendo las medidas de

hidratación, se procede al empaque de los ramos en cajas de cartón, es importante para el cliente ruso que en la caja se pueda transportar la mayor cantidad de ramos puesto que el costo de transporte es asumido por el cliente.

Es vital garantizar la cadena de frío desde la post-cosecha hasta que llegue a las agencias de carga para mantener la calidad del producto, a través de camiones enfriadores y bodegas con cuartos fríos, incluso en los aeropuertos

123

Las oportunidades comerciales, que se presentan con la Federación Rusa son de gran valía puesto que el mercado de rosa ecuatoriana abarca aproximadamente el 40% del mercado total, superando con creces a sus competidores más inmediatos como Colombia y Holanda, esta ventaja es fundamentada por la calidad de la flor que se ve reflejada en su durabilidad que puede llegar hasta 21 días en florero.

Liberalización del comercio de mercancías, es la reducción o eliminación de los porcentajes arancelarios.

En lo referente a materia de preferencias arancelarias Rusia otorga un beneficio del 25% adicional de la tasa arancelaria a los países que se encuentren en vías de desarrollo, mientras que a los países menos adelantados ofrece un tasa de 0% de arancel. Ecuador al ser un país en vías de desarrollo se beneficia de un 25% de disminución arancelaria para la nacionalización de sus productos (Oficina Comercial del Ecuador en Moscú, PROECUADOR, 2017).

Las normas y reglamentos técnicos, a las que deben someterse las rosas ecuatorianas para ser aceptadas como un producto importado en Rusia, son verificadas por la Agencia Federal de Regulación Técnica y Metrología, que otorga el certificado de conformidad con las normas GOST R; este es un sistema de normas de calidad técnicas y nacionales rusas.

La aduana es un lugar situado en las fronteras, puertos encargada de controlar el movimiento de bienes que se exportan e importan cobrando impuestos y tasas arancelarias de rigor. Para el ingreso de mercadería el Servicio Federal Aduanero requiere documentación como certificados fitosanitarios, Cartas de transporte aéreo, facturas, actas de revisión aduanera, etc.

Los requisitos fitosanitarios se expiden para indicar que los envíos de productos vegetales reglamentados cumplen con los requisitos fitosanitarios de importación o exportación. Este es emitido en origen por AGROCALIDAD que para el caso de Rusia, se exige el cumplimiento de los protocolos de ornamentales libres de presencia de Thrips, solicitado por el Ministerio de Agricultura de Rusia.

Para la investigación planteada se aplicará un análisis prospectivo, aplicando las siguientes fases:

1. La definición del problema y la elección del horizonte.

Plantear un escenario prospectivo del sector alrededor de las dimensiones de: producto, libre competencia, logística, oportunidades comerciales, liberalización del comercio de mercancías, normas y reglamentos técnicos, aduanas y finalmente requisitos fitosanitarios para determinar su influencia.

2. La construcción del sistema y la identificación de las variables claves.

El sistema estará constituido por las interacciones existentes entre las distintas dimensiones ya mencionadas. Se identificarán y analizarán las variables claves que ejerzan influencia al problema en estudio.

3. La recopilación de datos y la elaboración de las hipótesis.

Ver Apéndice 1 que corresponde al instrumento utilizado para la recopilación de datos.

La hipótesis planteada consiste en que las dimensiones de influencia en la exportación de rosas hacia el mercado ruso son: preferencia de rosa ecuatoriana, largo de tallos, tamaño de botón.

4. La construcción, a menudo con forma de arborescencia de los futuros posibles.

El análisis estructural a través de la herramienta MICMAC permitirá establecer la relación entre las variables y además analizar las influencias y dependencias para entender la evolución del sistema y predecir su comportamiento futuro; para ello se asignará una calificación de 1 a 3 en donde: (1) Débil influencia; (2) Mediana influencia; (3) Influencia fuerte, lo cual logrará confirmar la importancia de ciertas variables.

125

5. La selección de estrategias.

Para tal efecto, se seleccionará aquellas de mayor preponderancia las estrategias adecuadas para poder insertar el producto en el mercado ruso.

Resultados

El análisis prospectivo aplicado a la exportación de rosas en el mercado ruso permitió obtener información que nos ayuda a entender la interacción entre las diferentes dimensiones o variables, que operan en el sistema comercial de la floricultura ecuatoriana frente al nicho de mercado ruso.

Estas dimensiones han sido evaluadas para determinar el grado de influencia y dependencia, dentro del entorno en el que se desarrollan.

A través de la herramienta MICMAC fueron ingresadas las variables para obtener la matriz de impactos cruzados descrita a continuación:

Tabla 3.1 Matriz de impacto

	15: Ventaja comercial No plagas/enfermedades	14: Cumple regulaciones fitosanitarias	13: Revisión arancelaria incrementa exportaciones	12: Deben cumplir con normativa técnica	11: Ventaja competitiva arancelaria	10: Temporada Día de la mujer	9: Temporada inicio de clases	8: Durabilidad en florero de 15 a 21 días	7: Prefiere transporte aéreo	6: Preferencia rosas ecuatorianas	5: Punto de corte 4 a 5	4: Variedades color blanco	3: Variedades color rojo	2: Tamaño de botón 6 a 8 cm	1: Largo de tallo 70 a 1.20 cm
1 : Largo de tallo 70 a 1.20 cm	0	3	3	3	3	3	3	0	2	3	3	3	3	3	3
2 : Tamaño de botón 6 a 8 cm	3	0	2	2	3	3	3	0	0	3	3	3	3	3	3
3 : Variedades color rojo	3	3	0	0	1	2	0	1	2	3	3	3	3	3	3
4 : Variedades color blanco	3	3	0	0	1	2	0	1	2	3	3	3	3	3	3
5 : Punto de corte 4 a 5	0	3	0	0	0	3	0	3	1	1	0	0	0	0	0
6 : Preferencia rosas ecuatorianas	3	3	3	3	0	0	0	3	1	1	3	3	3	3	2
7 : Prefiere transporte aéreo	0	0	0	0	0	3	0	3	3	3	0	0	0	0	0
8 : Durabilidad en florero de 15 a 21 días	3	1	1	1	3	3	3	0	3	3	0	0	0	0	0
9 : Temporada inicio de clases	3	3	2	2	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0
10 : Temporada Día de la mujer	3	3	2	2	2	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0
11 : Ventaja competitiva arancelaria	2	2	2	2	2	3	0	0	0	0	0	0	3	0	0
12 : Deben cumplir con normativa técnica	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0
13 : Revisión arancelaria incrementa exportaciones	2	2	2	2	2	3	0	0	2	2	3	0	0	0	0
14 : Cumple regulaciones fito sanitarias	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
15 : Ventaja comercial No plagas/enfermedades	0	0	0	0	0	2	0	0	1	1	1	1	1	1	3

© UPSOR-EPITA-MICMAC

Nota: Evaluación de las relaciones por pares de variables

Seguidamente tenemos el plano de influencias y dependencias directas que se obtiene del software MICMAC:

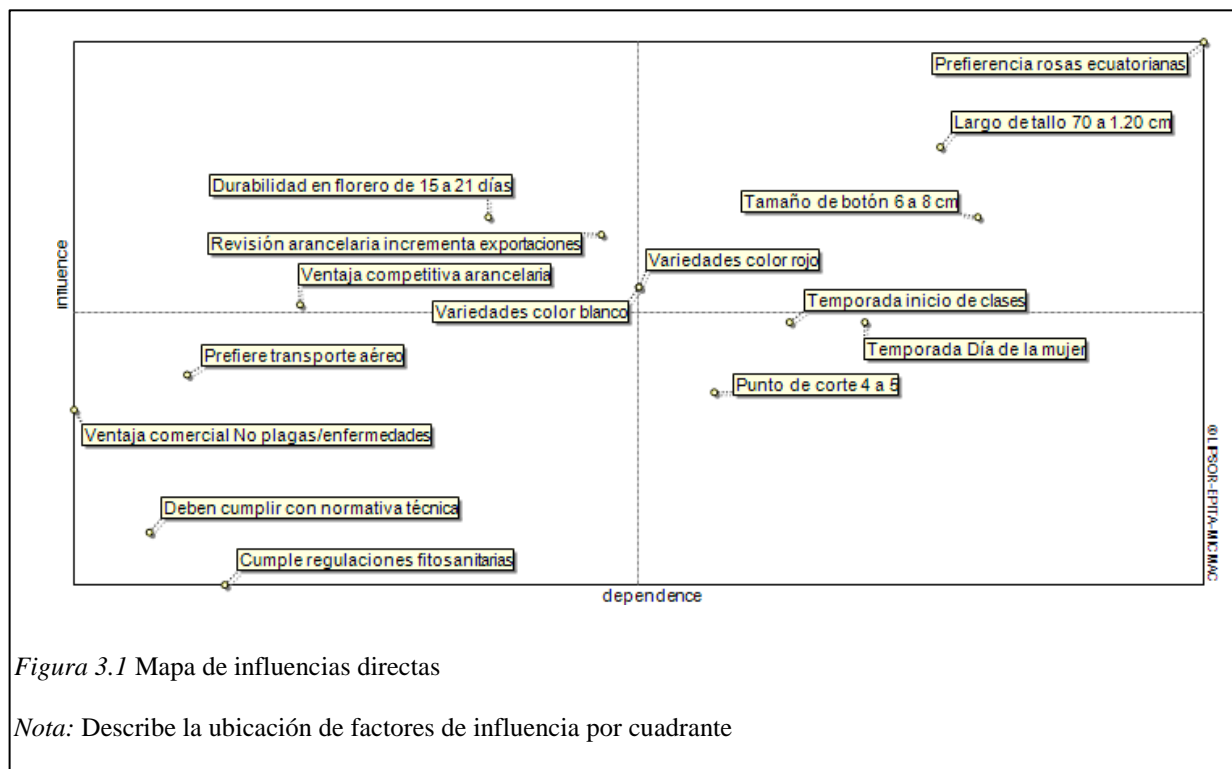


Figura 3.1 Mapa de influencias directas

Nota: Describe la ubicación de factores de influencia por cuadrante

En el primer cuadrante que corresponde a la parte superior izquierda del plano; perteneciente a la zona de poder se puede observar que existen tres tendencias que nos ayudarán a definir los principales escenarios a tomar en cuenta para generar estrategias que fortalezcan al sector floricultor, además que cuenta con dos variables de tipo regulador en el centro del plano que influyen en el cumplimiento de los objetivos pretendidos, es decir son altamente influyentes en la exportación del producto y no dependen de otros factores.

Las variedades de color rojo y blanco, son muy apetecidas por el consumidor de flores a razón de que tienen un significado de belleza y son utilizados en ceremonias de bodas y ocasiones especiales, incorporando además un plus adicional como lo es la mayor duración de las rosas en florero.

Esto hace que la producción ecuatoriana de rosas de este tipo de colores, sean muy solicitada, y este consumo masivo permite ventajas competitivas arancelarias que dispone el Ecuador con la Federación Rusa, al ser un país en vías de desarrollo y además que podría ser una punta de ancla para futuras negociaciones de revisión de tarifas arancelarias.

Son variables que según su evolución, a lo largo del periodo de estudio se convierten en freno o motor del sistema, es decir, pudieran ser propulsoras o inhibidoras del sistema.

En el caso de las relaciones comerciales entre Ecuador y Rusia, se hace fundamental para tener una verdadera ventaja competitiva arancelaria y que potencialice el sistema, que se formalicen acuerdos o tratados fructíferos que determinen a mediano o largo plazo, tasas de desgravamen gradual, que fortalezcan los lazos de amistad y de socios de negocios, pues la rosa ecuatoriana como tal es el nexo de crecimiento económico no solo directo sino que abre una gama de posibilidades indirectas con los demás países socios de la Unión Económica Euroasiática de la cual hace parte la Federación Rusa y es el principal asociado estratégico luego de Estados Unidos de la esfera productiva de la producción de rosas de corte para exportación de Ecuador.

En el segundo cuadrante que corresponde a la parte superior derecha del plano, perteneciente a la zona de conflicto; se ubican las variables de caracterización de producto como son la preferencia tallos con longitudes superiores a 70 cm y un tamaño de botón que oscile entre 6 a 8 cm siendo de alta influencia en las exigencias del mercado ruso, y que hayan logrado que la rosa ecuatoriana sea la de mayor elección por el cliente ruso y permite que sean éstas las ventajas competitivas que lleven a una alta dependencia del producto.

Esta zona también se denomina, de las variables reto del sistema, porque son muy influyentes y muy dependientes, suelen modificar el comportamiento normal del sistema. Es un

reto del sector floricultor, siempre estar a la vanguardia en todos los procesos de producción, para mantener y cumplir los altos estándares que el mismo sistema se ha impuesto, esto quiere decir que desde los cultivos deben cuidar de la fertilización, riego, control fitosanitario etc., todo esto en pro de cultivar rosas de la más alta calidad, y que esto siempre se cumpla durante todo el año, la palabra clave es la consistencia de producto, ya que en un mercado tan competitivo el incumplimientos de estos parámetros influirán directamente en el renombre del producto final, que hará decaer los ingresos y rentabilidad de las empresas dedicadas a este rubro de la economía del país.

En el tercer cuadrante que corresponde a la parte inferior derecha del plano, perteneciente a la zona de resultados; en esta se ubican las variables de predilección de la rosa especialmente por el punto de corte que es más abierto, que permite que la rosa tenga una performance en florero y una apariencia espectacular y satisfaciendo las necesidades del cliente final, logrando la comercialización en las fechas festivas en Rusia, como son el día de la mujer en marzo y el inicio de clases en septiembre, siendo beneficioso para el productor y comercializador.

Son variables que se caracterizan por su baja influencia y alta dependencia, son aquellas que requieren un monitoreo estrecho, que permita verificar la efectividad del sistema en general. Al ser de baja influencia no transmiten cambios críticos en el contexto de la exportación de rosas, pues es una cultura o tradición en el país euroasiático el comprar una rosa para regalar, y es ahí donde esta tradición si tiene alta dependencia, pues es una costumbre fuerte a la cual se le da una gran importancia, como puede ser en plano familiar, laboral o entre amigos y más aún en el sentimental. El rechazar un regalo de esta naturaleza es tomado como una ofensa entre las personas de Rusia.

En el cuarto y último cuadrante que corresponde a la parte inferior izquierda del plano, perteneciente a la zona de variables excluidas o autónomas; las cuales no influyen ni dependen en cierta medida en este proceso, puesto que son parte del sistema. En esta se ubican las variables del transporte y logística, cumplimiento de normativas y regulaciones técnicas – fitosanitarias.

Estas variables no constituyen un reto, a estas se debe alinearlas a la planeación estratégica para darles un valor dentro del sistema. Para que hagan parte de esta planificación, el transporte y la logística subrayan un punto importante, pues serán estos los que de acuerdo a la elección que tomen en función de común acuerdo, los representantes del sector floricultor y los proveedores de servicio de transporte, llámense estos agencia de transporte de carga aérea o terrestre, aerolíneas, servicio de aduanas etc.; los que darán la garantía en tiempo de entrega y calidad de transporte del producto como lo son las cajas con rosas y que para esto se utiliza preferentemente el transporte aéreo pues cumple las condiciones ya descritas, y que en la última etapa son las comercializadoras, que cierran el circuito de la transacción comercial, que son el inicio y el final del giro del negocio.

El cumplimiento de las normativas técnicas y regulaciones fitosanitarias, son implícitas o dicho de otra manera, ya hacen parte de los procesos que se deben ejecutar en los países de origen y destino para la exportación / importación, por lo tanto no tienen peso significativo en el sistema.

No llega a tener un impacto de alto valor que sirva como ventaja comercial presentar un producto que se encuentre libre de plagas o enfermedades, pues influyen en demasía las características del tipo estético o de calidad que fueran justificadas en el cuadrante de la zona de conflicto.

Visión sistémica

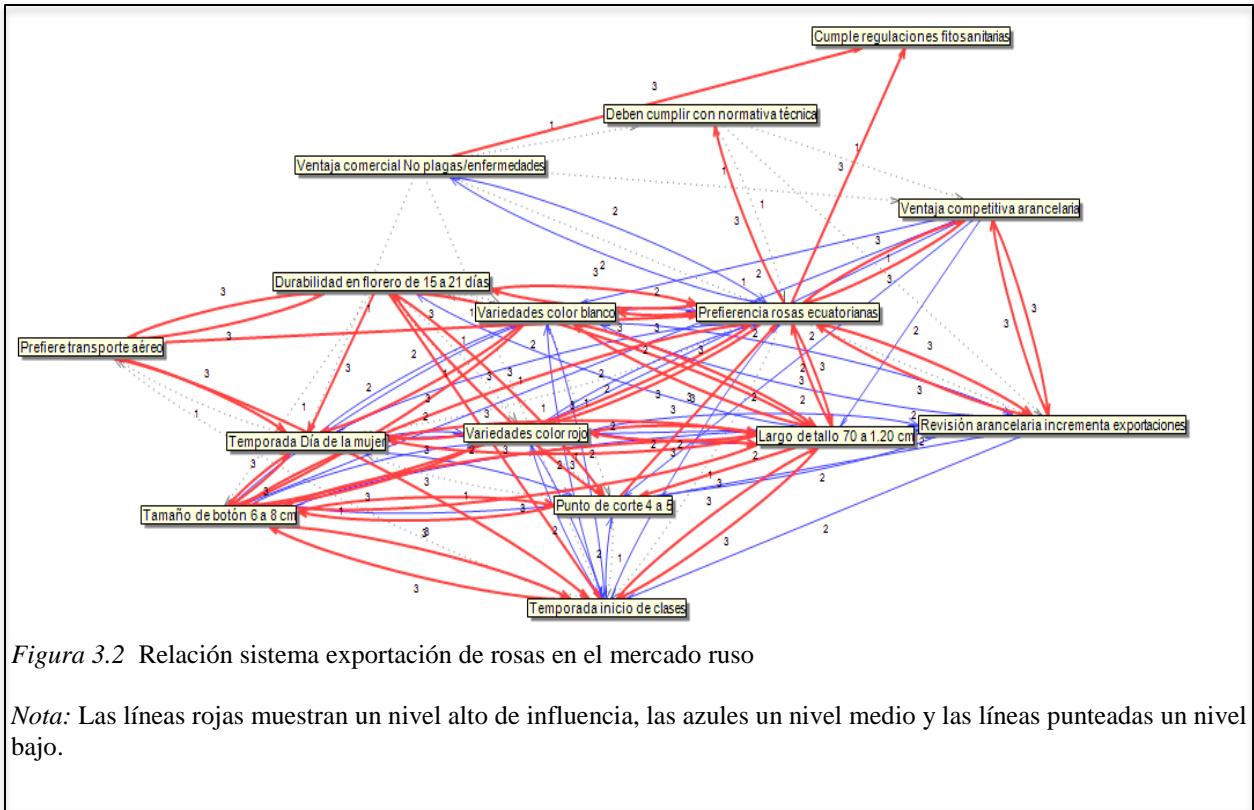


Figura 3.2 Relación sistema exportación de rosas en el mercado ruso

Nota: Las líneas rojas muestran un nivel alto de influencia, las azules un nivel medio y las líneas punteadas un nivel bajo.

Discusión

1. La técnica de análisis prospectivo aplicada en el proceso de exportación de rosas hacia el mercado ruso nos permite comprender que existen dimensiones sistémicas, a ser consideradas como criterios de inserción en mercados internacionales, los enfoques de producto, libre competencia, logística..., entre otros de los analizados en el presente estudio avizoran temáticas futuras que deberán ser tomadas en cuenta en entornos internacionales complejos.
2. En la zona de poder identificada como aquella que denota grandes influencias en temas de exportación se destaca dimensiones como: durabilidad en florero, variedades de color, ventajas competitivas arancelarias y normativa de revisión arancelaria como aquellas que deben ser tomadas en consideración por los productores exportadores nacionales en su inserción de productos al mercado ruso.
3. En la zona de baja dependencia se destacan criterios que deben ser cumplidos no solo en el mercado de destino ruso sino en todos aquellos mercados internacionales a los cuales se pretenda acceder con la producción nacional: temáticas de índole técnica fitosanitaria, plagas y sistemas de transporte ingresan en esta dimensión.
4. La negociación internacional con compradores rusos tiene su punto sensible en los temas de características físicas del producto en vista de que son aquellos elementos que influyen directamente en la decisión de compra, factores como preferencia por lugar de origen (rosa ecuatoriana), largo de tallo y tamaño del botón son picos discriminantes que denotan la aceptación o no del producto.
5. En la zona de alta dependencia identificamos temas de temporada en vista de que por conceptos de demanda los flujos de exportación en el mes de marzo por el día de la mujer

se correlacionan las ventas con el tipo de punto de corte, de tal manera que en este cuadrante existe una preponderancia de un entorno en el cual el ciclo de vida del producto alcanza mayor relevancia.

Referencias

- Arauz, M. F. (2016). La Economía de Ecuador y el mundo se mueve por la producción de flores. *Economundo*, 11.
- Berumen, S. (2006). *Introducción a la economía internacional*. España: Esic.
- Caballero, I., & Padín, C. (2006). *Comercio internacional: Una visión general de los instrumentos operativos del comercio exterior*. España: Ideaspropias.
- Oficina Comercial del Ecuador en Moscú, PROECUADOR. (28 de Marzo de 2017). <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/guia-comercial-de-rusia/>.
- Rodriguez, D. (04 de Mayo de 2016). <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/12-teoria-clasica>. Obtenido de <http://www.puce.edu.ec>
- Sulser, R. (2016). *Tratados comerciales internacionales*. México: ISEF.
- Torres, R. (2005). *Teoría del comercio internacional*. México: Siglo XXI.
- Vizcaíno, D. C. (2009). *Ensayo sobre Historia del Pensamiento Económico*. Morelia.

Apéndice 1: Instrumento de recolección de datos

1. PRODUCTO	El mercado ruso prefiere largo de tallo de 50 a 70 cm
	El mercado ruso prefiere largo de tallo de 70 a 1.20 cm
	El mercado ruso prefiere tamaño de botón de 5 a 6 cm
	El mercado ruso prefiere tamaño de botón de 6 a 8 cm
	El mercado ruso prefiere variedades de color rojo
	El mercado ruso prefiere variedades de color rosado
	El mercado ruso prefiere variedades de color blanco
	El mercado ruso prefiere variedades de color amarillo-naranja
	El mercado ruso prefiere variedades de color bicolor
	El mercado ruso prefiere un punto de corte abierto de 2 a 3
	El mercado ruso prefiere un punto de corte abierto de 4 a 5
2. LIBRE COMPETENCIA	El mercado ruso prefiere rosas de Ecuador
	El mercado ruso prefiere rosas de Holanda
	El mercado ruso prefiere rosas de Colombia
3. LOGÍSTICA	El intermediario prefiere transportar las rosas vía marítima
	El intermediario prefiere transportar las rosas vía aérea
4. OPORTUNIDADES COMERCIALES	El cliente ruso prefiere durabilidad en florero de 10 a 15 días
	El cliente ruso prefiere durabilidad en florero de 15 a 21 días
	El cliente ruso prefiere rosas en temporada de San Valentín
	El cliente ruso prefiere rosas en temporada de Inicio de clases
	El cliente ruso prefiere rosas en temporada Día de la Mujer
	El cliente ruso prefiere rosas en temporada Día de la Madre
5. LIBERALIZACIÓN DE COMERCIO DE MERCANCÍAS	El Ecuador cuenta con una ventaja competitiva arancelaria en el mercado ruso
6. NORMAS Y REGLAMENTOS TÉCNICOS	Las rosas ecuatorianas deben cumplir la normativa técnica para ingresar al mercado ruso
7. ADUANA	La revisión de aranceles permitirá el incremento de las exportaciones a Rusia
8. REQUISITOS FITOSANITARIOS	La rosa ecuatoriana cumple las regulaciones fitosanitarias para la expedición del certificado Saniflor para el despacho a la Federación rusa
	La rosa ecuatoriana tiene mayor ventaja comercial al no presentar plagas