

COLEGIO MAYOR NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

JUAN DAVID SALAZAR CASTILLO

SIMÓN ESTEBAN CÓRDOBA MARTÍNEZ

TRABAJO DE GRADO

**ANÁLISIS DE LA REALIDAD DEL SECTOR FLORICULTOR COLOMBIANO Y EL
POTENCIAL DEL MERCADO SUR COREANO**

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTÁ, 2014 - II

COLEGIO MAYOR NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO



UNIVERSIDAD DEL ROSARIO

JUAN DAVID SALAZAR CASTILLO

SIMÓN ESTEBAN CÓRDOBA MARTÍNEZ

TRABAJO DE GRADO

**ANÁLISIS DE LA REALIDAD DEL SECTOR FLORICULTOR COLOMBIANO Y EL
POTENCIAL DEL MERCADO SUR COREANO**

TUTOR: ANDRÉS MAURICIO FIGUEROA

ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

BOGOTÁ, 2014 - II

AGRADECIMIENTOS

A nuestras familias por su apoyo incondicional en esta etapa de la vida académica, profesional y personal, así como a todas las personas que a lo largo de este proyecto nos han acompañado y apoyado con su conocimiento.

De igual manera, queremos agradecerle a nuestro amigo y tutor el ingeniero Andrés Mauricio Castro Figueroa, que con su experiencia y sus consejos logramos llevar a cabo este proyecto.

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	- 1 -
2. ANÁLISIS SOBRE EL MERCADO AMERICANO DEL SECTOR FLORICULTOR COLOMBIANO.	- 2 -
2.1 Antecedentes del sector floricultor colombiano	- 2 -
2.1.1 Clima de los negocios	- 4 -
2.2 Demanda de la flor colombiana	- 6 -
2.3 Tipos de flor	- 10 -
2.3.1 Las rosas.....	- 11 -
2.3.2 Los claveles	- 12 -
2.3.3 La Alstroemeria	- 13 -
2.4 Ventajas competitivas de las flores colombianas	- 14 -
2.5 Cultura estadounidense	- 15 -
2.5.1 Principales fechas	- 15 -
2.6 Principales competidores	- 16 -
2.7 La importancia del sector floricultor en el PIB colombiano	- 18 -
2.8 Logística	- 21 -
2.8.1 ¿Cómo se trata la flor en Colombia? (Según requerimientos)	- 21 -
2.8.2 Embalaje.....	- 22 -
2.8.3 Transporte.....	- 23 -
2.8.4 Canales de distribución	- 24 -
3. ANÁLISIS DEL MERCADO SUR COREANO	- 28 -
3.1 DOFA	- 31 -
3.2 Indicadores sociales y económicos de corea del sur	- 33 -
3.3 Análisis de la evolución del sector floricultor coreano	- 33 -
3.4 Logística de corea del sur	- 35 -
3.4.1 Flores colombianas vía marítima	- 35 -
3.4.2 Conectividad marítima de corea del sur	- 37 -
3.4.3 Conectividad aérea de corea del sur.....	- 38 -
3.4.4 Los principales aeropuertos de corea del sur y sus principales rutas. ...	40 -
3.5 Alianza del pacífico	- 42 -
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	- 43 -
REFERENCIAS	- 45 -

Lista de Graficas

Grafica 1: Logo Florverde.....	11
Grafica 2: Logo Proflora.....	11
Grafica 3: Logo Ceniflores.....	12
Grafica 4: Exportaciones entre enero y julio 2008- 2013 y los principales destinos de las flores colombianas.....	13
Grafica 5: Exportación total a Estados Unidos en los últimos 3 años.....	15
Grafica 6: Exportaciones totales según el sector en los últimos 3 años.....	16
Grafica 7: Producción total de flores por especie.....	19
Grafica 8: Principales países exportadores de rosas.....	20
Grafica 9: Principales países exportadores de claveles.....	21
Grafica 10: Principales exportadores de flores a nivel mundial.....	25
Grafica 11: Canales de distribución para flores preservadas en Estados Unidos.....	34
Grafica 12: Datos básicos de Corea del Sur.....	41
Grafica 13: Principales puertos marítimos de Corea del Sur.....	45
Grafica 14: Fotografía del puerto de Busan.....	46
Grafica 15: Conectividad del aeropuerto internacional de Incheon.....	49
Grafica 16: Volumen de carga y principales regiones del aeropuerto internacional de Incheon.....	50

Lista de tablas

Tabla 1: Exportaciones Totales acumuladas abril 2012-2013 a Estados Unidos.....	15
Tabla 2: Exportaciones totales acumuladas abril 2012-2013 de flores y plantas vivas	15
Tabla 3: Exportación de flores de corte según país de destino	16
Tabla 4: Comportamiento del PIB colombiano 2011-2012.....	28
Tabla 5: Comportamiento del sector agropecuario colombiano	29
Tabla 6: Aerolíneas que presta servicios de carga en Colombia.....	33
Tabla 7: Indicadores sociales y económicos de Corea Del Sur	42
Tabla 8: Principales exportadores de flores a Corea Del Sur	44

RESUMEN

Esta investigación se realiza con la intención de demostrar la dependencia del sector floricultor colombiano al mercado estadounidense, examinando por medio de análisis cualitativos y cuantitativos aspectos como el comportamiento de las exportaciones hacia dicho país remarcando la importancia y poder de negociación de Estados Unidos como principal importador de flores provenientes del país suramericano, así mismo, como la evolución del mercado y la estrecha relación comercial que han tenido estos países. Por otro lado expone el potencial que este sector tiene, resaltando las principales fortalezas y oportunidades que las flores colombianas pueden encontrar en mercados alternos y la capacidad del mismo para consolidarse como sector exportador a nivel mundial, enfocándose en Corea del Sur como país de aprendizaje para penetrar y comenzar a entender a los consumidores asiáticos.

Como resultado de esta investigación se obtuvieron las siguientes conclusiones, 1) la clara y definida dependencia del sector floricultor colombiano al mercado estadounidense, 2) el poco o nulo valor agregado de la flor colombiana la cual se sigue exportando como un bien primario, sin desconocer su calidad y variedad, 3) la relevancia que tiene el sector floricultor dentro de la firma de acuerdos comerciales con distintos países del mundo, 4) el dominio de los Países Bajos dentro del mercado de flores en el mundo, donde Colombia ocupa el segundo puesto, se encuentra aún muy rezagado en términos de la tecnificación de procesos y avances tecnológicos, 5) el potencial del sector floricultor colombiano para introducir sus flores en mercados alternos al estadounidense, 6) la evidente necesidad de inversiones y apoyo gubernamental que agreguen valor agregado a las flores colombianas y ayuden a su vez a posicionar las mismas en mercados alternos como Corea del Sur 7) las oportunidades generadas para el sector gracias a la firma de acuerdos comerciales regionales y bilaterales tales como la Alianza del Pacífico, el TLC con Estados Unidos y el TLC con Corea del Sur.

PALABRAS CLAVE: Estados Unidos, Dependencia, Sector Floricultor, Exportaciones, Importaciones, Socio Comercial, Corea del Sur, Alianza del Pacífico, Acuerdos comerciales, TLC.

ABSTRACT

This research is based on the intention of remarking the clear dependence of the Colombian flower industry to the United States market, examining throughout qualitative and quantitative analysis the behavior of exports towards the United States as the principal and most important importer of Colombian flowers, and at the same time, the evolution of the flower industry and its quite defined commercial link between the two countries.

On the other hand this research assesses the potential that the Colombian flower industry has worldwide, remarking its main strengths and opportunities that the Colombian flowers can find in markets outside of the United States, and the availability of this industry to position itself as an important and recognized export industry. South Korea is exposed as a learning market to introduce the Colombian flowers to the Asian consumers. In this manner showing how Colombia, a country with a privileged geographic position for flower cultivation and a developing economy can offer the world in terms of cut flower exports.

As a result of this research there were obtained substantial conclusions, 1) the clear and defined dependence of the Colombian flower industry to the United States market, 2) the little or null added value to the Colombian cut flowers, which is still exported as a primary good, without putting aside the worldwide recognized quality of the Colombian flowers, 3) the importance of this industry in the signature of commercial agreements between nations 4) the defined control of Netherlands in the export of cut flowers around the world, 5) the potential of the Colombian flower industry to introduce its flowers in markets different from the United States', 6) the evident necessity of government investment intended to add value to the Colombian flower industry to strengthen its global position as an export country of cut flowers, 7) the opportunities that come afloat thanks to commercial agreements such as the Pacific Alliance, the FTA with the United States and the recently signed FTA with South Korea.

KEY WORDS: United States, Dependence, Colombian flower industry, Exports, Imports, Commercial partner, South Korea, Pacific Alliance, Commercial agreements.

1. INTRODUCCIÓN

Las flores colombianas son altamente reconocidas a nivel mundial por su calidad y su belleza, y por tanto sumamente apetecidas. Lo cual se ve reflejado positivamente en el desarrollo social del país, para el cual el sector floricultor es de gran aporte. Así mismo, gracias a este reconocimiento se le han abierto mercados a nivel mundial, principalmente en Estados Unidos, país que corresponde como el principal socio comercial del sector.

De igual manera y debido a esa relación, otros posibles mercados han sido dejados desatendidos por parte del sector floricultor, dado su enfoque claro hacia Estados Unidos aprovechando su posición en términos aduaneros y comerciales y siendo este el mayor socio comercial de Colombia, impidiendo ampliar el reconocimiento de la calidad de la flor colombiana, así mismo como aumentar los beneficios económicos del sector.

Los tratados de libre comercio y los acuerdos comerciales aportan gran sustento para el potenciamiento del sector, como se evidencia con el mercado estadounidense, y a su vez la firma de estos acuerdos con distintos países, como Corea del Sur, puede convertirlos en atractivos destinos de las exportaciones colombianas.

2. ANÁLISIS SOBRE EL MERCADO AMERICANO DEL SECTOR FLORICULTOR COLOMBIANO.

2.1 Antecedentes del sector floricultor colombiano

Los inicios del sector floricultor en Colombia datan de la década de los años 1960's donde de manera atípica este sector antes inexistente se convirtió en uno de los más importantes para el comercio exterior del país; según un papel escrito por Rebecca Lee¹ y abalado por ASOCOLFLORES, fue gracias a un joven estudiante de la Universidad de Colorado llamado David Cheever, quien desarrollando su trabajo de postgrado encontró que “a nivel mundial la Sabana de Bogotá tenía condiciones climáticas, geográficas y económicas privilegiadamente óptimas para obtener alta productividad y calidad uniforme de clavel a lo largo del año. Pocos años después se comprobó que esto también aplicaba a otros tipos de flores tales como crisantemos, pompones, rosas, alstroemerias y luego muchas especies que crecen mejor en climas fríos y con fotoperiodos uniformes.” (Lee, 2008). De esta manera algunos agricultores de la sabana bogotana vieron en los aportes de Cheever una posibilidad de negocio, y en poco tiempo lograron consolidarse como exportadores hacia Estados Unidos.

Fue así como para 1973 se decidió crear la Asociación Colombiana De Exportadores De Flores, conocida como ASOCOLFLORES, entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 240 cultivos que representan el 75% de las exportaciones totales de flores (Asocolflores, 2013). Esta entidad se creó con la intención de representar y promover este sector a nivel mundial, así como fomentar un continuo desarrollo en áreas como la investigación, el transporte, acceso a mercados y responsabilidad social; así mismo esta entidad desarrollo el sello de certificación socio-ambiental (Florverde®), como una prueba ante el mundo de la calidad de la flor colombiana, así como de las buenas prácticas con las que se realiza este producto en el país.

¹ Rebecca A. Lee (Directora Ejecutiva, Centro de Innovación de la Floricultura Colombiana), con Ernesto Vélez, Santiago Fonseca y James Cock.

ICONTEC es actualmente el único organismo de certificación acreditado para otorgar certificados en el estándar Florverde® homologados con GLOBALGAP.

Gráfica 1. Logo FLORVERDE®



Fuente: ASOCOLFLORES, 2013.

Para 1991 ASOCOLFLORES decide crear PROFLORA, una feria que pretendía promover la conexión entre compradores y vendedores a nivel mundial, actualmente esta feria está catalogada como la mejor feria de flores cortadas de América, demostrando la gran influencia que tienen las flores colombianas, sus productores y distribuidores en la región.

Gráfica 2. Logo PROFLORA®



Fuente: ASOCOLFLORES, 2013.

Tiempo después y debido a la creciente necesidad de tecnificación y de investigación que el sector necesitaba para ser más competitivo frente a los países del la región, así como del principal productor de flores que es Holanda, se funda en 2004, El Centro de Innovación de la Floricultura Colombiana (CENIFLORES), “creado por ASOCOLFLORES para promover, direccionar y articular recursos a fin de realizar investigaciones, desarrollo tecnológico, divulgación de resultados, estudios socioeconómicos, capacitación y servicios, que permitan fortalecer y mejorar la competitividad de la floricultura colombiana.” (Asocolflores, 2013)

Gráfica 3. Logo CENIFLORES

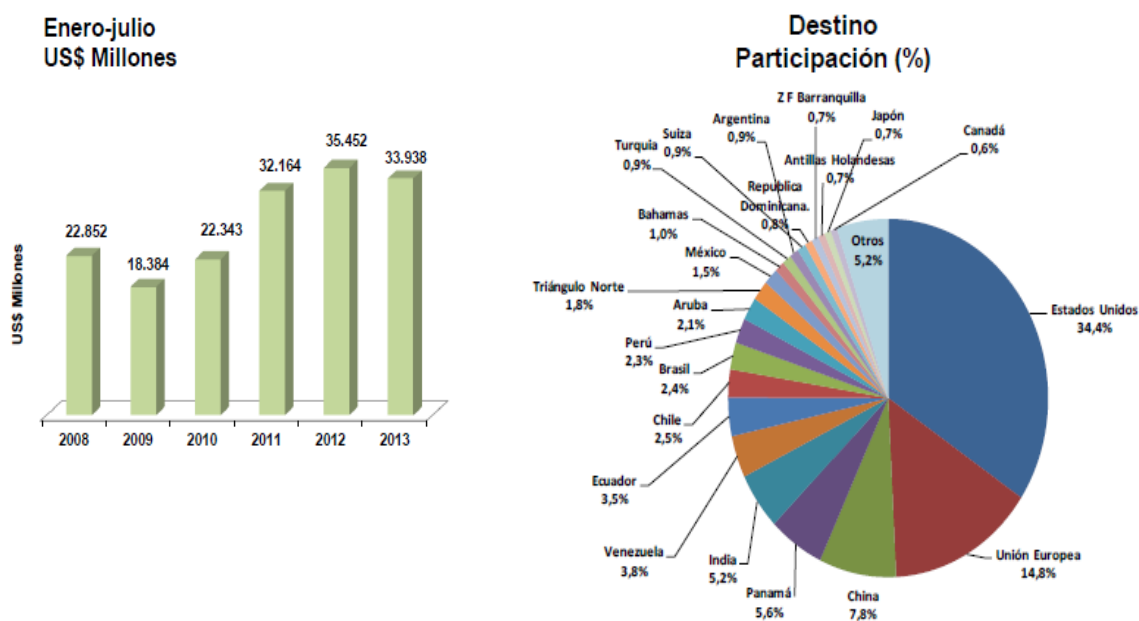


Fuente: CENIFLORES, 2013.

2.1.1 Clima de los negocios

El principal socio económico de Colombia son los Estados Unidos, siendo estos altamente influyentes para la economía del país, según el ministerio de comercio, industria y turismo, entre enero y julio del 2013 se habían exportado USD \$ 33.938 millones, cayendo 6,6% con respecto al año anterior; de los cuales USD \$11.672 millones fueron importados por Estados Unidos.

Gráfica 4. Exportaciones entre Enero y Julio 2008 – 2013 y Principales destinos de las flores Colombianas



Fuente: Ministerio de Industria y Comercio, 2013.

Las flores colombianas son muy reconocidas en este mercado y apetecidas en varios otros mercados a nivel mundial, por la calidad y la gran variedad de las mismas, las cuales se ven favorecidas por las características geográficas que Colombia ofrece. Partiendo de esta base se puede entender que el clima de los negocios es bastante favorable tanto para las empresas ya constituidas y reconocidas a nivel mundial, como para PYMES que se encuentran en procesos de internacionalización.

Estados Unidos es el principal mercado importador de las flores colombianas, y la percepción que este mercado tenga acerca de la industria floricultora en Colombia es de suma importancia, considerándose una opinión evaluadora de gran importancia, es así como según la comisión internacional de comercio de Estados Unidos “Colombia has ideal growing conditions for cut flowers, abundant labor and land, and high light levels , giving it a production cost advantages

over U.S. Producers. Relatively low investment cost and cooperative local government have contributed to the flourishing of Colombia's cut flower industry" (U.S International Trade Commission, 2003).

Así mismo, Colombia ha desarrollado programas de exportación de flores hacia otros países, y con la firma de diferentes tipos de tratados donde el tema floricultor ocupa una importante parte de las negociaciones, se hace plausible observar las oportunidades de un continuo crecimiento para este sector.

2.2 Demanda de la flor colombiana

Colombia se ha destacado en el mercado internacional por la calidad de sus productos, los cuales usualmente son productos primarios, es decir sin mayor proceso agregado al mismo, lo cual prueba que principalmente la diversidad climática, la fertilidad de sus tierras y los procesos productivos son factores diferenciadores con respecto a otros mercados en otros países; productos como el café, el banano, las esmeraldas son un ejemplo de esto, pero además la flor colombiana hace parte de este grupo de productos apetecidos a nivel mundial, el colorido, la diversidad son características que mercados como el estadounidense demanda y que la mayor parte de la oferta de los floricultores colombianos intenta saciar.

Las cifras generadas por Proexport para abril del 2013 demuestran que las ventas con Estados Unidos, a pesar de haber bajado en comparación con el 2012, exhiben una clara tendencia positiva con respecto a los años previos tal y como se puede evidenciar en la grafica 5, demostrando que este sigue siendo el mercado más grande para los colombianos, alianza que se hace mucho mas representativa cuando se observa el sector de flores y plantas vivas el cual a mantenido un crecimiento leve pero constante(salvo en el 2009 donde se triplicaron las exportaciones de este sector, ver grafica 6)

Entre abril del 2012 y abril del 2013 se exportaron FOB US\$ 6.811.360.392, de los cuales FOB US\$ 379.048.559 son generados por la exportación del sector floricultor, más exactamente del subsector de flores y plantas vivas. Así el 76.1% (Trademap, 2013) de las exportaciones totales de flores Colombia van hacia los Estados Unidos.

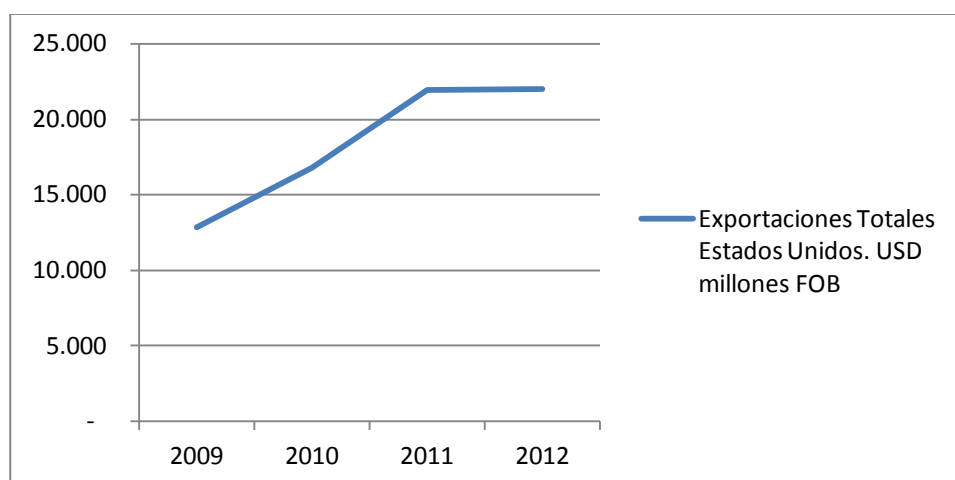
Tabla 1. Exportaciones Totales acumuladas abril 2012-2013 a Estados Unidos



EXPORTACIONES TOTALES COLOMBIANAS POR PAISES DE DESTINO
ACUMULADO ABRIL 2012 - 2013

PAISES	FOB US\$		DIFERENCIA \$US	VARIACION 2012-2013
	2012	2013		
Estados Unidos	8.070.783.668	6.811.360.392	-1.259.423.276	-15,6%

Gráfica 5. Exportaciones Totales Estados Unidos



Fuente: datos obtenidos de Proexport, 2013

Tabla 2. Exportaciones totales acumuladas entre abril 2012-2013 de flores y plantas vivas

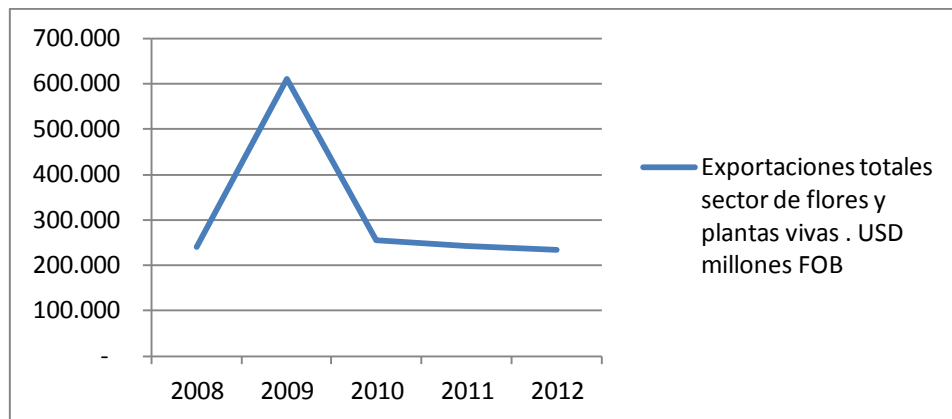


EXPORTACIONES TOTALES COLOMBIANAS SEGÚN GERENCIA - SECTOR - SUBSECTOR
ACUMULADO ABRIL 2012 - 2013
ESTADOS UNIDOS

GERENCIA - SECTOR - SUBSECTOR	FOB US\$		DIFERENCIA \$US	VARIACION 2012 - 2013
	2.012	2.013		
Flores y plantas vivas	366.726.345	379.048.559	12.322.213	3,4%
Flores frescas	364.959.431	377.267.191	12.307.760	3,4%
Follajes	1.120.647	1.311.533	190.886	17,0%
Plantas vivas	646.267	469.835	-176.432	-27,3%

Fuente: Proexport, 2013

Gráfica 6. Exportaciones totales según sector



Fuente: datos obtenidos de Proexport, 2013

Actualmente Colombia es el segundo mayor exportador de flores a nivel mundial tras Holanda, la gran potencia en este sector, quienes para el 2012 exportaron de la partida 0603 según la DIAN “Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.” el 50% de las exportaciones globales con cerca de 705,730 toneladas, mientras que Colombia su más cercano rival obtuvo el 13,8% de las exportaciones con 201,949 toneladas ese mismo año (Trademap, 2013).

Para el 2012 el país le exporta flores en volúmenes superiores a mil toneladas solamente a 7 países: Estados Unidos, Rusia, Japón, Reino Unido, Canadá, Holanda, España, como se puede ver en la siguiente gráfica con datos obtenidos de Trademap, el cual muestra los principales importadores de flores colombianas en el mundo:

Tabla 3. Exportaciones de flores de corte según país de destino

Importers	Exported value 2012 (USD thousand) ▼	Trade balance 2012 (USD thousand) ↑	Share in Colombia's exports (%)	Exported quantity 2012	Quantity unit	Unit value (USD/unit) ↑
World	1,270,007	1,263,974	100	201,949	Tons	6,289
United States of America	966,707	966,686	76.1	149,395	Tons	6,471
Russian Federation	68,260	68,260	5.4	11,020	Tons	6,194
Japan	56,050	56,050	4.4	7,538	Tons	7,436
United Kingdom	42,870	42,870	3.4	9,484	Tons	4,520
Canada	35,011	35,011	2.8	6,429	Tons	5,446
Netherlands	26,482	26,478	2.1	4,855	Tons	5,455
Spain	22,348	22,348	1.8	4,065	Tons	5,498
Ukraine	4,664	4,664	0.4	717	Tons	6,505
Australia	4,456	4,456	0.4	742	Tons	6,005
Brazil	4,377	4,377	0.3	900	Tons	4,863
Germany	4,164	4,164	0.3	731	Tons	5,696
Myanmar	3,432	3,421	0.3	409	Tons	8,391
Panama	3,328	3,328	0.3	623	Tons	5,342
Poland	2,710	2,710	0.2	467	Tons	5,803
Czech Republic	2,136	2,136	0.2	384	Tons	5,563
Chile	2,027	1,996	0.2	500	Tons	4,054

Fuente: Trademap, 2013.

Aun así en una publicación del periódico El universal de la ciudad de Cartagena, el director de promoción de la Asociación Colombiana de Exportadores de Flores (ASOCOLFLORES), Jairo Cadavid, señaló que la estrategia que se ha venido usando para mantenerse y consolidarse es la diversificación de mercados, permitiendo a los floricultores colombianos dejar de pensar exclusivamente en Estados Unidos, lo que ha generado un aumento en la comercialización llevando las flores Colombianas a 88 países, entre ellos Rusia, Japón y Australia.

“Colombia exporta en la actualidad más de 1.600 variedades de flores y al vender arreglos florales, particularmente a Estados Unidos e Inglaterra, ha generado un valor agregado único y diferenciado frente a otros países competidores”. (Cadavid, 2010)

2.3 Tipos de flor

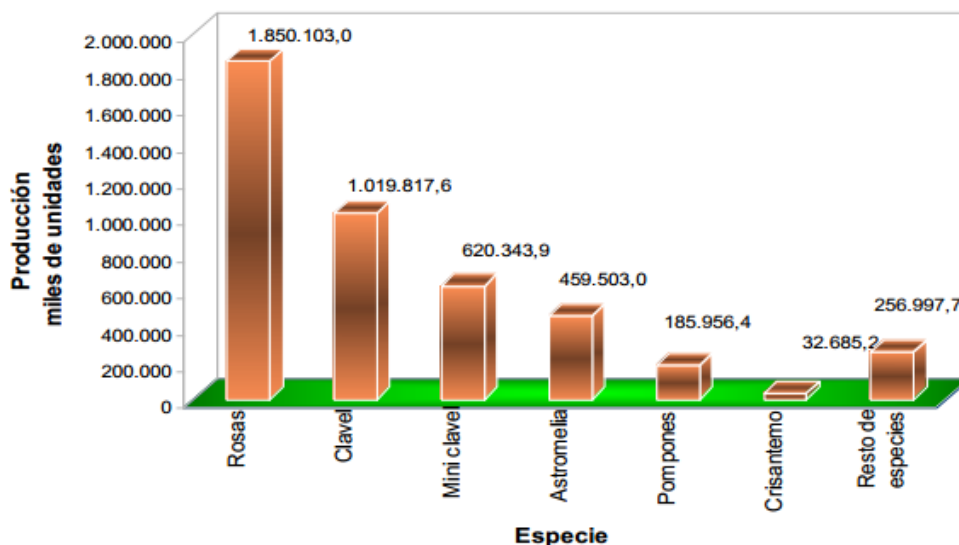
Las características geográficas y climáticas de Colombia le han permitido poseer el mayor número de ecosistemas del mundo : selvas húmedas y secas, sabanas, bosques de clima templado, bosques alto-andinos, bosques de niebla, páramos, ríos, costas, arrecifes de coral, ciénagas y manglares. En Colombia, se encuentran desde la selva amazónica hasta el macizo Colombiano, por todo lo anterior y por mucho más Colombia tiene una inmensa cantidad de especies, entre las cuales y coherente con este trabajo se pueden encontrar alrededor de 55.000 especies de plantas de las cuales la tercera parte solamente existen en este país; así mismo existen 3.500 especies de orquídeas.

De esta manera, Colombia tiene una inmensa capacidad de expansión hacia productos poco comunes a nivel mundial, a pesar que la producción de flores exóticas en el país está aumentando rápidamente, actualmente solo existen en el país 1000 hectáreas dedicadas a este tipo de flores (el cultivo , 2011), a pesar de tener gran acogida en mercados Europeos, principalmente Alemania, estas no presentan un mayor atractivo para los productores colombianos.

ASOCOLFLORES ofrece un catálogo con alrededor de 107 tipos de flores las cuales son producidas y ofrecidas en su página, aun así las flores que los floricultores colombianos han preferido producir a lo largo de los años y sobre las cuales se ha forjado la fama del sector en el exterior, son principalmente y según el DANE (ver gráfica 8): las rosas, los claveles, alstroemerias, entre otras.

Aun así el DANE no tiene en cuenta la creciente demanda de flores exóticas, la cual a pesar de no ser altamente representativas, es un área del sector que se encuentra en un crecimiento alto, por encima del crecimiento normal del sector.

Gráfico 7. Producción total de flores por especie (variedad).



Fuente: DANE, 2013

2.3.1 Las rosas

Partida arancelaria: 060311

Las rosas son el principal tipo de flores demandado a lo largo del mundo, a pesar de tener una gran variedad de colores y formas, las rosas rojas son las más conocidas y las más apetecidas debido a el significado ligado con el amor y la pasión, lo que las hace uno de los regalos más populares del mundo, en fechas como San Valentín.



Fuente: Panoramio, 2013

Las rosas se cultivan en todo el mundo y bajo todo tipo de climas, Los Países Bajos son el principal exportador de rosas en el mundo, seguidas por Ecuador como se puede ver en la siguiente gráfica, mientras Colombia ocupa el quinto puesto en esta especie, quien con un precio aproximado de \$6,9 dólares por unidad, exporta alrededor de 52,325 toneladas, de las cuales el 70,2% son exportadas hacia los Estados Unidos (Trademap, 2013).

Gráfico 8. Principales países exportadores de Rosas.



Fuente: TRADEMAP, 2013.

2.3.2 Los claveles

Partida arancelaria: 060312

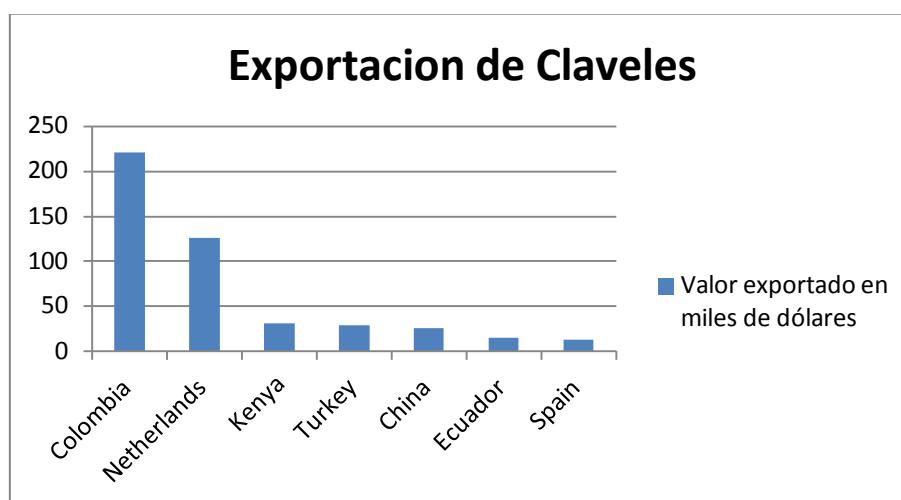
Estos son también referidos comúnmente a por su nombre científico, "Dianthus", usualmente tienen 5 pétalos y varía en colores desde el blanco, al rosa y el púrpura. Colombia es ampliamente el principal productor a nivel mundial de este tipo de flores abarcando el 43.2% de la demanda mundial, seguido por Holanda, y a pesar que los claveles son asociados



Fuente: Panoramio, 2013

usualmente a la fiesta brava, España ocupa solamente el séptimo lugar en la exportación de estas flores, como se puede ver en el siguiente gráfico:

Gráfica 9. Principales países exportadores de Claveles.



Fuente: TRADEMAP, 2013.

2.3.3 La Alstroemeria

Partida arancelaria: 06031930

Es una flor inodora de procedencia suramericana, conocida en algunos lugares como el lirio de los incas o lirio del Perú, usualmente los colores de las Alstroemerias pueden variar entre naranja, rosa, púrpura, rojo, amarillo, blanco o salmón, esta gran cantidad de colores se da gracias a que esta flor cuenta con alrededor de 50 especies.



Fuente: Panoramio, 2013

A pesar de ser una flor originaria de Suramérica, Holanda es el principal productor de estas flores produciendo el 58% de la demanda mundial, mientras que Colombia en el segundo lugar produce solamente 18% aproximadamente.

2.4 Ventajas competitivas de las flores colombianas

Muchas de las flores colombianas tienen la ventaja competitiva natural que solamente se encuentran y se producen en nuestro país como es el caso de la Heliconia *Orthotricha* la cual solamente se encuentra en la Sierra Nevada, pero este tipo de flores no son las que han puesto a Colombia como el segundo mayor exportador del mundo como se explicó anteriormente. De esta manera la flor colombiana posee algunas ventajas comparativas importantes frente a sus rivales.

En primer lugar se debe tener en cuenta que Colombia no posee estaciones, permitiendo de esta manera una producción continua a lo largo del año, obteniendo una ventaja frente a otros países que si sufren de este fenómeno como Holanda. Así mismo la tecnificación de los procesos y la investigación realizada por entidades como CENIFLORES, han permitido una lenta pero constante evolución del sector encontrando mejoría en procesos, en la escogencia de las mejores materias primas y las mejores técnicas, las cuales acompañadas de la adecuada capacitación para la mano de obra, permiten obtener una flor de mejor calidad; aun así y tal como lo expone el banco de la república”.

La dependencia al desarrollo de variedades por otros productores internacionales, hacen que las flores de Colombia no sean un producto diferenciado en el mercado, por lo cual compiten en el mercado de Estados Unidos con flores producidas en países como Holanda, Ecuador, México y Costa Rica. Adicionalmente, este hecho no permite obtener un mayor valor agregado”².

² Fernando Tenjo G, Enrique Montes U, Jorge Martínez. COMPORTAMIENTO RECIENTE DEL SECTOR FLORICULTOR COLOMBIANO Enero-2006 publicado por el Banco de la Republica

2.5 Cultura estadounidense

Cuando se piensa en la cultura estadounidense se tiene una concepción, la cual relaciona este país con el capitalismo, como su precursor y su principal aliado, de esta manera se cree y no de manera errónea, que los hábitos de consumos no son los más apropiados; pensando al consumo como: el disfrute y uso responsable de bienes y servicios que buscan satisfacer una necesidad o un gusto racional; por otro lado los productores, la economía nacional, entre muchos otros, se ven beneficiados con hábitos consumistas o hiper consumistas de la sociedad en general. Es por esta razón que los estadounidenses están acostumbrados a celebrar diferentes fechas que se han institucionalizado en el calendario americano y mundial en general, afortunadamente para los floricultores colombianos en muchas de estas fechas, el regalo de flores, rosas o arreglos florales son más que bien vistos y en fechas como San Valentín son imperdonables.

2.5.1 Principales fechas

Enero: 01 Año Nuevo, 06 Día de Reyes

Febrero: 14 Día de San Valentín

Marzo: 08 Día Internacional de la Mujer, 17 Día de San Patricio

Mayo: 01 Día Internacional del Trabajo, 11 Día de la Madre

Julio: 04 Día de la independencia de Estados Unidos, 20 Día internacional del Amigo

Agosto: 03 Día de la amistad en Estados Unidos

Septiembre: 01 Día del Trabajador, 11 Conmemoración del 11 de Septiembre

Octubre: 31 Halloween

Noviembre: 11 Día de los Veteranos, 27 Día de Acción de Gracias

Diciembre: 24 Nochebuena, 25 Navidad, 31 Fin de Año

A pesar que existe una exportación constante hacia los Estados Unidos, son en estas fechas que se aumentan los volúmenes debido al aumento de la demanda de flores, pero existe una fecha en particular donde no solo se consumen una cantidad asombrosa de flores, sino que además la flor colombiana es apetecida por su calidad y durabilidad, esta fecha es San Valentín, el día de los enamorados, el día en el cual las flores se toman las calles, las oficinas, las casas principalmente de los americanos.

Según el presidente de ASOCOLFLORES, Augusto Solano en entrevista para un periódico regional, Colombia exportó unos 500 millones de flores, en su mayoría a Estados Unidos en la celebración del día de San Valentín para el 2013.

Solano también afirma que esta fecha constituye el 12% de las ventas anuales de flores en el mundo sobrepasando los 1000 millones de dólares (Solano, 2013) demostrando la importancia que tiene este día para los productores y comercializadores quienes se preparan todo el año para poder satisfacer la demanda.

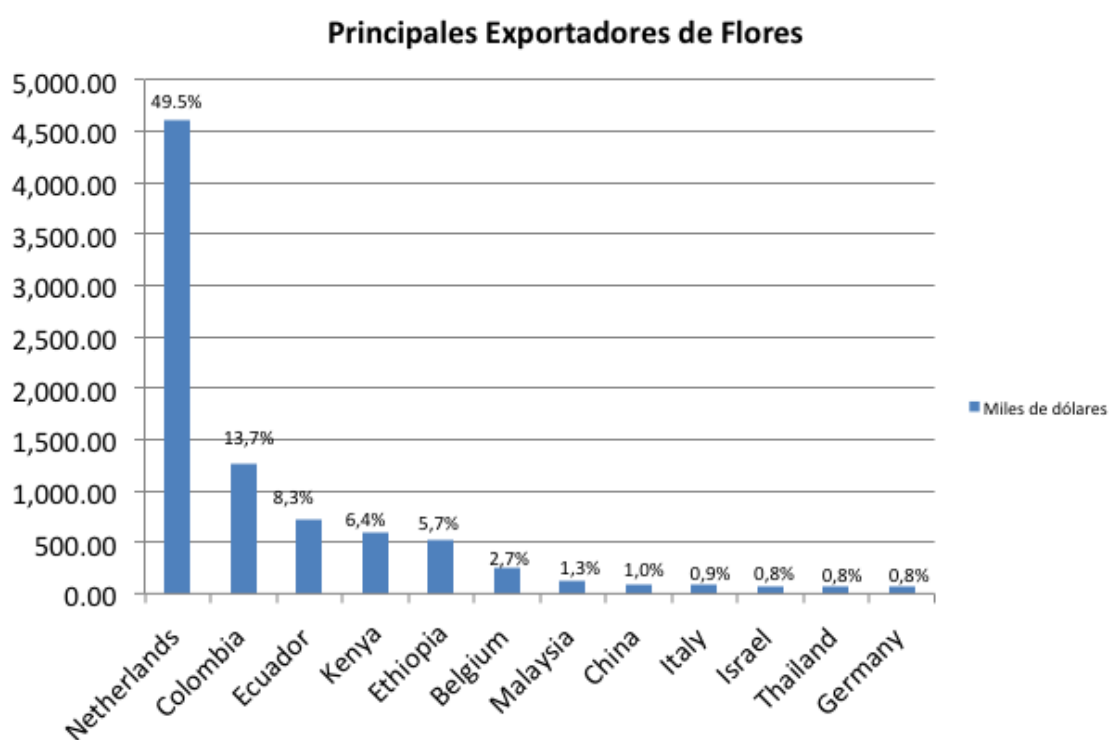
2.6 Principales competidores

Como se mencionó anteriormente el principal exportador de flores a nivel mundial es Holanda y a pesar que se constituye como el principal país competidor para Colombia en este sector, la tecnificación de los procesos, la experiencia, los canales de distribución y la misma cadena de suministros, para mencionar algunos, hace que Colombia no se encuentre en la capacidad de competir hombro a hombro con este mercado; por este motivo se deben evaluar países como Ecuador, quien detrás de Colombia es el exportador más grande del mundo importando el 8,3% de las exportaciones mundiales, a pesar que esto significa que exportan un poco más de la mitad de lo que exporta Colombia, es un competidor al que hay que tener en la mira por las similares características que este país ofrece comparadas con las flores colombianas. Por otro lado este país perderá los privilegios arancelarios que

tenía con su principal comprador Estados Unidos los que dejaría a Ecuador sin posibilidades de competir con Colombia en este importante mercado, tal y como lo menciona Benito Jaramillo, presidente del directorio del mayor gremio de productores del ramo, Expoflores. “La situación dejaría sin posibilidad de competir con otros proveedores del mercado estadounidense, como Colombia... las preferencias arancelarias para Ecuador y para el sector exportador de flores son esenciales, porque el momento en que desaparezcan vamos a tener una tarifa de alrededor del siete por ciento y eso nos pone en una desventaja competitiva frente al principal competidor en el mercado de los Estados Unidos, que es Colombia”³.

A continuación, se presenta una gráfica que muestra los principales exportadores de flores a nivel mundial, donde se puede observar gráficamente la gran ventaja de Holanda frente al resto de competidores.

Gráfico 10. Principales Exportadores de Flores a nivel mundial.



Fuente: Datos tomados de Trade Map, 2013.

³ Texto tomado de la página: <http://noticias.latam.msn.com/xl/economia/sector-floricultor-del-ecuador-teme-por-su-futuro-en-los-eeuu> el día 17/10/2013

Así mismo, se debe tener en cuenta que países como Kenya y Ethiopia son países que producen una gran cantidad de flores y exportan por cantidad, lo que lleva a concluir que estos países tienen precios de venta más bajos, y a pesar que la calidad también es menor, estos ya cuentan con unos canales de producción bien establecidos que de pretender mejorar su producto, invirtiendo en tecnología, mejorando su materia prima, implantando una mejor cadena de valor, entre otras, podrían convertirse en un competidor mucho más amenazante para la estabilidad que en la actualidad tiene el mercado colombiano.

Colombia actualmente tiene una gran posibilidad de invertir en la creación de valor de sus productos, así como en la expansión y la búsqueda de nuevos mercados, aprovechando que no tiene un competidor realmente fuerte y que ponga en riesgo su estabilidad, puede apoyar e incentivar a las PYMES a generar procesos de internacionalización que le permitan encontrar y saciar la demanda de mercados que actualmente se están dejando desatendidos o insatisfechos, así como agregarle valor a el producto que actualmente se vende como una materia prima, permitiéndole a los productores competir en el mundo con un mejor producto, mucho más apreciado por los consumidores, producto que finalmente le permitiría al país estar en la capacidad de competir con Holanda.

2.7 La importancia del sector floricultor en el PIB colombiano

Al analizar la situación del sector floricultor dentro del producto interno bruto y de su influencia sobre el mismo, hay que destacar que este sector se encuentra en la rama de actividades mencionadas por el Dane como “Agropecuaria, silvicultura, caza y pesca” el cual tuvo una variación positiva entre el 2011 y 2012, pasando de 2,4% al 2,6% respectivamente. (Ver gráfica 4)

Así mismo dentro de la anterior rama existe un grupo catalogado como “Agricultura sin café”, dentro de la cual existe un subgrupo que se llama cultivos permanentes, subgrupo compuesto en parte por “plantas vivas y

flores” el cual le genero a los cultivos permanentes una variación entre el 2011 y 2012 de 13,4%, permitiéndole a este solventar en parte la disminución que tuvo la caña de azúcar en este mismo periodo.

Tabla 4. Comportamiento del PIB Colombiano por Ramas de Actividad Económica 2011 – 2012.

**Comportamiento del PIB por Ramas de Actividad Económica
2011 - 2012**

Variación porcentual anual - Series desestacionalizadas

Ramas de actividad	2011	2012
Agropecuario, silvicultura, caza y pesca	2,4	2,6
Explotación de minas y canteras	14,4	5,9
Industria manufacturera	5,0	-0,7
Electricidad, gas de ciudad y agua	2,9	3,5
Construcción	10,0	3,6
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	6,0	4,1
Transporte, almacenamiento y comunicación	6,2	4,0
Establecimientos financieros, seguros, inmuebles y servicios a las empresas	7,0	5,5
Servicios sociales, comunales y personales	2,9	4,9
Subtotal valor agregado	6,3	3,9
Impuestos menos subvenciones sobre la producción e importaciones	10,9	4,7
PRODUCTO INTERNO BRUTO	6,6	4,0

Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales

Fuente: DANE, 2012.

Para el 2012 según el banco latinoamericano de comercio exterior, el PIB nominal de Colombia era de 369.600 millones de US\$, de los cuales 59,961 millones de US\$ se generan por exportación de bienes, siendo el petróleo 52,4%, el carbón 12,9%, el café 3,2% y el níquel 1,5%, los principales productos exportados. (Banco latinoamericano de comercio exterior, 2012).

Tabla 5. Comportamiento del Sector Agropecuario Colombiano

Grupo	Variación Porcentual (%)		
	2012-IV / 2011-IV	2012-IV / 2012-III	2012/2011
Café	0,7	-6,0	-2,2
Café Pergamino	1,1	-8,7	-3,0
Agricultura sin café	1,3	-0,1	2,9
Cultivos transitorios	-4,0	1,0	3,1
Cultivos permanentes	2,5	0,5	1,2
Animales vivos y otros productos animales	3,2	0,3	4,1
Ganado Bovino	0,7	-3,1	4,1
Leche sin elaborar	5,5	2,3	2,9
Aves de corral	3,0	1,5	3,5
Huevos con cáscara frescos	-1,8	1,0	-0,5
Ganado Porcino	10,0	4,2	10,5
Silvicultura, extracción de madera, pesca, producción de peces en criaderos y granjas piscícolas y actividades conexas	2,2	5,3	1,4
Agropecuario, silvicultura, caza y pesca	1,7	-0,5	2,6

Fuente: DANE - Dirección de Síntesis y Cuentas Nacionales

Fuente: DANE, 2012.

De esta manera y según el señor Rodrigo Correa, presidente de la compañía *flores alianza s.a.* empresa que en el 2011 fue condecorada por Proflora como la mejor floricultora del año. quien afirma que la firma del TLC ha aumentado la ventas, pero no de la manera esperada, pasando de un promedio entre 5% y 6% dentro del sector agropecuario antes de la firma del tratado, a pasar a un 7% dentro del mismo sector, el cual parece haberse quedado estancado en esta cifra. Sobre el total del PIB el sector floricultor sigue siendo poco representativo con un 1,076%, donde a pesar de su gran reconocimiento internacional y las intenciones de expansión hacia nuevos países, el hecho de vender un producto sin mayor valor agregado, hace que los precios sean bajos y que las grandes ganancias de este negocio, lo obtengan los intermediarios que les agregan valor.

2.8 Logística

2.8.1 ¿Cómo se trata la flor en Colombia? (Según requerimientos)

El ministerio de medio ambiente ofrece una guía⁴ para que los cultivadores colombianos cumplan con los requerimientos exigidos por los estándares nacionales y mundiales.

Algunos de los requerimientos esenciales para la siembra, crecimiento cosecha y post cosecha de la flor son:

- En primer lugar se debe tener en cuenta que las temperaturas óptimas de crecimiento son de 17°C a 25°C, con una mínima de 15°C durante la noche y una máxima de 28°C durante el día; a pesar que estas temperaturas pueden variar dependiendo del tipo de flor, estas temperaturas son el estándar otorgado. De no tener unas temperaturas acordes puede generar un des aceleramiento en el crecimiento de la flor o en el peor de los casos la perdida de los cultivos.
- Por otra parte la gran mayoría de los cultivos del país se hacen en invernadero, lo que permite continuar la producción independiente mente de la época o el lugar, estos invernaderos deben tener una transmisión de luz adecuada, la altura tiene que ser considerable y la ventilación en los meses calurosos debe ser buena. Además, es recomendable la calefacción durante el invierno que a pesar de no ser tan agresivo en Colombia este puede ocasionar daños en la flor.
- Las épocas de plantación van desde Noviembre a marzo, esta plantación debe ir acompañada del tipo de abono que más le sirva a la flor que se esté sembrando, así como los fertilizantes indicados para combatir las plagas típicas de cada tipo de flor.

⁴ La guía completa puede encontrarse en la página:
<http://www.minambiente.gov.co/documentos/floricultor.pdf>

- Actualmente la fertilización se realiza a través de riego, lo que permite un riego constante y un control sobre la cantidad y calidad del agua.
- La recolección depende de la época, es decir si esta se realiza en los meses cálidos este debe cortarse cuando los pétalos aun no se han desplegado, por el contrario en los meses fríos esta debe cortarse cuando estas se encuentren más abiertas.
- Para la pos cosecha “Los tallos cortados se van colocando en bandejas o cubos con solución nutritiva, sacándolos del invernadero tan pronto como sea posible para evitar la marchitez por transpiración de las hojas. Se sumergen en una solución nutritiva caliente y se enfrían rápidamente. Antes de formar ramos se colocan las flores en agua o en una solución nutritiva conteniendo 200 ppm de sulfato de aluminio o ácido nítrico y azúcar al 1,5-2%, en una cámara frigorífica a 2-4°C para evitar la proliferación de bacterias. En el caso de utilizar sólo agua, debe cambiarse diariamente.”⁵

2.8.2 Embalaje

Para el empaque y embalaje de flores se debe tener en cuenta que debido a los largos trayectos que estas deben atravesar, es necesario que durante el almacenamiento y transporte estas estén expuestas a bajas temperaturas, así como cierto porcentaje de humedad en el aire, para lograr una vida útil razonable. Partiendo de este punto se hace necesario proteger la flor, Proexport ofrece la siguiente opción, la cual cumple con las expectativas de los compradores a nivel mundial, permitiendo que el producto llegue de con todas los requerimientos exigidos por el importador.

⁵ Tomado de la página <http://www.infoagro.com/flores/flores/rosas2.htm>

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

2.8.3 Transporte

Debido al tipo de producto el cual es altamente perecedero, el cuidado con el cual debe ser transportado debido a las altas especificación requeridas como temperatura y un almacenamiento especial, la mejor manera para exportar las flores es por medio aéreo, debido principalmente a la rapidez con la que se puede hacer llegar la mercancía desde el proveedor hasta el cliente.

Este servicio se presta desde Bogotá, Barranquilla, Cali y Medellín principalmente, debido a que estas cuatro ciudades representan el mayor flujo de mercancías en el país; en estas ciudades las principales

empresas que prestan un servicio de carga de productos hacia los Estados Unidos son:

Tabla 6. Aerolíneas que prestan servicio de carga en Colombia.

Aerolíneas	Conexiones	Frecuencia
	Directo	Todos los días
	Panamá - Panamá	Lunes a sábado
	Directo	Todos los días
	Directo	Todos los días
	Directo	Lunes, jueves, sábados y domingos
	Directo	Todos los días
	Directo	Todos los días
	Panamá - Panamá	Martes a sábado

Fuente: PROEXPORT, 2013.

Según Proexport, actualmente Estados Unidos cuenta con 14,947 aeropuertos, de estos los que cuentan con mayor movimiento son los de New York, Los Ángeles, Houston, Atlanta y Miami.

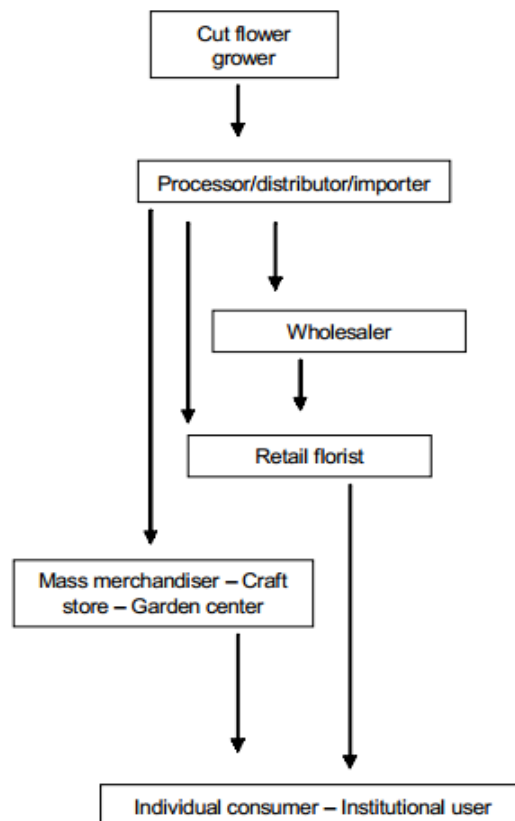
2.8.4 Canales de distribución

Los canales de distribución parten desde la entrega de la flor cortada y el suelo americano un proceso bastante estandar según los requerimientos hechos por la Comisión Americana de Comercio Internacional. Como se puede observar en el siguiente cuadro una vez entregada la flor al importador, este se encarga de venderla a

mayoristas los cuales se encargan de llegar a pequeños, medianos floristas y centros especializados en la distribución de flores, después es vendida al cliente final en todo América del Norte.

Gráfica 11. Canales de distribución para flores preservadas en Estados Unidos.

Major distribution channels for preserved flowers in the United States



Source: U.S. International Trade Commission.

Fuente: U.S International Trade Commision, 2003

Al observar de manera general los canales de distribución por los cuales las flores colombianas soportan toda su distribución en Estados Unidos, su principal aliado, se comienza a evidenciar el potencial de desarrollar dichos canales de distribución tanto en Estados Unidos como en los distintos países del mundo en donde existe una demanda por la

distinguida flor colombiana. La evolución de los canales de distribución en Estados Unidos principalmente el canal retail, el cual es el canal principal de compra en el mundo (Salom y Sepúlveda , 2011). Lo cual nos arroja un enfoque hacia el canal con mayor acercamiento al consumidor final, claro está que sin perder el foco en los canales que ya se han venido desarrollando a lo largo de la evolución del sector floricultor en estos aspectos, el canal mayorista, los supermercados y por supuesto el canal del *retail*.

Basándonos en la postura de Salom y Sepúlveda nos ayuda a generar nuevas estrategias dentro de los canales de distribución actuales, pero no sólo en Estados Unidos, sino pensando en la expansión del alcance de las flores colombianas y el desarrollo de nuevos mercados. Dentro del plan estratégico de inmersión y desarrollo de los canales de distribución se encuentran las siguientes estrategias basadas en estudios previos realizados por Asocolflores e INALDE Business School⁶; 1):

- El aseguramiento de la calidad integral de la flor colombiana en cada uno de los eslabones de la cadena de suministro, es decir desde su cultivación hasta el momento en que el consumidor final accede a la flor. 2)
- Consolidación de operaciones mediante la vinculación de otros productores para buscar mayor eficiencia en la producción y en la comercialización de las flores, lo cual es un arduo trabajo que lleva tiempo y al cual asociaciones como ASOCOLFLORES apoyan el desarrollo del sector en estos aspectos de colaboración y apoyo mutuo enfocados hacia el mejoramiento continuo de la eficiencia del sector. 3)
- La eliminación de eslabones dentro de la cadena de suministro que no generen un valor de cara al consumidor final, un planteamiento que para mercados como el estadounidense en el cual ya se encuentran estos eslabones dentro de la cadena, crea

⁶ INALDE Business School, es la escuela de Negocios de la Universidad de la Sabana.

un reto mayor en el proceso de eliminación de los mismos ya que afecta el desarrollo actual de la estructura de la cadena, en mercados nuevos estos eslabones deben ser previamente estudiados con el fin de evaluar la necesidad dentro de la cadena.

Lo importante de estas estrategias es el poder consolidar lo complejo de la estructura del canal y sus diversos actores dentro del proceso de suministro al consumidor final, entender cada eslabón y el valor que cada uno de estos aporta al producto en su comercialización, lo cual actualmente es una deficiencia del sector floricultor colombiano.

Al observar los modelos de canales de distribución en Estados Unidos de los años noventa, se evidencia una estructura básica en la cual el productor carece de oportunidades para agregar valor después de exportar su flor hasta algún puerto aéreo en Estados Unidos, lo cual genera que la agregación de valor al producto depende de los mayoristas y minoristas y del canal *retail* de manera desconectada del exportador colombiano.

Para la inmersión a nuevos mercados como el mercado que se expone a continuación, el cual cuenta con un gran potencial de desarrollo y a la vez gran demanda de flores colombianas, se pretende que se haga uso de la inmersión no solo de la flor en el mercado pero de la mano de los productores y de los exportadores de flores colombianos dentro de a mayor parte de la cadena de suministro para así poder asegurarnos de la calidad integral de la flor colombiana y poder desarrollar el mercado de flores de corte de manera generalizada.

3. ANÁLISIS DEL MERCADO SUR COREANO

Tomando como base de apoyo los comentarios de la presidenta de Proexport Colombia, María Claudia Lacouture⁷, *Corea del Sur puede ser el mercado de aprendizaje como puerta de entrada al gran mercado asiático*. Con la firma del TLC se espera que haya un gran nivel de competencia que impulsará algunos sectores económicos colombianos, efecto al cual el sector floricultor no es ajeno. Lo cual no está nada mal, la reducción arancelaria, tal y como se explica en el tratado para este sector irá a de 3 a 5 años de manera lineal, factor que a medida que vaya disminuyendo los aranceles hará que exportar a este mercado de aprendizaje sea cada vez más atractivo para los floricultores colombianos, factor primordial en la generación de una estrategia clara para adentrarse a dicho mercado. En la feria que se llevó a cabo en Goyang International Flower Foundation, Colombia demostró su potencial como país exportador de flores, siendo uno de los “stands” más visitados dentro de esta feria. (Proexport Colombia, 2012).

Un sector con potencial internacional, ya que según el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y algunos datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), Colombia exportó cerca de USD\$1.300 millones en flores en el 2011 es decir USD\$11,8 millones más que en el año inmediatamente anterior. (Proexport Colombia, 2011) De estos USD\$1.300 millones se exportaron USD\$1,2 millones en flores con destino a Corea del Sur demostrando un aumento del 128,1% a comparación del 2010. (Proexport Colombia, 2011)

Al hablar del gran potencial de Corea del Sur, se debe recalcar en los argumentos de María Claudia Lacouture donde describe a Corea del Sur como una “cultura importadora, alto poder adquisitivo y acceso preferencial; factores que convierten en Corea del Sur en no solo un mercado atractivo para los exportadores sino también en un gran mercado de aprendizaje para llegar al mercado Asiático” a esto le podemos añadir que para entrar a este mercado debemos tener estrategias de largo plazo que faciliten la

⁷ María Claudia Lacouture, Presidente Proexport Colombia desde el 2010.

comercialización de las flores colombianas en el país, es decir, no es solo el hecho de llevar las flores hasta el país asiático, se debe pensar también en cómo potencializar la comercialización de las flores dentro del país y sin dejar nada a un lado, pensar también en abrir puntos estratégicos de comercialización en Corea del Sur para abastecer la demanda de países cercanos. Con esto lo que se plantea es lograr desarrollar la inversión en el sector de tal manera que no se quede solo en el hecho de exportar la flor desde Colombia, sino a la vez adentrarse y apoyarse en la cultura asiática y establecer puntos estratégicos de comercialización, algo muy distinto al modelo actual que tenemos en Estados Unidos, en el cual el sector desde sus inicios se ha enfocado en exportar la flor pero sin que exista la necesidad de agregar valor dentro de la cadena.

En otras palabras la función de un punto estratégico de comercialización es ampliar la cadena de abastecimiento y que el exportador lleve el producto hasta las manos del consumidor final, entendiendo que esto no puede hacerse directa y únicamente por parte del exportador por costos y demás, se busca entonces poder ampliar el alcance del exportador por medio de comercializadores de flores dentro del país asiático. Para lo anterior, es de vital importancia que exista un gran apoyo en términos de la inversión que le pueda llegar al sector floricultor colombiano así como también la necesidad explícita de conocer la cultura del país y sus métodos de comercialización, todo esto para poder generar una estrategia más robusta que permita penetrar el mercado Sur Coreano de una manera menos tormentosa para las flores colombianas, del desarrollo activo de dicha estrategia se parte para poner sobre la mesa la posibilidad de convertir a Corea del Sur como no solo la puerta de entrada al mercado asiático pero también para aprovechar la posición geográfica del país como punto estratégico de distribución para el resto de Asia.

Corea del Sur es un país con cerca de 50 millones de habitantes. (Korea.net, 2010) A su vez, este país es el octavo importador del mundo en 2011 con una participación de casi el 3% (524.405,2 millones de dólares) de las importaciones mundiales, esto indica que en ese año fue nueve veces

superior a Colombia en importaciones. (Proexport Colombia, 2011). Por los datos que nos proveen las distintas entidades gubernamentales como el DANE y los datos de los estudios de Proexport podemos ver que Corea del Sur es un país recalcable en Asia, por su cultura importadora la cual es forzada al no ser un país que cuenta con una gran variedad de recursos naturales, los busca en los mercados externos y promueve su desarrollo económico basado en esta necesidad de importar lo que no produce. Por estas razones, Corea del Sur se convierte en un importante socio para el desarrollo económico de Colombia y con la firma del Tratado de Libre Comercio con este país el PIB colombiano se espera que crezca en un 0,5% adicional, a razón de solo este tratado de integración económica. (Dinero, 2012).

La importancia de la firma de este tratado se repercute al momento de pensar en que la desgravación arancelaria para las flores va de 3 a 5 años, ya que actualmente se exportan flores a Corea del Sur, con dicho beneficio arancelario las exportaciones de flores y demás productos colombianos se verán altamente incentivados a ingresar a este mercado. Ya que el principal destino de las flores colombianas es Estados Unidos, a donde se exporta cerca del 80% de la producción nacional. Esto demuestra una gran dependencia a este mercado, nuestro principal socio comercial, lo cual no está nada mal, ya que a Estados Unidos le debemos el hecho de haber generado en este sector una cultura exportadora, cultura la cual debemos potenciar por medio de los distintos tratados de libre comercio que se han venido firmando recientemente como fuente y camino de entrada a mercados prometedores como el surcoreano.

3.1 DOFA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	Alta calidad de las flores colombianas. Gran demanda de las flores colombianas a nivel mundial. Reconocimiento de la calidad de las flores colombianas. Importancia como 2do país más relevante en la exportación de flores a nivel mundial después de Holanda.	Poca comunicación entre exportadores del sector. Alta dependencia con Estados Unidos y la volatilidad de las divisas.
OPORTUNIDADES	FO	DO
Amplia demanda en países del continente Asiático. Innovación en los procesos de exportación vía marítima. Innovación en procesos de cultivación de flores.	La calidad de las flores colombianas amplían la demanda de las mismas a nivel internacional Mantener el posicionamiento de Colombia como segundo país exportador de flores.	La innovación en procesos de cultivación de flores y la comunicación de estas nuevas tecnologías Responder a la demanda de las flores colombianas en el continente asiático como respaldo a la alta dependencia al mercado estadounidense
AMENAZAS	FA	DA
Crecimiento de los sectores floricultores de países competidores. Ecuador se muestra como potencial competidor ocupando el 3er puesto después de Colombia como país exportador de flores. Tecnificación de los cultivos de flores en países competidores.	El reconocimiento de la calidad de la flor colombiana como apoyo a matener los estandares de la demanda a nivel global. Establecimiento de ventajas competitivas basadas en las ventajas comparativas entre Colombia y sus principales competidores	El fortalecimiento de los procesos productivos de los principales competidores de Colombia. La tecnificación de los cultivos de los competidores se presentan como ventajas competitivas frente a la producción poco sofisticada y artesanal colombiana.


Teniendo claro los conceptos por parte de Proexport, como entidad encargada de la promoción de las exportaciones y la inversión en extranjera en Colombia, cabe adentrarnos en el entendimiento profundo del mercado Sur Coreano como destino de nuestras exportaciones y su perfil logístico de infraestructura y centrándonos de igual manera en las exportaciones de flores de corte a este mercado.

Según los datos de Colombia Trade en su perfil de Corea del Sur, vemos una envidiable posición geográfica, una población similar a la población colombiana en cantidad, y ciudades con una población masiva como su capital Seúl (10.3 millones de habitantes). (Legiscomex, 2013). También podemos evidenciar que a pesar que la lengua oficial es el Koreano, el cual es

su idioma nativo, vemos que en otras lenguas se enlista el inglés, lo que es una ventaja para hacer negocios con los coreanos.

Gráfica 12. Datos básicos de Corea del Sur.

DATOS BÁSICOS	
Nombre oficial: Korea del Sur	
Superficie: 99,720km ²	
Situación geográfica: Asia oriental, mitad sure de la Península Coreana bordeando el mar de Japón y el mar amarillo	
Principales recursos naturales: Carbón, tungsteno, grafito, molibdeno, plomo, hidroeléctrica potencial	
Número de habitantes: 48'860.50 millones	
Densidad: 487 hab/km ²	
Población principales ciudades:	
Seúl : 10,3 millones	
Busan: 3,7 millones	
Incheon: 2,6 millones	
Capital: Seúl	
Religiones	
Cristiano: 26,3% (protestantes y católicos)	
Budista: 23%	
Otros: 1,3%	
Ninguno: 49,3%	
Lenguas:	
Oficial: Koreano	
Otras: Inglés	

La imagen muestra la bandera nacional de Corea del Sur, conocida como Taegeukgi. Está compuesta por un círculo central dividido horizontalmente en rojo (arriba) y azul (abajo), rodeado por cuatro trigramas negros (Kwan) distribuidos en los cuadrantes. El trígamo superior izquierdo tiene tres líneas horizontales, el superior derecho tiene tres líneas verticales, el inferior izquierdo tiene una línea horizontal y dos líneas verticales, y el inferior derecho tiene una línea horizontal y dos líneas diagonales.

Fuente: Datos tomados de Colombia Trade, 2013

3.2 Indicadores sociales y económicos de corea del sur

Tabla 7. Indicadores Sociales y Económicos de Corea del Sur.

INDICADORES SOCIALES			
POBLACIÓN			BIENESTAR SOCIAL
CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN	0.204%		ÍNDICE DE DESARROLLO HUMANO
ESTRUCTURA POR EDADES			GASTO PÚBLICO EN SALUD/PIB
0 -14 AÑOS	15.70%		6.50%
15 - 64 AÑOS	72.90%		GASTO PÚBLICO EN EDUCACIÓN/PIB
65 AÑOS O MÁS	11.40%		
			INDICE GINI DE DESIGUALDAD
ESTRUCTURA DE GÉNERO	1 HOMBRE/MUJER		0.316
POBLACIÓN URBANA	83%		
INDICADORES ECONÓMICOS			
PRODUCCIÓN			DEUDA PÚBLICA
PIB CORRIENTE (millones USD)	\$1,164		GASTOS EN INVESTIGACIÓN
PIB PPA (millones USD)	\$1,549		EMPLEO
PIB PER CÁPITA (USD)	\$31,700		POBLACIÓN ACTIVA/POBLACIÓN MAYOR A 15 AÑOS
ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL (ranking mundial, 142 países 2011)	22		MUJERES ACTIVAS/POBLACIÓN ACTIVA TOTAL
CRECIMIENTO DEL PIB PER CÁPITA (tasa anual)	3.6%		49%
			PRECIOS
			ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR
			4%

Fuente: Datos tomados de Colombia Trade, 2013

Analizando los indicadores socio-económicos de Corea del Sur, vemos que el 83% de la población habita en espacios urbanos, indicándonos que el perfil de consumidor Sur Coreano reside en alguna de las ciudades urbanizadas del país. Mantienen un índice de Gini de desigualdad de 0,316 que es favorable y nos muestra que no existe tanta desigualdad en el país. El índice de Gini mide hasta qué punto la distribución del ingreso (o, en algunos casos, el gasto de consumo) entre individuos u hogares dentro de una economía se aleja de una distribución perfectamente equitativa. (Banco Mundial, 2013).

3.3 Análisis de la evolución del sector floricultor coreano

El sector floricultor Sur Coreano se provee de países como China y Colombia en ese orden. China aporta el 37% de las importaciones de flores de corte a Corea del Sur, mientras que Colombia aporta el 32%. (TradeMap, 2013) La tasa de crecimiento de los valores de dichas importaciones entre los años

2008 y 2012 es de 161% convirtiendo a Colombia en un gran aliado de importaciones de flores de corte a este país asiático. (TradeMap, 2013) Trade Map nos muestra también, que Colombia aporta el 13,7% de las exportaciones de flores de corte a nivel mundial, después del gigante de las flores de corte, Holanda, país que representa cerca del 50% de las exportaciones a nivel mundial y el 4to puesto en términos de exportaciones a Corea del Sur. (TradeMap, 2013)

Ecuador quien en dicho listado se encuentra en la 3era posición a nivel mundial representa una gran amenaza para Colombia ya que este país cuenta con condiciones climáticas relativamente similares, cultivando flores de calidad que ya son apetecidas en el mundo. El mercado Sur Coreano ha crecido su dinámica y cada vez le abre paso a una mayor cantidad de flores de corte para suplir su demanda, oportunidad que países como Colombia deben aprovechar ya que es el primer país latinoamericano que firma un tratado de libre comercio con dicho país, abriéndole las puertas al gran continente asiático que cuenta con un crecimiento pronunciado de habitantes en niveles socioeconómicos medio, convirtiéndose en un importante mercado final para las flores colombianas, el reto está en llegar primero.

Tabla 8. Principales exportadores de flores a Corea del Sur.

Exportadores	INDICADORES COMERCIALES						
	Valor importada en 2012 (miles de USD)	Saldo comercial en 2012 (miles de USD)	Participación de las importaciones para Corea, República de (%)	Cantidad importada en 2012	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2008-2012 (%)	Posición relativa del país socio en las exportaciones mundiales	Participación de los países socios en las exportaciones mundiales (%)
Mundo	9712	60455	100	2981	34		100
China	3684	-3480	37,9	2299	35	8	1
Colombia	3155	-3155	32,5	442	161	2	13,7
Tailandia	1297	-1297	13,4	116	10	11	0,8
Países Bajos (Holanda)	586	-585	6	31	17	1	49,5
Estados Unidos de América	122	-122	1,3	13	-22	18	0,4
Kenya	97	-97	1	8		4	6,4
Japón	44	69290	0,5	3	-8	53	0
Israel	24	-24	0,2	1	-5	10	0,8
Ecuador	22	-22	0,2	2	6	3	8,3

Fuente: TradeMap 2013, Datos extraídos de tabla de importaciones de Flores de Corte de Corea del Sur.

3.4 Logística de corea del sur

3.4.1 Flores colombianas vía marítima

Al querer analizar y profundizar en la excelente posición geográfica con la que cuenta Corea del Sur, evidenciamos la importancia de sus puertos marítimos, los cuales para las exportaciones colombianas de flores aún en un panorama inexplorado, pero del trabajo conjunto de entidades como el SENA, la Asociación Colombiana de Exportadores de Flores, ASOCOLFLORES⁸, y la CAF, se fomentará el uso de embarcaciones como medio de transporte de las flores colombianas. (Contexto Ganadero, 2012). De esta manera, cambiando del tradicional modo de transporte para las flores colombianas, el avión, los costos se disminuirían en cerca de un 60% haciendo uso de embarcaciones marítimas. (Contexto Ganadero, 2012). Para garantizar si las flores colombianas mantenían su calidad al ser enviadas por este medio se desarrollaron planes pilotos en Estados Unidos, Japón y Europa.

En esta gráfica, se resaltan los principales puertos de Corea del Sur, el principal puerto de Corea del Sur como se menciona anteriormente es el puerto de Busan, también conocido como Pusan. Busan, es el principal puerto de Corea del Sur conectado al país con el océano pacífico y al resto de Asia. A la vez en este puerto se maneja el 40% del total de la carga del país con los más de 130 buques que entran a este puerto diariamente. (Legiscomex, 2013)

⁸ ASOCOLFLORES, la Asociación Colombiana de Exportadores de Floricultores.

Gráfica 13. Principales puertos Marítimos de Corea del Sur.



Fuente: Legiscomex.com, 2013.

Según la Busan Regional Maritime Affairs and Port Office, en 2012 este puerto movilizó 284'486.179 toneladas de carga (Legiscomex, 2013)

Gráfica 14. Fotografía de puerto Busan.



Fuente: Port World, 2012

El segundo puerto principal de Corea de Sur es Incheon, está ubicado a unos 40 km de la capital de Corea del Sur, Seúl. Este puerto consta de grandes avances tecnológicos para el cargue y descargue de mercancía. Este puerto según la Busan Regional Maritime Affairs and Port Office, en 2012 movilizó 33'177.149 toneladas de carga. (Legiscomex, 2013)

Para Andrea González, directora de la oficina de economía y logística de ASOCOLFLORES, el transporte vía marítima abriría la posibilidad al sector de ser más competitivo en el mercado europeo y asiático. (Contexto Ganadero, 2012). Es de resaltar la importancia de la inmersión en nuevas alternativas de exportación para las flores colombianas en aras de ser cada vez más competitivos, y mantener los niveles de calidad que ofrecen las flores colombianas en el mundo.

Paralelo a este proyecto, la Gobernación de Cundinamarca ha asignado \$9.000.000 millones de pesos a los floricultores para generar un banco de semillas e implementar nuevas tecnologías. (Contexto Ganadero, 2012) El objetivo de esta inversión es aumentar la competitividad del sector floricultor colombiano e impulsar la comercialización de las mismas atendiendo a la demanda de las flores colombianas en tanto el mercados nacionales como extranjeros, ampliando de manera efectiva los niveles de competitividad y la calidad de las flores colombianas en los mercados extranjeros.

3.4.2 Conectividad marítima de corea del sur

Algunos de los aspectos que debemos tener en cuenta, es que Corea del Sur tiene 25 puertos que se extienden a los largo de sus costas, pero desde Colombia la mayoría del tráfico marítimo se concentra en la ciudad de Busan, al sur de la península coreana.

Las conexiones desde la Costa Atlántica colombiana se hacen en su generalidad en países como Jamaica, Taiwan, Mexico, Hong Kong y Panamá, una situación que genera que los tiempos de transito oscilen entre los 23 y 53 días. Sin embargo, existen 5 rutas directas desde Buenaventura la cuales no varían en los tiempos de transito.

(Proexport, 2013), rutas de las cuales el sector puede tomar provecho y generar un nuevo mecanismo de exportación que en el mediano plazo reduzcan los costos del transporte aéreo, el cual es el medio de transporte mas utilizado para este tipo de productos. Generar una estrategia de innovación en los procesos de exportación de las flores colombianas no solo reducirían los costos de exportación de las flores sino que a su vez le agregaría valor a la cadena de abastecimiento del país destino, como a la vez aumentar el volumen de flores exportadas y con esto impulsar el desarrollo de la innovación para poder entonces responder a la demanda global por las apetecidas flores colombianas.

3.4.3 Conectividad aérea de corea del sur

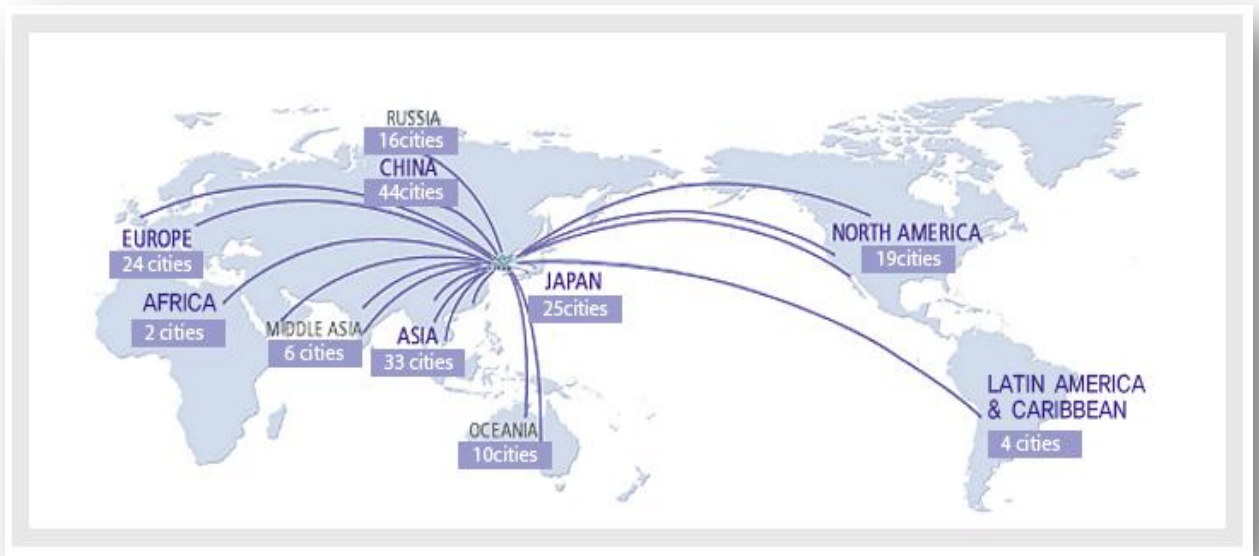
Al hablar de la conectividad aérea Sur coreana, es de suma importancia resaltar la relevancia de esta para la exportación de flores colombianas a este mercado. Ya hemos hablado de las posibilidades de innovación y competitividad de exportar flores por medio marítimo al mercado Sur Coreano y como esto se ha venido explorando en otros mercados como el europeo, Estados Unidos, Japón entre otros.

Corea del Sur cuenta con 114 aeropuertos, de los cuales 71 son pavimentados y 43 sin pavimentar. (2012) (Legiscomex, 2013). Los principales aeropuertos de Corea del Sur son; Incheon-Seúl, Jeju y Busan.

El Aeropuerto Internacional de Incheon (Seúl) se encuentra ubicado a 52 kilómetros de Seúl. Este aeropuerto es de los aeropuertos más concurridos de Asia y del mundo. (Legiscomex, 2013) y es el aeropuerto insignia de Corea del Sur. (Incheon (Seúl) International Airport , 2013). El Aeropuerto Internacional de Incheon cuenta con una conectividad aérea con 157 ciudades en 57 países vía 89 aerolíneas alrededor del mundo. (Incheon (Seúl) International Airport, 2013). Tal y como lo muestra la Gráfica XX el Aeropuerto Internacional de Incheon es el segundo aeropuerto en el Top 10 de aeropuertos de Cargo del mundo, por debajo del aeropuerto internacional de Hong Kong. Esta gráfica a

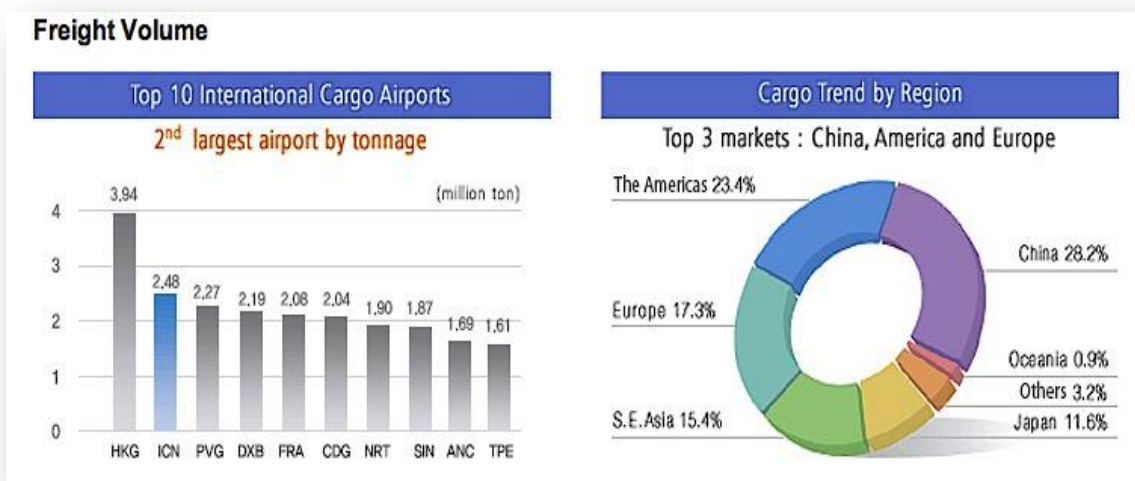
su vez, nos muestra la proveniencia de la carga de este aeropuerto donde se evidencia que América esta en segundo lugar ocupando el 23,4% de la carga que entra a este aeropuerto. Es por esto que el Aeropuerto Internacional de Incheon (Seúl) es el aeropuerto más importante de Corea del Sur y uno de los más importantes a nivel global.

Gráfica 15. Conectividad Aeropuerto Internacional de Incheon (Seúl).



Fuente: Incheon International Airport, 2012

Gráfica 16. Volumen de Carga y principales regiones del Aeropuerto Internacional de Incheon.



Fuente: Incheon International Airport, 2012

El segundo aeropuerto más importante de Corea del Sur, Busán esta situado a 22 kilómetros al occidente de la ciudad que lleva el mismo nombre. Este aeropuerto es también conocido como el Aeropuerto de Pusám o de Gimhae. El Aeropuerto Internacional de Jeju esta ubicado al norte de la isla de Jeju, y es el tercer aeropuerto más importante del país asiático.

3.4.4 Los principales aeropuertos de corea del sur y sus principales rutas.

Es de suma importancia entender la capacidad de los aeropuertos de Corea del Sur ya que por este medio se transporta la mayor proporción de flores de corte en el mundo. Aprovechar estos puertos aéreos y entender sus capacidades en términos de carga, le abre las puertas a las flores colombianas al mercado Sur coreano pero a su vez por las masivas rutas y conexiones de estos aeropuertos nos brindan la capacidad de penetrar otros países del continente asiático, y desarrollando estas ventajas de manera efectiva podemos generar ventajas competitivas frente a otros países productores y exportadores de flores como Ecuador.

Con todo esto se intenta ampliar el conocimiento del país asiático, y poder adentrarse a entender las ventajas que se pueden generar desde la exportación de flores a países distintos al principal socio comercial colombiano, Estados Unidos. El entendimiento dinámico del mercado sur coreano, nos ayuda a conceptualizar la demanda de un mercado completamente nuevo para los exportadores de flores colombianas, y a la vez brindarles las oportunidades de sumergirse en mercados alternos que les puedan crear utilidades provenientes de nuevas fuentes. Es por esta razón que el mercado Sur coreano, como menciona María Claudia Lacouture, es un mercado tan importante y que nos brinda una puerta de entrada al mercado asiático, ya que este es el primer tratado de libre comercio que se firma con un país asiático.

El precio del dólar es un factor que afecta directamente a este sector, y es por esto que la propuesta de buscar nuevas alternativas de exportación viene a la luz, porque al tener distintos destinos se puede sopesar en alguna medida el fuerte impacto que tiene una devaluación de la divisa americana frente al peso colombiano. (Portafolio , 2010).

A esto es importante sumarle la necesidad de la innovación en los procesos de exportación de las flores colombianas llegando a exportar más que una materia prima a llegar a exportar un producto terminado, que al hablar de flores se trataría de arreglos florales o flores ya arregladas y listas para la comercialización al cliente final.

Esto hace parte de la estrategia que se intenta plantear y es el hecho de no manejar el mismo sistema que se maneja con Estados Unidos al hablar de la exportación de flores colombianas, ya que se debe pensar en no solo como llevar la flor al país de destino, que para este caso es Corea del Sur, sino a la vez pensar en el Corea del Sur como un país con un gran potencial, potencial que se debe explotar y explorar al máximo, para poder agregar valor al producto y también a los métodos de penetración del mercado coreano.

Esto le podría agregar valor a los exportadores y apoyándose en los beneficios arancelarios de los recientes tratados llegar a generar una cultura de comercialización y exportación de productos terminados., lo refuerza los comentarios del embajador de Colombia en Corea del Sur donde menciona que entre los sectores beneficiados por este tratado se incluye en sector floricultor (El País, 2012). Esta propuesta busca poder agregarle al aporte que tienen las flores en la sociedad colombiana, por el alto nivel de empleo formal que crea el sector en los departamentos donde se cultivan las flores colombianas, y de manera paralela el aporte del sector en el desarrollo económico del país.

3.5 Alianza del pacífico

De igual forma y de manera paralela se encuentra la Alianza del Pacífico, con la cual se espera poder llegar a ofrecer productos en bloque a los mercados de Asia y África. Esta alianza está conformada por 4 países de Latinoamérica; Colombia, México, Perú y Chile.

Dicha Alianza del Pacífico se conformó en el 2011, en Lima con la firma de la Declaración de Lima. La Alianza del Pacífico otorga un valor estratégico a la forma convencional de exportación de los países integrantes ya que se genera una plataforma que busca conformar un proceso de integración abierto y no excluyente de países con visiones de crecimiento y desarrollo afines y promotores del libre comercio como factor primordial en el potenciamiento de la economía, además el ofrecimiento de productos en bloque ofrece ventajas competitivas para los negocios internacionales con una clara orientación a la región Asia-Pacífico, a la cual pertenece Corea del Sur. (Alianza del Pacífico, 2012)

Los cuatro países totalizan una población de 209 millones de habitantes con un PIB per cápita de diez mil dólares. Un PIB conjunto de 2.0 billones de dólares que representan el 35% del producto de América Latina. La alianza contrajo cerca e 70 mil millones de dólares en inversión extranjera directa en el 2012. (Alianza del Pacífico, 2012).

A la suma del acuerdo bilateral entre Colombia y Corea del Sur, se encuentra esta Alianza que como se menciona, busca fomentar el comercio en bloque generando una plataforma estratégica de inmersión en países de Asia. Esto le ofrece a Colombia y en materia específica al sector floricultor colombiano una gran oportunidad de entrada a los mercados del continente asiático. En mayo de 2012 las flores colombianas mostraron su potencial en una feria internacional en Corea del Sur, donde se resalta la demanda de las flores colombianas en estos mercados, por su variedad y calidad. Colombia cuenta con una ventaja tanto competitiva como competitiva ya que es el país con mayor variedad de flores en el mundo, a las que su posición geográfica ayuda de manera efectiva brindándole a estas variedades las condiciones esenciales

para su cultivación. (Proexport Colombia, 2012). Esta clase de ferias abren las puertas del mercado asiático, Corea del Sur no es ajeno a esto y esta al tanto de la Alianza y quiere aprovechar los beneficios y las oportunidades que esta alianza le puede brindar. (Dinero, 2013).

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En primer lugar sobra mencionar nuevamente la marcada dependencia del sector floricultor colombiano con un solo mercado, el estadounidense, y la influencia que tiene el mismo, al momento de fijar precios basados principalmente en su alto poder de negociación. Así mismo, vale remarcar que no es la intención de este trabajo olvidar o descuidar este importantísimo socio comercial, es más, se pretende promover la consolidación de este mercado y continuar desarrollándolo continuamente, pero sin que esto signifique que este mercado sea el único destino importante de las flores colombianas.

De este modo, se convierte en un factor primordial, el generar un valor agregado definido en las flores colombianas para sumergirse en mercados alternos al estadounidense y poder de esta manera competir de forma paralela con el primer exportador de flores en el mundo, Holanda, que hasta el momento y de seguir sin procesos tecnificados de cultivación y de inversión en tecnologías que agreguen valor a las exportaciones de flores, la brecha entre este país y Colombia se seguirá ampliando. El aprovechamiento de las ventajas comparativas que la posición geográfica de Colombia le ofrece a las flores que se cultivan en este país, deben convertirse y potencializarse como factores diferenciadores en el mercado global. De esta manera, se debe considerar el fortalecimiento de la exportación de flores exóticas que sólo se dan en Colombia y que pueden llegar a ser el principal baluarte de este sector.

Tal como se menciona y se resalta a través de este extensivo análisis de la realidad actual del sector floricultor colombiano, se evidencia la necesidad de una mayor inversión y apoyo gubernamental que se vea reflejado en diversificación del mercado, disminuyendo el posible hacinamiento de exportadores al mismo destino. Encontrando de esta manera, mercados distintos como Corea del Sur, que cuentan con un gran potencial y a su vez el respaldo de acuerdos comerciales que potencializan el fortalecimiento del sector al llegar primero a estos mercados levemente atendidos, que los principales y más importantes competidores como lo puede llegar a ser Ecuador, país que ocupa el tercer lugar en exportaciones de flores en el mundo. El sector debe desarrollar estrategias que promuevan e incentiven la demanda de las flores colombianas en mercados como el surcoreano, cultivando una demanda creciente en los consumidores asiáticos.

La Alianza del Pacífico y los acuerdos bilaterales se convierten en conductores de oportunidades de expansión para el sector, que se ven reflejados positivamente en la balanza comercial del país, haciendo que el peso del sector dentro del PIB sea mucho más relevante.

Corea del Sur se convierte gracias a estas oportunidades de intercambio de mercancías, en un esencial socio comercial para Colombia, además es la puerta de aprendizaje hacia el dinamismo del mercado asiático, y desarrollando todas estas oportunidades estratégicas se puede hacer de Corea del Sur más que un destino para las flores colombianas y convertirse en un aliado estratégico para la distribución de flores colombianas en el resto de Asia, donde se mezclan todo tipo de culturas y de idiomas y por tanto de preferencias, por lo anterior se debe resaltar sobre todas las cosas la calidad y el reconocimiento del que gozan las flores colombianas en el mercado global.

REFERENCIAS

- U.S International Trade Commission*. (2003). Retrieved 2013 18-julio from <http://www.usitc.gov/publications/332/pub3580.pdf>
- Alianza del Pacífico. (2012). *alianzapacifico.net*. Retrieved from <http://alianzapacifico.net/en/home-eng/valor-estrategico/>
- Asocolflores*. Asociación Colombiana de Floricultores (2013). Retrieved 2013 15-10 from <http://www.asocolflores.org/>
- Banco latinoamericano de comercio exterior*. (2012). Retrieved 2013 17-octubre from <http://www.blx.com/es/latam-info/colombia>
- Banco Mundial. (2013). *Banco Mundial*. Retrieved from <http://datos.bancomundial.org/indicador/SI.POV.GINI>
- Cadavid, J. (2010 marzo). Frutas y flores sobrepasan al café en el Pib. *El Universal* .
- Contexto Ganadero. (2012, Diciembre). *Contexto Ganadero*. Retrieved Junio 22, 2013, from <http://www.contextoganadero.com/agricultura/flores-colombianas-llegaran-en-barco-mercados-extranjeros>
- Contexto Ganadero. (2012, Diciembre). *Contexto Ganadero*. Retrieved June 24, 2013, from <http://contextoganadero.com/agricultura/floricultores-recibiran-9000-millones-para-fortalecimiento-del-sector>
- El Cultivo* . (2011). Retrieved 2013 16-10 from galeon: <http://elcultivo.galeon.com/>
- El País. (2012, Abril). *elpais.com.co*. Retrieved from <http://www.elpais.com.co/elpais/economia/noticias/agro-sera-beneficiados-del-tlc-con-corea>
- Dane*. (n.d.). Retrieved 2013 20-julio from http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/flores/Informe_resultados_2009.pdf
- Dinero. (2013, Agosto). *Dinero.com*. Retrieved from <http://www.dinero.com/empresas/articulo/corea-del-sur-quiere-alianza-del-pacifico/183240>
- Dinero. (2012). *Revista Dinero* . Retrieved Abril 2013, from <http://m.dinero.com/actualidad/economia/articulo/exportadores-llego-hora-hablar-coreano/153386>

ICONTEC. (2013). Retrieved 2013 22-julio from
<http://www.icontec.org.co/index.php?section=218>

Incheon (Seúl) Internacional Airport. (2013). *Incheon (Seúl) Internacional Airport*. Retrieved from
http://www.airport.kr/iiacms/pageWork.iaa?_scode=C1301040000

Incheon (Seúl) International Airport . (2013). *Incheon (Seúl) International Airport* . Retrieved from
http://www.airport.kr/iiacms/pageWork.iaa?_scode=C1401010000

Korea.net. (2010). *Korea.net*. Retrieved 5 2, 2013, from Korea.net:
<http://spanish.korea.net/AboutKorea/Korea-at-a-Glance/Facts-about-Korea>

Lee, R. A. (2008). *Asocolflores*. Retrieved 2013 15-10 from
Asocolflores/antecedentes:
<http://www.asocolflores.org/asocolflores/servlet/Download?idExternalFile=873&name=Ceniflores+su+inicio+presente+y+futuro.pdf>.

Legiscomex. (2013, Marzo 6). *Legiscomex.com*. Retrieved from Ficha Logística Corea del Sur:
<http://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/ficha-logistica-coreasur-2013-final.pdf>

Portafolio . (2010). *Portafolio.co*. Retrieved from
http://www.portafolio.co/detalle_archivo/CMS-8100382

PROEXPORT. (n.d.). Retrieved 2013 18-julio from
<http://www.proexport.com.co/publicaciones-proexport/informe-turismo-inversion-y-exportaciones>

Proexport Colombia. (2011). *Paraisos Fiscales*. Retrieved Abril 2013, from
<http://www.paraisosfiscales.org/invertir/identifica-proexport-productos-para-exportar-a-corea-del-sur>

Proexport Colombia. (2012). *Proexport Colombia*. Retrieved Abril 2013, from
<http://www.proexport.com.co/noticias/colombia-muestra-su-potencial-como-pais-floricultor-en-feria-internacional-de-corea-del-sur>

Proexport Colombia. (2012, Mayo). *Proexport Colombia*. Retrieved from
<http://www.proexport.com.co/noticias/colombia-muestra-su-potencial-como-pais-floricultor-en-feria-internacional-de-corea-del-sur>

Proexport. (2013, Febrero 21). *Proexport Colombia, Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones*. Retrieved Julio 10, 2013, from
<http://www.proexport.com.co/noticias/productos-colombianos-con-acceso-49-millones-de-surcoreanos>

Solano, A. (2013 13-febrero). San Valentin, fecha clave para floricultores. *El nuevo siglo* .

TradeMap. (2013). *www.Trademap.org* . Retrieved from http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx

Trademap. (2013). Retrieved 2013 08 from International Trade Center: http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx

Trademap. (2013). Retrieved 2013 08 from International Trade Center: http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx