Artículo

China:

De gran consumidor a nuevo competidor exportador

Hasta 2024, el mercado interno chino absorbía alrededor del 90% de la producción nacional de flores, mientras apenas el 10% se destinaba a la exportación. La producción de flores frescas cortadas se concentra principalmente en la provincia de Yunnan y, a diferencia de Países Bajos, Kenia, Ecuador o Colombia, el modelo chino estuvo orientado históricamente a abastecer su enorme mercado interno.

Esta diferencia permite dimensionar el punto de partida. En 2024 China exportó alrededor de USD 158 millones en flores, muy por debajo de los principales exportadores mundiales:

- **Países Bajos:** aproximadamente USD 4.900 millones.
- **Colombia:** aproximadamente USD 2.300 millones.
- **Ecuador:** aproximadamente USD 931 millones.

Por: I.A. Ines Ortiz V.

Las exportaciones chinas se concentraban principalmente en Japón, Corea del Sur, Tailandia, Vietnam y otros países del sudeste asiático. Sin embargo, durante 2025 comenzó a observarse un cambio relevante.

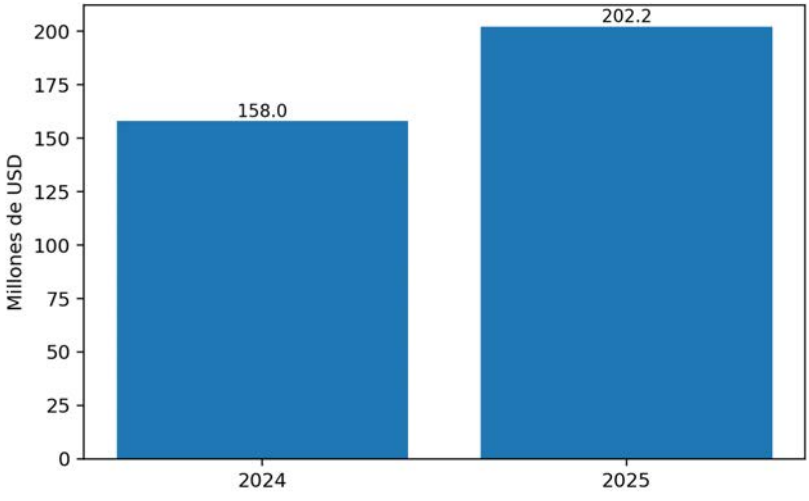
País	Exportaciones (USD)	Crecimiento anual (%)	Participación (%)
Japón	56.163.265	10,3	27,78
Kazajistán	35.618.403	424,3	17,62
Corea del Sur	21.409.266	5,1	10,59
Tailandia	20.264.233	-5,1	10,02
Vietnam	18.011.840	74,3	8,91
Rusia	14.872.843	250,0	7,36
Filipinas	13.171.590	54,5	6,52
Singapur	9.961.857	5,9	4,93
Australia	6.473.918	11,3	3,20
Malasia	6.222.296	31,8	3,08
Total 2025	**202.169.511**	-	-

Fuente: Asociación China de Flores (China Flower Association), *Estadísticas del comercio exterior de flores de China*, 2025, elaboradas con base en estadísticas oficiales de la Administración General de Aduanas de China (GACC).

Las exportaciones alcanzaron USD 202,2 millones, frente a los USD 158 millones registrados en 2024, lo que representa un crecimiento anual de 27,96 %. Aunque el mercado chino continúa siendo esencialmente doméstico, estos datos muestran el inicio de un cambio en su orientación exportadora.

Más importante que el crecimiento exportador en sí mismo es el cambio de modelo. Durante décadas China fue un gran productor orientado casi exclusivamente al consumo interno; ahora comienza a consolidarse también como un exportador con capacidad de expandirse rápidamente.

Exportaciones de flores de China



La expansión se concentra en mercados estratégicos

El crecimiento no ha sido uniforme. Se concentra principalmente en Asia y Eurasia, donde China dispone de claras ventajas logísticas y geográficas.

Los incrementos más significativos corresponden a:

- Kazajistán: **+424 %.**
- Rusia: **+250 %.**
- Vietnam: **+74 %.**
- Filipinas: **+54 %.**

No se trata de aumentos marginales. Reflejan una expansión hacia mercados donde la proximidad geográfica, la conectividad logística y la integración comercial reducen significativamente los costos de acceso.

Especialmente importante es el caso de Rusia. Ecuador continúa siendo el principal proveedor de rosas de ese mercado; sin embargo, el fuerte crecimiento de las exportaciones chinas hacia ese destino indica la aparición de un nuevo competidor con capacidad para incrementar progresivamente su participación.

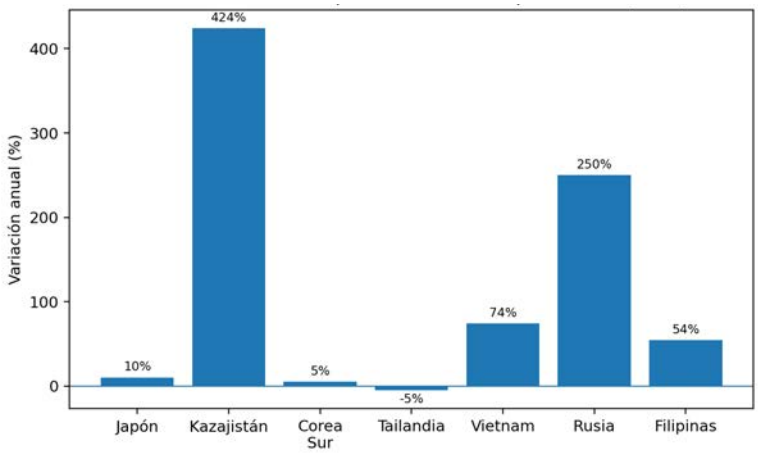
Para Ecuador, por tanto, la competencia china ya es una realidad, especialmente en los mercados de Rusia y Kazajstán. Gran parte de la flor que ingresa a Kazajistán tiene como destino final Rusia. El desafío consiste ahora en evaluar cómo esta expansión modificará la posición de los exportadores tradicionales y qué efectos tendrá sobre los volúmenes y precios de la flor ecuatoriana.

Las ventajas competitivas de China son estructurales

El crecimiento observado no responde únicamente a una política de precios. Se sustenta en factores de largo plazo:

- Enorme escala productiva;
- Infraestructura logística integrada;
- Red ferroviaria euroasiática;
- Apoyo estatal;
- Digitalización del comercio;

Crecimiento de las exportaciones chinas por destino (2025)



- Elevada capacidad industrial para incrementar rápidamente la producción.
- Cercanía geográfica a la mayor parte de los mercados asiáticos.
- Presencia de bodegas en Rusia, ubicadas en puntos estratégicos como Novosibirsk, Jabárovsk y Moscú.
- Construcción de modernos centros de almacenamiento en las zonas aduanero-logísticas fronterizas de China.

Estas ventajas constituyen factores estructurales que difícilmente desaparecerán por cambios coyunturales del mercado y ayudan a explicar por qué la expansión exportadora china puede adquirir una dimensión mucho mayor en los próximos años.

Un cambio en el modelo exportador chino

Durante décadas, China fue analizada principalmente como el país con el mayor mercado interno de flores del mundo. La atención se concentró en el crecimiento de la demanda nacional y en la expansión de su producción, mientras que su papel como exportador permaneció en un segundo plano.

Los datos de 2025 obligan a revisar esa percepción. China continúa destinando mayor parte de su producción al consumo interno, pero ha iniciado una etapa de expansión exportadora que difícilmente parece coyuntural. Su capacidad productiva, logística e industrial le permite incrementar con rapidez su presencia en los mercados internacionales.

La cuestión para Ecuador y Colombia ya no es determinar si China llegará a competir con ellos ni en qué mercados lo hará. Esa competencia ya está presente, particularmente en Rusia y otros mercados de Eurasia, y comienza a extenderse a otros destinos estratégicos. El desafío consiste en evaluar la velocidad con que China incrementará su participación, el desplazamiento que provocará sobre los exportadores tradicionales y sus efectos sobre los volúmenes, los precios y la competitividad de la floricultura ecuatoriana y colombiana.

¿Qué deben hacer los productores ecuatorianos y colombianos frente a esta nueva realidad?

Competir con China en aquellos factores donde este país posee ventajas estructurales no constituye una estrategia viable para la floricultura ecuatoriana y colombiana.

Durante décadas, la competitividad de la floricultura ecuatoriana se ha sustentado en la calidad de sus flores, el tamaño del botón, la intensidad de los colores, la vida en florero y la confiabilidad del suministro. La forma en que estas fortalezas podrán contribuir a preservar la competitividad del sector en el nuevo escenario aún está por definirse. La magnitud del cambio obliga a reconocer que ni la floricultura ecuatoriana ni la colombiana parecen haber asumido todavía la dimensión de este desafío. En consecuencia, aún no cuentan con una estrategia claramente definida para responder a una competencia que ya está modificando las condiciones de algunos de sus mercados tradicionales

El desafío trasciende el ámbito empresarial. La respuesta dependerá también de decisiones públicas y privadas.

La logística constituye probablemente el principal problema. Mientras China dispone de una infraestructura integrada, proximidad geográfica a los principales mercados asiáticos y una red de transporte terrestre que la conecta directamente con Eurasia, Ecuador y Colombia enfrentan costos cada vez más elevados en el transporte internacional.

Hace apenas cuatro o cinco años, el transporte representaba alrededor del 50% del costo total de exportación de una flor. Hoy esa proporción se aproxima al 75%. En estas condiciones resulta extremadamente difícil competir con países que cuentan con ventajas logísticas y costos de transporte significativamente menores.

Reducir esta brecha supera las posibilidades de los productores individuales. La logística y el transporte internacional deben convertirse en una prioridad de las políticas de competitividad de ambos países.

La experiencia demuestra que los cambios estructurales del comercio

Hace apenas cuatro o cinco años, el transporte representaba alrededor del 50% del costo total de exportación de una flor. Hoy esa proporción se aproxima al 75%.

internacional rara vez son percibidos mientras están ocurriendo. Generalmente comienzan de forma gradual y durante años pasan inadvertidos. Un ejemplo de ello fue la pérdida de competitividad del clavel español frente al crecimiento de la floricultura colombiana. A finales de la década de 1980 ya se advertía que la competencia de Colombia, favorecida por menores costos de producción y mejores condiciones para la exportación, estaba afectando al sector español. Sin embargo, la magnitud de este proceso solo se hizo plenamente evidente años después, cuando España dejó de ser un exportador relevante y comenzó a importar volúmenes cada vez mayores de clavel colombiano. Este caso, comentado por Luis Fernando Restrepo, con quien mantengo un permanente intercambio de información y análisis sobre la evolución de la floricultura, demuestra que las transformaciones más profundas suelen ser reconocidas cuando la capacidad de reacción ya es mucho más limitada.

La principal lección es que no podemos permitirnos subestimar la magnitud de esta transformación. Será indispensable evaluar sus efectos sobre la competitividad de la floricultura ecuatoriana y colombiana y definir, con suficiente anticipación, las estrategias necesarias para enfrentar un escenario que ya está modificando las condiciones de competencia en mercados fundamentales para ambos países.

Los datos de Innova Consultores sobre las exportaciones de rosas indican que esa expansión ya está en marcha. Entre 2024 y 2025, las exportaciones chinas de rosas registraron un crecimiento del 147,8 %, al pasar de USD 25,9 millones a USD 64,3 millones. Al mismo tiempo, las exportaciones hacia Kazajistán aumentaron de USD 3,3 millones a USD 24,2 millones y las destinadas a Rusia de USD 1,2 millones a USD 5,6 millones. Estas cifras evidencian la rápida consolidación de China en mercados de Eurasia, donde las rosas ecuatorianas han mantenido una presencia relevante durante décadas.

La creciente participación de la rosa y el clavel chinos en el mercado ruso ya está produciendo efectos concretos sobre la floricultura ecuatoriana, con una reducción de los volúmenes de exportación y una fuerte presión sobre los precios durante este año, particularmente desde mayo. Sin embargo, la reducción de precios no ha permitido recuperar competitividad. La diferencia en costos de producción y, sobre todo, en costos logísticos es demasiado amplia para compensarse mediante descuentos comerciales. El problema, por tanto, tiene un carácter estructural. Competir mediante precios ha dejado de ser una alternativa viable.

A este escenario se añade un desafío adicional. A medida que China incremente su presencia en mercados donde actualmente participan Ecuador y Colombia, ambos países podrían verse obligados a colocar una mayor proporción de sus exportaciones en otros destinos. Este desplazamiento intensificaría la competencia entre los dos principales exportadores sudamericanos en mercados como Estados Unidos, Canadá, Europa y otros destinos estratégicos, incrementaría la oferta disponible y ejercería una presión adicional sobre los precios. Un escenario de competencia destructiva terminaría debilitando a ambos países, por lo que resulta necesario explorar mecanismos de coordinación que permitan preservar sus posiciones en mercados estratégicos. La situación adquiere aún mayor relevancia si se considera que Colombia, además de competir con Ecuador en el mercado internacional de rosas, es el principal exportador mundial de clavel, especie en la que China también comienza a incrementar su presencia, especialmente en el mercado japonés.

China: una ventaja estructural difícil de igualar

SUPERFICIE DE LA FLORICULTURA

PAÍS / REGIÓN	SUPERFICIE (ha)	AÑO	FUENTE
Ecuador	8.274	2024	INEC – ESPAC 2024[1]
Colombia	11.173	2025	Asocolflores
China	1.389.000	2025	Asociacion China de flores
Yunnan	130.000	2024	People's Daily Online[2]

Detalle de Yunnan (2024)

INDICADOR	DATO
Superficie total de floricultura	1.950.000 mu = 130.000 ha
Superficie de flores cortadas	350.000 mu = 23.333 ha
Producción de flores cortadas	20.600 millones de tallos
Oferta comercial	Más de 1.600 variedades en 117 categorías
Participación del mercado de Dounan	Cerca del 70 % de las flores cortadas comercializadas en China pasan por el mercado de Dounan
Conversión utilizada	1 ha = 15 mu

Fuente para el detalle de Yunnan: People's Daily Online, "SW China's Yunnan cultivates thriving flower industry through innovation and modernization", 25 de febrero de 2025.

Colombia, además de competir con Ecuador en el mercado internacional de rosas, es el principal exportador mundial de clavel, especie en la que China también comienza a incrementar su presencia, especialmente en el mercado japonés.

La comparación de la superficie dedicada a la floricultura permite dimensionar la magnitud del desafío que representa China para los países exportadores tradicionales. Con cerca de 1,39 millones de hectáreas destinadas a la producción de flores, China posee una base productiva muy superior a la de Ecuador y Colombia. Solo la provincia de Yunnan, principal centro florícola del país concentra alrededor de 130.000 hectáreas, una superficie varias veces mayor que la totalidad del área cultivada con flores en Ecuador y Colombia.

Sin embargo, la ventaja competitiva china no se explica únicamente por la escala. El desarrollo de su floricultura forma parte de una política estatal más amplia de modernización agrícola, industrial y tecnológica. Durante los últimos años, China ha impulsado inversiones en automatización, agricultura inteligente y sistemas de cultivo en sustrato e hidroponía, junto con la incorporación de nuevas tecnologías a los procesos productivos. Estos avances permiten aumentar la eficiencia y la capacidad de producción del sector.

El apoyo estatal se extiende también a las condiciones necesarias para la comercialización y la exportación: infraestructura de transporte, cadenas de frío, facilitación del comercio, mercados especializados, plataformas digitales y modernización de los sistemas logísticos y de distribución. Aunque estas políticas no están dirigidas exclusivamente a la floricultura, crean condiciones favorables para reducir costos y ampliar la presencia de sus productos en los mercados internacionales.

Yunnan constituye un ejemplo concreto de esta estrategia. La modernización de los cultivos se articula con el desarrollo del mercado de Dounan y con una estructura que integra centros de investigación, empresas tecnológicas, mercados mayoristas, operadores logísticos y autoridades. Esta articulación permite conectar producción, tecnología, comercialización y logística, y convertir con mayor rapidez el crecimiento productivo en capacidad exportadora.

[1] INEC – ESPAC 2024, Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria, publicada por el Instituto Nacional de Estadística y Censos.
[2] People's Daily Online, "SW China's Yunnan cultivates thriving flower industry through innovation and modernization", 25 de febrero de 2025. Los datos corresponden al cierre de 2024.

Sin embargo, la ventaja competitiva china no se explica únicamente por la escala. El desarrollo de su floricultura forma parte de una política estatal más amplia de modernización agrícola, industrial y tecnológica.

En Ecuador y Colombia existen iniciativas públicas de promoción agrícola y exportadora, pero no una política comparable con la china por su escala, continuidad y nivel de articulación. Una parte importante de las inversiones en tecnología, apertura de mercados, infraestructura y desarrollo de nuevas capacidades ha recaído sobre las propias empresas y organizaciones del sector.

A ello se suma otro elemento que diferencia a los países latinoamericanos de su nuevo competidor: la disponibilidad de mano de obra. Mientras China dispone de una amplia oferta laboral y de una elevada capacidad para movilizar recursos productivos, Ecuador y, de manera mucho más crítica, Colombia, enfrentan crecientes dificultades para contratar y retener trabajadores para las labores agrícolas.

En varias zonas productoras de Colombia, la escasez de mano de obra se ha convertido en una seria limitación para sostener y ampliar la producción. Como comentó Luis Fernando Restrepo durante uno de nuestros intercambios de ideas, en numerosas explotaciones la principal limitación ya no es la disponibilidad de tierra, capital o mercados, sino la dificultad para conseguir trabajadores. Sin el personal necesario para cultivar, cosechar, clasificar y preparar la flor para la exportación, incluso la capacidad productiva existente puede verse comprometida.

La diferencia entre China y los principales exportadores sudamericanos, por tanto, va mucho más allá del tamaño de la superficie cultivada o de los costos de producción. Mientras en China la producción, la tecnología, la infraestructura y la logística forman parte de una política articulada de desarrollo, en Ecuador y Colombia la competitividad continúa dependiendo, en gran medida, del esfuerzo de las propias empresas y organizaciones del sector.

En consecuencia, la respuesta ya no puede limitarse al ámbito de cada productor. El desafío requiere una visión sectorial de largo plazo y una mayor coordinación entre el Estado y el sector privado. Será necesario fortalecer la innovación, la tecnología, la productividad y la logística, junto con políticas públicas orientadas a la apertura de mercados, la reducción de los costos de transporte, el acceso al financiamiento, la modernización de la infraestructura y la formación y disponibilidad de mano de obra.

Si la brecha continúa ampliándose, Ecuador y Colombia podrían enfrentar en los próximos años una situación cada vez más compleja: mayor presión sobre los precios, pérdida de participación en determinados mercados, desplazamiento hacia otros destinos, dificultades para sostener la producción y una creciente concentración del sector.

Los pequeños y medianos productores son los más vulnerables a este escenario, porque tienen menor capacidad para absorber el aumento de los costos, soportar períodos prolongados de bajos precios y realizar nuevas inversiones. En Colombia, el proceso de concentración empresarial lleva varios años y gran parte de la producción está ya en manos de grandes empresas. En Ecuador, donde todavía existe una presencia importante de pequeños y medianos productores, una pérdida sostenida de competitividad podría acelerar un proceso similar y provocar la salida de parte de ellos.

La evolución de este proceso dependerá, en buena medida, de la capacidad de Ecuador y Colombia para reconocer a tiempo la magnitud del cambio y responder a una competencia que se desarrolla en condiciones estructurales muy diferentes. El desafío será preservar la competitividad de la floricultura y su presencia en los mercados internacionales antes de que el desplazamiento que ya comienza a observarse resulte mucho más difícil de revertir.

Mientras China dispone de una amplia oferta laboral y de una elevada capacidad para movilizar recursos productivos, Ecuador y, de manera mucho más crítica, Colombia, enfrentan crecientes dificultades para contratar y retener trabajadores para las labores agrícolas.