PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ECONOMÍA Y GESTIÓN EMPRESARIAL

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

CERTIFICACIONES DE COMERCIO JUSTO EN EL SECTOR FLORÍCOLA ECUATORIANO EXPORTADOR: ANÁLISIS ENTRE RENTABILIDAD, SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD EN EL PERIODO 2020-2025.

CAMILA SIMONE MANZANO ALAJO

DIRECTOR: PhD. LORENA HERRERA VINELLI

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: CERTIFICACIONES DE COMERCIO JUSTO, COMPETITIVIDAD, SOSTENIBILIDAD, RENTABILIDAD EN EL SECTOR FLORÍCOLA ECUATORIANO

QUITO, JUNIO – 2026

PÁGINA DE DIRECTOR Y LECTORES

Director: PhD. Lorena Herrera Vinelli

Lector: PhD. Iván Rueda Fierro

DEDICATORIA

A mis padres, Ramiro y Margarita, quienes han sido mi mayor ejemplo de esfuerzo y dedicación; siempre me han apoyado y han estado para mí para motivarme a dar lo mejor de mí, ser mejor persona y no rendirme. Gracias a su esfuerzo y amor puedo culminar esta etapa más en mi vida.

A mis hermanos Ronny y Margareth, quienes me han apoyado con su cariño y confianza, me han motivado a seguir adelante y creer en mí misma.

A mis mascotas que durante noches de insomnio han sido mi fiel compañía y han hecho este proceso más llevadero.

Todos forman parte de la persona que soy hoy.

AGRADECIMIENTOS

A Dios por ser mi soporte durante toda esta etapa académica. Su guía ha sido importante para alcanzar cada una de mis metas.

A mis padres y hermanos por apoyarme en mi formación personal y académica y motivarme a ser mejor.

A mis amigos y primas por su compañía, cariño y palabras de ánimo.

A mi tutora de tesis, Dra. Lorena Herrera-Vinelli gracias a su acompañamiento, compromiso y orientación académica.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Resumen 1

Introducción 2

Capítulo 1 El comercio justo y su relación con la sostenibilidad, rentabilidad y competitividad en el comercio internacional 5

1.1 Introducción 5

1.2 Comercio justo: fundamentos, principios, objetivos y relevancia 5

1.3 Rentabilidad y competitividad en el comercio internacional 10

1.4 La perspectiva de la sostenibilidad y articulación con el comercio justo 13

1.5 Conclusiones 17

Capítulo 2 Caracterización de sector florícola ecuatoriano en el comercio internacional: periodo 2020-2025 19

2.1 Introducción 19

2.2 Contexto y evolución del sector florícola ecuatoriano 20

2.3 Marco institucional sobre el sector florícola ecuatoriano 25

2.4 Competitividad del sector en mercados internacionales: iniciativas implementadas, alianzas estratégicas y acciones de promoción 29

2.5 Conclusiones 32

Capítulo 3 Análisis de las certificaciones de comercio justo en el sector florícola ecuatoriano: estudio de caso 34

3.1 Introducción 34

3.2 Las certificaciones de comercio justo en el sector florícola ecuatoriano 35

3.3 Análisis de sostenibilidad, competitividad y rentabilidad: tres ejes articuladores 46

3.4 Limitaciones y oportunidades para el sector florícola 50

3.5 Conclusiones: 54

Conclusiones finales 56

Recomendaciones 59

Bibliografía 62

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Empresas Certificadas a Nivel Nacional 40
Tabla 2. Certificaciones de Comerio Justo aplicados a empresas florícolas ecuatorianas seleccionadas. 42
Tabla 3. Contraste teórico clásico-contemporáneo de los tres ejes 48

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo comprender el rol de las certificaciones de comercio justo en el sector florícola ecuatoriano en torno a tres factores analíticos: la competitividad, la rentabilidad y la sostenibilidad, durante el periodo 2020-2025. Ecuador, al ser uno de los países con mayores exportaciones de flores a nivel mundial, ha logrado posicionarse gracias a la calidad del producto y por su capacidad de adaptarse a diferentes escenarios del mercado mundial. En este contexto, durante el periodo de estudio, este sector enfrentó situaciones complicadas a raíz de la pandemia del COVID-19 y el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania, desatando una crisis logística a nivel mundial; por lo que ante estas situaciones las certificaciones de comercio justo adquirieron mayor relevancia, puesto que funcionaron como herramientas de protección para los trabajadores y reforzaron el posicionamiento de las empresas certificadas en mercados especializados. No obstante, el sector se enfrenta a desafíos relacionados con el acceso equitativo a las certificaciones de comercio justo, mecanismos que se han convertido en requisitos para poder mantener la competitividad, donde se requieren más estándares alineados con lo ético, social y ambiental.

En este escenario, se planteó la necesidad de analizar cómo las certificaciones influyen en el desempeño de las empresas florícolas y su habilidad para responder a las exigencias del mercado. Por esta razón es importante comprender cómo estos sellos se asocian con los ejes de sostenibilidad, rentabilidad y competitividad, elementos esenciales para el posicionamiento; de la misma forma, es necesario analizar las oportunidades y limitaciones que se presentan al acceder y mantener estas certificaciones.

Es por ello que la investigación tiene un enfoque cualitativo de análisis documental, desarrollando un marco teórico, contrastando teorías clásicas y contemporáneas referentes a los tres ejes, caracterización del sector florícola y el análisis de estudio de caso enfocado en tres empresas.

En este contexto, si bien estas certificaciones funcionan como herramientas estratégicas que buscan fortalecer el sector, por el contrario, la misma impide el acceso a pequeños productores, por lo que se deben consolidar los mecanismos de financiamiento, promover la asociatividad entre pequeños y medianos productores para poder fomentar certificaciones más inclusivas que se adapten a las condiciones del sector.

Introducción

El presente estudio de investigación analiza el rol que desempeñan las certificaciones de comercio justo en el sector florícola, mecanismos que han adquirido un significado estratégico, ya que posibilitan, que las empresas y productores no solo de que se aseguren que los procesos de producción satisfagan los estándares internacionales, sino que también permiten el acceso a mercados más exigentes y premium, convirtiéndose en herramientas que fortalecen un comercio seguro, justo y equitativo. En este contexto, estos sellos nacen a razón del comercio justo, el cual propone una alternativa de modelo basado en principios de sostenibilidad, equidad, transparencia y trazabilidad, con el fin de entablar relaciones comerciales más equitativas entre productores y consumidores.

En tal sentido, Ecuador, al ser uno de los principales países exportadores de productos no tradicionales dentro del comercio internacional, se involucra en este escenario, específicamente el sector florícola, puesto que ocupa el tercer lugar a nivel global y alcanzando 204 millones de dólares en exportaciones para el año 2024 debido a que la flor ecuatoriana es demandada por su calidad distintiva (Marfec, 2025).

Además, el crecimiento de este sector ha sido marcado por una mayor presión internacional para cumplir estándares sociales y de sostenibilidad en la producción. Sin embargo, en los últimos años, se ha evidenciado el incremento de exportaciones de flores certificadas. De acuerdo con datos del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), en el año 2021 las exportaciones de flores naturales certificadas bajo estándares de comercio justo alcanzaron un valor FOB (Free on Board) de $70.068,97, registrando un crecimiento del 1.101,97% en comparación con el año 2020, lo que evidencia la expansión del sector agrícola en el contexto internacional (Anuario de Exportaciones Sector Asociativo y Comercio Justo, 2021). Así también, implica nuevas exigencias o requerimientos por parte de los consumidores y compradores internacionales, ya que demandan cada vez productos que garanticen estándares éticos, ambientales y sociales, teniendo como resultado la adopción e implementación de certificaciones de comercio justo que incluyen cumplimiento de estándares, trazabilidad y responsabilidad social (Comisión Europea, 2020).

Por otro lado, surge la tensión entre los ejes de sostenibilidad, competitividad y rentabilidad. Si bien las certificaciones pueden facilitar el acceso a los mercados regionales e internacionales y mejorar la imagen de los productos, también pueden incrementar los costos de producción y reducir los márgenes de ganancia en contextos de alta competencia internacional. Según un reciente estudio, se demostró que la adopción de certificaciones implica inversiones significativas en infraestructura, auditorías y cumplimiento de requerimientos laborales (Valencia, 2025). Bajo esta perspectiva, para muchas empresas ecuatorianas, los gastos operativos asociados al mantenimiento de la certificación disminuyen el margen de rentabilidad. Esta situación crea una contradicción, dado que la empresa debe invertir más para que, en términos de comercio, sea más justa, pero al hacerlo, reduce la capacidad de reinversión en otras áreas, poniendo en riesgo la estabilidad financiera a futuro.

Es por ello que surge la necesidad de analizar y comprender cómo las certificaciones de comercio justo influyen y aportan a la sostenibilidad, rentabilidad y competitividad en el sector florícola, identificando los obstáculos y oportunidades que genera su implementación, con el fin de propiciar información útil para la toma de decisiones empresariales y generar estrategias orientadas al comercio más sostenible.

Por lo tanto, el objetivo general de esta investigación es identificar y analizar las certificaciones de comercio justo en el sector florícola ecuatoriano a partir de tres categorías analíticas como son la rentabilidad, sostenibilidad y competitividad en el periodo 2020-2025. Por lo que, para poder alcanzar este objetivo, se plantean tres objetivos específicos, como es: reflexionar analíticamente sobre las categorías conceptuales que guían este trabajo: rentabilidad, sostenibilidad y competitividad en el marco de comercio justo en el sector florícola ecuatoriano, así como realizar una caracterización del sector florícola ecuatoriano, enfatizando en sus condiciones, capacidades y limitaciones para la adopción de certificaciones de comercio justo y, finalmente, desarrollar un estudio de caso enfocado en la implementación de las certificaciones de comercio justo en el sector florícola, evaluando su impacto y aporte en la rentabilidad, sostenibilidad y competitividad.

En respuesta a estos objetivos, el estudio se sitúa dentro de un enfoque cualitativo no experimental, analítico, interpretativo y descriptivo, ya que intenta comprender en

profundidad cómo las certificaciones de comercio justo en el sector agrícola impactan en tres ejes: sostenibilidad, rentabilidad y competitividad. Además, la investigación cualitativa, según Sampieri et al. (2014), se caracteriza por enfocarse en la comprensión de fenómenos sociales desde la perspectiva de los actores, entendiendo contextos, significados y narrativas.

En este contexto, la intención principal no es la medición estadística; más bien, es la necesidad de analizar la relación entre el comercio justo del sector florícola con la competitividad, rentabilidad y sostenibilidad, reflexionando acerca de cómo las certificaciones juegan un papel clave en la estrategia de diferenciación en el mercado internacional.

Se aplica la técnica de análisis documental a partir de la revisión de fuentes primarias y secundarias; se examinará y recopilará información como informes de organismos internacionales, artículos científicos, así como publicaciones y documentos relacionados con las certificaciones de comercio justo en el sector agrícola y los tres ejes que se mencionaron anteriormente.

Capítulo 1

El comercio justo y su relación con la sostenibilidad, rentabilidad y competitividad en el comercio internacional

1.1 Introducción

El estudio del comercio justo en el marco del comercio internacional requiere comprender su origen y evolución conceptual, surgiendo como respuesta ante las desigualdades y la pobreza generadas por el sistema económico tradicional, fomentando un nuevo sistema de mercado alternativo en que los derechos del medioambiente y de los pueblos son el eje central de cualquier actividad económica (PORTAL DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA, 2020).

Por ende, el objetivo de este capítulo es establecer un marco teórico que permita entender los principios y objetivos del comercio, donde se abarcará el trato justo hacia los productores y el respeto por sus derechos laborales. De esta manera, presentando al comercio justo, como una propuesta de transformación del sistema comercial, basada en principios como transparencia, igualdad y sostenibilidad. Además de contrastar su articulación con los principios económicos como la competitividad y la rentabilidad, las cuales ya no se limitan en factores de productividad y costos, sino que conllevan elementos como la responsabilidad social y trazabilidad teniendo una lógica más equitativa. Finalmente, se analiza la definición de sostenibilidad y su relación con el comercio justo, así como su importancia en el comercio internacional.

1.2 Comercio justo: fundamentos, principios, objetivos y relevancia

Para poder comprender la definición de comercio justo, es necesario abarcar su historia, la cual nace a finales de los años sesenta, para crear alternativas que promuevan un comercio más equitativo y de esta manera acceder a nuevos mercados, apoyando a los productores de los países más desfavorecidos, implementando políticas que luchan contra la pobreza y promuevan la igualdad (Freudiich, 2012).

Aunque en un inicio la protección del medio ambiente y la promoción de prácticas sostenibles no formaba parte de sus objetivos primordiales, estas se han introducido de forma paulatina en los criterios del comercio justo (Solé, 2003). En este contexto, CLAC menciona que el comercio justo ha propuesto, por varias décadas, una nueva forma de entender el comercio, abordándolo desde un enfoque multidimensional que abarca

aspectos económicos, sociales y ambientales (CLAC, 2017). Lo que demuestra cómo se fue incorporando progresivamente la dimensión ambiental a un movimiento que nació con una orientación basada en lo social y comercial. Debido a esta razón actualmente, se promueve el uso sostenible y racional de los recursos naturales a través de cultivos que no usen pesticidas, disolventes químicos, entre otros.

Por lo tanto, el comercio justo a través de la historia se ha orientado a construir el desarrollo económico basado en la sostenibilidad, que no solo se enfoca en pagar un precio justo, sino que tiene ímpetu en áreas sociales y ambientales que establecen condiciones de mayor oportunidad de participación de pequeños productores en el comercio exterior.

Ahora partiremos con la definición de comercio justo como una corriente internacional que tiene como finalidad implementar relaciones más equitativas y justas en el comercio mediante la aplicación de prácticas sociales, así como éticas, donde se facilite la relación entre consumidores y productores (WFTO, 2023). Según Fairtrade International (s.f.), el comercio justo es el resultado de una relación de intercambio comercial basada en la transparencia, el diálogo, el respeto por el medio ambiente, el pago de precios justos, las relaciones comerciales equitativas, las oportunidades para productores, la equidad de género y la no explotación infantil, permitiendo humanizar las actividades económicas.

También se lo conoce como comercio solidario, equitativo y alternativo, y se define por su visión orientada a tomar posición a favor de los productores de las regiones menos desarrolladas del mundo. Su objetivo es la dignificación de las condiciones sociales y laborales mediante un comercio estable y directo. Por medio de sus propuestas, actividades y proyectos, el comercio justo cuestiona las políticas comerciales y económicas fundamentadas y respaldadas por los gobiernos del centro (países desarrollados) respecto a los países periferia (países en vías de desarrollo). En este contexto se establece un comercio más ecuánime para los países en vías de desarrollo, que deberían tener un mayor acceso creciente a los mercados de los países industrializados (Marcillo, 2018).

De acuerdo con la European Fair Trade Organization (2011), los objetivos estratégicos del comercio justo consisten en ayudar a que los trabajadores y productores marginales superen su situación de vulnerabilidad en la que se encuentren y que de esta manera logren acceder a la seguridad y a la autosuficiencia en términos económicos, así como brindar a

los productores y trabajadores mayor influencia en las decisiones de las organizaciones y actuar de manera más activa en el escenario global para buscar una mayor equidad en el comercio mundial.

Por lo tanto, las organizaciones involucradas en el comercio justo mantienen compromisos a largo plazo con los productores, asegurándose de los precios y de la cantidad de mercancía que se va a adquirir. Se trata, en conjunto, de equilibrar la seguridad económica que conlleva presenciar avances y mejorar las condiciones sociales (Eulalia, 2003). En otras palabras, la estabilidad comercial que brinda el comercio justo es el comienzo de cambios positivos en las comunidades productoras: al asegurar ingresos justos, así los productores tienen la oportunidad de planificar su futuro, financiar la educación de sus hijos y de esta manera alcanzar mejores condiciones de vida. Así, la relación entre organizaciones y productores va más allá de una actividad económica y se convierte en un mecanismo de desarrollo sostenible.

Uno de los referentes importantes para poder comprender el funcionamiento del comercio justo es el conjunto de sus diez principios establecidos por World Fair Trade Organization, que buscan garantizar prácticas comerciales transparentes, éticas y sostenibles a lo largo de las cadenas globales de valor (WFTO, 2023).

Figura 1. *10 principios del comercio justo*



Nota: Tomado de WFTO (2023).

En primer lugar, el comercio justo promueve la creación de oportunidades para pequeños productores con desventaja económica con el objetivo de que puedan pasar de condiciones de pobreza a la autosuficiencia económica. Para esta razón, desarrolla proyectos que ofrecen a los productores la oportunidad de generar crecimiento productivo, asociativo y personal. Asimismo, la organización enfatiza ser transparente y

responsable con las relaciones comerciales y administrativas, así como la creación de medios participativos para involucrar miembros, empleados y productores en la toma de decisiones. Otro aspecto fundamental consiste en promover prácticas comerciales justas donde se priorice el bienestar económico, ambiental y social de los productores. El cuarto principio es el pago de un precio justo que haya sido establecido por mutuo acuerdo mediante la participación y el diálogo.

El quinto principio se relaciona con la importancia de eliminar el trabajo infantil y el trabajo forzoso en la producción; enfatiza que las actividades deben ser monitoreadas cumpliendo con los derechos humanos y laborales. El sexto principio es el compromiso con la equidad de género, la no discriminación y la libertad de asociación, fomentando entornos laborales equitativos e inclusivos, proporcionando oportunidades para desarrollar habilidades para mujeres y hombres para que puedan tomar cargos de liderazgo dentro de las empresas. El séptimo principio se asegura de las buenas condiciones de trabajo, brindando un ambiente saludable que garantice horarios adecuados y el bienestar de los trabajadores.

El octavo principio se basa en facilitar el desarrollo de capacidades y habilidades, desarrollando actividades para que los productores mejoren sus habilidades de gestión y tengan mejor acceso a oportunidades comerciales. El noveno principio está vinculado a la promoción del comercio justo, que implica sensibilizar a los consumidores y actores de mercado sobre la importancia del consumo y las prácticas comerciales responsables. Finalmente, el décimo principio está enfocado en el respeto por el medio ambiente mediante prácticas ambientales usando recursos naturales de forma sustentable; de igual manera, fomenta el uso de tecnologías que busquen reducir el consumo de energía, tratando de minimizar el impacto ambiental mediante el uso de pesticidas orgánicos.

En conjunto, estos principios se alinean para crear un mundo más equitativo y sostenible, desarrollando modelos de negocios alternativos que priorizan a las personas y al planeta. Estos principios no pueden llevarse a cabo de forma aislada, sino que deben establecerse de manera integral para ofrecer un cambio y abordar precios justos, desarrollo social, sostenibilidad ambiental, toma de decisiones y democracia, lo que lo convierte en una herramienta clave para un desarrollo del comercio internacional (Home of Fair Trade Enterprises, 2023).

Por otro lado, el comercio justo, al ser un conjunto de prácticas que permiten satisfacer las necesidades de las personas de manera crítica, sostenible y sobre todo consciente, enfatiza el uso apropiado de los recursos naturales. Ante esto, es necesario explicar el consumo responsable, práctica en la que el consumidor no solo valora la cantidad o volumen de los productos que obtenga ni el precio, sino que su toma de decisiones es enfocada y guiada por criterios ambientales y sociales con el objetivo de contribuir a un entorno favorable.

En los últimos años, el comercio justo ha avanzado para incluir productos como el cacao, café, textiles, artesanías y flores. Todo esto se debe a la conciencia ecológica y social de los consumidores de los países industrializados, quienes demandan sostenibilidad, transparencia y trazabilidad en los bienes que adquieren. Es por esta razón que organizaciones como la Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC), han desempeñado un rol de gran importancia al representar, trabajar y fortalecer a las organizaciones de pequeños productores de la región para que accedan a las mismas oportunidades, impulsando la inclusión y participación. Además, impulsa el desarrollo sostenible mediante formación, financiación, empoderamiento de los trabajadores y acceso igualitario a mercados internacionales en condiciones más justas (WFTO, 2023).

En este contexto, ante la expansión del comercio justo, surge la certificación Fairtrade, que se caracteriza por fijar un precio mínimo que posibilita a los pequeños productores recibir una remuneración que cubre los costos de producción, permitiéndoles generar ingresos dignos. Asimismo, los productores, al obtener la prima FairTrade, ingreso extra que reciben según el volumen de sus ventas, esto lo usan para apoyar o cubrir proyectos enfocados a la ayuda social de las comunidades o para optimizar la producción.

En resumen, el rol del comercio justo engloba promover modelos de producción sostenibles y responsables, buscando oportunidades de desarrollo para los productores que se encuentran en desventaja social y económica respecto a aquellos actores que dominan el mercado internacional. Enfocándose en la dignificación del trabajo, el respeto por el medio ambiente y el uso sostenible de recursos naturales, dando apertura así a una comercialización solidaria y de calidad entre productores y consumidores, impulsando la asociatividad y la mejora de condiciones a largo plazo.

1.3 Rentabilidad y competitividad en el comercio internacional

Actualmente, vivimos en un escenario donde el panorama internacional tiende a una mayor globalización de las economías, permitiendo la internacionalización de las empresas, lo que da lugar a productos más diversos. Como resultado, las actividades comerciales requieren nuevos conocimientos sobre técnicas y métodos operativos, dado que operar en mercados internacionales significa adaptarse a diferentes regulaciones, normas de calidad y a clientes cada vez más exigentes. Cuando las empresas implementan estas capacidades, consiguen distinguirse en el mercado, lo que resulta en una mayor reputación y, a la par, ganan profesionalismo, lo cual conduce a establecer relaciones más estables y confiables con el consumidor, posibilitando forjar relaciones comerciales con países extranjeros. Es así como la rentabilidad y competitividad surgen como dos herramientas fundamentales que establecen el éxito y la estabilidad empresarial.

Por un lado, la rentabilidad es uno de los indicadores más importantes en el análisis económico, ya que refleja la capacidad de una organización para generar ganancias a partir de sus actividades productivas. En el campo del comercio internacional, la rentabilidad depende de diversos elementos, tales como los costos de producción, los precios a nivel internacional, la eficiencia operacional, la posibilidad de acceder a nuevos mercados y las circunstancias de competencia mundial (Porter, 1990).

En la literatura económica, la rentabilidad es aplicable para cualquier actividad económica en la que se crea capital a lo largo de un periodo de tiempo mediante el rendimiento de la mano de obra, recursos materiales y financieros. En el que no solo evidencia los resultados alcanzados, sino que permite evaluar qué tan eficaces han sido las decisiones estratégicas y acciones llevadas a cabo y que dan como resultado capital (Gitman y Zutter, 2012). Por otro lado, desde la perspectiva de las teorías clásicas, la rentabilidad se define como la maximización de beneficios económicos, con el afán de buscar el crecimiento para los propietarios, a través de las ventajas competitivas y el uso eficiente de sus recursos (Friendman, 1970). Estas ventajas son el aprovechamiento de las economías de escala, el poder de negociación y crear relaciones a largo plazo con los proveedores y clientes, y la externalización de sus operaciones.

Para ser más exactos, la rentabilidad se caracteriza como el ratio (métrica financiera que mide la facultad de una empresa para generar ganancias mediante sus activos, capital y ventas, mostrando su eficiencia operativa). Esta definición es relevante en el comercio internacional, sobre todo para las empresas que se dedican a exportar, puesto que estas se

enfrentan a costos más complejos y mayores estándares de calidad y exigencia por parte de los mercados de destino.

En este sentido, la rentabilidad, vista como la capacidad de generar ganancias, es parte del objetivo de las empresas que participan en el mercado internacional. Sin embargo, se enfrenta a un modelo de comercio convencional que se vive actualmente, puesto que la rentabilidad se reparte de manera desigual, debido a que las corporaciones transnacionales, intermediarios y comerciantes son actores con más poder en el mercado al recibir más ganancias; por otra parte, tenemos a los productores primarios, especialmente quienes residen en los países en desarrollo, que son aquellos que reciben una fracción mínima de ingresos finales. Esta es la triste realidad del mercado, provocando que los agricultores a menudo sufran explotación y luchen por cubrir sus costos productivos (Raynolds, 2012).

Es precisamente ante esta desigualdad estructural que el comercio justo plantea una visión distinta de la rentabilidad. Mientras que el modelo convencional mide la rentabilidad únicamente desde el punto de vista del beneficio financiero neto, buscando maximizar las ganancias sin tener en cuenta su distribución entre los actores de la cadena productiva, el comercio justo propone otra perspectiva donde se garantice que todos estos actores tengan rentabilidad justa, equitativa y sostenible. Es por esto que, mediante la certificación Fairtrade, los pequeños productores son favorecidos con el establecimiento de un precio mínimo cubriendo los costos de producción, asegurando ingresos dignos. Asimismo, las organizaciones que obtienen la prima Fairtrade disponen de un ingreso adicional que les permite financiar y promover iniciativas para poder mejorar la producción o proyectos sociales en sus comunidades. De esta manera, el comercio justo no solo garantiza una rentabilidad mínima, sino que genera un excedente para que se reinvierta en el desarrollo de las comunidades productoras.

En este sentido, más de sesenta estudios realizados entre 2021 y 2024 concluyeron que el 90% de las investigaciones que analizaron beneficios económicos a largo plazo hallaron aportes positivos del comercio justo, como ingresos más altos para los productores y una mayor estabilidad de los mismos. El comercio justo es especialmente apreciado por los trabajadores y agricultores debido a la constante capacitación, inversiones sociales y las ventajas económicas, con cerca del 90% de ellos manifestaron satisfacción con los servicios que reciben de las redes de productores FairTrade (Davis, 2025).

Por otro lado, la competitividad a nivel empresarial se define como la capacidad que tiene dicha organización de conseguir y sostener ventajas que faciliten optimizar y afianzar su posición en un contexto socioeconómico en el que se desenvuelve. Estas ventajas son determinadas por sus recursos y su capacidad para obtener rendimientos o beneficios mayores a los de sus competidores. Además, la noción de competitividad incluye un concepto de excelencia, que implica eficacia y eficiencia por parte de la organización y lograr posicionarse frente a sus competidores (Mathews, 2006).

En la literatura clásica, la competitividad se define por el factor de desempeño, relacionado con el rendimiento de las exportaciones según el país; es decir, las empresas llegan a ser competitivas cuando su participación se expande en el mercado internacional de determinados productos (Haguenauer, 1989). Además, se comprende como el desempeño de los factores que impulsen o desalienten las exportaciones, las políticas cambiarias, los acuerdos comerciales y las estrategias de las empresas. Otra manera de entenderla es mediante la serie de acciones estratégicas que toma una empresa y que le permite generar beneficios económicos con el tiempo.

Figura 2. *Importancia de la Competitividad*



Nota: Adaptado de Enright, M., Francés, A., y Scott, E. (1994), citado en Labarca (2007).

En este sentido, se considera una empresa competitiva aquella que puede ofrecer productos y servicios con características valoradas y apreciadas por sus clientes. Además, se debe enfatizar que los mercados y las expectativas de los clientes están en constante cambio; por lo tanto, es crucial que las empresas se adapten progresivamente a estas transformaciones para de esta manera conservar y elevar sus niveles de competitividad.

Actualmente, la competitividad en el mercado internacional se ha logrado de diferentes formas, como reducir precios, diferenciación e innovación de productos, calidad, responsabilidad social y sostenibilidad, que ha llevado a que diversas empresas se adapten

a estas exigencias con el afán de satisfacer la demanda cambiante, mediante el mejoramiento de tecnología y la capacitación constante de trabajadores y empresarios, la formación de relaciones internacionales y, sobre todo, el apoyo de los gobiernos para promover las diferentes actividades productivas en el país como en el exterior.

En este contexto, los productores de los países menos desarrollados han competido a través de las estrategias de costos bajos, enfrentándose a una situación estructuralmente precaria dentro de las cadenas globales de valores donde se producen más, obteniendo menos ganancias, y que pueden ser sustituidos con facilidad por otros proveedores, a lo que los sectores agrícolas son los más afectados, puesto que forman parte de esta cadena compitiendo por los costos, sin conseguir ventajas competitivas y construir estrategias basadas en la calidad, diferenciación e innovación (Labarca, 2007).

Es exactamente en este punto donde el comercio justo brinda una solución estratégica a los productores mediante las certificaciones, brindándoles una manera diferente de ser competitivos, permitiendo acceder a mercados exigentes que valoran la ética empresarial, mejorando la reputación de la empresa e incrementando la confianza del consumidor, garantizando el cumplimiento y acatamiento de normativas internacionales.

Este modelo de comercio justo enfocado en la competitividad se basa en características que no son sencillas de imitar, como la trazabilidad, responsabilidad social, la igualdad en la distribución de valor y el respeto por el medioambiente, las mismas que permiten distinguirse a nivel global. De esta manera, garantiza que los productos se producen bajo prácticas laborales sostenibles y justas, lo que incrementa su posicionamiento en el mercado donde cada vez el consumo ético crece (Franco, s.f.).

En resumen, el comercio justo no renuncia a la lógica de la competitividad, sino que le da un nuevo enfoque: en lugar de competir por ser el producto que ofrece costos bajos, sugiere competir por el productor más fiable, ético y comprometido con los estándares internacionales.

1.4 La perspectiva de la sostenibilidad y articulación con el comercio justo

Si bien en el subapartado inicial se mencionó acerca de la sostenibilidad, su análisis requiere profundizar y comprender su definición y rol en el comercio justo; es por ello que la definición de sostenibilidad no nace en un entorno empresarial, sino de un cambio ambiental global. Este término surge por primera vez en 1987 con el surgimiento del informe de Brundtland por la Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo de las

Naciones Unidas, la cual consideró que la sostenibilidad consiste en satisfacer las necesidades sin poner en riesgo las habilidades de las generaciones futuras y de esta manera satisfacer sus necesidades propias (Naciones Unidas, 1987).

Aunque lo que en un inicio la perspectiva de sostenibilidad estaba orientada en una dimensión medioambiental centrada en la lucha contra el cambio climático, el efecto invernadero, problemas ambientales, el desperdicio y mal uso de recursos naturales, entre otros, este transciende hacia un enfoque económico donde las naciones y empresas impulsan el crecimiento financiero a largo plazo mediante el uso de prácticas económicas responsables, protegiendo y haciendo buen uso de los elementos naturales y el control de procesos; y por último, el enfoque social, el cual se encarga de garantizar el bienestar de las personas, su calidad de vida, ofreciendo oportunidades para aquellos que se encuentren en situaciones menos favorecidas, fomentando la inclusión y el fortalecimiento de las comunidades. Estos dos enfoques fueron adaptados gradualmente por las empresas como parte de sus estrategias, convirtiéndose así en un principio fundamental de diferenciación en el mundo empresarial para la participación en los mercados internacionales (Pacto Mundial Red España, s.f.).

En este contexto, el desarrollo sostenible consiste en un proceso que implica bases éticas-normativas, que ya no solo involucra el crecimiento económico, sino que se centra en las personas y las formas de cómo se relacionan con su entorno ambiental y natural; por lo tanto, el desarrollo es un proceso que engloba la relación de ser humano y sistema social-naturaleza (Unicef, 2025), desligándose de la lógica de lo económico.

La sostenibilidad toma aún más relevancia en septiembre del 2015. La Asamblea General de las Naciones Unidas adoptó la Agenda 2030 y sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que abarcan temas como erradicar la pobreza, seguridad alimentaria, garantizar salud y bienestar, educación de calidad equitativa y de calidad, igualdad de género mediante el empoderamiento de las mujeres, manejo responsable del agua y saneamiento, acceso a energías sostenibles, impulsar el trabajo decente, construcción de infraestructuras y la innovación, reducir desigualdades, lograr comunidades y ciudades sostenibles, consumo y producción responsable, adopción de medidas para el cambio climático, conservar la vida marina, detener la pérdida de ecosistemas terrestres, fomentar la paz y justicia promoviendo sociedades más pacíficas y las alianzas que permiten dar paso al desarrollo sostenible y así poder lograr estos objetivos, los cuales, como en su

agenda se menciona, deben desarrollarse hasta el 2030 como un plan a favor de las personas, la prosperidad, el planeta y la paz (Pacto Mundial Red España, s.f.).

Figura 3. *Objetivos de Desarrollo Sostenible*



Nota: Tomado de las Naciones Unidas (2015)

De este modo, en el análisis de gestión empresarial, la sostenibilidad se caracteriza por el manejo adecuado de sus obligaciones y compromisos que coordina la empresa para generar un apropiado impacto sobre las dimensiones económicas, sociales y ambientales que provienen de las operaciones comerciales y productivas del giro del negocio, promoviendo el manejo empresarial más responsable y que esté encaminado a satisfacer las necesidades de las personas.

En un mundo cada vez más consciente de la necesidad de adoptar prácticas más sostenibles, el comercio justo se presenta como una de las alternativas más efectivas para de esta manera mantener la economía global y preservar el medio ambiente para las generaciones que se avecinan. Ahora se analizará la conexión entre la sostenibilidad y el comercio justo, las cuales están ligadas y ambas comparten el mismo principio: el respeto por el medio ambiente, las personas y sus comunidades, y se preocupan por el futuro. Ambas definiciones se fortalecen entre sí y representan dos elementos esenciales de una misma realidad: un mundo sostenible y justo.

De este modo, el eje central del comercio justo es la sostenibilidad al promover, garantizar y asegurar que los productores obtengan un precio justo por sus productos y se les permita la inversión en condiciones más sostenibles. Al empoderar a las comunidades, el comercio justo promueve la sostenibilidad social, previniendo la explotación laboral por medio del trabajo forzado e infantil y de esta manera asegura condiciones de trabajo

seguras y dignas. En este sentido, la sostenibilidad busca que un producto que, en términos de "justo", este debe producirse de manera responsable, es decir, que no cause deterioro al medio ambiente ni agote los recursos naturales (FAIRTRADE IBERICA, s,f.).

En las últimas décadas, la sociedad ha mostrado un interés cada vez mayor por conocer los valores y actitudes de las empresas hacia los temas sociales y la gestión socialmente responsable. Como consecuencia, por parte de las empresas, tienden a potenciar sus factores identitarios y determinar nuevas estrategias de marca, conciliando así los intereses de la empresa con los intereses de la sociedad. Esto ha favorecido el desarrollo de un discurso corporativo basado en valores que aumentan su oferta comercial de las empresas en torno a dimensiones medioambientales, sociales y el respeto por los derechos humanos, posicionando a las empresas como responsables y sostenibles (López, 2013).

En este contexto, el comercio justo se materializa en prácticas sostenibles que las empresas han decidido incluir como eje central en su modelo empresarial. A continuación, se muestran ejemplos de empresas ecuatorianas que fomentan el comercio justo con prácticas sostenibles: En el caso de ASOGUABO, organización de pequeños productores de banano con sede en el cantón El Guabo de la provincia de El Oro, que se destaca por sus proyectos medioambientales, como es la creación de una biofábrica para la producción de biofermentos (abono líquido orgánico, rico en nutrientes), financiada por la prima Fairtrade desde el 2019. Esta propuesta fue concebida para ofrecer una opción de inversión en productos agroquímicos que usualmente se emplean de manera convencional, conllevando costos altos y menor rentabilidad, además de exponer la salud de los trabajadores. El proyecto ha beneficiado a alrededor de 130 miembros mediante el incremento de la productividad, reducción de costos y manejo de suelos sanos, colaborando en la protección del ambiente (CLAC, s.f.). De igual manera, ha fomentado prácticas sostenibles en el área social, como es la inversión en educación, utilizando fondos para financiar becas, suministrar materiales escolares, construcción de centros educativos, donde el 100% de los hijos de los trabajadores asisten, así como el financiamiento de la salud para los miembros, para exámenes médicos, apoyo en caso de financiamiento y enfermedades graves (ASOGUABO, 2021). De esta manera, ASOGUABO ha logrado posicionarse en el mercado, ya que ha logrado cambios importantes que la han convertido en un agente clave para el progreso del país con un sólido compromiso sostenible con sus aliados.

Por otro lado, tenemos a la finca florícola Hoja Verde, ubicada en la ciudad de Cayambe y que es reconocida por tener certificaciones de comercio justo y sostenibilidad, lo que acredita su compromiso como un modelo de negocios con triple impacto: ambiental, financiero y social, donde la rentabilidad se basa en el bienestar social y sostenibilidad ambiental. En el área ambiental, Hoja Verde ha adaptado métodos de control de plagas y el uso de fertilizantes orgánicos para disminuir el uso de productos químicos; de igual manera, ha implementado un sistema de rotación con sus trabajadores, los cuales tienen que manejar productos fitosanitarios (mezclas químicas), limitando su exposición a un mes por año, además de proveerles de controles médicos periódicamente. Cerca del 17% de fertilizantes empleados son a partir de compost casero y mezclas de excremento animal. En lo que respecta al ámbito social, Hoja Verde prioriza el bienestar de sus trabajadores, los cuales obtienen salarios más elevados y pago por horas extras, acceso a revisiones médicas, optimización del hogar de los trabajadores, ayuda educativa constante para los niños y también brinda préstamos con tasas de interés más favorables que las bancarias (Hoja Verde, s.f,). En este contexto, la florícola ecuatoriana resulta especialmente relevante, pues permite diferenciarse en un mercado internacional donde los criterios de sostenibilidad son más determinantes para su posicionamiento.

Finalmente, el comercio justo y la sostenibilidad son conceptos que representan una perspectiva de cómo el mundo debería ser un sitio en que todos los individuos que lo conforman sean tratados con dignidad y respeto y donde se conserven y se cuiden los recursos naturales.

1.5 Conclusiones

En este capítulo se ha analizado que el comercio justo es un elemento importante en el comercio internacional contemporáneo, ya que no solo garantiza precios justos para los productores, sino que, a través de sus principios, fundamentos y objetivos, demuestra que está comprometido con la justicia, equidad y transparencia, reflejando su búsqueda por equilibrar las actividades económicas convencionales y luchar por un desarrollo sostenible en las comunidades productoras u organizaciones involucradas. Del mismo modo, el análisis de la rentabilidad y competitividad permite entender que estos conceptos son compatibles con un modelo de comercio más ético bajo parámetros que dan prioridad al bienestar social y ambiental junto al rendimiento económico. A su vez, la sostenibilidad se ha convertido en un eje principal del comercio justo, ya que integra dimensiones

sociales, económicas y ambientales, convirtiéndose en un elemento esencial de cualquier modelo comercial responsable.

En este sentido, la articulación de rentabilidad, competitividad y sostenibilidad con el comercio justo se interpreta como herramientas valiosas para entender las dinámicas del comercio internacional. En conjunto, estos tres elementos actúan como estrategias para equilibrar objetivos económicos sin perder el enfoque de responsabilidad social y ambiental. Ofreciendo nuevas estrategias para los productores y que de esta manera puedan participar en mercados internacionales con mayores exigencias.

Capítulo 2

Caracterización de sector florícola ecuatoriano en el comercio internacional: periodo 2020-2025

2.1 Introducción

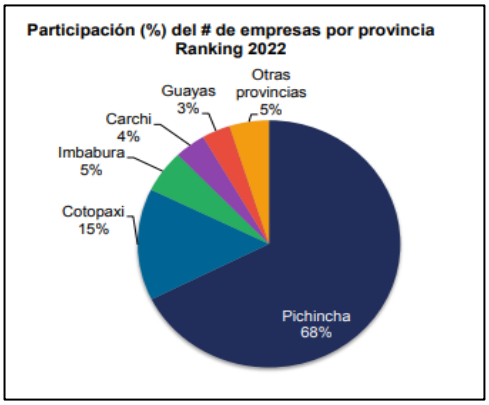
El sector florícola ecuatoriano a lo largo de las últimas cuatro décadas ha logrado ser uno de los motores primordiales de las exportaciones no petroleras, consolidándose como el tercer exportador mundial de flores, superado por Colombia y Holanda; sin embargo, se destaca por su capacidad de inserción en mercados internacionales altamente exigentes. Esta posición, si bien se debe a su ubicación geográfica del país, luz solar constante, su diversidad de pisos climáticos y la altura, dichos factores favorecen el crecimiento de flores con colores grandes, tallos largos y botones largos; es un punto de partida para convertir al sector florícola en uno de los pilares importantes del comercio exterior ecuatoriano. Sin embargo, su desarrollo no puede ser analizado solamente desde un punto de vista productivo, sino que necesita ser entendido desde su evolución a lo largo de la historia, su articulación con el marco institucional y las estrategias que han hecho posible mantener su competitividad internacional. Es por ello que el presente capítulo tiene como fin caracterizar el sector florícola durante el periodo 2020-2025, para comprender las dinámicas de este sector y su capacidad para adaptarse e implementar estrategias frente a escenarios adversos. En primer lugar, se caracterizará el sector florícola, analizando su contexto y evolución, considerando su antecedente histórico y su importancia en la economía nacional, así como su comportamiento comercial durante el periodo de estudio, donde se abordará la adaptación del sector frente a la crisis sanitaria (COVID-19), así como aspectos geopolíticos y económicos. En segundo lugar, se abordará el marco institucional que fomenta el desarrollo del sector, mediante la implementación de políticas públicas, analizando los principales actores institucionales como PRO ECUADOR, AGROCALIDAD y el Ministerio de Producción (MIPRO), que juegan un rol importante para poner en marcha estas políticas, así como las iniciativas gremiales por parte de Expoflores, además de los programas de financiamiento apoyados por BanEcuador, con el objetivo de entender cómo estos actores influyen en el sector. Finalmente, se analizará la competitividad del sector florícola mediante la implementación de estrategias e iniciativas comerciales que han permitido afianzar su presencia en mercados internacionales. Esta perspectiva permite demostrar cómo el sector

ha logrado establecerse y adaptarse en un entorno global dinámico; de esta manera se visualizará cómo las acciones de promoción comercial impulsadas por el sector permiten enfocarse en construir alianzas estratégicas que proyectan un futuro prometedor para la industria florícola del país.

2.2 Contexto y evolución del sector florícola ecuatoriano

El Ecuador se ha caracterizado por ser un país productor de materias primas que se destaca por sus actividades agrícolas y florícolas, representando uno de sus ingresos más fuertes. Es por ello que la historia de la floricultura en Ecuador se remonta específicamente en 1982 en Puembo, donde se establecieron los primeros cultivos de claveles y crisantemos con fines comerciales; posteriormente, en los años 90, el sector florícola se expandió en áreas como Cayambe, Tabacundo, Tungurahua, Azuay, Imbabura, Carchi, Cotopaxi, Chimborazo, Guayas, Los Ríos y El Oro, período en que la producción creció alrededor del 70%. Sin embargo, actualmente Cayambe y Tabacundo son reconocidas como centros de la floricultura ecuatoriana. Según un reporte de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (2022), señalaron que en el año 2022 alrededor de 287 empresas se dedican a la producción de flores, de las cuales el 68% de estas están situadas en Pichincha; le sigue la provincia de Cotopaxi con el 15%, en tercer lugar, Imbabura con el 5%, el Carchi con el 4%, Guayas con el 3% y otras provincias representando el 5% (Corporación Financiera Nacional, 2023).

Figura 4. *Participación (%) del número de empresas por provincia Ranking 2022*

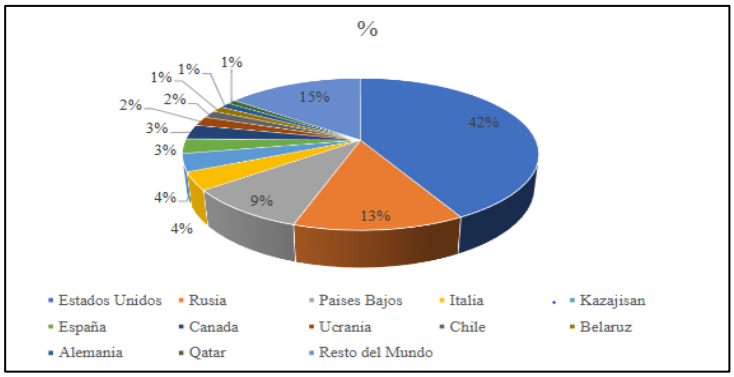


Nota: Tomada de "Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca Cultivo de flores, incluida la producción de flores cortadas" (p.4). por Corporación Financiera

En este contexto, las provincias con mayor presencia en el sector florícola tienden a presentar mejores condiciones como la altitud junto con la luz solar, que permite que las flores crezcan de mayor tamaño, suelos con óptimas condiciones y un clima estable, dando como resultado que Ecuador se destaque por sus rosas con rasgos inigualables, con sus tallos alargados, botones grandes, colores vivos. Es así que existen más de 500 variedades activas y, sobre todo, tienen un período de vida útil postcosecha superior al de otras rosas, elemento clave para que Ecuador pueda posicionarse en mercados internacionales premium, donde el precio no es el único factor de decisión. Esta comparación natural hace que esta industria esté orientada a la exportación (Dávila, 2025).

Respecto a los principales destinos de las flores ecuatorianas, se demuestra que Estados Unidos abarca un 42%; en segundo lugar, Rusia, con el 13%; en tercer lugar, Países Bajos, con el 9%; y el resto, con el 9% (Banco Central del Ecuador, 2023).

Figura 5. *Países clientes del sector florícola 2017-2022*



Nota: Tomada de "La evolución económica de la floricultura en el Ecuador" (p.8). por Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores, 2024.

Por otro lado, a partir de inicios de la década del siglo XXI, el sector experimentó su expansión y desarrollo gracias a la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas (ATPA), que permitió el ingreso de flores a Estados Unidos sin aranceles, lo que generó el desarrollo del sector con la tecnificación del riego, que pasó de ser un riego por gravedad a implementar un sistema por goteo computarizado, optimizando el uso del agua al 40%, además de la fertirrigación, que facilita la distribución exacta de nutrientes que necesita la flor. Gracias a estos sistemas se logró obtener flores con tallos de 90 cm y botones de 6 cm, rasgos únicos que Colombia, como su principal competidor, no podía replicar.

Inclusive se aplicaron las cadenas de frío ininterrumpidas, permitiendo regular la temperatura de las flores, alargando así su tiempo de vida hasta 15-20 días, elemento clave para competir en mercados como Rusia o Japón (Expoflores, 2024).

Sin embargo, a mediados de los 2000, el mercado global se sobrecargó, ya que la sobreoferta provocó que los precios internacionales disminuyeran, lo cual hizo que el hecho de producir más flores no asegurara más dinero. De acuerdo con el Banco Central del Ecuador (2024), desde el 2008 se observó una desaceleración en el aumento del valor de las exportaciones, en relación con el volumen. Es decir, Ecuador enviaba volúmenes grandes de flores; sin embargo, percibía la misma cantidad de divisas. Ante esta situación, el sector se enfocó en la diferenciación ética y ambiental, ya que en mercados europeos comenzaron a exigir trazabilidad en los procesos de producción, garantizando que el producto haya sido producido sin pesticidas, químicos y que se garanticen los derechos laborales y ambientales. Esto se debió al surgimiento del registro REACH en Europa, el cual regula la importación, producción y el empleo de sustancias químicas para proteger la salud de los trabajadores y el medio ambiente.

En el año 2019, el sector florícola representaba más de 879.8 millones de dólares en exportaciones, siendo el primer destino Estados Unidos con 397.1 millones, cubriendo el 45% de la demanda; en segundo lugar, Rusia con el 14.5% y Holanda con el 8.6%; el resto lo cubría España, Canadá, Italia, Ucrania, entre otros (Fincas de Rosas, s.f.).

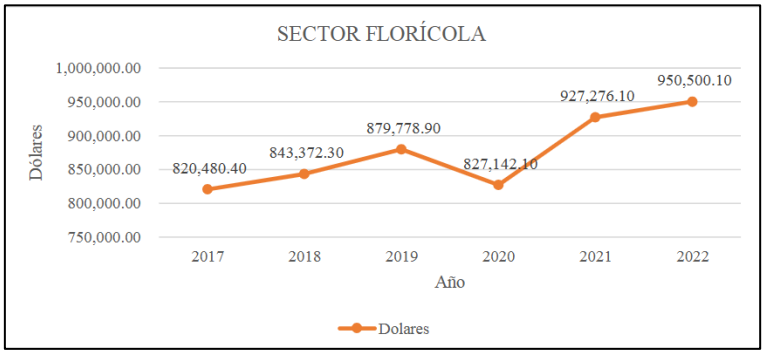
Aunque en otro sentido, un hecho importante para el sector florícola fue la pandemia del 2020, ocasionando una crisis financiera abrupta. La cual produjo la caída de pedidos, reducción de precios y con ello el desempleo de trabajadores, teniendo como resultado la reducción de exportaciones, teniendo un precio del 40% por debajo del precio habitual, debido a la caída de los precios a nivel internacional. Este hecho marcó, una reestructuración, ya que algunas fincas se vieron en la necesidad de cerrar o cambiar el giro de su negocio al cultivo de arándanos de manera temporal (Mackay et al., 2020).

De acuerdo con la información de Expoflores, el sector florícola funcionaba solo al 11.73% de su capacidad, con una disminución operática cerca del 90%, llegando a pérdidas de alrededor de 63 millones de dólares, por lo cual Alejandro Martínez, presidente de Expoflores, señaló que solo contaban con el 15% de los vuelos regulares, lo cual era complicado para lograr posicionarse y sobre todo mantenerse en los mercados internacionales. Cabe destacar que para el 2020, las flores ecuatorianas no pudieron ingresar a los mercados de Alemania, Canadá, Italia, Estados Unidos y Rusia, ya que estos cerraron sus fronteras, además de que la logística aérea colapsó.

Por otra parte, en un año típico de actividad comercial. Ecuador exporta cerca de 160.000 toneladas de flores, pero esta cifra se vio afectada drásticamente a razón de la pandemia. A pesar de que los primeros cuatro meses del año 2020 se exportaban 43.000 toneladas, lo que representa un 26.8% del volumen habitual, esta cifra no demostraba la magnitud de la crisis, ya que abarcaba cerca del 60% de sus ventas totales anuales. Esto es debido a que su comportamiento comercial gira en torno a la estacionalidad; la primera, San Valentín, siendo Estados Unidos y Europa los principales clientes; así mismo, sus exportaciones por esta fecha fueron del 95%, pero el Día de la Madre descendió al 50%, por cuanto en estas temporadas su demanda internacional incrementa. Es importante recalcar que, fuera de estas dos importantes temporadas, el sector depende de contratos ya establecidos. En este contexto, no solo hubo pérdidas económicas, sino que impactó drásticamente el trabajo de varios productores, puesto que habían perdido 6.000 de los 60.000 empleos, representando un 10%, además de que se esperaban más despidos debido a la escasez productiva (Ecuavisa, 2020).

De la misma forma, en el año 2022 el sector florícola tuvo una recuperación gradual tras la pandemia; de hecho, los primeros seis meses de este año fueron muy positivos debido a las ventas por San Valentín y el Día de la Madre. Sin embargo, el comercio internacional se vio afectado debido al conflicto bélico entre Rusia y Ucrania iniciado el 24 de febrero de 2022, ya que el país perdía alrededor de $2,5 millones semanales al no poder vender a la nación de Eurasia; además, se pronosticó la cancelación de pedidos para las semanas próximas que representaban de $12 a $15 millones, siendo el sector florícola el más afectado, puesto que el 40% de sus exportaciones son destinadas a esta nación, poniendo en riesgo la sostenibilidad de empresas que concentran su mayor parte de envíos en esta temporada del año. (El Comercio, 2022).

Figura 6. *Exportaciones de flores 2017-2022*



Nota: Tomada de La evolución económica de la floricultura en el Ecuador" (p.7). por Revista Dilema Contemporáneos: Educación, Política y Valores, 2024.

Según los datos estadísticos del Banco Central del Ecuador, el sector florícola ha tenido un crecimiento económico del 4% hasta 2019; no obstante, hasta el año 2020 se pudo presenciar una caída del 6% a causa de la pandemia. Ya para el 2021 recuperó un 12%, lo cual fue significativo, pero para el 2022 se detuvo en un 3% debido al conflicto bélico de Rusia contra Ucrania (Granda et al., 2024).

En la actualidad, el sector florícola ecuatoriano ha creado más de 65 mil empleos y alrededor de 55 mil indirectos, con la participación femenina que sobrepasa la mitad de la mano de obra. Además, esta actividad es la fuente principal de ingresos de más de treinta y un mil quinientas familias. En el contexto de comercio exterior, en el 2024 Ecuador ocupaba el tercer lugar detrás de Países Bajos y Colombia como mayor exportador mundial de rosas, siendo sus principales destinos Estados Unidos, Rusia, Países Bajos, Italia, Canadá, mercados europeos y euroasiáticos, representando el 10% del valor total de las exportaciones mundiales de flores y concentra el 96% de su producción en mercados extranjeros (Dávila, 2025).

A pesar de haber presentado complejos panoramas, las productoras florícolas de Ecuador se han caracterizado por ser resilientes y tener la habilidad de adaptarse al mercado ante crisis sanitarias, económicas y geopolíticas, por lo que han implementado estrategias de diversificación de mercados, permitiendo que las flores lleguen al mercado canadiense, considerándose como alto potencial, ya que sus exportaciones llegaron a los 33 millones de dólares, es decir, el 4%. Esta diversificación permitió que Ecuador venda alrededor de 83 tipos de flores en comparación con Colombia (Asociación Nacional de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador, 2023).

Cabe destacar que el sector florícola ecuatoriano ha vivido una evolución positiva en el año 2024, puesto que de enero a noviembre de ese año la exportación de flores fue más de 160.000 toneladas, originando 952 millones en ingresos, es decir, un 2.6% más que el 2023. Una reciente intervención señaló que la exportación de flores representaba alrededor del 1% del PIB no petrolero; en otras palabras, 955 millones de dólares eran los ingresos que tenía el sector en el 2024. Para ese año, el mercado tuvo una evolución entre 3% y 5% (Pérez, 2025 citando a Altamirano, 2025).

Ya para el 2025, en la temporada de San Valentín, se exportaron 28.779 toneladas de flores en comparación con las 24.466 toneladas de flores enviadas en el 2024; es decir, hubo un incremento del 8.7% más que el año anterior (Forbes, 2025).

Sin embargo, en 2025 su crecimiento se desaceleró a un 1.3% provocado por los aranceles del 10% impuestos por Estados Unidos, un mercado que a lo largo de la historia ha sido pionero en la demanda de flores ecuatorianas. La caída fue menor a la esperada y el sector se sostuvo, cerrando el año con 1.100 millones de dólares en exportaciones (La Hora, 2025).

Para 2026, se prevé un aumento de 3% al 3.5% en volumen en el sector, aunque con una tendencia del 1% a causa de la baja del precio, además de la incertidumbre sobre las sobretasas establecidas por Estados Unidos, así como buscar acuerdos para crear circunstancias más ventajosas para Ecuador (Mejía, 2026).

2.3 Marco institucional sobre el sector florícola ecuatoriano

En esta sección abordaremos el marco institucional del sector florícola ecuatoriano, crucial para el análisis de las políticas públicas que se han puesto en marcha con el objetivo de fortalecer dicho sector, junto con diversas iniciativas que surgen del Estado ecuatoriano. Para empezar, necesitamos abordar un acontecimiento importante: esto fue la creación de la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo (2016-2025), herramienta fundamental de la política pública, de la cual el Estado ecuatoriano ha procurado fortalecer e institucionalizar el comercio justo en el país. Esta estrategia, promovida por el Ministerio de Producción, Comercio Exterior. Inversiones y Pesca, respondiendo a la necesidad de incluir a los pequeños y medianos productores en las cadenas de valor más justas, incentivando las actividades comerciales más sostenibles. Además, no solamente establece pautas de promoción, sino que también establece un marco institucional con la finalidad de enmendar las irregularidades del comercio global, las cuales impactan negativamente a los productores provenientes de países en vías de desarrollo como es Ecuador. En este contexto, el comercio justo abre la brecha hacia la oportunidad de incrementar los ingresos de los productores, asegurando condiciones laborales dignas e impulsando prácticas responsables desde el punto de vista medioambiental, en concordancia con las exigencias o estándares internacionales (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2017).

De este modo, la Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo se organiza en torno al acceso a los mercados, el fortalecimiento de las capacidades productivas y la promoción comercial. Estos elementos tienen como fin crear un entorno favorable para que los

participantes del comercio justo puedan integrarse a mercados que presentan mayor competitividad. En el marco del periodo 2020-2025, la vigencia de esta estrategia adquiere mayor relevancia, puesto que se ha dado en medio de una crisis global como es la pandemia, que ha revelado la necesidad de implementar y ejecutar modelos de comercio más resilientes y sostenibles. No obstante, a pesar de ser una herramienta que permite el desarrollo del comercio justo en el país, su eficacia depende de la capacidad del Estado en reforzarla y adecuarla a las tendencias actuales del comercio internacional. Esto es importante para los sectores exportadores, como el florícola, ya que al aplicar los principios del comercio justo puede tener impactos positivos en cuanto a la sostenibilidad; sin embargo, también supone retos en relación con la competitividad y rentabilidad; dichos retos los veremos con mayor detalle en el tercer capítulo.

A razón de lo anterior, partiremos con las políticas públicas enfocadas al sector florícola, por lo que es importante retroceder a lo largo de las primeras dos décadas del siglo XXI; el Estado ecuatoriano fue reconociendo gradualmente la relevancia estratégica de este sector, poniendo en marcha acciones destinadas a favorecer su incorporación al mercado global, con la creación de PRO ECUADOR, el Instituto de Promoción de Exportaciones e Importaciones, el cual a partir de los 2000 tuvo un rol importante en la apertura comercial de las flores. Esta institución, de hecho, coordinó la intervención del país en ferias internacionales como son la IFTF (International Floriculture Trade Fair), en la que se han establecido relaciones comerciales con Rusia, Europa y Estados Unidos. Mientras que, en materia de control fitosanitario, AGROCALIDAD (Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario) fue fortalecida gradualmente, asegurando que las flores que exportaba Ecuador se adaptaran a los estándares de sanidad vegetal e inocuidad internacionales, las cuales, a través de controles e inspecciones sólidas, se evidenció que estas cumplían con lo requerido, convirtiéndose en una ventaja competitiva internacional estable (Betancourt, 2025).

En el contexto de la pandemia y la reactivación económica posterior, que tiene lugar en el periodo 2020-2025, el sector florícola llevó a cabo políticas públicas con el fin de mantenerse estable y fuerte en el mercado. Por lo que, en el 2020, ante la crisis sanitaria del COVID-19, el gobierno de Ecuador tomó medidas emergentes orientadas a salvaguardar la sostenibilidad del sector en términos productivos y laborales. Estas incluyeron ofrecer soporte en la cadena logística de exportación, flexibilizar temporalmente el trabajo de los productores y brindar facilidades para que la actividad productiva no se detenga. Dichas medidas tenían por objetivo mitigar la poca demanda

existente y garantizar la continuidad de las actividades productivas y comerciales (Banco Central del Ecuador, 2022).

Más tarde, se ejecutaron políticas que buscaban promover las exportaciones y diversificar los mercados a fin de lograr la reactivación económica, en la que PROECUADOR desempeñó un rol importante implementando iniciativas que fortalecieron la participación de ferias internacionales, pero esta vez consolidándose en ruedas de negocios virtuales y tácticas de posicionamiento comercial en mercados no convencionales (Pro Ecuador, 2023).

En el contexto de Buenas Prácticas Agropecuarias (BPA), Expoflores y la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario (Agrocalidad) firmaron un convenio de Cooperación Interinstitucional con el objetivo de mejorar la capacidad competitiva del sector florícola frente a los requerimientos de los mercados internacionales. Como colaborador estratégico, Agrocalidad colaboró de manera coordinada en las siguientes áreas: formación y capacitación a los productores, homologación de la certificación de Flor Ecuador, reconociéndola como un sistema que cumple los estándares internacionales de buenas prácticas, permitiendo colocar a Ecuador como pionero de esta iniciativa pública, incrementando su productividad, así como implementar el valor agregado al producto y disminuir costos. Esta asociación facilitó que Expoflores cumpliera con las exigencias solicitadas por las entidades públicas (Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, 2019).

Inclusive, en abril del 2022, el sector florícola se incorporó al programa Ecuador Carbono Cero (PECC), promovido por el Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica, con el fin de que las compañías ecuatorianas disminuyan y cuantifiquen sus emisiones de gases de efecto invernadero, en la que 102 empresas asociadas a Expoflores se sumaron al programa, siendo un acontecimiento clave para el sector, puesto que una industria completa en Ecuador se asociaba de manera colectiva para poder lograr acciones orientadas a la neutralidad del carbono, además del Acuerdo de Cooperación Interinstitucional firmado entre Expoflores y el Ministerio del Ambiente, en el que definieron metas concretas orientadas a procesos productivos sostenibles bajos en carbono, contribuyendo al medio ambiente. Ante esto, Gustavo Manrique, exministro del Ambiente, expuso que el gobierno está comprometido con la sostenibilidad y la economía circular y sobre todo con un sector promovido por las buenas prácticas ambientales. Con esta acción se estimaba que el 64% del proceso productivo florícola contribuyera a una transición ecológica (El Comercio, 2022).

Asimismo, durante este periodo se consolidaron convenios comerciales internacionales, como el Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea, el cual posibilitó condiciones preferentes para la entrada de productos ecuatorianos, entre ellos las flores al mercado europeo, permitiendo la competitividad del sector ante altas exigencias internacionales (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2022).

Paralelamente, BanEcuador ha desempeñado un rol importante como componente estratégico de las políticas públicas en la financiación del sector florícola en general, facilitando a los productores el acceso a recursos para adaptarse a estándares de sostenibilidad internacional, innovar y enfrentar de la mejor manera los procesos productivos y necesidades de inversión a través de bonos destinados a pequeños productores, alivios financieros y créditos. Una de las iniciativas más notables creado por BanEcuador fue en noviembre del 2025 con el programa crédito 7x7, enfocado a pequeños agricultores, productores rurales y ganaderos, proporcionando una tasa del 7% durante 7 años con montos entre $250.000 y $500 dólares, a lo que el programa crediticio evidenció que puede responder a la demanda de créditos (Ecuador221, 2025).

Además, el programa ofrece un periodo de gracia que permite a los productores cultivar, plantar y cosechar sin que la primera cuota represente una carga inmediata. Gracias a esta herramienta productores del sector florícola han podido acceder a la compra de insumos, renovación e implementación de maquinaria y fortalecer sus operaciones productivas (Jaramillo, 2025).

Para junio del 2025 se realizó el evento de “Floricultura, Exportación y Desarrollo” en Cayambe, el cual reunió a AGROCALIDAD, PROECUADOR, el Ministerio de Producción y BanEcuador, junto a productores privados, en el cual se abordaron temas enfocados a la sostenibilidad, productividad y acceso a mercados mediante la aplicación de técnicas orientadas a fortalecer el sector; tales son: la aplicación de buenas prácticas agrícolas y pecuarias, estrategias de promoción de comercio internacional y la especialización sectorial (BanEcuador, 2025). Por lo mismo, Julio Álvarez, subsecretario de Agroindustria de MIPRO, manifestó la implementación de un nuevo proceso de estructuración de la primera política pública agroindustrial del Ecuador, con el apoyo de instituciones como BanEcuador, IICA, FAO y BID, por lo que señaló que estas estrategias y procesos deben basarse en obtener una mayor productividad, mejor balanza comercial, continuidad en el mercado y potenciar el valor agregado.

En este contexto, las políticas que se han llevado a cabo durante el periodo 2020-2025 demuestran el interés e intento de mantener la actividad florícola a pesar de condiciones desfavorables e implementar e impulsar estas medidas y políticas públicas ya mencionadas; aun así persisten limitaciones respecto a los costos logísticos, innovaciones tecnológicas y una mayor preocupación por parte del Estado, las cuales abordaremos con más detalle en el capítulo 3 y que además son claves para mejorar la competitividad del sector a largo plazo.

2.4 Competitividad del sector en mercados internacionales: iniciativas implementadas, alianzas estratégicas y acciones de promoción

Como se mencionó en el subapartado inicial, Ecuador se ha caracterizado por contar con condiciones agrícolas excelentes gracias a su ubicación geográfica privilegiada, puesto que la luz solar durante el día es de alrededor de 10 a 12 horas, lo cual permite el crecimiento rápido de las rosas, siendo la exposición solar un factor esencial. Además, Ecuador cuenta con cuatro ciclos productivos, mientras que en países del hemisferio norte o sur solo se cuenta con dos ciclos productivos, abarcando mejor la demanda. Así mismo, la altitud es otro factor fundamental, ya que esta excede los 2.800 metros sobre el nivel del mar, haciendo que la calidad de la flor ecuatoriana sea de mejor calidad ante competidores como Colombia o Kenia (Gallegos, Beltrán, Calderón y Guerra, 2020).

En este contexto, estas condiciones permiten que las flores ecuatorianas se distingan por sus tallos largos y rectos, botones grandes y por tener un grosor adecuado para ser usados en ramos, opciones de floristería y decoración. Por ejemplo, la gypsophila, que es un tipo de rosa que se caracteriza por tener la mayor cantidad de hectáreas cultivadas en un tiempo corto y ser más demandada; por otro lado, el clavel, caracterizado por su color, diversidad, tallos largos y sobre todo porque tiene mayores números de días de vida en el florero. Es decir, las flores de Ecuador tienen un período de vida más largo en comparación con las demás, lo que permite que sean demandadas y exportadas a nivel internacional y poder llegar a su destino intactas. (Sozoranga y Vélez, 2016).

Es por ello que el sector florícola está en constante innovación y desarrollo al ritmo de las preferencias de los consumidores, por lo que requiere un producto innovador, con nuevas variedades, de acuerdo a la demanda del mercado. Por esta razón, se han desarrollado nuevas variedades de flores mediante los obtentores o “breeders”, que son laboratorios especializados en la creación de nuevos tipos de flores. Estos laboratorios emplean procesos de investigación biogenética, obteniendo flores con mejores colores y

formas, además de mejorar su resistencia ante los cambios climáticos bruscos, brindándoles adaptabilidad y resistencia (Rodríguez, 2015).

Estas nuevas tendencias de producción consideran que la adquisición de flores de mejor calidad, encaminadas al cuidado y conservación del medio ambiente, hace ímpetu a que estas actividades establezcan un modelo de producción que respete las normas ambientales, además de considerar los derechos sociales (Dávila, 2025). En otras palabras, en los procesos productivos, las flores deben ser cultivadas de manera responsable, evitando el empleo de químicos, pesticidas, fertilizantes y conservantes, sin perjudicar el entorno ambiental ni el de los trabajadores. En este sentido, Ecuador se caracteriza por poseer la mayor cantidad de certificados socioambientales a nivel internacional, puesto que cuenta con la Certificación Flor Ecuador, la cual eleva la competitividad en el mercado extranjero al cumplir con los estándares sociales y ambientales, permitiendo así poder añadir un valor adicional al producto.

Esta certificación tiene por objetivo asegurar y garantizar el cumplimiento de los derechos, beneficios, seguridad y salud de los productores; en segundo lugar, reducir el impacto medioambiental que el sector genera, así como la regulación y promover la disminución del uso de pesticidas u otros insumos empleados; y, por último, asegurar que no exista trabajo infantil.

Actualmente, las productoras minoristas también tienen acceso a esta certificación, cuando anteriormente solo tenían acceso invernaderos o empresas especializadas. No obstante, esto ha tenido limitantes derivadas a la falta de capacidad adquisitiva y técnica (González, 2020).

Otra acción importante fue la creación de una plataforma de trazabilidad llamada Xpotrack, promovida por Expoflores, la misma que favorece seguir el rastro del viaje de las flores desde su plantación hacia la entrega al cliente final. Esta plataforma se creó para satisfacer las exigencias crecientes de transparencia de mercados de Europa y Norteamérica. Simultáneamente, las acciones que se tomaron para reactivar la economía del sector se enfocaron en optimizar la ventaja competitiva de los productores florales (Expoflores, s.f.).

Inclusive se firmó un Acuerdo de Cooperación Económica Estratégica (SECA) entre Ecuador y Corea del Sur en septiembre del 2025. Este acuerdo contempla la supresión progresiva del arancel de 25% para las rosas ecuatorianas en un periodo de 12 años, además de la eliminación de aranceles para claveles y flores en plazos de 5 a 15 años,

poniendo a Ecuador en una posición favorable en comparación con sus competidores que no tienen preferencias arancelarias con el mercado de Corea del Sur (Agrinet, 2025).

También el sector ha venido consolidando sus relaciones con el extranjero, especialmente con Holanda, siendo así que la primera labor fitosanitaria entre Ecuador y Holanda en 2025 permitió abordar temas de competitividad en el mercado, sostenibilidad, colaboración internacional, mantenimiento de altos estándares en la industria y la protección del medioambiente con la menor utilización de químicos en las flores. Es así que la empresa Plantec, la cual tuvo su primera colaboración con el mercado holandés, al cual se constató su cooperación con obtentores holandeses (científico, empresa o agricultor que se dedican a la mejora, desarrollo y creación de variedades de plantas, flores y semillas a través de la aplicación de técnicas de mejoramiento genético e investigación biotecnológica, respondiendo a las nuevas exigencias del mercado actual), en este caso con las rosas, para poder mejorar su calidad e innovar, tuvo como resultado mejor posición en el mercado internacional (Ministerio de Agricultura, Pesca, Seguridad Alimentaria y Naturaleza, 2025). Esta colaboración demuestra que las relaciones comerciales permiten crear vínculos para acceder a mejores oportunidades y a colaboración bilateral.

Respecto a la sostenibilidad, se ha fomentado la incorporación de políticas alineadas con este aspecto que se alinean con las normas internacionales, motivando la incorporación de certificados sociales y ambientales. Esto como parte de la estrategia para incrementar la competitividad a través de la diferenciación, en un entorno donde los mercados globales valoran las características sostenibles del producto, a causa de las exigencias regulatorias y de preferencias de los consumidores (Cámara de Madrid, 2024).

Posteriormente, surgieron las certificaciones como Flor Ecuador, creada por Expoflores, permitiendo que el 80% de la producción exportable contara con el cumplimiento social y ambiental, que dejaron de ser una elección ética para convertirse en un mecanismo diferenciador y de defensa comercial, siendo instrumentos para segmentar el mercado. De esta manera, el precio de las flores de las fincas que poseían esta certificación se mantuvo estable, es decir, no afectaba su rentabilidad. De hecho, acorde a un estudio, sugiere que las empresas que posean certificación pueden alcanzar un precio diferencial entre 10% y el 15% por encima del precio de mercado aún en temporadas de baja demanda, pero por el otro lado, las fincas no certificadas quedaron sujetas a fluctuación de precios (2024).

Además, la certificación Flor Ecuador busca que el casi 100% de las fincas certificadas puedan alcanzar neutralidad de carbono en el 2030. Esto a respuesta de exigencias y estándares de calidad por parte de los mercados internacionales, tales como responsabilidad social, trazabilidad y prácticas ambientales verificables. Por consiguiente, en los últimos diecisiete años, las empresas florícolas certificadas con Flor Ecuador y que han estandarizado sus procesos de producción han conseguido mejorar sus condiciones económicas, sociales y laborales de más de 34.886 trabajadores, logrando la equidad de género, promoviendo prácticas agrícolas sostenibles (Flor Ecuador, 2025). De la misma forma, este sector junto con el Ministerio del Ambiente creó un Convenio de Cooperación Interinstitucional, el cual fomenta la reducción y neutralidad de gases de efecto invernadero, llevándolo a cabo en 2.600 hectáreas (Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica, 2022).

2.5 Conclusiones

El análisis del sector florícola ecuatoriano en el periodo 2020-2025 permite concluir que su fortalecimiento y posicionamiento en el comercio internacional es el resultado de un proceso histórico continuo, fundamentado en ventajas comparativas naturales, experiencia productiva y una dirección estratégica de adaptabilidad hacia mercados extranjeros. No obstante, esta evolución no ha sido lineal; más bien, se ha caracterizado por la permanente necesidad de adaptarse, así como la capacidad de resiliencia, como lo ha sido ante crisis globales como la pandemia del COVID-19 y tensiones geopolíticas, para de esta manera poder amoldarse a las nuevas dinámicas de comercio a nivel internacional. Sin embargo, esta habilidad de adaptación ha puesto en evidencia su vulnerabilidad estructural, especialmente con respecto a la dependencia de mercados internacionales y las limitaciones dentro del sector.

Mientras que el estudio del marco institucional, abarcando sus políticas públicas, demuestra que el progreso del sector florícola depende fuertemente del apoyo del Estado, el cual ha sido actor clave para dar paso a acuerdos, acceso a créditos financieros y la implementación de políticas enfocadas a impulsar competitividad. Sin embargo, estas herramientas han sido limitadas y poco adaptadas a las necesidades del sector y que deben ser estudiadas para comprender cómo las decisiones institucionales pueden afectar o mejorar el posicionamiento del sector en el mercado global.

Además, es importante analizar la competitividad de este sector mediante las alianzas estratégicas, las iniciativas de promoción, permitiendo demostrar que el sector florícola

ecuatoriano se proyecta como un motor estratégico del país, cuyo desarrollo depende de la articulación entre institucionalidad, innovación y apertura comercial.

Capítulo 3

Análisis de las certificaciones de comercio justo en el sector florícola ecuatoriano: estudio de caso

3.1 Introducción

El presente capítulo tiene como objetivo analizar las certificaciones de comercio justo en el sector florícola ecuatoriano, tomando en cuenta su articulación con la sostenibilidad, rentabilidad y competitividad. Este apartado se centra en el análisis de las certificaciones y su implementación en las empresas florícolas, a diferencia de los capítulos previos, donde se abordaron las bases teóricas del comercio justo y la caracterización del sector florícola ecuatoriano. Para esto se debe reconocer que Ecuador tiene un marco constitucional que impulsa un modelo económico solidario y justo, el cual ha establecido las bases para que los sectores estratégicos, como es el florícola, puedan avanzar hacia formas de comercio más responsables y transparentes; es por ello que las certificaciones de comercio justo se han convertido en herramientas mediante las cuales estos principios se hacen realidad en el comercio internacional. En primer lugar, se analizará el panorama general de las certificaciones de comercio justo en el sector florícola de Ecuador, en el que se identificará la cantidad de empresas certificadas, haciendo hincapié en tres empresas: Hoja Verde, Ponte Tresa y Quality Tresa, evaluando la manera en que cada una utiliza las certificaciones con respecto a criterios sociales, ambientales y económicos. En segundo lugar, se abordará un análisis de los tres ejes: sostenibilidad, rentabilidad y competitividad, articulados con las certificaciones de comercio justo en el sector, donde su rol ante la creciente demanda de los mercados internacionales, principalmente en América del Norte y Europa, regiones vinculadas con la exigencia de estándares referentes a la responsabilidad social, protección del medio ambiente y el bienestar de los trabajadores, que tienen cada vez más peso en las decisiones de compra.

Por último, nos centraremos en los costos y el proceso de obtención de estas certificaciones por medio de FLOCERT, con el fin de estudiar cómo estos dos factores son clave para identificar las limitaciones estructurales que enfrentan en particular los pequeños productores, así como las oportunidades para poder acceder a un mercado más inclusivo y equitativo.

3.2 Las certificaciones de comercio justo en el sector florícola ecuatoriano

Para comprender el rol que las certificaciones desempeñan en el sector florícola ecuatoriano, es esencial analizar cómo se aplica el comercio justo ecuatoriano y cuán importante es dentro de las dinámicas del comercio internacional en la actualidad.

En este contexto, en Ecuador la presencia del comercio justo nace en el marco constitucional, ya que establece un sistema social, económico y solidario al reconocer al ser humano como sujeto y fin, buscando una relación equilibrada entre sociedad, mercado y Estado, así como con la naturaleza (art. 283). Así mismo, tiene por objetivo el desarrollo de un sistema económico, democrático, igualitario, solidario, productivo y sustentable. Este se fundamenta en la repartición equitativa de los beneficios del desarrollo y los medios de producción mediante la creación de empleo digno y estable (art. 276, numeral 2).

De igual manera, se establece que el Estado fomentará y protegerá el comercio justo como una vía para acceder a bienes y servicios de alta calidad, promoviendo la sostenibilidad y, con la promoción, se garantizará la eficiencia y la transparencia en los mercados (art. 223).

En este marco, es evidente que el comercio justo es una opción contemplada en la Constitución del Ecuador, y debe ser fomentada y fortalecida. Los artículos constitucionales anteriormente mencionados cubren desde la producción hasta la comercialización, el reparto justo de beneficios, el desarrollo y la producción ambiental responsable, garantizando condiciones laborales justas.

Es por ello que la Agenda Ecuatoriana de Comercio Justo ha sido parte de un progreso significativo a nivel nacional, puesto que propone mejorar la calidad de vida de los productores y productoras, trabajadores y trabajadoras, artesanos y artesanas, dando sustentabilidad a las organizaciones de comercio justo, construir nuevas relaciones y prácticas sociales de producción, comercialización, distribución y consumo, basadas en la equidad, justicia y corresponsabilidad (CECJ ECUADOR s.f.).

Es por esta razón que el comercio justo en Ecuador es de gran relevancia debido a varios factores, como: el área social, que fortalece la estructura comunitaria, fomentando la educación y mejorando la calidad de vida de los productores y sus familias; el área económica, que se enfoca en generar beneficios significativos para los productores y trabajadores, quienes consiguen pagos más seguros y de esta manera minimizar la

inestabilidad en la comercialización; el área ambiental, donde se aplican las prácticas sustentables, apoyando la preservación de ecosistemas y el uso consciente de los recursos naturales y finalmente, el área política, que se alinea con los principios de transparencia y responsabilidad social que impulsa el nuevo marco normativo ecuatoriano (Bravo, 2016).

Sin embargo, el período 2020-2025 constituye un momento de suma importancia para poder comprender la adaptación y resiliencia del comercio justo en Ecuador. La crisis sanitaria desatada por el COVID-19 en el 2020 afectó las actividades económicas a nivel global. En el caso de Ecuador, las organizaciones de Economía Popular y Solidaria y Comercio Justo experimentaron una baja de exportaciones. Las mayores afectaciones que se observaron durante el año 2020 fueron: cancelación de los contratos de ventas, teniendo como consecuencia pérdidas económicas, dificultades en el transporte interno ocasionado por los retrasos en las entregas y que el producto no llegue en óptimas condiciones a los clientes, así como el aumento de los costos de producción debido a la compra de equipos de bioseguridad (PRO ECUADOR, 2020).

Aunque en otro sentido, el periodo post pandemia dejó lecciones sobre el rol del comercio justo en contextos de crisis. En primer lugar, se demostró que las certificaciones de comercio justo funcionan como herramienta de protección para los trabajadores cuando los mercados colapsan; por ejemplo; la prima Fairtrade, un fondo adicional gestionado por los trabajadores, proporcionó recursos para mantener el bienestar familiar durante el periodo que duró la crisis (Fairtrade, 2021).

En segundo lugar, la crisis evidenció la importancia de las relaciones comerciales basadas en el compromiso a largo plazo. Mientras que en los mercados convencionales se cancelaban pedidos de manera abrupta, los compradores de comercio justo mantuvieron sus compromisos y, en muchos casos, incrementaron su apoyo a los productores certificados. Esto sugiere que las certificaciones de sostenibilidad no solo consisten en herramientas de diferenciación comercial, sino que también son un mecanismo de estabilidad en tiempos de crisis.

Por lo consiguiente la demanda de estándares sociales y ambientales internacionales ha impactado y ha propulsado que el sector florícola ecuatoriano pueda modificarse notablemente hacia modelos de producción sostenible a través de las certificaciones, herramienta estratégica que no solo garantiza el cumplimiento de normativas

internacionales, sino que además potencia la competitividad del sector en mercados extranjeros. Por esta razón, Ecuador ha puesto en marcha varios esquemas de certificación que abordan aspectos de comercio justo enfocados en la sostenibilidad medioambiental, factor que ha permitido que el sector se destaque como líder regional en floricultura responsable.

Es por ello que, en los mercados internacionales de flores, especialmente en Europa y América del Norte, las demandas en términos de trazabilidad, transparencia y responsabilidad ambiental han crecido de manera significativa; por ende, actualmente las certificaciones bajo estándares internacionales son reconocidas y preferidas por los compradores, lo cual ha permitido acceder a mercados premium. Como respuesta, las fincas florícolas de Ecuador han implementado las certificaciones que abarcan desde prácticas agrícolas adecuadas hasta las condiciones laborales más justas. Esta transformación hacia la sostenibilidad es crucial, puesto que es impulsada por las políticas públicas y las ecoetiquetas (Florador, 2025).

Tal es el caso de Rainforest Alliance, Fairtrade, Florverde Sustainable Flowers, Business Alliance for Secure Commerce (BASC) y Flor Ecuador Certified, certificaciones que refuerzan el acceso del sector florícola al exterior. En primer lugar, la certificación de Rainforest Alliance es un sello que garantiza que el proceso de producción de las flores se realice de manera sostenible mediante el cuidado de los ecosistemas y la mejora de la calidad de vida de las comunidades. Esta certificación está presente en Ecuador y es avalada por las grandes empresas compradoras, como la cadena de supermercados líderes en Europa Lidl, que comercializa flores con certificación en varios países. Además, dicha certificación de agricultura sostenible significa que las fincas cumplen rigurosos criterios de prácticas que benefician tanto al planeta como a las personas mediante el menor uso de plaguicidas, combatiendo el cambio climático; asimismo, se caracterizan por tratar a los trabajadores de manera equitativa. Por otro lado, esta certificación ofrece un marco práctico e innovaciones específicas para ayudar a los agricultores en la producción de cosechas; permite el incremento de la productividad, el acceso a datos relevantes acerca de su rendimiento en términos de sostenibilidad y la focalización de las inversiones dependiendo de sus riesgos más significativos. Cabe destacar que estas certificaciones abren brecha para maximizar el impacto positivo en términos sociales y medioambientales a través de la capacitación y empoderamiento de los productores para mejorar su calidad de vida y el entorno donde trabajan, garantizando que los productos

han sido cultivados con estándares que equilibran la sostenibilidad ambiental-social y rentabilidad. Al mismo tiempo, este sello suprime requerimientos innecesarios y se focaliza en la recopilación de datos. Para los agricultores, esto implica menos complejidad y ampliación de recursos requeridos para su implementación (Rainforest Alliance, 2021).

En segundo lugar, Fairtrade, certificación reconocida a nivel mundial por enfatizar el aspecto social de la sostenibilidad, estableciendo condiciones laborales más justas, sueldos dignos, igualdad de género y protección social para las comunidades de productores, agricultores y pescadores; así mismo, se asegura de la eliminación del trabajo forzoso e infantil, junto con prácticas proteccionistas del medio ambiente y trazabilidad de productos. Además, asegura el precio mínimo garantizado o prima Fairtrade, que es un valor base que busca cubrir los costos promedio de una producción sostenible para quienes producen, siendo una red de protección para los productores en caso de que los precios del mercado estén por debajo (Fair Trade Certified, 2021). De hecho, con la prima, los productores deciden de forma democrática en asambleas generales cómo se empleará esta ganancia en favorecer a sus familias o comunidades mediante programas educativos, de salud o mejoras e innovación en los procesos de producción (Connect Americans, s.f.).

También, el sistema FairTrade supervisa la adquisición y comercialización del producto hasta que se envasa y se etiqueta para el consumidor. Así mismo, los certificados solo se remiten después de que la revisión física haya confirmado que se han cumplido los estándares FairTrade aplicables para cada caso (Flocert, s.f.).

En tercer lugar, la certificación Business Alliance for Secure Commerce (BASC), que es una alianza empresarial con el fin de establecer y administrar los sistemas de control y seguridad de las cadenas de suministro, con la colaboración de las autoridades gubernamentales; a diferencia de otras certificaciones, esta se especializa en la seguridad de la cadena logística y prevención de riesgos, garantizando la integridad de las operaciones comerciales internacionales (BASC, s.f.).

En cuarto lugar, la certificación Florverde Sustainable Flowers, que es un estándar ambiental y social enfocado en el sector florícola y respaldado por un equipo de agrónomos, trabajadores sociales y otros profesionales que se encargan de actualizar e inspeccionar las normas bajo la supervisión de un consejo constituido por floricultores, organizaciones no gubernamentales (ONG) y gubernamentales. Este esquema garantiza

que únicamente se certifiquen los productos cuyos procedimientos cumplen las exigencias de calidad, social y medioambiental definidas por los documentos normativos de Florverde. De la misma forma, esta certificación capacita a los productores en el fortalecimiento de sus procesos internos mediante la aplicación de prácticas sostenibles, garantizando al consumidor que lo que adquiere es un producto fabricado con responsabilidad social, ambiental y de calidad (BUREAU VERITAS, s.f.).

Finalmente, la certificación Flor Ecuador Certified, diseñada específicamente para empresas que se dedican a la producción, exportación y comercialización de flores en Ecuador, creada por la Asociación Nacional de Productores y Exportadores de Flores del Ecuador (Expoflores) en el 2005, bajo un esquema de certificación socioambiental con el propósito del cumplimiento normativo, enfocado en construir un esquema integral de sostenibilidad enfocada en las buenas prácticas ambientales, asegurándose del uso seguro de agroquímicos, buen manejo del suelo y agua y controlar el empleo de alternativas biológicas; del mismo modo, respalda la responsabilidad social de las empresas de asegurar condiciones laborales justas, respetando los derechos laborales de las y los trabajadores. Además, esta certificación se destaca por contar con una plataforma en línea que permite la supervisión continua de las empresas certificadas y de esta manera acceder a auditorías. Otro dato importante es el cálculo de la huella de carbono, factor que se ha incorporado en los últimos años, estandarizando los procesos e inclusive dando paso a examinar las condiciones laborales de trabajadores; por tal motivo, gracias a estos progresos, Flor Ecuador Certified está enfocada en cumplir los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para el año 2030 (Flowers of Ecuador, 2024).

Además, Alejandro Martínez, presidente ejecutivo de Expoflores, manifestó que en la actualidad hay alrededor de 112 empresas que cuentan con certificación; dicha cifra representa 3.400 hectáreas de producción que se caracterizan por sus procesos verificables, sostenibles y auditados, moldeando un sector con propósito, donde 34.160 personas se encuentran trabajando formalmente, bajo adecuadas condiciones laborales, evidenciando la magnitud del alcance de obtener estas certificaciones en la población trabajadora del sector (Horti Daily, 2025).

Si bien alrededor de 112 empresas y fincas florícolas están vinculadas con la certificación de comercio justo, en la tabla 1 que se presentará a continuación, se evidencian algunas empresas florícolas más representativas y reconocidas dentro del esquema de certificación. La relevancia de estas empresas no solo se limita a obtener una certificación,

sino que radica en la capacidad de posicionarse en los mercados extranjeros muy demandantes en los que los estándares ambientales y sociales son un factor determinante. En este contexto, estas entidades tienen la posibilidad de ser vistas como líderes del sector florícola ecuatoriano, por su habilidad para sostener certificaciones y fortalecer procesos enfocados en la competitividad y sostenibilidad.

Tabla 1. *Empresas Certificadas a Nivel Nacional*

Nombre de la Empresa	Productos y Tipos	FLO ID
Hojaverde CIA.LTDA.	Flores y Plantad (Flores cortadas)	4410
FLORISOL CIA. LTDA	Flores y Plantad (Flores cortadas)	48398
Agroganadera Espinosa Chiriboga S.A.	Flores y Plantad (Flores cortadas)	4408
Jardines Piaveri CIA. LTDA.	Flores y Plantad (Flores cortadas)	4409
Compañía Agropromotora del Cotopaxi-AGROEX S.A	Flores y Plantad (Flores cortadas)	4407
Inversiones Ponte Tresa S.A.	Flores y Plantad (Flores cortadas)	4509
Rosas del Monte Rosemonte S.A.	Flores y Plantad (Flores cortadas)	4508
Quality Service S.A.-Qualisa	Flores y Plantad (Flores cortadas)	33373

Nota: Elaborado por Conlago Velaszo Marshuty Siomara a partir de datos de FLOCERT (2024).

Hojaverde CIA. LTDA., empresa florícola dedicada al cultivo y la exportación de flores de alta calidad desde sus cuatro fincas ubicadas en Cayambe y Tabacundo. Es reconocida por tener un modelo de negocios sostenible que está comprometido con el cuidado de los ecosistemas y por precautelar el bienestar de la comunidad y sus trabajadores. Además, cuenta con certificaciones de Fairtrade, Flor Ecuador, Business Alliance for Secure Commerce (BASC) y FLORVERDE, las cuales respaldan su compromiso con la ética en el giro de negocio, calidad y sostenibilidad, en el que se benefician familias y comunidades mediante los proyectos en salud, educación y otras áreas que permitan fortalecer las economías locales y de esta manera promover un futuro floral más sostenible (Hoja Verde, 2025).

Quality Service S.A.- Qualisa, empresa florícola ubicada en Cayambe, dedicada a la producción de flores cortadas, sobre todo rosas, con más de 30 años posicionada en el mercado, actualmente cuenta con siete fincas de flores, de las cuales 2 tienen

certificaciones. Esta florícola se distingue por la excelente calidad de sus productos, ofreciendo tallos largos, colores vibrantes y follaje limpio, siendo referente de calidad en el mercado mundial. Además de poseer tres certificaciones, las cuales son: FairTrade, Business Alliance for Secure Commerce y Flor Ecuador, avalando su compromiso con la sostenibilidad y el comercio justo (Qualisa, 2022).

Inversiones Ponte Tresa S.A., floricultura ubicada en Cayambe, reconocida por ser una de las empresas líderes en la producción de rosas, basada en un sólido compromiso con la responsabilidad social y ambiental. Además, su perspectiva se enfoca en la transparencia, integridad y búsqueda de la excelencia; al mismo tiempo, se centra en garantizar el bienestar de sus trabajadores mediante capacitaciones en las que participan en la transformación positiva del sector, beneficiando primero a los productores, la comunidad, los socios comerciales y el cuidado del medio ambiente. Esta empresa tiene certificaciones de Rainforest Alliance, Fair Trade, Flor Ecuador, BASC. De hecho, los fondos premium de comercio justo Ponte Tresa han invertido en becas para ayuda estudiantil para que los trabajadores y sus familias puedan acceder a nuevas perspectivas laborales, así como al acceso a crédito para vivienda y a la atención médica mediante programas de seguros de salud ofrecidos por la empresa (Ponte Tresa, 2025).

A continuación, se presentará una tabla con criterios enfocados en el área económica, social y ambiental, en la que se analizará cómo las certificaciones se aplican a cada una de las tres empresas florícolas ecuatorianas anteriormente mencionadas, como son Hoja Verde, Ponte Tresa y Qualisa. Si bien estas empresas cuentan con más de dos certificaciones, el fin es mostrar los diferentes esquemas que tienen estos sellos y de esta manera evitar redundancias; es por ello que esta selección responde a la disponibilidad de información académica y empresarial, así como estudios previos.

Tabla 2. *Certificaciones de Comerio Justo aplicados a empresas florícolas ecuatorianas seleccionadas.*

Empresa Florícola	Tipo de Certificación	Área Social	Área Económica	Área Ambiental
Hoja Verde Cia. Ltda.	Fairtrade	El 10% de ventas de los programas FairTrade se destina a programas educativos que han permitido que los hijos de los trabajadores accedan a educación; es decir, la certificación no solo beneficia al colaborador actual, sino que también cambia el futuro de la educación de familias completas (Floral Daily, 2026).	Cuentas con precios más altos en comparación con otras compañías, a razón de los costos sociales elevados. José Ignacio Morejón, de Sistema B, señala que no solo consiste en competir por el precio, sino en distinguirse a través de los valores.	Asegura flores producidas siguiendo estándares ambientales, fomentando buenas prácticas agrícolas y apoyando una floricultura sostenible y responsable. Adicionalmente, contempla el área técnica que abarca la trazabilidad, mediante la optimización del agua, reciclaje de material vegetal, captación de agua de lluvia.
	Rainforest Alliance	Condiciones de trabajo seguras y dignas; de hecho, la compañía funciona con el fundamento de que "nuestro enfoque se centra en nuestros trabajadores, la comunidad y la conservación del planeta".	No aplica.	Fomenta una cultura organizacional que se basa en la conciencia ambiental y la sostenibilidad, garantizando un trabajo seguro para los trabajadores; además, busca involucrar a todo el equipo en los

		Además de mantener vínculos a largo plazo con sus colaboradores.		procesos de reducción de huella de carbono y sostenibilidad ambiental.
Inversiones Ponte Tresa S.A.	Flor Ecuador	Implementa normas de responsabilidad social, bienestar en el trabajo y el cumplimiento de las regulaciones del sector florícola ecuatoriano. La empresa presenta su marca como un real compromiso con lo social y ambiental, incorporando estos principios en su identidad corporativa y en la relación con los colaboradores.	No aplica.	Manejo de agroquímicos, residuo y el uso del agua. Adicionalmente, contempla el área técnica que abarca la trazabilidad, mediante el aprovechamiento eficaz de los recursos y los registros de producción.
	Fairtrade	Préstamos para adquirir terrenos y construcción de viviendas: José Inlagos, ex trabajador, manifiesta que gracias a los proyectos FairTrade pudo comprar una pequeña propiedad y un pequeño espacio para producir rosas. Además de la creación del Comité de Trabajadores, que facilita	Los fondos generados a partir de las ventas Fairtrade se destinan a proyectos que tienen como finalidad el desarrollo económico, social o ambiental, donde los trabajadores toman decisiones democráticamente relacionadas con el empleo de este fondo.	La compañía no solo se enfoca en cumplir las regulaciones ambientales, sino que las transforma en prácticas de ventaja competitiva, reduciendo el 40% de uso de químicos, ofreciendo un producto más fresco e hidratado con un mayor periodo de vida útil (Sicma, 2023).

		reuniones entre los trabajadores y la dirección con el fin de optimizar el clima laboral y la relación entre el equipo directivo y los trabajadores mediante el diálogo.		
Quality Service S.A.- Qualisa	Business Alliance for Secure Commerce (BASC)	Fortalece protocolos de seguridad para los colaboradores, control interno y prevención de riesgos en las operaciones logísticas. Además, la compañía se distingue por incorporar la seguridad organizacional dentro de su cultura empresarial, haciendo que los trabajadores operen en espacios libres de represiones vinculadas con el contrabando.	Disminuye riesgos operativos y reduce las pérdidas económicas al asegurar que la mercancía no esté contaminada desde su salida al destino final, reduciendo costos de inspección o retención aduanera. Además, esta certificación es reconocida en la Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza en Estados Unidos, facilitando los procesos de despacho aduanero.	Gestión de riesgos medioambientales vinculados con el manejo y el transporte de productos destinados a la exportación, a través de procedimientos de control y supervisión logística, promoviendo una gestión más responsable en la cadena de suministro.

Elaboración propia. Fuente: Qualisa (2022), Hoja Verde (2025) y Ponte Tresa (2025).

Como se puede evidenciar, la tabla muestra que las empresas florícolas de Ecuador emplean certificaciones como BASC, Flor Ecuador, Fairtrade y Rainforest Alliance, han permitido incrementar su acceso a los mercados internacionales, su sostenibilidad y competitividad a través de criterios ya mencionados, como es el área social, donde se prioriza el bienestar y seguridad de las y los trabajadores; en el área económica, permitiendo acceder a mercados que valoran productos sostenibles, generando valor agregado frente a otras florícolas; y el área ambiental, enfocándose en la implementación de prácticas responsables y cuidado del entorno.

Ahora bien, después de analizar cómo funcionan las certificaciones de comercio justo en el sector florícola como herramientas que posibilitan el posicionamiento en mercados más exigentes, resulta necesario analizar su empleo en el periodo 2020-2025, el tiempo considerado para este estudio. No obstante, esta investigación se enfocará en los años 2020 y 2021, debido a la disponibilidad de datos e información más detallada. Además de que este lapso de tiempo demuestra lo relevante que fue el obtener certificaciones de comercio justo, las cuales desempeñaron un rol importante frente a los impactos negativos causados por el COVID-19.

Durante la crisis sanitaria, las certificaciones de comercio justo demostraron ser un rol importante como mecanismo de soporte y apoyo para los trabajadores y productores, como resultado de los principios promovidos por Fairtrade, permitiendo que las empresas o pequeños productores que tenían esta certificación respondieran a la pandemia; por ejemplo, se procuró conservar los salarios y que estos estuvieran al día. De igual manera, la prima Fairtrade posibilitó que se financien programas de apoyo social para los trabajadores y sus familias ante un escenario lleno de incertidumbre. Así mismo, estos sellos de comercio justo ayudaron a que se mantuvieran las relaciones comerciales internacionales, manteniendo sus pedidos, dando prioridad a la cadena de suministro responsable y sostenible (Anuario de Exportaciones Sector Asociativo y Comercio Justo, 2020).

Respecto al año 2020, la exportación de flores certificadas bajo el esquema de comercio justo, sí experimentó una reducción notable, bajando de $62.376,44 mil en 2019 a $6.307,31 en el año siguiente. Esta caída demuestra el impacto que la pandemia tuvo en el comercio internacional de flores, debido a la baja demanda y las restricciones logísticas durante los primeros meses de esta crisis. No obstante, hay que recalcar que las flores ecuatorianas siguieron posicionándose como uno de los principales productos certificados

de exportación en el comercio justo de Ecuador (Anuario de Exportaciones Sector Asociativo Comercio Justo, 2020).

Por otro lado, en el año 2021, las flores naturales ecuatorianas certificadas mostraron una recuperación significativa en el sector exportador, con ventas de $70.068,97 miles FOB y un incremento de 1.010,97% en comparación con el año 2020, convirtiéndose en uno de los productos con mayor crecimiento en el 2021 (Anuario de Exportaciones Sector Asociativo y Comercio Justo, 2021). Demostrando que las certificaciones de comercio justo fueron mecanismos que permitieron a las empresas ecuatorianas ser más competitivas, facilitando mantener relaciones comerciales. Además, este comportamiento evidencia la resiliencia del sector ante un periodo post pandemia.

En contraste, los años 2020 y 2021 muestran dos escenarios diferentes para el sector florícola en el contexto de comercio justo. En 2020, las exportaciones de flores certificadas sufrieron un gran descenso a causa de la crisis sanitaria. Pero, por otro lado, en 2021 el sector experimentó una recuperación significativa y un reposicionamiento en el mercado global. Esta variación pone en evidencia que las certificaciones asociadas con el comercio justo funcionaron como mecanismo que adquiere relevancia estratégica para el posicionamiento del sector.

3.3 Análisis de sostenibilidad, competitividad y rentabilidad: tres ejes articuladores

El sector florícola de Ecuador se ha posicionado como uno de los sectores más importantes del comercio exterior no petrolero del país, distinguiéndose por consolidarse en mercados altamente exigentes. No obstante, el crecimiento y desarrollo del sector no solo están sujetos a factores comerciales, sino también a la articulación de áreas como son la rentabilidad, competitividad y sostenibilidad en las estrategias empresariales. De este modo, las certificaciones de comercio justo se vuelven de vital importancia, ya que actúan como herramientas que vinculan estos tres ejes en las dinámicas del comercio global.

En primer lugar, la sostenibilidad ha pasado a ser uno de los factores de diferenciación en el mercado florícola. Puesto que los compradores no solo consideran la calidad y el precio, sino también el impacto medioambiental, las condiciones laborales y la responsabilidad social, provocando el ajuste de las actividades comerciales, en las que las

certificaciones relacionadas con la sostenibilidad se emplean para verificar que se cumplen estos reglamentos (Fairtrade International, 2024).

Como se mencionó en el subapartado anterior, el sector florícola contempla certificaciones como Flor Ecuador, Fairtrade, Florverde, BASC, Rainforest Alliance, herramientas claves que han permitido adaptar prácticas relacionadas con el bienestar y seguridad social, así como protección ambiental, exigiendo a las empresas la implementación de procesos aún más sostenibles, abordando temas del uso consciente de agroquímicos, manejo de agua y recursos, y en acatamiento regulatorio de derechos laborales, así como la aplicación de mecanismos de participación de trabajadores. En este contexto, la sostenibilidad ya no solo es un componente ético, sino que se convierte en un aspecto estratégico en la competitividad del sector.

De la misma forma, la rentabilidad en este sector no se puede interpretar meramente como una disminución de costos ante el empleo de diversas prácticas sostenibles o la maximización inmediata de ganancias. Puesto que el obtener una certificación conlleva costos altos de mantenimiento. Sin embargo, es relevante destacar que las certificaciones no aseguran de manera automática un aumento de rentabilidad, aunque sí bien proporcionan acceso a mercados variados y ventajas competitivas; es por ello que se debe recalcar que los beneficios económicos dependen de la capacidad exportadora, la demanda global y el posicionamiento comercial**.**

Esta habilidad de adaptarse a nuevos requerimientos está relacionada con la competitividad. El sector florícola ecuatoriano ha buscado posicionarse en el mercado mediante estrategias centradas en la calidad, sostenibilidad e innovación, distanciándose parcialmente de una competencia que se enfoca únicamente en precios. Desde este punto de vista, las certificaciones funcionan como métodos de legitimación a nivel internacional, fortaleciendo la competitividad. Además, las empresas que cuentan con certificación pueden probar que cumplen con los estándares ambientales y sociales requeridos por los clientes; por esta razón existe la facilidad en entrar a mercados norteamericanos y europeos caracterizados por consumidores conscientes.

No obstante, la conexión entre rentabilidad, competitividad y sostenibilidad no es equilibrada; si bien las certificaciones permiten consolidar la imagen empresarial en el sector internacional y brindar mejores oportunidades comerciales, por el contrario, puede agravar las desigualdades internas del sector, puesto que las empresas con más capacidad

financiera tienen mayor facultad de conseguir y conservar estas certificaciones, a diferencia de las PYMES, las cuales afrontan obstáculos para poder acceder y mantener estos sellos a causa de las limitaciones económicas. Esta situación evidencia el conflicto estructural en el comercio internacional actual: a pesar de que la demanda del mercado exige cada vez estándares sociales y ambientales, no todas las empresas tienen las mismas capacidades de cumplir estos requisitos; por ende, las certificaciones pueden ser instrumentos de inclusión en el comercio como barreras de acceso para algunos actores productivos.

Es por ello que, para comprender de mejor manera cómo estos tres factores se relacionan en el sector florícola ecuatoriano, es necesario analizar cómo la sostenibilidad, competitividad y rentabilidad han evolucionado desde un enfoque clásico y contemporáneo. Por esta razón, a continuación, se presentará una tabla comparativa que permite contrastar estos dos enfoques aplicados a los tres factores y cómo estos se reflejan en este sector.

Tabla 3. *Contraste teórico clásico-contemporáneo de los tres ejes*

Factores de análisis	**Enfoque clásico**	**Enfoque Contemporáneo**	**Aplicación al campo empírico: sector florícola ecuatoriano**
Competitividad	Estaba principalmente determinada por la capacidad de producción con el propósito de enfocarse en el desempeño de las exportaciones mediante disminución de costos a través de la eficacia y eficiencia por parte de la organización.	Sostiene que la competitividad se ejecuta a través de estrategias de diferenciación, innovación y la generación de valor agregado. En el comercio internacional actual, las certificaciones se transforman en ventajas competitivas.	Este sector ya no solo se enfrenta a la competencia de calidad y precio, sino que también ahora lo hace mediante certificaciones que mejoran la imagen de la organización y con ello acceso a mercados que exigen productos más éticos.
	Se centraba en la maximización de	Se considera la rentabilidad desde un	A pesar de que las certificaciones

Rentabilidad	ganancias sujetas a la eficacia productiva, focalizado en el incremento de producción mediante el desempeño de la mano de obra y recursos.	enfoque a largo plazo, en el que invertir en las certificaciones enfocadas en la sostenibilidad y responsabilidad social permite a la organización fortalecer su posicionamiento internacional.	conllevan un alto valor, también posibilitan el acceso a nichos de mercado especializados y el fortalecimiento de relaciones comerciales, lo que genera ventajas económicas.
Sostenibilidad	Se comprendía solamente bajo una perspectiva ambiental, que tenía por objetivo el cuidado y conservación de los recursos naturales para poder asegurar la continuidad de la producción. Adicionalmente, se priorizaba el crecimiento económico, dejando en segundo lugar temas ambientales.	Se entiende como un concepto que engloba diversas dimensiones, incluyendo las económicas, ambientales y sociales. Donde las empresas tienen un enfoque por crear un equilibrio en la rentabilidad económica, el bienestar social y el cuidado del medio ambiente.	Certificaciones como Florverde, Fairtrade y Flor Ecuador en el sector florícola demuestran esta teoría de progreso al vincular estándares conectados con la sostenibilidad económica, asegurar un entorno laboral seguro, proteger los ecosistemas en la producción de flores.

Elaboración propia. Fuente: Haguenauer (1989), Porter (1990), (Gitman y Zutter, 2012), Hernández (2014), (Franco, s.f.), (Naciones Unidas, 1987), FAIRTRADE IBERICA (s,f).

En síntesis, el contraste entre el enfoque clásico y contemporáneo demuestra la transición considerable en la forma de entender los tres ejes de estudio: rentabilidad, sostenibilidad y competitividad en el sector florícola ecuatoriano. Puesto que el enfoque clásico se centra en el crecimiento económico y la disminución de costos, por otro lado, el enfoque contemporáneo adapta estrategias medioambientales y sociales como elementos esenciales para que una organización pueda posicionarse en el mercado extranjero. De la

misma forma, las certificaciones se han convertido en valiosas herramientas que han adaptado los nuevos requerimientos del mercado a fin de lograr una diferenciación competitiva llevada de la mano con la ética organizacional.

3.4 Limitaciones y oportunidades para el sector florícola

Los costos vinculados con la adquisición de certificaciones de comercio justo constituyen uno de los principales retos para aquellas compañías que exportan, en particular para los pequeños y medianos productores. Estos costos pueden variar según diversos factores, tales como el número de trabajadores, la categoría de certificación, la localización de las zonas de producción y el organismo certificador responsable que va a llevar a cabo las auditorías. Por lo que obtener una certificación puede costar entre $4000 y $6000 dólares, incluyendo los gastos administrativos y los honorarios técnicos. Posteriormente, las renovaciones pueden variar entre $2000 y $5000 dólares, excluyendo las inversiones que se deben realizar para adecuar los procesos o poner en práctica mejoras de procesos que demandan los estándares internacionales (Conlago, 2025). En este contexto, estos costos generan tensión para las pequeñas y medianas empresas florícolas que poseen pocas capacidades financieras.

En este contexto, obtener una certificación de comercio justo en una florícola de Ecuador conlleva un procedimiento formal de verificación y evaluación dirigida por FLOCERT. A razón de, toda la información está tomada del sitio web oficial de esta institución. Por consiguiente, este procedimiento involucra tres etapas: solicitud, auditoría y certificación.

En primer lugar, la solicitud primero se realiza mediante el sitio web FLOCERT al dar “click aquí” para poder averiguar qué tanto el producto como la organización cumplen los requisitos y si son aptos para poder acceder a la Certificación de Comercio Justo y poder enviar la solicitud. Después, si este cumple con los requisitos, el equipo de FLOCERT asignará un ID único y a continuación se enviará un paquete de solicitud para que lo llene, firme y lo devuelva. Finalmente, en el caso de ser exportador, fabricante o importador, receptará un permiso temporal para poder comercializar tras la aprobación de la solicitud.

En segundo lugar, la auditoria en la que FLOCERT asignará un auditor, el cual visitará la organización para poder recopilar información y verificar el cumplimiento normativo, siguiendo una lista de criterios pertinentes exigidos por las Normas de Comercio Justo. Esta inspección in situ (verificación realizada directamente en un lugar físico donde se

encuentra el proceso, producto, instalación o terreno), además de la documentación, y llevar a cabo conversaciones con los trabajadores de la empresa. En la que hay dos parámetros para los productores, donde los criterios claves incluyen la transparencia y la toma de decisiones democráticas dentro de la organización. Además de las condiciones laborales, ambientales y de trazabilidad, y para los comerciantes, en las que los criterios principales se basan en los contratos, las condiciones de pago, la prefinanciación y el precio mínimo y prima de comercio justo. Adicionalmente, la auditoría empieza con una reunión inicial, donde el auditor expone la finalidad y el plan de auditoría. Después de esta reunión inicial y usando una lista de verificación, el auditor podrá, para operadores comprobar que todas las operaciones de comercio justo de la compañía, como contratos, facturas y documentos, estén en regla. Además de verificar que las instalaciones, es decir, las plantas de procesamiento, sitios de producción y almacenes, así mismo asegura que los productores reciban a tiempo la prima y, lo más importante, comprueba que el producto de comercio justo conserve su trazabilidad y para productores: Se examinan los documentos como los contratos, facturas, actas y lista de quienes conforman el equipo; también revisan las instalaciones y lugares de producción. Además de comprobar la trazabilidad del producto y realizar entrevistas confidenciales con los trabajadores. Igualmente, verificar que el uso de la prima haya sido usado como se ha acordado anteriormente. Posteriormente, cuando se acabe la reunión, el auditor detallará el resultado de la auditoría, en la que se indicará si hay no conformidades y si es el caso, cómo la empresa propone solucionarlas. Más tarde, se le entrega al analista el informe del auditor con el objetivo de que verifique los resultados de la auditoría y de que se haga seguimiento a las inconformidades.

En tercer lugar, la certificación, donde el analista de FLOCERT examina los resultados de la auditoría y evalúa el cumplimiento de los estándares Fairtrade; en el caso de que se encuentre alguna inconformidad, el analista guiará durante el procedimiento de corrección. Por el contrario, los productores que no tengan inconformidad de alta importancia recibirán un permiso temporal para comercializar sus productos y, al solucionar todas las inconformidades, obtendrán su Certificación Oficial de Comercio Justo.

Para los comerciantes, su certificación es de cinco años y para los productores de tres años, a lo que a lo largo de ese periodo se harán auditorías a la empresa periódicamente para verificar que todo va en regla y que se podrán realizar auditorías sin previo aviso.

Cuando se termine el ciclo, se obtendrá un certificado renovado una vez terminado con éxito el proceso de auditoría por renovación.

Por lo tanto, las limitaciones para obtener y mantener las certificaciones de comercio justo en el sector florícola ecuatoriano están directamente vinculadas con los costos y procesos de certificación que se han mencionado anteriormente. Si bien estos procedimientos aseguran el cumplimiento de estándares sociales, ambientales y comerciales exigidos por entidades internacionales, también demuestran lo complejo que es, en términos administrativos, técnicos y económicos, lo que enfrentan las empresas florícolas para acceder y sostener estas certificaciones a lo largo del tiempo.

Desde las primeras fases del proceso, las empresas tienen que satisfacer y cumplir requerimientos relacionados con la adecuación de infraestructura, preparación para las auditorías, implementación de sistemas de trazabilidad y asegurar el cumplimiento de los estándares ambientales, el bienestar laboral, el manejo documental y la transparencia organizacional. De la misma manera, para que la certificación mantenga su validez, las empresas acreditadas deben seguir procedimientos constantes de seguimiento y actualización. Evidenciando que el acceder a una certificación no solo se enfoca en un procedimiento de negocios, sino que abarca un proceso integral de transformación empresarial enfocado al cumplimiento de exigencias internacionales.

En concordancia, se puede mencionar que el impacto que se ha percibido al obtener una certificación de Comercio Justo a nivel económico en el periodo 2020-2023 en la empresa Quality Service S.A.-Qualisa señala que la certificación de comercio justo no garantiza que el consumidor pague 50 o 60 centavos más por el precio del tallo (precio en el mercado de 30 a 40 centavos), asegurando que no aporta en gran medida en beneficios económicos, pero por el otro lado, en la empresa Hoja Verde menciona que durante ese periodo de tiempo, el impacto ha sido considerable gracias a contratos fijos y a la fidelidad de sus clientes (Colango, 2025).

Cabe destacar que estas barreras impactan directamente a los pequeños productores florícolas y pequeñas empresas, que en muchas ocasiones no tienen acceso suficiente a recursos financieros ni a créditos que les permitan mantener inversiones a largo plazo e incluso no cuentan con experiencia en normativas internacionales. Por ende, a pesar de que las certificaciones de comercio justo fomenten prácticas más justas y sostenibles,

también pueden crear obstáculos dentro del mismo sector florícola exportador, beneficiando a las organizaciones con mayor capacidad adquisitiva y organizativa.

Mientras que, en el contexto internacional, durante el periodo 2020-2025, se agravaron aún más estos problemas, como la pandemia de COVID-19 y el conflicto de Ucrania y Rusia, que causaron incrementos considerables en los costos de transporte internacional, impactando directamente las ganancias del sector florícola ecuatoriano. Por lo que diversas compañías enfrentaron mayores barreras para poder invertir en la sostenibilidad y de esta manera mantener las certificaciones en un contexto económico más volátil.

Sin embargo, a pesar de estas limitaciones, se han generado considerables oportunidades para las empresas que logran acceder a estos estándares. Se puede señalar que el cumplir estándares internacionales ha permitido mejoras vinculadas con la innovación en la producción, la optimización del empleo de recursos y la implementación de sistemas más sostenibles mediante la disminución del uso de agroquímicos; por ejemplo, la empresa Hoja Verde, la cual ha invertido en un laboratorio enfocado a la producción de microorganismos benéficos con el fin de reducir el uso de pesticidas (Colango, 2025). De la misma manera, el fortalecimiento de programas enfocados a mejorar las condiciones laborales; así mismo, las certificaciones posibilitan el acceso a mercados internacionales, los cuales valoran y priorizan productos sostenibles y socialmente responsables, robusteciendo la posición competitiva del sector florícola.

Además, entre los beneficios más destacados, está el impacto en la calidad de vida de los trabajadores. La certificación de comercio justo ha hecho posible que los productores consigan precios más equitativos por sus productos, algo indispensable para su subsistencia. Asimismo, asegura que los trabajadores agrícolas laboren en condiciones seguras, mejorando su calidad de vida, favoreciendo no solamente a los productores, sino también a toda la cadena de suministro. Esto se puede evidenciar en los casos estudiados de este capítulo, como es la empresa Hoja Verde, que proporciona financiamiento para becas, acceso a salud y facilita préstamos para sus trabajadores; Ponte Tresa, que capacita continuamente a su equipo.

En este sentido, las certificaciones de comercio justo adquirieron una mayor relevancia durante el período 2020–2021, ya que permitieron fortalecer relaciones comerciales, mantener estándares laborales y responder a consumidores internacionales que priorizaban productos sostenibles y éticamente responsables. De esta manera, el sector

florícola ecuatoriano evidencia cómo las certificaciones no solo funcionan como herramientas comerciales, sino también como mecanismos de resiliencia y posicionamiento internacional frente a escenarios de crisis.

Representando al mismo tiempo oportunidades y limitaciones. Mientras se consolida la competitividad, sostenibilidad y acceso a mercados extranjeros, también se pueden evidenciar las diferencias estructurales vinculadas con los precios altos, desigualdad de acceso y la capacidad que debe tener la empresa para mantener estos sellos ante altos estándares en contextos cada vez más complejos.

3.5 Conclusiones:

El análisis realizado en este capítulo, demuestra que las certificaciones de comercio justo se han convertido cada vez más relevantes en el sector florícola ecuatoriano, ya que funcionan como herramientas para diferenciarse en los mercados internacionales, los cuales son más exigentes en los factores ambientales y sociales.

En primer lugar, mediante el análisis comparativo de diversas certificaciones implementadas por Service Qualisa, Ponte Tresa y Hoja Verde, se evidenció cómo cada empresa aplica estos sellos en diferentes áreas como la social, económica y ambiental. En conjunto, muestran que no son mecanismos independientes, sino que, por el contrario, se vinculan entre sí para crear modelos de comercio con más trazabilidad, englobando aspectos como acceso a créditos para estudio, facilitación al acceso a la salud, capacitación continua y garantizar procesos de producción más transparentes, respetando los derechos laborales.

En el siguiente apartado se analizó cómo las certificaciones de comercio justo se vinculan con los tres ejes de sostenibilidad, donde se impulsan aspectos sociales, ambientales y económicos en los procesos de producción, competitividad, permitiendo acceder a mercados especializados que le dan importancia a productos éticos y la rentabilidad; sin embargo, acceder a una certificación requiere una alta inversión de obtención y mantenimiento junto a la adaptación de procesos de producción o cambios de infraestructura, factores que no generan ganancias económicas instantáneas.

Además de la revisión de los costos y procedimientos para acceder a las certificaciones, factores en los que se demuestra la tensión estructural del sector florícola, sobre todo para los pequeños productores, quienes poseen menores capacidades financieras, administrativas, informativas y técnicas, así como los constantes monitoreos, a pesar de

estas barreras, existen oportunidades enfocadas en el fortalecimiento de la asociatividad entre los pequeños productores, posicionamiento en mercados específicos, configurando un escenario favorable para poder alcanzar un sector más equitativo e inclusivo.

Conclusiones finales

El presente estudio se propuso analizar la relación entre las certificaciones de comercio justo y los aspectos de competitividad, rentabilidad y sostenibilidad en el sector florícola ecuatoriano en el periodo 2020-2025, con el fin de entender la articulación de estos tres ejes en la práctica para identificar las oportunidades relacionadas con el posicionamiento internacional; aunque en otro sentido se reflejan sus limitaciones estructurales que restringen a los pequeños productores al acceder a las certificaciones y poder mantenerlas. Ello permitió examinar qué tan efectivas son estas herramientas ante las exigencias del mercado global.

En el primer capítulo se presentó el marco conceptual referente a comercio justo, rentabilidad, sostenibilidad y competitividad, en el que se evidenció una evolución significativa referente a las teorías clásicas, las cuales se fundamentaban en que la competitividad se valoraba en función de la capacidad que tenía una empresa de reducir precios y aumentar la productividad para poder posicionarse en el mercado, la rentabilidad que estaba asociada al uso eficaz de los recursos y el desempeño de la mano de obra con la reducción de costos y la eficacia en los procesos de producción; así mismo, la sostenibilidad, al ser un área que solamente estaba enfocada en el área ambiental, era percibida como un factor ajeno a los procesos económicos. No obstante, este contraste de enfoques demuestra que las teorías contemporáneas comprenden una visón más multidimensional donde la rentabilidad y la competitividad se asocian y adoptan factores como la responsabilidad social y ambiental, mientras que la sostenibilidad se convierte en un eje de "triple resultado", donde no solo se considera el cuidado medioambiental, sino también los beneficios económicos e impactos sociales, contribuyendo al bienestar de los trabajadores.

En el segundo capítulo, al caracterizar y analizar el trayecto histórico del sector florícola ecuatoriano, se destacó que en el año 2024 las ventas superaron los mil millones de dólares. Así mismo, permitió identificar que durante el periodo de estudio 2020-2025 el sector se vio altamente afectado debido a la pandemia del COVID-19, desatando crisis logísticas a nivel mundial; de igual manera, el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania, que causaron altos costos de transporte y una reducción de pedidos, impactando a la rentabilidad de las empresas. Sin embargo, estos escenarios dieron paso a la inversión y

una mayor intervención estatal que permitieron el desarrollo de mejores capacidades productivas del sector.

Además, el estudio identificó que estas nuevas capacidades productivas del sector se dan gracias al soporte de las entidades públicas como es Agrocalidad, ProEcuador, el Ministerio de Producción, Comercio Exterior e Inversiones junto con las organizaciones gremiales como Expoflores y Flor Ecuador, permitiendo que el sector florícola ecuatoriano se posicione en mercados premium.

En este contexto se argumenta que la estructura institucional es un elemento clave para impulsar al sector a lograr objetivos a largo plazo e incrementar la competitividad en el mercado externo. Sin embargo, a pesar de que el sector, junto con las instituciones públicas han desarrollado proyectos y estrategias vinculados con el comercio justo, aún existen restricciones para los pequeños productores, quienes necesitan mayor priorización en temas de capacitaciones y el acceso a créditos. Por lo que se pudo constatar que es fundamental reforzar proyectos de apoyo orientados a brindar herramientas que faciliten el acceso a financiamientos y proyectos de formación con el fin de reducir desigualdades dentro del sector.

El tercer capítulo permitió desarrollar un análisis enfocado en el estudio de caso enfocado en tres empresas florícolas de Ecuador, las cuales fueron Quality Service Qualisa, Ponte Tresa y Hoja Verde, que, a pesar de ser empresas de diferente tamaño, todas estas cuentan con certificación Fairtrade, constatando que el comercio justo consiste en un requerimiento para acceder a mercados más estrictos, especialmente en Europa y Norteamérica. Además de la notoria presencia de la certificación Flor Ecuador, gestionada por el gremio Expoflores, hace hincapié en que este sello se convierta en un estándar mínimo para los compradores internacionales.

De igual importancia, este análisis demostró que las certificaciones de comercio justo en el sector florícola tienen gran relevancia estratégica ante situaciones de crisis global, puesto que en el periodo 2020-2021 empresas certificadas pudieron sostener las relaciones comerciales con sus clientes, además de desarrollar mecanismos de apoyo, tal es el caso de la prima Fairtrade, que posibilitaron mantener programas sociales de apoyo para los trabajadores frente al impacto negativo de la pandemia, demostrando que las certificaciones actúan como instrumentos de resiliencia social y de la habilidad de reaccionar ante situaciones de crisis.

Igualmente, se examinó la articulación de rentabilidad, competitividad y sostenibilidad, ejes que se fortalecen entre sí cuando las certificaciones funcionan como vínculo articulador. Es por ello que las empresas certificadas no solo tienen acceso a mercados que solicitan procesos de producción éticos y responsables, sino que generan oportunidades como es el acceso a salarios más justos, acceso a servicios médicos y a educación tanto para los trabajadores como para sus hijos, financiamiento para la construcción de viviendas, edificando un modelo de negocio que cuida del bienestar de sus colaboradores y el entorno natural donde se llevan a cabo las actividades.

Cabe destacar que el eje referente a la rentabilidad no solo depende de la obtención de las certificaciones, sino que también va de la mano de la gestión estratégica y administrativa que cada empresa debe desarrollar para beneficiarse de estas certificaciones. En este sentido, se pudo identificar las diferentes percepciones de las compañías estudiadas, donde Hoja Verde se caracteriza por mantener vínculos comerciales estables a largo plazo, manteniendo contratos fijos, permitiendo vender sus rosas a un precio ligeramente superior, contrario a Qualisa, la cual mencionó que no percibía ganancias significativas derivadas de las certificaciones, manteniendo sus precios iguales (Colango, 2025). Demostrando que las certificaciones no aseguran de manera inmediata mayor rentabilidad, sino que esta depende de la gestión empresarial y estabilidad de relaciones; por lo tanto, la rentabilidad es un eje dinámico que funciona como soporte competitivo.

Por otro lado, existen limitaciones, sobre todo para aquellos pequeños productores que, para acceder a una certificación, se les presentan limitaciones como los costos de acceso, mantenimiento, etc. El análisis crítico efectuado en este trabajo sugiere que el esquema que surgió con la finalidad de apoyar a los pequeños productores termina siendo en realidad una de las barreras más importantes en términos de exclusión estructural, siendo un reto pendiente para fortalecer el sector florícola.

Recomendaciones

En función de las conclusiones presentadas en esta investigación, se sugieren las siguientes recomendaciones dirigidas a los diferentes actores que participan en el sistema de certificaciones de comercio justo en el sector florícola ecuatoriano. Las cuales se han permitido identificar y fortalecer las condiciones necesarias para que las certificaciones sean herramientas que tengan la capacidad de ampliar su alcance a un sector más inclusivo.

En este contexto, se sugiere alta participación del Estado ecuatoriano a través del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca para desarrollar herramientas específicas de apoyo para que los pequeños y medianos productores puedan acceder a las certificaciones. Como se mencionó anteriormente, el costo de estos sellos oscila entre 2000 y 5000 dólares, cifra que constituye un obstáculo para su acceso. Por ello, se deben contemplar subsidios parciales a los costos de certificación, así como brindar asistencia técnica previa a auditorías, además de desarrollar e impulsar programas de acompañamiento durante el proceso de adquirir una certificación. Por lo tanto, el gobierno tiene un rol importante en esta área a fin de equilibrar las condiciones de acceso.

Adicionalmente, se sugiere que la Corporación Financiera Nacional y BanEcuador puedan ampliar y fortalecer sus líneas de crédito destinadas a financiar el acceso y renovación de certificaciones de comercio justo, con tasas de interés diferenciales en las que se evalúan el perfil de los solicitantes y el tipo de actividad que se va a financiar, además de que los plazos de pago sean acordes a los ciclos productivos del sector. Con respecto a la Corporación Financiera Nacional, debería entregar más líneas de crédito y apoyo a sectores exportadores con enfoque a proyectos de gran escala; por otro lado, BanEcuador debería entregar créditos enfocados a sectores priorizados, a medida que, si faltan documentos para poder respaldar su solicitud de crédito, este puede ser respondido de manera efectiva.

De igual manera, es fundamental fortalecer la labor de Agrocalidad referente a la homologación de las certificaciones, considerando la disminución de duplicación; es decir, hay productores que desean acceder simultáneamente a dos certificaciones, por lo cual están sujetos a dobles auditorías independientes. Sin embargo, hay criterios evaluados que comparten las mismas bases, como las condiciones laborales, las buenas

prácticas agrícolas o el uso de agroquímicos; estos factores se pueden validar simultáneamente, reduciendo tiempo, costos y cargas administrativas.

Por parte del sector privado, se sugiere a Expoflores elaborar un plan de apoyo para aquellos productores que deseen iniciar el proceso de certificación, basado en la creación de talleres de información enfocados a los procedimientos que tiene cada sello y asesoramiento para acceder a financiamiento. También se recomienda que este gremio promueva las certificaciones colectivas para los pequeños productores, facilitando la formación de asociaciones que quieran certificarse, para que de esta manera se puedan reducir los costos distribuyéndose entre ellos. Esto representa una oportunidad para poder ampliar la cobertura de las certificaciones.

Al mismo tiempo, se recomienda generar alianzas estratégicas entre los mismos productores para poder obtener colectivamente las certificaciones de comercio justo, reduciendo los costos individualmente, demostrando que este mecanismo puede ser más efectivo para poder enfrentar las limitaciones de acceso debido al costo. Además, se propone que los pequeños y medianos productores aprovechen las iniciativas de formación que ofrecen Expoflores, el Ministerio de Agricultura y Ganadería y el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, instituciones claves para fortalecer las capacidades administrativas de estos productores y las cuales son esenciales para comenzar un proceso de certificación.

De igual manera, para empresas certificadas y con alta experiencia en estos procesos, como Ponte Tresa, Hoja Verde y Qualisa, consideradas de gran influencia, se puede documentar sus resultados y experiencias respecto al acceso a las certificaciones con el fin de crear evidencias en base a la práctica y observación, lo cual permite informar a otros productores del sector acerca del proceso real para obtener estos documentos.

Asimismo, se sugiere que para futuras investigaciones se realice un análisis cuantitativo más profundo enfocado al impacto financiero que tienen las certificaciones de comercio justo en la rentabilidad de las empresas florícolas, en el que se analicen datos económicos que posibiliten medir con mayor exactitud cómo este eje se desempeña. De igual manera, se deben llevar a cabo estudios enfocados en las condiciones de los pequeños productores, en los que se utilicen metodologías participativas que permitan obtener directamente vivencias, necesidades y puntos de vista para poder detectar necesidades y elaborar propuestas adecuadas a la realidad.

Por último, dado que las dinámicas actuales del comercio internacional requieren modelos de negocios más inclusivos, sostenibles y competitivos, se recomienda que instituciones de educación superior consoliden la formación acerca de certificaciones de comercio justo en el sector florícola en el campo de Negocios Internacionales, por lo que resulta importante analizar las oportunidades y limitaciones que enfrenta este sector ante un mercado global más exigente.

Bibliografía

Agrinet. (2025, septiembre 12). *Firma del acuerdo SECA entre Corea del Sur y Ecuador*. https://www.tridge.com/news/south-korea-ecuador-seca-signing-direct-blow-jauhuc

Araque, W. (2019). *Sostenibilidad en el emprendimiento y las Mipyme*. Corporación Editorial Nacional.

Asoguabo. (2021). *Apoyo Mejoramiento Medio Ambiente.* https://asoguabo.com.ec/?page_id=500

Ballesta, J. (2002). *Análisis de Rentabilidad de la empresa*. https://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisr.pdf

Banco Central del Ecuador. (2022). *Evolución de las exportaciones no petroleras del Ecuador*.

BanEcuador. (2025, junio 5). *Evento "Floricultura, Exportación y Desarrollo" reunió a actores públicos y privados para construir soluciones reales desde el territorio*. https://www.banecuador.fin.ec/2025/06/05/evento-floricultura-exportacion-y-desarrollo-reunio-a-actores-publicos-y-privados-para-construir-soluciones-reales-desde-el-territorio/

BASC ECUADOR. (2025, julio 18). *Business Alliance for Secure Commerce*. https://basc-ecuador.org.ec/

BBVA. (2026). *Sostenibilidad económica: qué es y cómo impacta en el desarrollo sostenible*. https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-la-sostenibilidad-economica-y-cuales-son-sus-implicaciones/

Benalcázar, F. (2025). Impacto y desafíos del sector florícola en Ecuador: entre certificaciones de responsabilidad social y realidades laborales. En *Revista InveCom* (Vol. 5, Número 2). Zenodo. https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2739-00632025000202048

Bravo, M. (2016, junio). *El Comercio Justo como una alternativa de fortalecimiento comercial para las organizaciones productoras: Caso aplicado al "Sistema solidario de comercialización del FEPP - CAMARI"*. https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/18578789-433a-4651-92cf-12010645931f/content

Bravo, M. (2016, junio). *El Comercio Justo como una alternativa de fortalecimiento comercial para las organizaciones productoras: Caso aplicado al "Sistema solidario de comercialización del FEPP - CAMARI"*. https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/18578789-433a-4651-92cf-12010645931f/content

Building Talent. (2025, mayo 28). *Qué es el consumo responsable*. https://www.il3.ub.edu/blog/consumo-responsable/

BUREAU VERITAS. (s/f). *CERTIFICACIÓN FLORVERDE® SUSTAINABLE FLOWERS*. https://latam.bureauveritas.com/es/certificacion-florverdersustainable-flowers

Business Alliance for Secure Commerce. (s/f). *Certificación BASC*. https://www.wbasco.org/es/certificacion/certificacion-basc

Cámara de Madrid. (2025, agosto 27). *Sostenibilidad en el comercio internacional: retos y normativa*. https://internacional.camaramadrid.es/sostenibilidad-y-comercio-internacional/

Cecj. (s/f). *Comercio Justo*. https://cecjecuador.org.ec/comercio-justo/

Certified, F. T. (2022, marzo 13). *Fair Trade Certified: Programa de suministro de Fair Trade USA*. https://es.fairtradecertified.org/

Chiang, G. (2011). El comercio justo: ¿una alternativa de desarrollo local? *Polis*. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=s1870-23332011000100005&script=sci_arttext

CLAC. (2017, noviembre). *El aporte del comercio justo al desarrollo sostenible*. https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/d5735e92-90cc-4675-86ba-ac53da65fc2d/content

CLAC. (s/f). *Bananeros(as) en Ecuador protegen el medioambiente*. https://clac-comerciojusto.org/bananerosas-en-ecuador-protegen-el-medioambiente/#content

Conlago, M. (2025). *Análisis del impacto del Comercio Justo en la Comercialización Internacional de rosas en empresas florícolas de Cayambe, período 2020 - 2023*. https://repositorio.upec.edu.ec/server/api/core/bitstreams/3d7c4797-b238-4ef5-82d3-4a260f3615ed/content

Connect Americas. (s/f). *¿Qué es la Certificación de Comercio Justo y cómo funciona?* https://connectamericas.com/es/content/%C2%BFqu%C3%A9-es-la-certificaci%C3%B3n-de-comercio-justo-y-c%C3%B3mo-funciona

Coordinadora Estatal de Comercio Justo. (s/f). *Los diez principios del Comercio Justo*. https://comerciojusto.org/que-es-el-comercio-justo/los-10-principios-internacionales/

COORDINADORA MEXICANA DE PEQUEÑOS PRODUCTORES. (s/f). *Historia del comercio justo*. https://www.comerciojustomx.org/comercio-justo

Corporación Financiera Nacional. (2023, septiembre). *Fichas Sectoral Flores*. https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2023/fichas-sectoriales-3-trimestre/Ficha-Sectorial-Flores.pdf

Coscione, M. (2017). *El aporte del comercio justo al desarrollo sostenible*. https://uned.ac.cr/ocex/images/Marco_Coscione_-_UNED2.pdf

Dávila, J. (2025, diciembre 18). *Sector florícola ecuatoriano: crecimiento, crisis y liderazgo global*. https://www.fideval.com/blog/4/el-sector-floricola-ecuatoriano-cuatro-decadas-de-crecimiento-crisis-y-liderazgo-global/

Davis, L. (2025, mayo 29). *Analysis shows Fairtrade cert advances sustainability*. https://www.3blmedia.com/news/independent-analysis-120-studies-asserts-fairtrade-certifications-effectiveness-advancing

Diario El Mercurio. (2022, abril 19). *Sector florícola será el primero de Ecuador en convertirse en carbono neutro*. https://elmercurio.com.ec/nacional/2022/04/19/sector-floricola-sera-el-primero-de-ecuador-en-convertirse-en-carbono-neutro/

Ecuador Times. (2023, febrero 6). *The flower sector considers that Canada is a market with potential*. https://www.ecuadortimes.net/the-flower-sector-considers-that-canada-is-a-market-with-potential/

Ecuador221. (2025, noviembre 1). *Sector florícola de Carchi respalda incentivos del Gobierno*. Ecuador221. https://ecuador221.com.ec/sector-floricola-de-carchi-respalda-incentivos-del-gobierno/

Ecuavisa. (2020, mayo 1). *La floricultura de Ecuador, uno de los sectores más castigados por la pandemia*. https://www.ecuavisa.com/ecuador/la-floricultura-de-ecuador-uno-de-los-sectores-mas-castigados-por-la-pandemia-20200501-0036.html

Ecuavisa. (2022, abril 19). *Producción florícola en Ecuador busca convertirse en carbono neutro*. https://www.ecuavisa.com/ecuador/produccion-floricola-en-ecuador-busca-convertirse-en-carbono-neutro-20220419-0032.html

El Comercio. (2022, marzo 12). *Ecuador pierde USD 2,5 millones semanales por guerra en Ucrania*. https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/ecuador-exportaciones-guerra-ucrania-rusia/

El Diario. (2025, noviembre5). *Flores de Ecuador conquistan el mercado europeo en feria internacional que se desarrolla en Países Bajos*. https://www.eldiario.ec/negocios/flores-de-ecuador-conquistan-el-mercado-europeo-en-feria-internacional-que-se-desarrolla-en-paises-bajos-05112025/

El Telégrafo. (2020, marzo 13). *Floricultura pierde 60% de sus ventas por covid-19*. https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/44/floricultura-pierde-60-de-sus-ventas-por-covid-19

European Commission. (2020). *Farm to Fork Strategy: For a fair, healthy and environmentally-friendly food system*. https://food.ec.europa.eu/system/files/2020-05/f2f_action-plan_2020_strategy-info_en.pdf

Expoflores. (s/f). *Compromiso Socioambiental*. https://www.expoflores.com/

Fairtrade Iberica. (s/f). *Comercio Justo y sostenibilidad: Que son y objetivos de cada uno*. https://www.fairtrade.net/iberica-es/actualidad/blog/la-relacion-entre-comercio-justo-y-sostenibilidad-todo-lo-que-necesitas-saber.html

FAIRTRADE INTERNATIONAL. (s/f). *¿Por qué Comercio Justo?* https://www.fairtrade.net/en/why-fairtrade.html

Fincas de Rosas. (2021, febrero 17). *El origen de las florícolas en Ecuador*. https://fincasderosas.com/el-origen-de-las-floricolas-en-ecuador/

FLOCERT. (2023, mayo 30). *Cómo unirse a Fairtrade*. https://www.flocert.net/es/como-unirse-a-fairtrade/

Flor Ecuador. (2025). *Una herramienta confiable y amigable, tu aliada para tomar decisiones en tu organización*. https://certificacionfec.com/

Flor Ecuador. (2025, diciembre). *Ranking Fincas Certificadas*. https://certificacionfec.com/wp-content/uploads/2025/12/Ranking-FlorEC.xlsx-DIC.pdf

Flor Ecuador. (s/f). *Ecuador florece con sostenibilidad gracias a Flor Ecuador V 4.0*. https://certificacionfec.com/en/ecuador-florece-con-sostenibilidad-gracias-a-flor-ecuador-v-4-0/

Florador. (2025, octubre 6). *Comment les fermes florales équatoriennes s'adaptent aux nouvelles normes durables?* https://florador.eu/fr/comment-les-fermes-florales-equatoriennes-sadaptent-aux-nouvelles-normes-durables/

Floraldaily. (2024, septiembre 12). *Ready for expo Flor Ecuador 2024?* https://www.floraldaily.com/article/9658108/ready-for-expo-flor-ecuador-2024/

Forbes Ecuador. (2025, febrero 14). *Las cultivadoras de flores con más ingresos de Ecuador*. https://www.forbes.com.ec/rankings/las-cultivadoras-flores-mas-ingresos-ecuador-n67557

Franco, I. (s/f). *Qué es la ventaja competitiva en Comercio Internacional*. https://estudiarvirtual.unipiloto.edu.co/blog/ventaja-comparativa-que-es

Freudiich, P. (2012). *COMERCIO JUSTO*. https://coordinadoraongd.org/old/904/original/monografico_comerciojusto.pdf

Friedman, M. (1970, septiembre 13). *Una doctrina de Friedman: La responsabilidad social de las empresas es aumentar sus beneficios*. https://www.nytimes.com/1970/09/13/archives/a-friedman-doctrine-the-social-responsibility-of-business-is-to.html

Gallegos, M., Beltrán, L., Calderón, L., & Guerra, V. (2020, marzo 18). *La diferenciación como estrategia de competitividad en el sector florícola del Cantón Cayambe (Ecuador)*. https://revistaespacios.com/a20v41n10/a20v41n10p02.pdf

Gitman, L., & Zutter, C. (2012). *Principios de administración financiera*. https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24802w/Principios_de_administracion_financiera_12Ed_Gitman.pdf

Gómez, C., & Egas, A. (2014, julio). *Análisis histórico del sector florícola en el Ecuador y estudio del mercado para determinar su situación actual*. https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/3323/1/110952.pdf

Granda, A., Lascano, E., Naranjo, F., & Torres, O. (2024, abril 30). *Vista de La evolución económica de la floricultura en el Ecuador*. https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/4035/3947

Hernan, H. (2025, marzo 16). *Certificación Rainforest Alliance: Beneficios, Costo y Proceso*. https://ingenieroagroindustrial.com/certificacion-rainforest-alliance/

Hernández, C. (s/f). *Qué signifca la Competitividad en los Negocios Internacionales*. https://repositorios.fca.unam.mx/alafec/docs/asambleas/ix/ponencias/Negocios_internacionales/negint05.pdf

Hoja Verde. (2026). *INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL*. https://www.hojaverde.com.ec/wp-content/uploads/2026/04/Responsabilidad-Social-Empresarial-web.pdf

Hoja Verde. (s/f). *A floral legacy of sustainability*. https://www.hojaverde.com.ec/?lang=en%2Fwp-content%2Fuploads%2F2019%2F10%2Fcatalogo_alinatura18.pdf

Home of Fair Trade Enterprises. (2023, mayo 11). *Discover the power of fair trade enterprises with WFTO*. https://wfto.com/

Hortidaily. (2025, noviembre 3). *Flor Ecuador solicita la evaluación comparativa de la SSCI*. https://www.hortidaily.es/article/9780927/flor-ecuador-solicita-la-evaluacion-comparativa-de-la-ssci/

Infante, E. (2012). *Comercio justo: una propuesta histórica y conceptual*. https://www.redalyc.org/journal/6099/609966986009/html/

Krantz, T., & Jonker, A. (2025, noviembre 28). *¿Qué es la sostenibilidad?* https://www.ibm.com/es-es/think/topics/sustainability

Labarca, N. (2007). *Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial*. https://www.redalyc.org/pdf/737/73713208.pdf

Lizcano, J. (2004). *Rentabilidad Empresarial Propuesta Práctica de Análisis y Evaluación*. https://www.camara.es/sites/default/files/publicaciones/rentab_emp.pdf

López, B. (2013). *Retos de las marcas globales en la comunicaciónde valores de sostenibilidad y RSC*.

Mackay, C., Castañeda, Z., Ruiz, K., González, G., & Poveda, G. (2020, mayo). *EL SECTOR FLORÍCOLA ECUATORIANO Y SU AFECTACIÓN EN EL MERCADO INTERNACIONAL PRODUCTO DE LA PANDEMIA CAUSADA POR EL COVID-19*. Eumed.net. https://www.eumed.net/actas/20/covid/5-el-sector-floricola-ecuatoriano-y-su-afectacion-en-el-mercado-internacional.pdf

Marcillo, C. (2018, febrero). *Manual de comerio justo*. https://www.conquito.org.ec/wp-content/uploads/2018/02/Manual-de-Comercio-Justo-final.pdf

MARFEC. (2025, enero 24). *Ecuador es el tercer exportador de flores a nivel mundial*. https://www.marfec.ec/ecuador-es-el-tercer-exportador-de-flores-a-nivel-mundial/

Mathews, J. (2006). Dragon multinationals: New players in 21st century globalization. *Asia Pacific J Manage*.

Medeiros, V., Godoi, L., & Teixeira, E. (2019). *La competitividad y sus factores determinantes: un análisis sistémico para países en desarrollo*. https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/820532b5-0b65-4f87-9990-fe54b4a6e507/content

Mejia, M. (2026, febrero 12). *Crecimiento del sector florícola: impulso postpandemia, desaceleración y proyecciones 2026*. https://www.ecuadorysusflores.com/post/crecimiento-del-sector-flor%C3%ADcola-impulso-postpandemia-desaceleraci%C3%B3n-y-proyecciones-2026

Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca. (2019, junio 11). *Agrocalidad homologó requisitos con el sector floricultor para la certificación BPA – Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca*. https://www.agricultura.gob.ec/agrocalidad-homologo-requisitos-con-el-sector-floricultor-para-la-certificacion-bpa/

Ministerio de Agricultura, Pesca, Seguridad Alimentaria y Naturaleza. (2025, diciembre 17). *Strengthening collaboration in Ecuador's agricultural sector*.

https://www.agroberichtenbuitenland.nl/actueel/nieuws/2025/12/18/ecuador-phytosanitary-mission-2025

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2017, marzo 10). *ESTRATEGIA ECUATORIANA DE COMERCIO JUSTO*. https://competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2021/03/06PPP2017-ESTRATEGIA.pdf

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2022). *Políticas de promoción de exportaciones en Ecuador*.

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2021). *ANUARIO DE EXPORTACIONES DEL SECTOR ASOCIATIVO Y COMERCIO JUSTO 2020*. https://www.uasb.edu.ec/observatorio-pyme/wp-content/uploads/sites/6/2021/05/ANUARIO-COMERCIO-JUSTO-2020-VF-5.pdf

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2022). *ANUARIO DE EXPORTACIONES DEL SECTOR ASOCIATIVO Y COMERCIO JUSTO 2021*. Gob.ec. https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2022/05/ANUARIO-COMERCIO-JUSTO.pdf

Ministerio del Ambiente, Agua y Transición Ecológica. (2022, abril 19). *Sector florícola del Ecuador será el primero del país en convertirse en carbono neutro*. https://www.ambienteyenergia.gob.ec/ambiente/sector-floricola-del-ecuador-sera-el-primero-del-pais-en-convertirse-en-carbono-neutro/

Naciones Unidas. (1987). *Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo Nota del Secretario General*. https://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf

Obstfeld, K. (2022, febrero). *INTERNATIONAL ECONOMICS THEORY & POLICY*. https://users.ssc.wisc.edu/~cengel/Econ730/International%20Economics%20Theory%20and%20Policy%20Book%209th%20Edition.pdf

Osorio, G., Euclides, N., Guzmán, A., Marcelino, P., Espinosa, M., & Agustín, F. (2022). *EL COMERCIO JUSTO COMO ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO DE LOS PEQUEÑOS PRODUCTORES DEL ECUADOR*. https://tambara.org/wp-content/uploads/2022/12/1.El-comercio-justo_Garc%C3%ADa_Almeida.pdf

Pacto mundial red España. (s/f). *Sostenibilidad social: qué es, importancia y cómo implementarla en tu empresa*. https://www.pactomundial.org/noticia/sostenibilidad-social-implementarla-empresa/

Perez, C. (2025, febrero 14). *La exportación de flores ecuatorianas alcanzó un nuevo récord en 2025*. https://www.ecuavisa.com/la-noticia-a-fondo/la-exportacion-de-flores-ecuatorianas-alcanzo-un-nuevo-record-en-2025-20250214-0094.html

PORTAL DE LA ECONOMÍA SOLIDARIA. (2020). *Comercio Justo*. https://www.economiasolidaria.org/wp-content/uploads/2020/08/comercio-justo-en-economiasolidaria-org.pdf

Porter, M.E. (1990). La ventaja competitiva de las naciones. Plaza & Janés.

PRO ECUADOR. (2018, julio 12). *Flores forestal y elaborados*. https://www.proecuador.gob.ec/flores-forestal/

PRO ECUADOR. (2023). *Perfil del sector florícola ecuatoriano*.

RADIO PICHINCHA. (2025, febrero 5). *Ecuador exporta miles de toneladas de flores por San Valentín*. https://www.radiopichincha.com/ecuador-exporta-toneladas-flores-san-valentin/

Rainforest Alliance. (s/f). *Guardianes de los bosques Defensores de los agricultores*. Rainforest Alliance. https://www.rainforest-alliance.org/es/

Rainforest. (2025, mayo 4). *Estándar de Agricultura sostenible de Rainforest Alliance - Requisitos para Fincas*. https://knowledge.rainforest-alliance.org/docs/es/rainforest-alliance-sustainable-agriculture-standard-farm-requirements

Raynolds, L. (2012). Fair trade flowers: Global certification, environmental sustainability, and labor standards: Fair trade flowers. *Rural Sociol.* https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/j.1549-0831.2012.00090.x

Sampieri, R. H., Collado, C. F.,Lucio, P. B., Valencia, S. M., & Torres, C. P.M (2014). *Metodología de La Investigación*.

Sensecuador. (s/f). *A VISIONARY BUSINESS*. https://sensecuador.com/en/hoja-verde-flores.html?viewmode=list

SICMA ECUADOR. (2023, abril 18). *Ponte Tresa, florícola que siembra consciencia*. https://www.sicmaconsulting.com/post/____o

Simitz, S. (2025, marzo 6). *March is equal exchange fair trade banana month*. https://www.earlsorganic.com/blog/equal-exchange-fair-trade-bananas-3pnf3

Solé, E. (2003). *Qué es comercio sus obejtivos y principios las prácticas abusivas de algunas multinacionales dónde pueden comprarse productos solidarios*. Última Hora.

Sozoranga, H., & Vélez, M. (2016, octubre). *El sector floricultor se destaca como actor elemental y activo*. https://www.eumed.net/rev/caribe/2016/10/floricultura.html

Tapia, G. (s/f). *Rentabilidad, utilidad y valor*. https://www.economicas.unsa.edu.ar/afinan/fe/material_de_estudio/material/Rentabilidad%20utilidad%20y%20valor.pdf

The Consumer Goods Forum. (s/f). *Flor Ecuador Plus Certified® solicita la evaluación comparativa de SSCI*. https://www.theconsumergoodsforum.com/flor-ecuador-plus-certified-applies-for-ssci-benchmarking/

The Flowers of Ecuador. (2024, noviembre 26). *Flor Ecuador Certified®: Liderando la Sostenibilidad en el Sector Floricultor - Expoflores*. https://www.ecuadorysusflores.com/post/flor-ecuador-certified-liderando-la-sostenibilidad-en-el-sector-floricultor-expoflores

Thread, T. (2021 11). *How fair trade started and why it still matters*. https://terrathread.com/blogs/fair-trade/history-of-fair-trade

UFV. (2025, diciembre 14). *¿Qué es la rentabilidad económica y financiera?* https://fpsuperiorufv.es/blog/que-es-la-rentabilidad-economica-y-financiera/

Unicef. (2025, febrero 25). *¿Qué es la sostenibilidad y cuáles son sus objetivos?* Unicef. https://www.unicef.es/blog/sostenibilidad/sostenibilidad-que-es-objetivos-planes

United Nations Global Impact. (s/f). *Social Sustainability*. https://unglobalcompact.org/what-is-gc/our-work/social

United Nations. (s/f). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. https://www.un.org/es/common-agenda/sustainable-development-goals

Valencia, D. (2025, 12 febrero). *La sostenibilidad ambiental como ventaja competitiva en las exportaciones ecuatorianas de flores hacia Europa (Periodo 2022 –2024 octubre*. https://mail.polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/8923/pdf

Villavicencio, C., González, C., Salcedo, V., & Sotomayor, J. (2021). El sector florícola del Ecuador y su aporte a la balanza comercial agropecuaria: periodo 2009 – 2020. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, *8*(1), 74–82. https://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S1390-76972021000100074&script=sci_arttext

World Fair Trade Organization. (2023, agosto 2). *Our 10 Fair Trade Principles*. https://wfto.com/our-fair-trade-system/our-10-principles-of-fair-trade/

World Fair Trade Organization. (2023, julio 28). *Our Fair Trade System empowers communities across the globe*. https://wfto.com/our-fair-trade-system/