

# UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



## FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

### CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**Tema: “Análisis del impacto del Comercio Justo en la Comercialización Internacional de rosas en empresas florícolas de Cayambe, período 2020 - 2023”**

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del  
título de Licenciada en Comercio Exterior

AUTORA: Conlago Velasco Marshury Siomara

TUTORA: Msc. Realpe Delgado Ofelia Beatriz

Tulcán, 2025.

## CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que la estudiante(s) Conlago Velasco Marshury Siomara con el número de cédula 175439415-1 respectivamente ha desarrollado el Trabajo de Integración Curricular: “Análisis del impacto del Comercio Justo en la Comercialización Internacional de rosas en empresas florícolas de Cayambe, período 2020 - 2023”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de la Unidad de Integración Curricular, Titulación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva



Firmado electrónicamente por:  
**OFELIA BEATRIZ  
REALPE DELGADO**

Validar únicamente con FirmaEC

---

**MSc. Realpe Beatriz**  
**TUTORA**

Tulcán, julio de 2025

## AUTORÍA DE TRABAJO

El presente Trabajo de Integración Curricular constituye un requisito previo para la obtención del título de Licenciada en la Carrera de comercio exterior de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Yo, Conlago Velasco Marshury Siomara con cédula de identidad número 175439415-1 respectivamente declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



---


Conlago Velasco Marshury Siomara

**AUTORA**

Tulcán, julio de 2025

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo Conlago Velasco Marshury Siomara declaro ser autor de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: "Análisis del impacto del Comercio Justo en la Comercialización Internacional de rosas en empresas florícolas de Cayambe, período 2020 - 2023 " y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.



---

Conlago Velasco Marshury Siomara

**AUTORA**

Tulcán, julio de 2025

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por permitirme alcanzar uno de mis mayores objetivos, guiándome en este desafiante camino y dándome la fortaleza necesaria para culminar con éxito esta etapa de mi vida.

Mi gratitud infinita a mi querida madre, Elizabeth Velasco, y a Cristhian Ramírez, por su apoyo incondicional a lo largo de este recorrido. Gracias por dar todo de sí para que pudiera cumplir mis metas, por confiar en mí y creer en mi potencial.

También expreso mi agradecimiento a mis hermanos: Dalila, Erica e Ian, así como a mi abuelita Clara Pilacuan, por su constante fe en mí y por mantenerme siempre presente en sus oraciones.

Mi más sincero agradecimiento a mi tutora Beatriz Realpe, cuya guía, paciencia y apoyo fueron esenciales para la realización de estas tesis.

Finalmente, extendo mi reconocimiento a los docentes de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, quienes compartieron su conocimiento y contribuyeron significativamente a mi formación profesional.

## **DEDICATORIA**

En primer lugar, agradezco a Dios por la sabiduría y fortaleza otorgadas a lo largo de este proceso.

A mi madre, Elizabeth Velasco, y a Cristhian Ramírez, mi más sincero agradecimiento por su incondicional apoyo y por inculcarme la perseverancia necesaria para alcanzar esta meta.

A mis hermanos Dalila, Erica e Ian por, por sus ánimos y apoyo en cada etapa de mi vida.

A Alison Martínez, mi amiga, quien ha estado para mí en cada momento de mi etapa universitaria.

Este logro es gracias a ustedes.

## ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	<b>14</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>15</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>16</b>
<b>I. EL PROBLEMA</b> .....	<b>18</b>
<b>1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	<b>18</b>
<b>1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	<b>20</b>
1.2.1. Delimitación del Problema .....	20
<b>1.3. JUSTIFICACIÓN</b> .....	<b>21</b>
<b>1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>22</b>
1.4.1. Objetivo General .....	22
1.4.2. Objetivos Específicos .....	22
1.4.3. Preguntas de Investigación.....	22
<b>II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA</b> .....	<b>24</b>
<b>2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>24</b>
2.1.1. Antecedente N°1-Tesis .....	24
2.1.2. Antecedente N°2 – Tesis .....	25
2.1.3. Antecedente N°3 – Tesis .....	26
2.1.4. Antecedente N°4 – Artículo Científico .....	27
2.1.5. Antecedente N°5 – Artículo Científico .....	28
2.1.6. Antecedente N°6 – Artículo Científico .....	28
2.1.7. Antecedente N°7 – Artículo Científico .....	29
2.1.8. Antecedente N°8 – Artículo Científico .....	30
2.1.9. Antecedente N°9 – Artículo Científico .....	31
2.1.10. Antecedente N°10 – Artículo Científico .....	32
<b>2.2. MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>33</b>
2.2.1. Fundamentación Teórica .....	33
2.2.2. Fundamentación Conceptual.....	35

2.2.3. Fundamentación Legal .....	49
<b>III. METODOLOGÍA .....</b>	<b>50</b>
<b>3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO .....</b>	<b>50</b>
3.1.1. Enfoque Cualitativo.....	50
3.1.2. Enfoque Cuantitativo .....	51
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	51
3.2.1. Investigación Bibliográfica .....	51
3.2.3. Investigación Descriptiva.....	51
3.2.4. Investigación de Campo.....	52
3.2.5. Investigación Exploratoria .....	52
<b>3.3. IDEA A DEFENDER .....</b>	<b>53</b>
<b>3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.....</b>	<b>54</b>
<b>3.4. MÉTODOS UTILIZADOS .....</b>	<b>56</b>
3.4.1. Método Inductivo .....	56
3.4.2. Entrevista .....	56
3.4.3. Técnica de observación.....	57
<b>3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO.....</b>	<b>57</b>
3.5.1.1. Posición Arancelaria.....	58
3.5.1.3 Exportaciones Rosas desde Ecuador.....	60
3.5.1.5. Producción de rosas en la Provincia de Pichincha.....	62
3.5.1.6. Producción N° de tallos cortados Cayambe.....	63
3.5.1.7. Participación de Empresas florícolas con Certificación de Comercio Justo en Cayambe .....	70
3.5.2 Datos Estadísticos.....	71
<b>IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>75</b>
<b>4.1.RESULTADOS .....</b>	<b>75</b>
4.1.1. Empresas de Estudio .....	75
4.1.2 Análisis de las entrevistas .....	77
4.1.3 Cumplimiento de los principios de Comercio Justo .....	101
4.1.4. Matriz Comparativa de Costos por Cumplimiento de Principios Fairtrade ...	106
4.1.5. Estrategias para Comercio Justo de Rosas.....	108

4.1.6. Diagnóstico de la situación actual (2020-2023) .....	108
4.1.7. Estrategias clave .....	109
<b>4.2.DISCUSIÓN.....</b>	<b>115</b>
<b>V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>	<b>120</b>
<b>5.1.CONCLUSIONES .....</b>	<b>120</b>
<b>VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>124</b>
<b>VII. ANEXOS.....</b>	<b>130</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Delimitación del Problema.....	20
<b>Tabla 2.</b> Sellos Comercio Justo en Ecuador .....	38
<b>Tabla 3.</b> Empresas Certificadas a Nivel Nacional.....	40
<b>Tabla 4.</b> Empresas Certificadas en Cayambe.....	40
<b>Tabla 5.</b> Proceso de Verificación para Productores y Comerciantes en el Comercio Justo.....	42
<b>Tabla 6.</b> Acuerdos Comerciales.....	48
<b>Tabla 7.</b> Normativas que sustentan la investigación .....	49
<b>Tabla 8.</b> Matriz de Operacionalización de la Variable Independiente.....	54
<b>Tabla 9.</b> Matriz de Operacionalización de la Variable Dependiente.....	55
<b>Tabla 10.</b> Posición Arancelaria de las rosas.....	58
<b>Tabla 11.</b> Top 10 de los países exportadores de rosas a nivel mundial.....	58
<b>Tabla 12.</b> Top 10 de los países importadores de rosas ecuatorianas. ....	60
<b>Tabla 13.</b> Participación de Rosas de Ecuador con la Certificación .....	61
<b>Tabla 14.</b> Tallos cortados- Pichincha .....	62
<b>Tabla 15.</b> Producción N° de tallos cortados Cayambe.....	69
<b>Tabla 16.</b> Premio FairTrade Hojaverde .....	71
<b>Tabla 17.</b> Premio FairTrade Qualisa .....	73
<b>Tabla 18.</b> Pregunta N°1 .....	77
<b>Tabla 19.</b> Pregunta N°2.....	78
<b>Tabla 20.</b> Pregunta N°3.....	79
<b>Tabla 21.</b> Pregunta N°4.....	80
<b>Tabla 22.</b> Pregunta N°5.....	81
<b>Tabla 23.</b> Pregunta N°6.....	82
<b>Tabla 24.</b> Pregunta N°7 .....	85
<b>Tabla 25.</b> Pregunta N°8.....	86
<b>Tabla 26.</b> Pregunta N°9 .....	87
<b>Tabla 27.</b> Pregunta N°10.....	88

<b>Tabla 28.</b> Pregunta N°11 .....	89
<b>Tabla 29.</b> Pregunta N°12.....	90
<b>Tabla 30.</b> Pregunta N°13.....	91
<b>Tabla 31.</b> Pregunta N°14.....	92
<b>Tabla 32.</b> Pregunta N°15.....	93
<b>Tabla 33.</b> Pregunta N°16.....	94
<b>Tabla 34.</b> Pregunta N°17 .....	95
<b>Tabla 35.</b> Pregunta N°18.....	96
<b>Tabla 36.</b> Pregunta N°19 .....	97
<b>Tabla 37.</b> Pregunta N°20.....	98
<b>Tabla 38.</b> Pregunta N°21 .....	100
<b>Tabla 39.</b> Matriz de Cumplimiento de Objetivos de Comercio Justo- HOJAVERDE Y QUALISA .....	102
<b>Tabla 40.</b> Matriz Comparativa de Costos por Cumplimiento de Principios Fairtrade .....	107

## ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

<b>Ilustración 1.</b> Variable Independiente .....	36
<b>Ilustración 2.</b> 10 principios de Comercio Justo .....	37
<b>Ilustración 3.</b> Los 17 ODS.....	44
<b>Ilustración 4.</b> Variable Dependiente .....	45
<b>Ilustración 5.</b> Participación de Rosas de Cayambe con la Certificación.....	70

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>Anexo 1.</b> Acta de la sustentación de Predefensa del TIC.....	130
<b>Anexo 2.</b> Certificado del abstract por parte de idiomas .....	131
<b>Anexo 3.</b> Oficio dirigido a la ingeniera de Hojaverde Cia. Ltda .....	133
<b>Anexo 4.</b> Oficio enviado a la ingeniera de Quality Service S. A. ....	134
<b>Anexo 5.</b> Entrevista y visita técnica en la empresa florícola Hojaverde Cia. Ltda .....	135
<b>Anexo 6.</b> Entrevista y visita técnica en la empresa florícola Quality Service S. A	147

## RESUMEN

Esta investigación analiza el impacto Comercio Justo en la comercialización internacional de rosas en las empresas florícolas de Cayambe durante el período 2020-2023. El estudio se centra en identificar cómo la adopción de los principios y la certificación de Comercio Justo han influido en la competitividad, los ingresos y las oportunidades de mercado para estas empresas, así como en los beneficios sociales y económicos para los trabajadores del sector florícola.

Utilizando un enfoque mixto que combina métodos cualitativos y cuantitativos, se recopilaron a través de entrevistas a profesionales con experiencia en el tema de Comercio Justo en representación a las empresas que son parte del estudio, de igual manera se realizó un análisis detallado de la evolución histórica de la Prima Fairtrade derivada de la venta de rosas, datos los cuales están expresados en dólares, así también se considera las principales ventajas y desventajas de este sistema. Además, se realiza un análisis del impacto de la pandemia de COVID-19 de 2020 como parte del área de estudio.

Los resultados revelan que la adopción del certificado de Comercio Justo ha generado un impacto significativo en las empresas Florícolas de Cayambe, promoviendo el acceso a los mercados internacionales, promoviendo el desarrollo sostenible del cantón y mejorando las condiciones de vida para sus empleados. Sin embargo, se han identificado problemas importantes, como la necesidad de introducir programas de capacitación más eficientes para maximizar los beneficios de este modelo. Además, para expandir las oportunidades de exportación para las empresas que operan bajo el sello de Comercio Justo, se enfatiza la diversificación de los mercados que valoren la certificación.

**Palabras Claves:** Comercio Justo, comercialización internacional, estrategias de internacionalización.

## ABSTRACT

This research analyzes the impact of Fair Trade on the international marketing of roses in the flower companies of Cayambe during the 2020-2023 period. The study focuses on identifying how the adoption of Fair-Trade principles and certification has influenced competitiveness, income, and market opportunities for these companies, as well as the social and economic benefits for workers in the floriculture sector. Using a mixed approach that combines qualitative and quantitative methods, data was collected through interviews with experienced professionals in Fair Trade, representing the companies involved in the study. Furthermore, a detailed analysis was carried out on the historical evolution of the Fairtrade Premium derived from rose sales, with data expressed in dollars. The study also considers the main advantages and disadvantages of this system. Furthermore, the impact of the COVID-19 pandemic in 2020 is analyzed as part of the study area. The findings show that the adoption of Fair-Trade certification has had a significant impact on the flower companies of Cayambe, promoting access to international markets, fostering the sustainable development of the canton, and improving the living conditions of their employees. Nevertheless, important issues have been identified, such as the need to introduce more efficient training programs to maximize the benefits of this model. Additionally, to expand export opportunities for companies operating under the Fair-Trade label, the diversification of markets that value the certification is emphasized.

**Keywords:** Fair Trade, international marketing, internationalization strategies

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación se centra en analizar el impacto que el Comercio Justo ha tenido en la comercialización internacional de rosas producidas por las empresas florícolas certificadas ubicadas en el cantón Cayambe, en la provincia de Pichincha, durante el período 2020-2023. Este análisis resulta fundamental para comprender cómo los principios y estándares del Comercio Justo influyen en la competitividad, sostenibilidad económica y social de estas empresas, así como en las condiciones laborales y de vida de los trabajadores involucrados en la producción de rosas, uno de los principales productos de exportación del país. El desarrollo de la investigación conlleva los siguientes capítulos:

En el primer capítulo del estudio, el problema se resuelve analizando los desafíos que enfrentan un modelo de Comercio Justo en el contexto del país con un especial énfasis en el sector de Florícola Cayambe. En el planteamiento del problema se identifica y detalla los principales obstáculos que limitan la introducción y la eficiencia de este modelo utilizando fuentes secundarias confiables como la base. Del mismo modo, la formulación del problema se define claramente en el caso de estudio para concentrar el acceso a las empresas de flores en el cantón y durante el período de análisis (2020-2023). Además, se presenta el objetivo general: analizar el impacto del Comercio Justo en el comercio internacional de rosas junto con objetivos específicos destinados a establecer beneficios, desafíos y propuestas para optimizar su implementación.

El segundo capítulo aborda la fundamentación teórica, incluye un análisis de antecedentes investigativos relacionados con el tema de estudio. Para ello se revisan trabajos y artículos de varios autores científicos que estudian las dos variables clave de la investigación. Asimismo, en el marco teórico se basa en fundamentos conceptuales ofreciendo un enfoque claro que respalda el tema. Este capítulo es esencial para justificar el estudio y garantizar su coherencia dentro del campo académico.

El tercer capítulo aborda la metodología y expone el enfoque metodológico de investigación adoptada. Este enfoque es mixto, ya que combina datos cualitativos y

cuantitativos de fuentes primarias y secundarias así también información recabada de campo. Se indica el tipo de investigación utilizada que incluye enfoques bibliográficos, descriptivo, de campo, exploratorio e inductivo. A si también se opera las variables mediante una tabla que detalla indicadores, técnicas e instrumentos para recolección de datos. Se expone claramente la idea a defender en la investigación.

El cuarto capítulo presenta los resultados y la discusión, con base en los instrumentos de las variables así también se analizan entrevistas a expertos de Comercio Justo de empresas floricultoras ubicadas en el cantón Cayambe, en este trabajo de investigación se incluye una tabla de evaluación del cumplimiento de los principios de Comercio Justo en estas empresas y se desarrollan estrategias para potenciar la comercialización internacional de rosas a través de este modelo.

El quinto capítulo presenta las conclusiones y recomendaciones surgidas del trabajo de investigación, las cuales resumen los hallazgos más relevantes y ofrecen una reflexión crítica sobre los resultados obtenidos en este caso las conclusiones proporcionan una visión clara de los aspectos clave de la investigación, abordando los objetivos establecidos y destacando las implicaciones importantes del estudio y por otra parte, las recomendaciones tienen como objetivo proponer acciones prácticas o futuras líneas de investigación, con el fin de contribuir al estudio. Además, se incluye la biografía consultada durante la investigación, así como los anexos correspondientes, que brindan información adicional y complementaria para una comprensión más profunda del trabajo realizado.

## **I. EL PROBLEMA**

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La globalización ha impulsado el desarrollo de las naciones en diversos campos y ha traído consigo un gran progreso económico, pero al mismo tiempo se han generado desafíos y efectos adversos. En este contexto, el comercio internacional de flores, especialmente de rosas, se ha consolidado como una industria de gran relevancia en el sector agrícola mundial, este mercado enfrenta desafíos importantes relacionados con la sostenibilidad ambiental, las condiciones de los trabajadores y la implementación de prácticas justas.

El modelo de Comercio Justo se ha consolidado como una alternativa en el sistema económico internacional, con los principales objetivos de garantizar que los productores reciban una compensación justa, respetar los derechos de los trabajadores y promover prácticas de protección del medio ambiente. Este modelo surgió como respuesta a una serie de problemas que enfrentaban las comunidades productoras en específico el sector floricultor, incluida la comercialización limitada de sus productos, la explotación laboral y los bajos precios del mercado. En este contexto, Fairtrade busca equilibrar la dinámica del mercado creando condiciones más justas y sostenibles para los actores más vulnerables de la cadena de valor (Fueftala & Pozo, 2022).

A pesar de diversas iniciativas, muchas empresas dedicadas a la floricultura en países en desarrollo enfrentan barreras importantes para acceder a los mercados internacionales bajo el sistema de Comercio Justo, estas barreras incluyen la falta de certificación, la falta de conciencia sobre los beneficios tangibles de estas prácticas y la creciente demanda del mercado global (Enríquez & Garzón, 2021).

Las rosas, como uno de los productos florícolas de mayor demanda internacional, representan un caso emblemático para analizar tanto el potencial como las limitaciones

del Comercio Justo en el contexto de la globalización del sector, este sistema comercial alternativo busca contrarrestar los desafíos mencionados y promover condiciones más equitativas. Sin embargo, persiste una limitada comprensión sobre el Comercio Justo y los beneficios que su implementación puede ofrecer, lo que dificulta su adopción generalizada.

La Coordinadora de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo de América Latina y el Caribe (CLAC) es una red regional cuyo objetivo principal es promover y fortalecer el Comercio Justo en las cadenas globales de suministro, este enfoque se basa en principios fundamentales como la remuneración justa, la igualdad, la transparencia, prácticas comerciales más equitativas, mejores condiciones de trabajo y el cuidado del medio ambiente. Las organizaciones miembros de CLAC demuestran un claro compromiso con los objetivos de su misión, respaldados por la participación de los consumidores, su participación se traduce en un apoyo activo a los productores y como resultado contribuye a mejorar las condiciones de vida y de trabajo de los pequeños productores y trabajadores involucrados (León, 2019).

Ecuador es uno de los primordiales exportadores de flores a nivel mundial y es conocido por la alta calidad de sus rosas, que son un sector importante de la economía nacional. Sin embargo, la industria de la floricultura enfrenta desafíos importantes, incluidos precios internacionales fluctuantes, competencia y críticas sobre las condiciones laborales en el sector. En los últimos años el Comercio Justo ha ganado importancia en Ecuador como mecanismo para mejorar la reputación de la industria y garantizar beneficios económicos y sociales a los pequeños y medianos productores. Sin embargo, aún existen limitaciones para la implementación de este modelo, incluyendo los altos costos de certificación, la falta de conocimiento por parte de las empresas y los consumidores internacionales y la limitada investigación sobre el impacto real de estas prácticas en la comercialización internacional de las rosas ecuatorianas. Ecuador ha atravesado

numerosas transformaciones políticas, sociales y económicas que obstaculizan el avance del Comercio Justo, este desafío surge cuando abordamos problemas fundamentales como la pobreza, la explotación, la desigualdad, la injusticia, el cambio climático y la crisis económica estos aspectos representan los principales objetivos del Comercio Justo, que busca contrarrestar los impactos más significativos que afectan a las poblaciones más vulnerables a nivel mundial.

El Comercio Justo en Ecuador, particularmente en el cantón Cayambe situada al norte de la provincia de Pichincha, es uno de los primordiales centros de floricultura del Ecuador con un fuerte enfoque en la exportación de rosas. Las empresas de floricultura de la región han adoptado una variedad de estrategias para acceder a mercados internacionales competitivos incluida la certificación de Comercio Justo. Sin embargo, las empresas locales aún enfrentan desafíos para medir el impacto de esta certificación en términos de mejores condiciones de trabajo, sostenibilidad ambiental y aumento de ingresos, no todas las empresas tienen las capacidades necesarias para cumplir con los estándares de Comercio Justo lo que limita su competitividad en el mercado global y por lo tanto es importante considerar los desafíos y oportunidades específicos de la floricultura en el cantón Cayambe y analizar cómo el Comercio Justo ha impactado la comercialización internacional de rosas en el periodo de estudio 2020-2023.

## 1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es el impacto de la comercialización internacional de rosas con Comercio Justo en el período 2020-2023 en las empresas florícolas de Cayambe?

### 1.2.1. Delimitación del Problema

**Tabla 1.** Delimitación del Problema

<b>Objeto de Estudio:</b>	Impacto de la certificación del Comercio Justo
<b>Sujeto de Estudio:</b>	Empresas florícolas del Cantón Cayambe que exportan con la certificación de Comercio Justo
<b>Área Geográfica:</b>	Cayambe – Pichincha -Ecuador
<b>Grupo Social:</b>	Floricultores y quienes se dediquen al sector florícola

### **1.3. JUSTIFICACIÓN**

La investigación sobre el impacto del Comercio Justo en la comercialización internacional de rosas en las empresas florícolas de Cayambe parece ser altamente beneficioso debido a varios factores como la creciente importancia del Comercio Justo en la industria y su relevancia para las regiones florícolas, este estudio proporcionará información valiosa para mejorar las estrategias comerciales locales, la aplicabilidad práctica de los resultados y la disposición de las empresas a participar serán factores clave que pueden aumentar la utilidad de la investigación para contribuir al desarrollo sostenible y ético de la industria florícola local.

Además, este estudio tiene una gran trascendencia social importante ya que busca analizar como los principios de Comercio Justo beneficia a los productores y trabajadores de la industria de la floricultura, los resultados serán beneficiosos para las empresas florícolas ya que aprenderán sobre el impacto positivo que tiene la certificación en sus asuntos comerciales y en las relaciones con sus trabajadores y comunidades locales, este estudio también podría servir como modelo para otras empresas e industrias que buscan adoptar prácticas comerciales más justas y sostenibles. Fairtrade ayuda a resolver problemas reales del mercado internacional de las rosas como competir globalmente, garantizar condiciones éticas y sostenibles, aumentar la demanda y mejorar la imagen de las rosas.

Sin embargo, también pueden surgir desafíos y limitaciones, como la necesidad de una inversión inicial y la posibilidad de enfrentar la competencia de productos más baratos en el mercado.

Este estudio se concentra en la relación entre el Comercio Justo y la competitividad, la rentabilidad, la percepción y la demanda de rosas en los mercados internacionales estos resultados pueden utilizarse para revisar, desarrollar y fundamentar teorías relacionadas con el Comercio Justo y la comercialización internacional de productos agrícolas como las rosas, así como para sugerir ideas, recomendaciones e hipótesis para futuras

investigaciones en las áreas de economía, sostenibilidad y competitividad de la industria florícola.

Además, el estudio puede contribuir a la creación de nuevos métodos de recopilación y análisis de datos mediante la identificación de nuevas fuentes y métodos de recopilación, el desarrollo de nuevas técnicas de análisis de datos, la definición de conceptos, variables y relaciones entre variables, la mejora de los métodos de experimentación con variables y la sugerencia de maneras de estudiar adecuadamente una población específica.

## **1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1. Objetivo General**

Analizar el impacto de la aplicación del Comercio Justo en la Comercialización Internacional de las rosas de empresas florícolas en Cayambe en el período 2020 – 2023.

### **1.4.2. Objetivos Específicos**

- Fundamentar bibliográficamente el Comercio Justo en las empresas florícolas de Cayambe y su comercialización Internacional.
- Evaluar el cumplimiento de los principios y criterios del Comercio Justo en las empresas florícolas de Cayambe.
- Formular estrategias para promover la comercialización internacional de las rosas a través del Comercio Justo.

### **1.4.3. Preguntas de Investigación**

- ¿Ecuador exporta con certificación de Comercio Justo?
- ¿Qué es el Comercio Justo en las empresas florícolas?
- ¿Por qué las empresas florícolas han decidido optar por la certificación de Comercio Justo?
- ¿Cómo se aplica el Comercio Justo en las florícolas?
- ¿Qué beneficios obtiene las empresas florícolas con la aplicación del Comercio Justo?
- ¿Ha aumentado la demanda de productos locales por parte de las empresas florícolas certificadas?
- ¿Las empresas florícolas están cumpliendo con los principios de Comercio Justo?

- ¿Qué cambios se han producido en las condiciones laborales, económicas y sociales de los trabajadores de las empresas florícolas de Cayambe tras la adopción del Comercio Justo?
- ¿Qué recomendaciones se pueden formular para que las empresas florícolas de Cayambe aprovechen al máximo los beneficios del Comercio Justo?
- ¿Cómo evolucionará el modelo de Comercio Justo en el sector florícola ecuatoriano en los próximos años?

## **II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

Los antecedentes presentados a continuación han sido escogidos con el propósito de respaldar y justificar la investigación, otorgando credibilidad a los datos e información recolectada. Estos antecedentes se derivan de proyectos y publicaciones científicas que han sido previamente analizados.

#### **2.1.1. Antecedente N°1-Tesis**

Las autoras Chávez & Morocho (2021) Realizaron el tema de investigación sobre “Impacto del Comercio Justo en el sector florícola exportador del Cantón Cayambe, periodo 2010- 2019” en la Universidad de las Fuerzas Armadas.

Las autoras se enfocan en estudiar la influencia del Comercio Justo en el sector florícola exportador del cantón Cayambe durante el periodo 2010 y el 2019. La investigación busca indicar que las empresas florícolas con certificación de Comercio Justo experimentan un aumento en sus ventas en comparación con aquellas que no la poseen.

La metodología utilizada para la investigación se basa en un enfoque mixto, utilizando métodos cualitativos y cuantitativos para recopilar y analizar datos. Se aplicaron técnicas como entrevistas a productores, representantes de empresas florícolas, autoridades locales y organizaciones de Comercio Justo. También se analizaron datos estadísticos sobre exportaciones, precios y condiciones laborales del sector florícola.

Las autoras concluyeron que las empresas florícolas con certificación de Comercio Justo en Cayambe experimentan un aumento en sus ventas, un mejor ambiente laboral y prácticas agrícolas más sostenibles.

A través de esta investigación, se ha comprobado que las empresas florícolas de Cayambe que cuentan con la certificación de Comercio Justo han logrado un crecimiento notable en sus ventas. Pero no solo eso, también estas empresas se preocupan por brindar condiciones laborales dignas a sus trabajadores.

### **2.1.2. Antecedente N°2 – Tesis**

La autora Tarapues (2023). Realizó el tema de investigación sobre *“Impacto del Comercio Justo en los productores frutícolas de la provincia de Imbabura y su internacionalización”* en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

La autora se centra en el análisis del Comercio Justo como herramienta hacia el desarrollo económico y social de los productores frutícolas de la provincia de Imbabura, Ecuador. Se enfatiza en la identificación de estrategias de internacionalización que faciliten el ingreso a mercados europeos, particularmente para el aguacate Hass y el mango Tommy.

La metodología de investigación se basó en un enfoque mixto, combinando métodos cuantitativos y cualitativos. Los datos se recopilaban mediante la revisión de literatura, encuestas a productores, entrevistas a expertos y observaciones de campo. Se utilizó la matriz EFE-EFI y el análisis FODA para evaluar la situación actual y formular estrategias de internacionalización.

El autor concluyó que el Comercio Justo es una alternativa viable para el desarrollo sostenible de la producción frutícola en Imbabura. Implementar estrategias de internacionalización que tengan en cuenta las preferencias de los mercados europeos y aprovechen las fortalezas del sector puede contribuir al crecimiento económico y social de la región.

Esta investigación ha demostrado que el Comercio Justo es una alternativa factible para promover el desarrollo sostenible. También ha quedado claro que la implementación de estrategias de internacionalización de productos y servicios de acuerdo con los principios del Comercio Justo contribuye positivamente al crecimiento económico al

garantizar condiciones justas e iguales para todos los participantes en la cadena de valor.

### **2.1.3. Antecedente N°3 – Tesis**

Maigua (2023). Realizo el tema de investigación sobre “Plan de negocio para la comercialización y exportación de rosas a Estados Unidos” en la Universidad Técnica de Cotopaxi.

El autor analiza diversos factores en el desarrollo de las florícolas ecuatorianas en el mercado estadounidense, prestando especial atención a la identificación de oportunidades y requisitos para que las empresas locales ingresen a dicho mercado. Los aspectos analizados abarcan tanto el mercado estadounidense como las empresas floricultoras ecuatorianas, así como las normas y estándares requeridos para la exportación de rosas.

El objetivo principal fue investigar la situación del entorno floricultor ecuatoriano especialmente en el tema con el mercado estadounidense y desarrollar un plan estratégico que permite a las empresas florícolas ecuatorianas ingresar con éxito a dicho mercado, esto incluye un estudio administrativo, operativo y financiero para valorar la viabilidad del proyecto. El estudio empleó métodos cuantitativos descriptivos para definir la población y la muestra, así también se empleó un enfoque exploratorio para la recopilación de datos mediante entrevistas con representantes de comercio exterior en la provincia de Cotopaxi y la observación directa del proceso de exportación de rosas, el estudio incluyó a un análisis bibliográfico de datos secundarios y una evaluación de la demanda de las preferencias del mercado, se destaca las conclusiones del proyecto al ser viable y rentable con una TIR superior al costo de oportunidad lo que sugiere que las empresas ecuatorianas puedan ingresar al mercado Estadounidense si cumplen los criterios necesario eh implementan las estrategias comerciales adecuadas.

La relevancia de este proyecto en el contexto de las exportaciones al mercado estadounidense proporciona información importante sobre la competencia, la regulación y las presencias: elementos esenciales para entender cómo y Comercio Justo

afecta las exportaciones de rosas. Por otro lado, las estrategias de mercado aplicadas en este estudio pueden inspirar planteamientos sobre cómo el Comercio Justo podría mejorar la competitividad de las empresas en el ámbito internacional.

#### **2.1.4. Antecedente N°4 – Artículo Científico**

Muñiz et al. (2019). Realizaron el tema de investigación sobre "*El Comercio Justo como alternativa para desarrollar estrategias en beneficio de los productores*" aprobado por el departamento de Dominio de las Ciencias de las "POCAIP" Polo de Capacitaciones, Investigación y Publicación.

Los autores analizan primero el comercio tradicional de la nación y las compensaciones que los pequeños productores logran adoptar para desarrollar su negocio, con el objetivo de promover un mercado equilibrado entre precios y condiciones laborales para los agricultores. La metodología empleada en su investigación se basa en fuentes bibliográficas para estudiar el entorno comercial de Ecuador en los últimos años, proponiendo un modelo económico alternativo basado en la certificación internacional.

Según las conclusiones de los autores, muchas de las corporaciones de agricultores y ganaderos de la nación que cuentan con la certificación de comercio justo han logrado que los productores superen la situación de marginación en la que se encontraban cuando realizaban una comercialización habitual. Gracias a esta certificación, se ha mejorado la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, permitiéndoles acceder a mayores beneficios económicos y sociales.

La investigación defiende el impacto positivo que tiene la certificación de comercio justo en los productores de frutas, fomentando condiciones laborales adecuadas que mejoran su situación social y económica. Asimismo, impulsa la producción de artículos de alta calidad mediante procesos amigables con el medio ambiente, contribuyendo así a lograr una mayor proyección internacional de dichos productos.

### **2.1.5. Antecedente N°5 – Artículo Científico**

Aguilar et al. (2021) Realizaron la investigación científica sobre *“Comercio Justo una opción estratégica para mejorar el sistema de comercialización”* aprobada por la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo en su Revista Investigación & Negocios.

El estudio comienza examinando el comercio justo y su contribución a la comercialización de los sistemas agrícolas nacionales los autores destacan la relevancia de la economía y la diversidad de estrategias comerciales, lo que brinda al pequeño agricultor opciones para acceder a los mercados, resaltan la importancia de desarrollar los procesos hacia una cadena de valor actual. Sin embargo, el concepto de Comercio Justo es aún desconocido para la mayoría de los pequeños productores.

Los autores concluyen que las consideraciones sociales y ambientales deben estar integradas en las actividades comerciales. La certificación de Comercio Justo ha ayudado que los productores agrícolas accedan remuneraciones equitativas dentro de la economía. El apoyo de organismos públicos, mediante asistencia técnica y provisión de insumos que garanticen productos de calidad, puede atraer inversión extranjera y facilitar la captación de clientes en mercados internacionales.

La investigación respalda la funcionalidad de la certificación de Comercio Justo, lo que pretende generar conciencia en el sector económico, brindando beneficios y condiciones equitativas a los pequeños productores agrícolas nacionales. Sin dejar de lado las aspiraciones de internacionalización, se puede desarrollar un modelo que garantice adecuadas condiciones laborales y altos estándares de calidad en los procesos productivos, aportando al mismo tiempo al cuidado de los trabajadores y del entorno ambiental.

### **2.1.6. Antecedente N°6 – Artículo Científico**

Aranda et al. (2023). Realizaron una investigación sobre *“Desarrollo sostenible y Comercio Justo: una revisión sistemática de las principales investigaciones publicadas entre 2010 y 2022”* aprobada por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

Los autores del estudio se embarcaron en una exploración exhaustiva del panorama actual, examinando las tendencias que han moldeado el impacto comercial, ambiental y económico del desarrollo sostenible y el Comercio Justo en el sector agrícola durante el período 2010-2022. Para ello, emplearon una metodología rigurosa de revisión sistemática de la literatura, la cual les permitió seleccionar cuidadosamente 40 fuentes relevantes para el análisis de su investigación.

Los autores concluyen que el desarrollo sostenible y el Comercio Justo ofrecen dos vías prometedoras para abordar los retos que afronta la agricultura en el siglo XXI. La investigación ha demostrado que estos enfoques pueden tener un impacto positivo en los aspectos comerciales, ambientales y sociales de la agricultura. Se requiere más investigación para comprender mejor los impactos a largo plazo de estos enfoques y para identificar las mejores prácticas para su implementación.

La investigación permite reconocer que el comercio justo es una alternativa viable para enfrentar los desafíos que plantean los mercados globalizados y las prácticas comerciales convencionales. El comercio justo promueve condiciones de intercambio más equitativas y sostenibles, lo cual ofrece resultados positivos desde la perspectiva económico, social y ambiental.

#### **2.1.7. Antecedente N°7 – Artículo Científico**

Suque & Zurita (2021). Realizaron una investigación sobre “Sistema de negociación en el comercio internacional de rosas, período 2019-2020” en la revista Yura Relaciones Internacionales de la Universidad de las Fuerzas Armadas.

Las investigadoras analizaron los factores que sobresaltan el proceso de negociación internacional y el comercio del arroz ecuatoriano. A través de métodos descriptivos y causales, este estudio examina las relaciones comerciales de Ecuador con la UE, enfocándose en el comercio de productos básicos, la exportación y la logística, las especificaciones técnicas y los incentivos aplicados al sector florícola.

El modelo de negociación internacional propuesto se basa en la cadena de suministro, la distribución física internacional y la facilitación comercial, considerando regulaciones técnicas y medidas sanitarias y fitosanitarias. Como conclusión, se destaca la alta demanda de las rosas ecuatorianas en el mercado global, atribuida a sus características únicas como el tamaño del botón, durabilidad, calidad del follaje y robustez del tallo.

Esta investigación respalda ya que proporciona un estudio de los componentes logísticos, técnicos y de mercado que afectan la competitividad de las rosas ecuatorianas. Asimismo, establece una base de comparación que permite entender cómo las prácticas de Comercio Justo pueden influir en estos aspectos y ayudar a identificar elementos críticos en la determinación de precios y en el posicionamiento de las rosas de Cayambe en mercados internacionales.

#### **2.1.8. Antecedente N°8 – Artículo Científico**

Chichande et al. (2024). Realizaron la investigación científica sobre “Análisis de la evolución de las exportaciones de rosas del Ecuador – Perú y su participación en los mercados internacionales en los años 2018 – 2022” aprobada por Digital Publisher CEIT. Este estudio investiga a los sectores exportadores de rosas de Ecuador y Perú incluyendo empresas floricultoras, organismos gubernamentales y mercados internacionales donde los cambios de la demanda y la competitividad son elementos importantes, el objetivo es representar la progreso de las exportaciones de rosas en Ecuador y Perú y observar el potencial exportador y la competitividad en el mercado internacional de ambos países esto permite un análisis comparativo e identificar los factores externos e internos que afectan la comercializaciones este estudio adopta la metodología descriptiva con un enfoque cualitativo y utiliza métodos teóricos como el histórico lógico, el analítico-sintético, en inductivo-deductivo, así como métodos empíricos y estadísticos para analizar los datos sobre las exportaciones de rosas estos métodos permiten una visión amplia y detallada del desarrollo del mercado de rosas en ambos países.

El estudio concluye que, a pesar de las dificultades externas como cambios climáticos, la pandemia de COVID-19 y el conflicto entre Rusia y Ucrania, las exportaciones de rosas de Ecuador han mostrado un crecimiento significativo, lo cual ha impactado

positivamente en su economía. Por el contrario, Perú ha registrado una tendencia decreciente en sus exportaciones de rosas, lo que propone la necesidad de medidas estratégicas para optimizar su posición competitiva en el mercado internacional.

Esta investigación aporta una base empírica sobre el desarrollo del sector florícola, especialmente en cuanto a los desafíos y oportunidades en el comercio internacional de rosas. La información sobre el impacto de las exportaciones de rosas en la economía y los factores de competitividad. Además, mitigar algunos de los problemas señalados, como la competitividad en mercados internacionales y las condiciones externas, al ofrecer un enfoque más estable y ético en la comercialización de rosas.

#### **2.1.9. Antecedente N°9 – Artículo Científico**

Granda et al. (2024) Realizaron una investigación sobre “La evolución económica de la floricultura en el Ecuador” aprobada por Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.

El artículo se enfoca en examinar la relevancia de la agroindustria florícola en la economía de Ecuador y su contribución al mercado de exportación. Busca destacar el papel de las empresas florícolas y su capacidad de adaptación ante desafíos económicos, mostrando cómo la producción de flores, en especial de rosas, sigue siendo un sector esencial para el PIB del país y la economía regional.

El estudio utiliza una metodología mixta, combinando enfoques cualitativos basados en teorías previas, así como métodos inductivo-deductivos y analítico-sintéticos. Estos métodos permiten estudiar tanto los aspectos estructurales de la industria como la dinámica comercial y de mercado, ayudando a formar un panorama general del estado y desarrollo del sector floricultor en el Ecuador.

Los autores concluyen que la industria de las flores, en particular el cultivo y exportación de rosas, ha logrado mantener su importancia y estabilidad en la economía ecuatoriana incluso durante períodos de inestabilidad económica. Pichincha se destaca por ser la región con mayor concentración de empresas floricultoras, con circunstancias

climáticas ideales para el cultivo de rosas de alta calidad. Además, la resiliencia del sector durante la pandemia y su crecimiento en el mercado mundial con un 5% en 2021 reafirman la fortaleza y competitividad de la floricultura ecuatoriana.

Este artículo proporciona un contexto sobre la importancia del sector florícola en Ecuador y su relevancia económica. Además, los hallazgos sobre el crecimiento del mercado de exportación, analizar cómo el Comercio Justo influye en la sostenibilidad y en las oportunidades comerciales para las empresas florícolas en Cayambe.

#### **2.1.10. Antecedente N°10 – Artículo Científico**

Yulan et al. (2021). Realizaron una investigación sobre “Análisis de las exportaciones de rosas hacia EE. UU y su incidencia en el PIB ecuatoriano periodo 2015-2019” aprobada por la Universidad Ciencia y Tecnología.

El trabajo tiene como objetivo estudiar la relevancia de las exportaciones de rosas ecuatorianas hacia el mercado estadounidense, evaluando su influencia sobre el PIB de Ecuador y destacando la importancia económica del comercio. Aunque se enfoque en el impacto macroeconómico (PIB), también permite entender la dependencia del sector floricultor en el mercado externo y, en particular, en Estados Unidos.

La investigación aplicó un diseño documental y bibliográfico junto con un análisis correlacional integral. Para este último, se empleó el método de mínimos cuadrados, enfocándose en la relación entre el valor de las exportaciones de rosas y el PIB del Ecuador, con especial atención en la subdivisión de rosas. Este tipo de análisis es útil para estudios cuantitativos que buscan medir impactos económicos y relaciones entre variables.

La conclusión principal es que las exportaciones de rosas al mercado estadounidense no asumen un impacto significativo en el PIB total de Ecuador. Sugiere que existen otros factores más influyentes y que la subdivisión de las rosas para exportación no es suficientemente relevante para generar grandes variaciones en el PIB.

## **2.2. MARCO TEÓRICO**

Para la presente investigación, se ha empleado como base fundamental un conjunto de teorías que permiten sustentar de manera sólida el tema de investigación.

### **2.2.1. Fundamentación Teórica**

#### **2.2.1.1. Desarrollo Sostenible**

En 1987, Gro Harlem Brundtland, primera ministra de Noruega, introdujo el concepto de "desarrollo sostenible" un informe de las Naciones Unidas. Se ha definido como el desarrollo que satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades, Esta teoría propugna un enfoque equilibrado entre el crecimiento económico, la igualdad social y la protección del medio ambiente, con el objetivo de satisfacer las necesidades del presente sin comprometer los recursos y las oportunidades de las generaciones futuras Morazán (2021). La teoría de la sostenibilidad es importante para analizar el impacto de los principios del Comercio Justo en la comercialización internacional de rosas en las empresas florícolas de Cayambe. Ambos enfoques coinciden en los principios clave del desarrollo sostenible, el Comercio Justo promueve condiciones laborales justas, precios justos y prácticas agrícolas responsables, que son consistentes con los tres principios del desarrollo sostenible: igualdad social, crecimiento económico sostenible y protección del medio ambiente. Utilizando esta perspectiva teórica, es posible evaluar como las prácticas de Comercio Justo mejoran la calidad de vida de los trabajadores y productores locales, promueven la gestión responsable de los recursos naturales. Esto, a su vez, fortalece la competitividad internacional que beneficie a las generaciones presentes y futuras.

#### **2.2.1.2. Teoría de la Ventaja Comparativa**

Según David Ricardo (1817), El concepto se basa en la idea de que a medida que cada país se especializa en producir bienes en los que tiene ventaja comparativa, la producción mundial aumenta, lo que lleva a una mejora en la condición de cada país al ganar acceso a una gama más amplia de bienes. Según la teoría de David Ricardo, el comercio es beneficioso cuando existe desigualdad en los costos de producción de bienes, lo que obliga a cada país a especializarse en exportar aquellos productos que puede producir de forma más eficiente y económica. Este principio de ventaja

comparativa permite a los países aprovechar al máximo sus recursos y desarrollar el comercio en términos mutuamente beneficiosos. En este contexto, El Comercio Justo es un instrumento significativo para las empresas florícolas, principalmente en zonas como Cayambe, en el cual las situaciones climáticas y geográficas son adecuadas para la producción de rosas de alta calidad logrando que estas empresas sean capaces de implementar una estrategia sostenible y ética sin diferenciar sus productos en un mercado internacional competitivo. Esto incluye mejorar las condiciones laborales, garantizar un precio justo para los productores y contribuir al desarrollo comunitario, aspectos que fortalecen su capacidad para internacionalizar sus productos y consolidarse en mercados exigentes con el objetivo de potenciar la competitividad económica y promover un modelo de negocio responsable y alineado con las demandas globales de sostenibilidad (Alonso, 2021).

### **2.2.1.3. Teoría de la Ventaja Competitiva**

En la perspectiva de Porter (1991), la ventaja competitiva es la capacidad de un país, una empresa o incluso un individuo para alcanzar una posición de liderazgo que supere a otros y cree valor sostenible a largo plazo comparando el contexto de Cedeño & Benavides (2019), la certificación Fairtrade permite a las empresas floricultoras de Cayambe cumplir con estándares laborales y comerciales para mejorar su competitividad valorando altos estándares que promuevan prácticas responsables en toda la cadena de valor. Este tipo de certificación garantiza condiciones justas para los trabajadores, fomenta el desarrollo comunitario y prioriza la sostenibilidad ambiental, factores que son cada vez más valorados por consumidores y compradores en mercados internacionales. Además de mejorar su imagen corporativa y reputación empresarial, las empresas certificadas pueden acceder a nichos de mercado especializados y exigentes, como aquellos que priorizan productos éticos y sostenibles. Esto no solo incrementa las oportunidades de comercialización de rosas a nivel global, sino que también ayuda a la construcción de relaciones comerciales sólidas y de largo plazo con clientes que buscan alinear sus decisiones de compra con valores éticos, generando así una ventaja competitiva sostenible en el tiempo.

#### **2.2.1.4. La Nueva Teoría del Comercio Internacional**

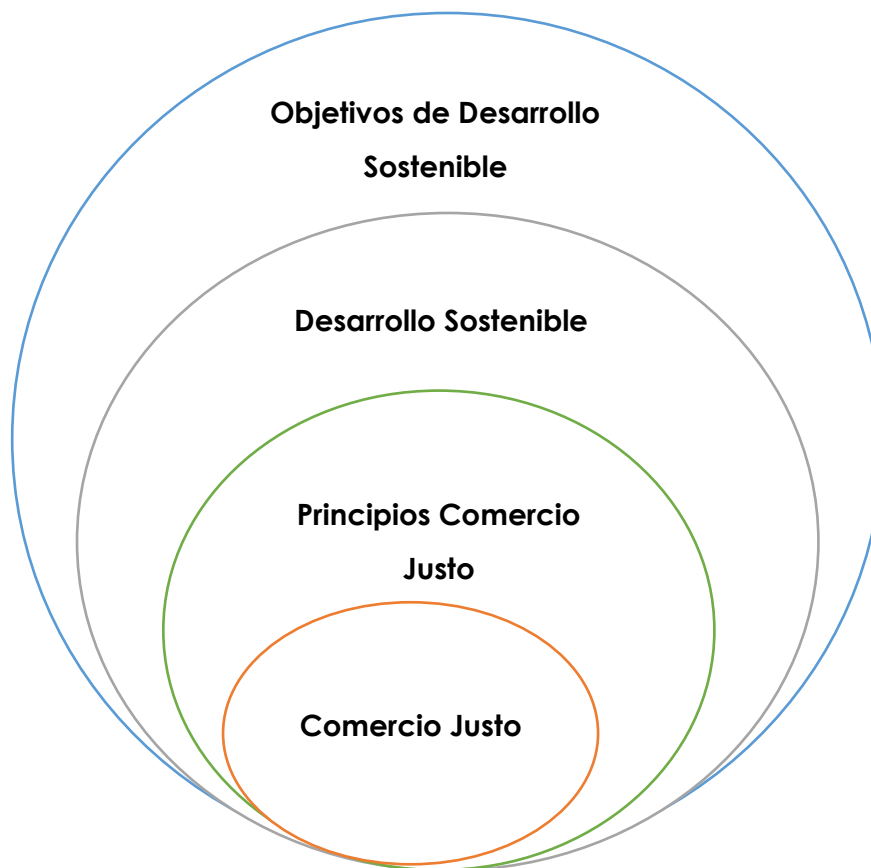
De acuerdo con la nueva teoría del comercio internacional propuesta por Paul Krugman, la competitividad de un país en los mercados globales no depende únicamente de los factores de producción básicos. Krugman sugiere que se deben tomar en cuenta diversos elementos adicionales para lograr una adecuada adaptación e inserción en el comercio mundial (Tarapues, 2023). Esta teoría aporta un marco para analizar cómo la certificación de Comercio Justo y las prácticas sostenibles permiten a las empresas florícolas diferenciar sus rosas en mercados internacionales al añadir valor agregado a sus productos. Estas certificaciones no solo garantizan estándares éticos en la producción y comercio, sino que también responden a una creciente tendencia de consumidores que priorizan productos con impacto positivo en las comunidades y el medio ambiente. Así también, contribuyen a fortalecer la reputación de las empresas al asociarlas con prácticas responsables, generando lealtad en los clientes y acceso preferencial a nichos de mercado con mayor disposición a pagar por productos éticos, las florícolas de Cayambe pueden adaptarse a las exigencias del comercio global, que va más allá de los factores tradicionales como costos y calidad, y se centra en satisfacer demandas sociales, ambientales y culturales, consolidando así una ventaja competitiva sostenible.

#### **2.2.2. Fundamentación Conceptual**

El presente marco conceptual se desarrolla en función de las siguientes variables, las cuales forman la base para el análisis y la comprensión del tema de estudio, a través del estudio de estas variables, se busca generar un marco teórico sólido que facilite la interpretación de los resultados y aporte evidencia para fundamentar las conclusiones de la investigación.

### 2.2.2.1. Variable Independiente: Comercio Justo

**Ilustración 1.** *Variable Independiente*



**Fuente:** *Autoría Propia*

#### **Comercio Justo**

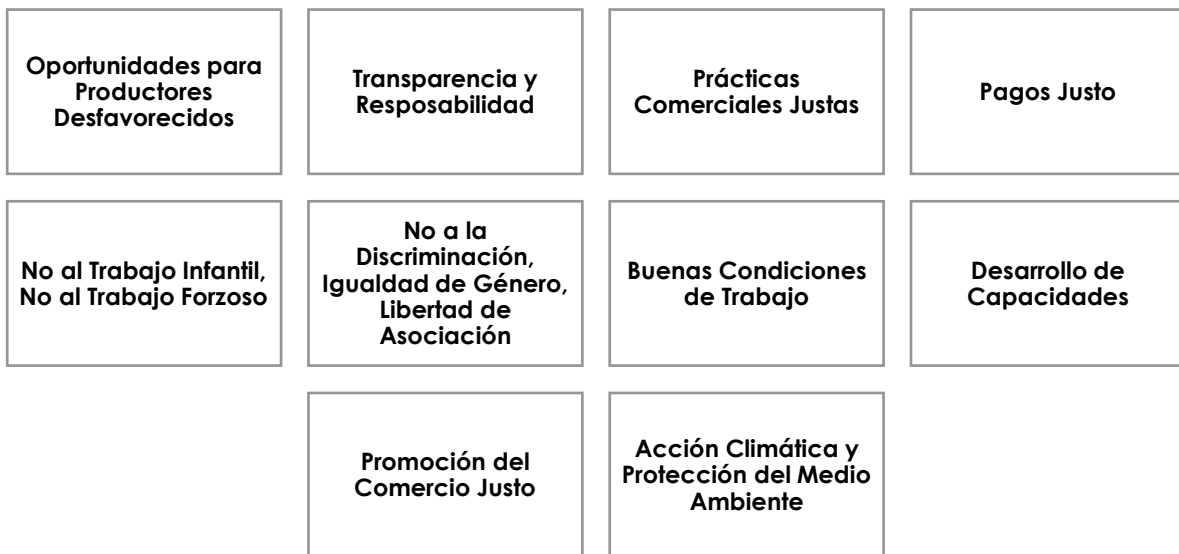
La Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC). CLAC es la red que representa a todas las organizaciones certificadas "Fairtrade" de América Latina y el Caribe, así como otras organizaciones de Comercio Justo (CLAC, 2024). Este enfoque busca promover prácticas sostenibles, garantizar condiciones laborales dignas, promover la igualdad de género, respetar los derechos humanos fundamentales, promover la conservación del medio ambiente. La responsabilidad de minimizar el impacto ambiental de los procesos de producción y el uso sostenible de los recursos naturales en este contexto el Comercio Justo se presenta como un modelo transformador que contribuye a construir una economía más inclusiva y forjar relaciones comerciales resilientes, basadas en la confianza, transparencia y el respeto recíproco estas acciones benefician no solo a las pequeñas empresas

productores y trabajadores, sino también a los consumidores consientes que buscan productos con valores éticos y sean sostenibles.

### **Principios del Comercio Justo**

El Comercio Justo se rige por un conjunto de principios y valores que garantizan que las actividades empresariales se lleven a cabo de forma ética y responsable estos principios ponen el bienestar de las personas por encima de la búsqueda de ganancias económicas a cualquier costo. A continuación, se presentan los diez principios fundamentales que sustentan el Comercio Justo, cuyo objetivo es construir un sistema comercial más justo, equitativo y sostenible, que beneficie a todos y contribuya a un mundo mejor.

**Ilustración 2.** 10 principios de Comercio Justo



**Fuente:** A partir de la CLAC (2024).

### **Sellos Comercio Justo en Ecuador**

En Ecuador, los sellos de Comercio Justo garantizan que los productos cumplen con estándares sociales, ambientales y económicos, asegurando condiciones justas para productores y trabajadores. A continuación, se muestra una tabla con las principales certificaciones de Comercio Justo que maneja Ecuador.

**Tabla 2. Sellos Comercio Justo en Ecuador**

Sello	Logo	Descripción
Fairtrade International		Certificación reconocida a nivel mundial que garantiza condiciones comerciales justas para productores y trabajadores.
Fairtrade USA		Variante del sello Fairtrade centrado en el mercado estadounidense, con estándares de producción y Comercio Justo.
Fair for Life		Certificación que abarca Comercio Justo y Responsabilidad Social, garantizando condiciones laborales justas en toda la cadena de suministro.
SPP (Símbolo de Pequeños Productores)		Certificación creada y gestionada por organizaciones de pequeños productores, enfocada en garantizar prácticas de Comercio Justo y sostenibilidad.
World Fairtrade Organization (WFTO)		Red global de empresas y organizaciones comprometidas con el Comercio Justo, que certifica y promueve buenas prácticas en toda la cadena de producción y comercialización.

**Fuente:** A partir de PRO ECUADOR (2024).

### Comercio Justo en Ecuador

El Comercio Justo en Ecuador tomó fuerza en la década de 1990, cuando algunas organizaciones de pequeños productores y cooperativas comenzaron a buscar alternativas a los mercados tradicionales para mejorar sus condiciones económicas y sociales. Uno de los hitos importantes fue la certificación de las primeras organizaciones bajo el sello Fairtrade en los años 2000, lo que permitió que productos ecuatorianos como

banano, cacao, café y flores ingresaran a mercados internacionales con condiciones más justas para los productores. En el año 2022, Ecuador contó con un total de 91 organizaciones de productores certificadas en Comercio Justo, distribuidas de la siguiente manera: 64 en la producción de banano, 22 en cacao, 9 en flores y 4 en otros productos (Fairtrade International, 2025).

En Ecuador, el Comercio Justo ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, tanto a nivel de conciencia social como de implementación en diferentes sectores productivos, la adopción de este modelo ha permitido a numerosos productores y asociaciones mejorar sus prácticas comerciales. A través de alianzas estratégicas con comercializadoras internacionales, estos productores han logrado acceder a mercados que aprecian productos éticos y responsables, lo cual no solo beneficia a los agricultores, sino también a los consumidores que optan por productos que respetan los derechos humanos y el medio ambiente (Fueltala & Pozo, 2022).

### **Precio de la certificación Fairtrade**

Los costos de certificación Fairtrade dependen de factores como: modalidad de participación en el programa; cantidad de productos a certificar; ubicación, número, área, dispersión y uniformidad de unidades productivas; volumen de ventas; número de trabajadores y organismo certificador.

Según Eco bussines Fund S.A. como referencia, los expertos en certificación estiman que el costo de la certificación inicial se encuentra entre US\$4.000 y 6.000, incluyendo honorarios profesionales y gastos relacionados tanto para el organismo de certificación como para la agencia emisora de la marca de certificación. Las tarifas de renovación anual para el segundo año y los siguientes varían entre \$2,000 y \$5,000 se debe tener en cuenta que estos valores no incluyen los costos derivados de la implementación de mejoras ni los costos relacionados con el acceso a mercados de comercio justo.

### **Empresas Florícolas Certificadas con Comercio Justo**

Según la página de FLOCERT, a nivel nacional existen ocho empresas florícolas certificadas con el sello de Comercio Justo. A continuación, se presenta una tabla con la lista de estas empresas:

**Tabla 3. Empresas Certificadas a Nivel Nacional**

<b>Nombre de la empresa</b>	<b>Productos y Tipos</b>	<b>FLO ID</b>
FLORISOL CIA. LTDA	Flores y Plantas (Flores cortadas)	48398
Agroganadera Espinosa Chiriboga S.A.	Flores y Plantas (Flores cortadas)	4408
Jardines Piaveri Cia. Ltda.	Flores y Plantas (Flores cortadas)	4409
Compañía Agropromotora del Cotopaxi - AGROCOEX S.A.	Flores y Plantas (Flores cortadas)	4407
Hojaverde CIA. LTDA.	Flores y Plantas (Flores cortadas)	4410
Inversiones Ponte Tresa S.A.	Flores y Plantas (Flores cortadas)	4509
Rosas del Monte Rosemonte S.A.	Flores y Plantas (Flores cortadas)	4508
Quality Service S. A. - Qualisa	Flores y Plantas (Flores cortadas)	33373

**Fuente:** A partir de FLOCERT (2024).

### **Empresas Florícolas del Cantón Cayambe Certificadas con Comercio Justo**

En el cantón Cayambe, existen tres empresas florícolas que cuentan con la certificación de Comercio Justo. A continuación, se presentan dichas empresas en la siguiente tabla.

**Tabla 4. Empresas Certificadas en Cayambe**

<b>Nombre de la empresa</b>	<b>Productos y Tipos</b>	<b>FLO ID</b>
Hojaverde CIA. LTDA.	Flores y Plantas (Flores cortadas)	4410
Quality Service S. A. - Qualisa	Flores y Plantas (Flores cortadas)	33373
Inversiones Ponte Tresa S.A.	Flores y Plantas (Flores cortadas)	4509

**Fuente:** A partir de FLOCERT (2024).

### **Hojaverde Cia. Ltda**

Es una florícola con más de 25 años de experiencia en el mercado, dedicado al cultivo y exportación de flores de alta calidad desde sus cuatro fincas: Hojaverde y Flormare, ubicadas en el cantón Cayambe, y JoyGardens y El Carmen, localizadas en Tabacundo. La empresa es reconocida por producir flores excepcionales en la región montañosa de Ecuador, su éxito radica en un modelo de negocio sostenible, comprometido con el medio ambiente, el bienestar de sus colaboradores y la sociedad. La empresa cuenta con certificaciones destacadas como Fairtrade, Fairtrade Certified Roses, Flor Ecuador, Business Alliance For Secure Commerce (BASC) y Sustainable Flowers, que avalan su compromiso con la calidad, la sostenibilidad y las prácticas comerciales éticas.

### **Quality Service S. A. – Qualisa**

Es una empresa florícola con más de 30 años en el mercado, dedicada a la producción de flores cortadas, especialmente rosas, y ubicada en el cantón Cayambe, Ecuador. La compañía opera siete fincas florícolas, de las cuales dos están certificadas: Qualisa 2 y Qualisa 3, y se destacan por la calidad de sus productos, garantizando tallos largos, colores intensos y follaje limpio y sano. Estas características han convertido a Qualisa en un referente de calidad en el mercado global. Además, cuenta con tres importantes certificaciones: el sello Fairtrade, Flor Ecuador y Business Alliance for Secure Commerce (BASC), que garantizan su compromiso con la sostenibilidad, el Comercio Justo y la seguridad en sus operaciones.

### **Inversiones Ponte Tresa S.A.**

Es una empresa con más de 30 años de experiencia en el mercado de la floricultura, posee tres fincas situadas en la sierra andina a 2,850 metros sobre el nivel del mar, cerca del volcán Cayambe y del lago San Pablo. Como empresa certificada como carbono neutral, se enorgullece de ser pionera y líder en el cultivo de rosas, guiada por un firme compromiso con la conciencia ambiental y social. Su enfoque está centrado en el bienestar de sus empleados, la comunidad y la conservación del planeta, mientras persigue la excelencia con integridad y transparencia. Además, cuenta con certificaciones como FairTrade, FairTrade EE. UU., Rainforest Alliance, Flor Ecuador y Carbono Neutral.

### **Formar parte de la certificación de Comercio Justo**

Esta sección detalla el proceso de certificación de Comercio Justo, proporcionando a las empresas interesada una comprensión clara de los requisitos y los costos asociados. Toda la información está tomada del sitio web oficial de FLOCERT. El proceso se divide en tres etapas principales: solicitud, auditoría y evolución/certificación.

### **PROCESO**

#### **Paso 1: Realiza la solicitud...**

- Hacer clic aquí para averiguar si su organización y producto cumplen los requisitos para la Certificación de Comercio Justo y enviar su solicitud.

- Si cumple los requisitos, el equipo de solicitud de FLOCERT le asignará un ID (número único de identificación de solicitud) y deberá entregar un paquete de solicitud completo y firmado.
- Si es exportador, importador o fabricante, se le emitirá un Permiso Temporal de Comercialización una vez que se acepte su solicitud.

**Paso 2: Se realiza la auditoria...**

- Un auditor de FLOCERT visita su empresa, recopila información y verifica el cumplimiento utilizando la Lista de Verificación de Criterios de Cumplimiento de los Estándares Fairtrade, si corresponde. Esta auditoría sobre el terreno incluye una inspección de las instalaciones, revisión de documentos y diversas entrevistas con empleados o miembros.
- Para los productores, los principales criterios se centran en la transparencia y la toma democrática de decisiones dentro de la organización, así como en las condiciones de trabajo, las condiciones medioambientales y la trazabilidad.
- Para los productores, los criterios principales se centran en la transparencia y la toma de decisiones democrática dentro de la organización, las condiciones laborales, las condiciones ambientales y la trazabilidad.
- La auditoría comienza con una reunión inicial, donde el auditor explica el plan y los objetivos de la auditoría y se acuerda un programa.
- Después de la reunión inicial, siguiendo una lista de verificación personalizada, el auditor podrá:

**Tabla 5.** *Proceso de Verificación para Productores y Comerciantes en el Comercio Justo*

<b>Categoría</b>	<b>Actividades de Verificación</b>
<b>Para productores</b>	- Cotejar documentos (contratos, facturas, actas, listas de miembros).- Inspeccionar los locales (lugares de producción, instalaciones de procesamiento, zonas de almacenamiento, fincas y campos).- Observar las condiciones de trabajo, salud, seguridad y prácticas de producción.- Celebrar reuniones y entrevistas confidenciales con trabajadores y miembros.- Comprobar la trazabilidad del producto Fairtrade.- Verificar que el dinero de la Prima se haya utilizado según lo acordado.
<b>Para comerciantes</b>	- Comprobar todas las transacciones Fairtrade de la empresa (cotejar documentos, contratos, facturas). - Inspeccionar los locales (instalaciones de procesamiento, almacenamiento y producción).- Verificar que el Precio y la Prima de Comercio Justo Fairtrade sean correctos y se paguen a tiempo a los productores.- Asegurar que el producto Fairtrade conserve su trazabilidad.

**Fuente:** FLOCERT (2025).

- El auditor explicará los resultados de la auditoría en una reunión final. Si se detectan no conformidades, podrá insinuar soluciones. Posteriormente, el auditor presentará un informe al analista para que revise los hallazgos de la auditoría y dé seguimiento a las no conformidades.

### **Paso 3: Analiza y certifica...**

- Los analistas de FLOCERT revisan los resultados de la auditoría y evalúan el cumplimiento de los estándares Fairtrade.
- Si se detectan incumplimientos, los analistas los guían en el proceso de remediación.
- Los productores que no detectan incumplimientos significativos reciben un permiso de comercialización temporal.
- Una vez resueltos todos los incumplimientos, se emite la certificación oficial Fairtrade.

Una vez finalizado el proceso, la certificación inicial iniciará un ciclo de certificación de tres años para los productores y de cinco años para los comerciantes. Durante este periodo, FLOCERT realizará auditorías periódicas para garantizar el cumplimiento de los estándares establecidos. Las auditorías también podrán realizarse sin previo aviso.

Al concluir el ciclo, tras completar con éxito el proceso de auditoría de renovación, se otorgará un nuevo certificado.

### **Desarrollo Sostenible**

La sostenibilidad se refiere a la capacidad de satisfacer las necesidades del presente sin comprometer las oportunidades de las generaciones futuras, este enfoque equilibra tres pilares fundamentales: Desarrollo económico, inclusión social y protección del medio ambiente. El primer pilar, el crecimiento económico, tiene como objetivo fomentar un desarrollo que cree riqueza y empleo, al mismo tiempo que promueve la equidad y reduce las disparidades económicas. El segundo pilar la inclusión social se centra en garantizar que las personas tengan acceso a las mismas oportunidades, independientemente de su origen, género o estatus socioeconómicos, fomentando una sociedad justa y cohesionada. Por último, la protección del medio ambiente pone énfasis en la necesidad de conservar los recursos naturales y minimizar los impactos

negativos de las actividades humanas sobre la tierra y aboga por prácticas que se respeten los límites ecológicos de la tierra. Para que la sostenibilidad sea efectiva, estos tres pilares deben estar interrelacionados y equilibrado, de este modo se lograra un desarrollo inclusivo que no solo promueva el bienestar humano, sino que también proteja el medio ambiente natural y promueva la justicia social para las generaciones futuras (Medina et al., 2022).

**Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible son 17 metas globales que las Naciones Unidas adoptaron en 2015 como parte de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Tienen como propósito abordar problemas críticos a nivel mundial para optimar la vida de las personas y resguardar el planeta. Cada ODS tiene metas específicas que buscan ser alcanzadas para 2030. A continuación, los 17 ODS:

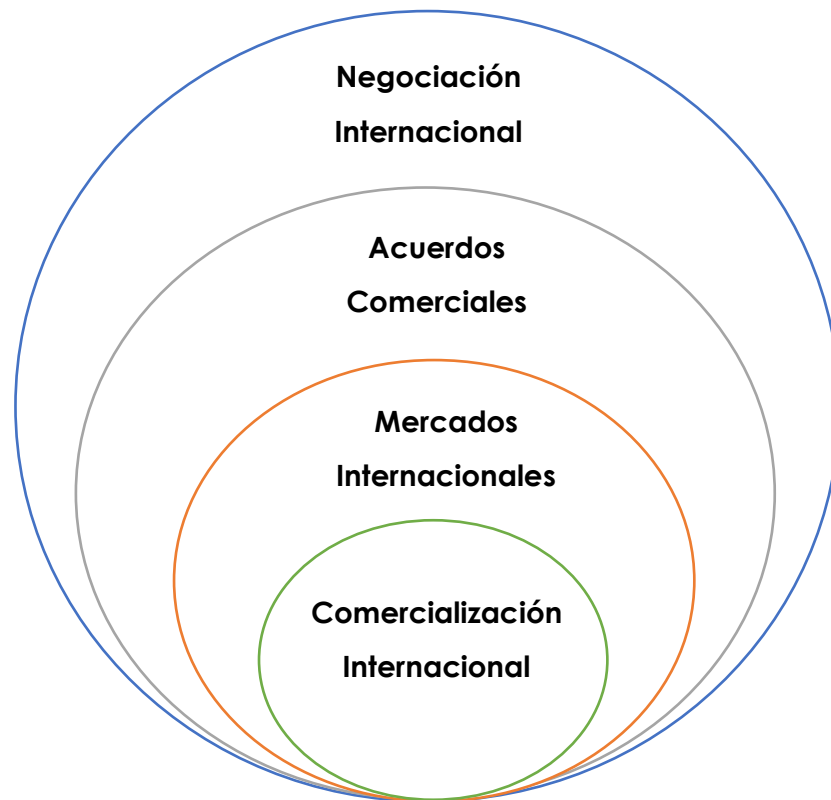
**Ilustración 3. Los 17 ODS**



**Fuente:** A partir de la CEPAL (2024).

### 2.2.2.2. Variable Dependiente: Comercialización Internacional

**Ilustración 4.** Variable Dependiente



**Fuente:** Autoría Propia.

### **Comercialización Internacional**

El término se refiere al intercambio comercial entre naciones países que amplían sus mercados más allá de sus fronteras, obteniendo acceso a bienes y servicios que no están disponibles en su propia región, como resultado de esta apertura al comercio internacional, los mercados son competitivos con una gama más amplia de productos, proporcionando a los consumidores acceso a una variedad de productos, y casi siempre a precios más bajos, para los productores que pueden ampliar la producción base de clientes globales facilitando al comercio internacional la transferencia de tecnología y conocimientos entre países que promueve la innovación y el crecimiento económico, sin embargo también conlleva desafíos ya que los países necesitan adaptarse a los estándares internacionales y gestionar la variación de productos sujetos a la economía global y a menudo enfrentan competencia extranjera en campos de mercado local, la

internacionalización es un instrumento importante para el desarrollo económico debido a que presenta como integración de las economías nacionales en mercados mundiales interconectados (Cortes, 2023).

### **Mercados Internacionales**

Los mercados internacionales son aquellos donde las empresas tienen la oportunidad de vender sus productos y servicios más allá de las fronteras de un país de origen abriendo así nuevas oportunidades de negocio para entrar en estos mercados las empresas pueden optar por diferentes estrategias, como la importación y exportación, alianzas estratégicas con otras empresas y el establecimiento de sucursales o filiales en el extranjero.

Participar en los mercados internacionales no solo permite a las empresas alcanzar a una base de clientes más amplia y diversa, sino que también les brinda la oportunidad de adaptarse a diferentes demandas y preferencias, haciendo que sus productos y servicios sean más competitivos esta internacionalización crea importantes oportunidades de crecimiento, ya que permite a las empresas acceder a nuevas fuentes de ingresos en mercados emergentes y más desarrollados, otro beneficio importante es la reducción del riesgo gracias a la diversificación geográfica, que ayuda a mitigar los efectos adversos de los factores económicos o políticos que afectan a un mercado particular de igual manera la expansión internacional genera beneficio adicionales como el ahorro de costes mediante economías escala, el acceso a tecnologías avanzada y la mejora de las cadenas de suministro. Todo esto contribuye a la sostenibilidad a largo plazo de las empresas que logran una exitosa integración en el comercio global (Mejía, 2020).

### **Principales destinos de exportación con la Certificación**

Ecuador es uno de los principales exportadores de rosas a nivel mundial, gracias a su ubicación geográfica privilegiada, condiciones climáticas ideales y el desarrollo de técnicas avanzadas en la floricultura. Dentro de este contexto, una parte significativa de la producción de rosas en el país cuenta con la certificación Fairtrade, un estándar internacional que promueve prácticas comerciales éticas, sostenibles y socialmente

responsables. Entre los primordiales destinos de exportación de las rosas ecuatorianas se encuentran Estados Unidos, Países Bajos, Alemania, Italia y Bélgica. Estos países valoran no solo la calidad de las flores ecuatorianas, sino también los principios éticos asociados con la producción Fairtrade, lo que ha permitido consolidar a Ecuador como un actor clave en los mercados internacionales de flores.

Una de las limitaciones de la certificación Fairtrade es que los vendedores y compradores actúan con base en ella. Para facilitar la búsqueda de compradores internacionales, el sitio web oficial de FLOCERT ofrece información sobre países que utilizan la certificación, así también empresas que operan bajo la misma facilitando el comercio de rosas certificadas.

### **Acuerdos Comerciales**

Los acuerdos comerciales son un instrumento importante para dar forma a las relaciones económicas entre países, ya que pueden ampliar o restringir la actividad comercial existente y crear mejores condiciones para el cambio de bienes y servicios. El objetivo de estos acuerdos es posibilitar el acceso a nuevos mercados y optimar la competitividad, generando así beneficios económicos tanto para los consumidores como para las empresas. Si bien las motivaciones para negociar acuerdos varían el objetivo principal es promover el bienestar del pueblo estimulando el crecimiento económico, así también creando empleos y garantizando acceso más amplio a productos y servicios (Lalanne & Sánchez, 2020).

A continuación, se presentan los acuerdos comerciales actuales entre Ecuador y diversos países, los cuales son clave para las empresas florícolas certificadas bajo el estándar de Comercio Justo. Estos acuerdos facilitan el acceso a mercados internacionales de igual manera brindan condiciones preferenciales que favorecen la exportación de productos con dicha certificación, en especial las rosas. De este modo, se destacan los principales destinos de exportación para las empresas florícolas ecuatorianas, en los que los productos con la etiqueta de Comercio Justo pueden ingresar bajo términos preferenciales, fortaleciendo su competitividad en el mercado global y promoviendo el desarrollo económico y social de las comunidades productoras.

**Tabla 6. Acuerdos Comerciales.**

<b>Acuerdo</b>	<b>País/Región</b>	<b>Descripción</b>
Acuerdo de Cartagena - CAN	Comunidad Andina (Bolivia, Colombia, Perú)	Establece un mercado común andino para la integración económica y comercial.
AAP. CE. 46	Cuba	Acuerdo de Alcance Parcial para promover el comercio entre Ecuador y Cuba.
AAP. R 29	México	Acuerdo para preferencias arancelarias limitadas en productos específicos.
AAP. CE. 59	MERCOSUR (Argentina, Brasil, Paraguay, Uruguay)	Promueve el comercio y cooperación entre Ecuador y los países del MERCOSUR.
Acuerdo con Chile	Chile	Fomenta la cooperación económica y comercial bilateral.
AAP. A 25TM 42	Guatemala	Acuerdo parcial que establece preferencias arancelarias.
ACM - Unión Europea	Unión Europea (28 países)	Acuerdo Comercial Multipartes que facilita el comercio y mejora las inversiones.
AAP. A 25TM 45	Nicaragua	Acuerdo parcial que establece preferencias comerciales específicas.
AAP. A 25TM 46	El Salvador	Acuerdo parcial que fomenta el comercio bilateral con preferencias arancelarias.
AAEI - EFTA	Asociación Europea de Libre Comercio (Suiza, Noruega, Islandia, Liechtenstein)	Acuerdo para facilitar el comercio entre Ecuador y los países del EFTA.
Acuerdo con Reino Unido	Reino Unido	Mantiene los beneficios comerciales tras la salida del Reino Unido de la Unión Europea (Brexit).
Acuerdo Comercial Ecuador-Costa Rica	Costa Rica	Promueve el comercio de bienes y servicios entre ambos países.
Acuerdo Comercial Ecuador-China	China	Amplía las oportunidades de comercio e inversión entre Ecuador y China.
Acuerdo de Primera Fase	Estados Unidos	Abarca temas de comercio, acceso preferencial a ciertos productos ecuatorianos, y cooperación económica.

**Fuente:** Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca (2025).

### **Negociación Internacional**






El proceso de negociación internacional se compone de varias etapas clave: preparación, negociación, acuerdo, cierre y seguimiento, todas fundamentales para el triunfo de las operaciones de importación y exportación. Durante la preparación, las partes analizan sus objetivos, estudian el mercado y desarrollan estrategias considerando aspectos culturales, legales y económicos. En la negociación, se intercambian propuestas, se resuelven diferencias y se buscan acuerdos que equilibren los intereses mutuos, el acuerdo formaliza los términos pactados en documentos legales que aseguran claridad y confianza entre las partes entonces en el cierre se busca: coordinar la implementación de lo acordado y asegurar que todo esté listo para su ejecución y finalmente, la supervisión garantiza el cumplimiento efectivo de la normativa

comprometiéndose a alinear todos los aspectos para optimizar el resultado, fortaleciendo las relaciones comerciales internacionales (Moreira & Mendoza, 2021).

### 2.2.3. Fundamentación Legal

Según la normativa de la Republica del Ecuador y la normativa internacional del Comercio Justo el cuadro establece principios directrices y normas que aseguran la práctica del Comercio Justo y a la vez garantiza las mismas condiciones para productores Trabajadores y consumidores, se destacan deberes y derechos de quienes participan en la comercialización de Comercio Justo, promoviendo la sostenibilidad, transparencia y el respeto a los derechos laborales y ambientales

**Tabla 7.** Normativas que sustentan la investigación

Normativa	Logo	Artículo	Descripción
Constitución de la República del Ecuador (2008)		Artículo 336	Establece que el Estado fomentará el Comercio Justo y solidario, promoviendo la producción sustentable y equitativa.
Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)		Artículo 4	Regula la producción y el comercio bajo principios de sostenibilidad, acceso a mercados y equidad.
Ley de Economía Popular y Solidaria (2011)		Artículo 1	Fomenta el comercio solidario y el desarrollo de relaciones económicas basadas en la equidad y justicia.
Normas y certificaciones de Comercio Justo (Fairtrade, WTO, FLO, etc.)		Estándares internacionales	Establecen requisitos para la producción sostenible, condiciones laborales justas y un comercio ético en las empresas florícolas.
Acuerdo Comercial Ecuador - Unión Europea		Capítulo sobre comercio y desarrollo sostenible	Regula el acceso preferencial de productos ecuatorianos a la UE, promoviendo estándares ambientales y laborales en la exportación de rosas.

**Fuente:** Constitución de la República del Ecuador y DefensaEcuador (2024).

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO**

El presente estudio utilizó un método cuantitativo para realizar un análisis detallado de los datos estadísticos, así como un enfoque cualitativo que facilita la comprensión de las características o cualidades específicas de las variables de interés, permitiendo así un análisis subjetivo de la investigación. A continuación, se detalla cómo los diferentes enfoques y sus respectivas características apoyan el proceso de investigación (Sánchez & Murillo, 2021).

##### **3.1.1. Enfoque Cualitativo**

En este estudio se utiliza un enfoque cualitativo como herramienta central de recopilación y análisis de datos para lograr más comprensión e información sobre las tendencias en el sector de la floricultura de Cayambe sesiones estructuradas dirigidas a representantes de empresas floricultoras y profesionales del sector a través de entrevistas, dirigidas exclusivamente en profesionales de la floricultura y del marketing internacional que recopilan información sobre procesos de producción, estrategias de distribución, logística, exportaciones e implementación de principios de Comercio Justo, relacionándose entre sí fomentando la evolución de la certificación, el reconocimiento de la calidad de la rosa, la formación de la demanda del mercado global y precios competitivos de los productos para los consumidores ya que estudian las tendencias de consumo y su impacto en la sociedad, y tratan de comprender cómo estas empresas están llevando a cabo su planificación estratégica y cómo se llevan a cabo sus prácticas. El Comercio Justo es coherente con las expectativas del mercado y contribuye a la competitividad, la sostenibilidad y el desarrollo a largo plazo de las empresas floricultoras, tanto a nivel local como internacional.

### **3.1.2. Enfoque Cuantitativo**

Este estudio se clasifica como cuantitativo por que se basa en la compilación, procesamiento y estudio de datos numéricos para generar conclusiones objetivas y mensurables. En este contexto se recopila información específica sobre la certificación Fairtrade otorgado a la empresas florícolas de Cayambe anualmente, lo que nos permitirá evaluar el impacto que tiene en la dinámica de exportaciones internacionales centrando el estudio en el análisis de evolución de estas exportaciones, para el período 2020-2023 muestran que el Comercio Justo ha influido en el crecimiento y la sostenibilidad actividades comerciales, a través de este enfoque buscamos identificar patrones y tendencias como demostrar la relación entre el Comercio Justo y el desempeño económico del sector florícola en la región.

## **3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN**

En la siguiente investigación se va a considerar los siguientes tipos de investigación bibliográfico, descriptivo y de campo.

### **3.2.1. Investigación Bibliográfica**

El estudio bibliográfico se basa en la recopilación y análisis de información existente sobre un tema o situación en particular mediante un estudio sistemático de documentos, este proceso implica buscar, seleccionar, organizar y evaluar datos de una variedad de fuentes confiables, como revistas científicas, artículos académicos, libros especializados, informes técnicos, archivos históricos y otros trabajos académicos relacionados y según esta investigación se ha conseguido proporcionar una visión general completa del estado presente del conocimiento en este campo para poder identificar avances, tendencias en una investigación futura (Carbajal, 2020).

### **3.2.3. Investigación Descriptiva**

La estadística descriptiva es un conjunto de técnicas que permiten organizar, analizar y mostrar datos para comprender su significado, esta metodología se utiliza para analizar el impacto del Comercio Justo en la comercialización internacional de rosas en la empresa floricultora de Cayambe, durante el período 2020-2023 es necesario la compilación de datos mediante entrevistas con expertos en la certificación de

Comercio Justo de la empresa floricultora ya que estos datos son utilizados para organizar, presentar y analizar de forma clara y concisa con el objetivo de tener un enfoque más completo del impacto del Comercio Justo teniendo como resultado el estudio sobre el impacto de esta iniciativa en empresas florícolas de Cayambe, durante el período 2020-2023 (Aguilar, 2021).

#### **3.2.4. Investigación de Campo**

Es un método de investigación utilizado para aclarar y solucionar diferentes problemas dentro de un contexto específico. Consiste en realizar la investigación directamente en el lugar seleccionado, en este caso las empresas florícolas ubicadas en Cayambe que operan con la certificación de Comercio Justo. El investigador se sumerge en el entorno para recopilar datos que permitan abordar el problema, lo que requiere una comprensión contextual de cómo el problema afecta esa área en particular. Además, permite la recolección de datos a través del método cualitativo, con esto se espera que el investigador consulte fuentes primarias de información durante el proceso (Gomez, 2019).

#### **3.2.5. Investigación Exploratoria**

El alcance exploratorio de este tipo de investigación se emplea en el estudio de fenómenos que aún no han sido analizados a profundidad, lo que la convierte en una herramienta clave para obtener un conocimiento inicial y detallado sobre temas poco explorados. Este enfoque permite identificar y describir las principales características, dinámicas y relaciones asociadas al fenómeno en cuestión, estableciendo una base sólida para investigaciones futuras. Además, resulta especialmente útil cuando se busca comprender contextos novedosos, emergentes o poco documentados, proporcionando una visión preliminar que puede guiar el desarrollo de hipótesis y enfoques más específicos en estudios posteriores. Este tipo de investigación ayuda a comprender las dinámicas, características y relaciones asociadas a las prácticas de Comercio Justo en el sector florícola local, explorando cómo estas influyen en aspectos como la competitividad, los precios y la percepción internacional. Además, permitirá identificar desafíos, oportunidades y cambios post-pandemia, así sirviendo como base

para las empresas interesadas en fortalecer su sostenibilidad económica y social en mercados globales (Ramos, 2020).

### **3.3. IDEA A DEFENDER**

La aplicación del Comercio Justo impulsa la comercialización internacional de rosas en las florícolas de Cayambe

### 3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

#### 3.3.1 Variable Independiente de la Investigación

**Tabla 8.** Matriz de Operacionalización de la Variable Independiente

VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
COMERCIO JUSTO	La Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños Productores y Trabajadores de Comercio Justo (CLAC), en consonancia con los principios establecidos en la Carta Internacional de Comercio Justo, resalta la importancia de un sistema comercial que priorice el bienestar de las personas y la protección del planeta por encima de la mera búsqueda de beneficios económicos (CLAC, 2024).	Principios de Comercio Justo	Número de empresas que emplean el sello de comercio.	Documental	Documentos
		Beneficios del Comercio Justo	Productos exportados con sello de Comercio Justo.	Fuente primaria Entrevistas	Revistas
		Promoción del Comercio Justo	Principales destinos de los productos ecuatorianos con sello de Comercio Justo	Fuente secundaria	Libros  Sitios web

### 3.3.2 Variable Dependiente de la Investigación

**Tabla 9.** Matriz de Operacionalización de la Variable Dependiente

VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LA VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL	Intercambio comercial entre naciones permite que los países expandan sus mercados más allá de las fronteras nacionales y tengan acceso a bienes y servicios que no estarían disponibles dentro de su propio territorio. Como consecuencia de esta apertura al comercio internacional, los mercados se vuelven más competitivos al haber una mayor oferta de productos (Cortes, 2023).	Acceso a mercados internacionales	Exportaciones de rosas con el sello de Comercio Justo	Documental	Documentos
		Posicionamiento y competitividad	Reconocimiento y diferenciación de productos de Comercio Justo	Fuente primaria Entrevistas  Fuente secundaria	Revistas   Libros  Sitios web

### **3.4. MÉTODOS UTILIZADOS**

Para llevar a cabo este estudio, se utilizan varios métodos, incluyendo instrumentos para la recopilación de datos cualitativos y cuantitativos, a través de procedimientos que permiten recopilar información necesaria para el desarrollo y la comprensión del estudio.

#### **3.4.1. Método Inductivo**

La metodología inductiva es un enfoque que se basa en el proceso de deducir principios generales a partir de observaciones y experiencias concretas. A través de este enfoque, se busca pasar de lo particular a lo general, donde las conclusiones obtenidas a partir de hechos específicos permiten la formulación de ideas abstractas que, a su vez, se transforman en teorías o conceptos más amplios. Este tipo de razonamiento comienza con la recopilación de datos provenientes de experiencias directas, tales como pensamientos, vivencias, percepciones y opiniones que una persona va desarrollando a lo largo de su vida cotidiana, en su actividad profesional o en otras áreas de su experiencia. A medida que el individuo se enfrenta a situaciones diversas, sus interacciones con el entorno le permiten generar patrones o generalizaciones que dan lugar a nuevas ideas, las cuales son clave para el desarrollo de teorías más completas y fundamentadas (Urzola, 2020).

#### **3.4.2. Entrevista**

La entrevista es un instrumento importante en la investigación cualitativa, fundamentalmente para captar las experiencias, percepciones y sentimientos de los participantes, este método permite un enfoque más profundo y flexible que facilita la exploración de aspectos subjetivos y complejos que no se obtienen fácilmente por otros medios como formar un espacio de diálogo, la entrevista permite al entrevistador obtener las visiones de la realidad, los valores, las creencias y los significados que se atribuyen a diferentes situaciones y fenómenos por otro lado el entrevistador, como mediador, guía la conversación formulando preguntas estratégicas, buscando profundizar el tema de interés, pero sin imponer su propia perspectiva permitiendo un intercambio dinámico y espontáneo que profundiza la comprensión del fenómeno en estudio y proporciona datos valiosos para el análisis (Villarreal & García, 2022).

La entrevista, en efecto, es una técnica que permite conseguir información valiosa a través del dialogo entre el entrevistador y el entrevistado se enfoca en temas de interés en la cual se obtiene información clave sobre el Comercio Justo, especialmente en el contexto de empresas florícolas que operan con esta certificación de Comercio Justo para esto se realizó la entrevista a dos expertas en el tema, la Ingeniera Lucía Jiménez, de Qualisa, y la Ingeniera Sofía Álvarez, de Hojaverde, ambas empresas ubicadas en el cantón Cayambe y certificadas en Comercio Justo.

El enfoque en esta entrevista estructurada permite explorar aspectos importantes relacionados con el Comercio Justo en la industria florícola. Esta certificación garantiza que las empresas cumplen con criterios éticos y sostenibles en su operación, y la entrevista proporcionó una visión detallada de cómo las empresas implementan los principios del Comercio Justo en sus prácticas.

#### **3.4.3. Técnica de observación**

El objetivo es observar de cerca el conjunto de fenómenos que ocurre en la empresa para los que se han identificado aspectos clave del entorno externo. Esto se logró durante una visita técnica a las empresas florícolas Qualisa y Hojaverde, durante la cual se pudo comprender visualmente cómo funciona la certificación de Comercio Justo. Para confirmar esta observación se utilizaron herramienta como cámaras, grabaciones de audio y video.

#### **3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO**

A continuación, se presenta un análisis estadístico que permite diagnosticar la situación de la comercialización de rosas a nivel mundial y nacional, así como la participación del cantón Cayambe en la exportación de este producto. En particular, se examina el impacto de la certificación FairTrade en la comercialización y exportación de rosas desde Cayambe. Para ello, se utilizan tablas con datos cuantitativos conseguidos de fuentes primarias y secundarias, tales como entrevistas, Fairtrade International, TradeMap, el Banco Central del Ecuador, ProEcuador, COMEX, Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca, entre otras. El objetivo es comprender la influencia del Comercio Justo como un factor clave en la comercialización de rosas.

### 3.5.1.1. Posición Arancelaria

Para llevar a cabo esta investigación es fundamental identificar la clasificación y el posicionamiento arancelario de las rosas destinadas a la exportación.

**Tabla 10.** Posición Arancelaria de las rosas

Arancel	Detalle
Sección	II Productos del Reino Vegetal
Capítulo	06 Plantas vivas y productos de la floricultura
Partida Arancelaria	06.03 Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.
Subpartida Arancelaria	06.03.11 Frescos
NANDINA	06.03.11.00 Rosas

**Fuente:** COMEX (2023).

### 3.5.1.2. Exportaciones de rosas a nivel mundial.

**Tabla 11.** Top 10 de los países exportadores de rosas a nivel mundial

**Unidad:** Miles de dólares americanos

Exportadores	Valor exportado en 2020	Valor exportado en 2021	Valor exportado en 2022	Valor exportado en 2023
Mundo	2948623	3592697	3262579	3256197
Países Bajos	1167003	1557395	1297257	1318828
Ecuador	591243	649086	748795	733364
Kenya	462834	551024	460467	470117
Colombia	321794	367315	392742	375663
Etiopía	166887	222266	198277	199658
Alemania	17981	21194	21944	19626
Guatemala	12365	17853	16266	17718
China	13744	14101	16901	17292
Armenia	6855	6989	10866	14307
España	18151	11091	8735	11029

**Fuente:** Trade Map (2025).

A continuación, se muestra el ranking de los diez principales países exportadores de rosas a nivel mundial, específicamente del producto clasificado como 060311: Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas, según la nomenclatura del comercio internacional.

Fairtrade (2025) menciona que la industria de las flores es un sector de gran magnitud que ha experimentado cambios significativos en las últimas décadas. Uno de los más destacados es el traslado gradual de su producción desde países del hemisferio norte, como los Países Bajos, hacia el hemisferio sur, donde las circunstancias climáticas son más favorables para el cultivo. Países como Ecuador, Kenia y Sri Lanka han emergido como actores clave en esta industria debido a su ubicación geográfica, que les permite producir flores durante todo el año.

En el contexto del Comercio Justo, del ranking de los diez principales países exportadores de flores, solo tres destacan por contar con certificación de Comercio Justo: los Países Bajos, Ecuador y Kenia. Estos datos demuestran la competitividad de las economías de los países participantes y su capacidad para cumplir con los estrictos estándares de producción ética y sostenible que exige esta certificación. Ecuador es actualmente el segundo exportador mundial de rosas fortaleciendo su posición como un actor clave en el mercado internacional de flores. El crecimiento constante de la demanda internacional de rosas es una señal positiva para el país ya que representa una oportunidad para fortalecer la economía nacional. Sin embargo, el ligero descenso observado en 2023 pone de relieve la necesidad de implementar estrategias para superar los desafíos actuales.

### 3.5.1.3 Exportaciones Rosas desde Ecuador

**Tabla 12.** Top 10 de los países importadores de rosas ecuatorianas.

**Unidad:** Miles de dólares americanos

Importadores	Valor exportado en 2020	Valor exportado en 2021	Valor exportado en 2022	Valor exportado en 2023
Mundo	591243	649086	748795	733364
Estados Unidos de América	208744	252019	261328	221017
Kazajstán	15862	20115	89629	111049
Países Bajos	62326	58037	78849	81010
Italia	21176	25600	32761	31722
España	16104	18159	24760	27890
Canadá	22787	18268	26999	26159
Türkiye	0		4655	15557
Qatar	8461	7851	10830	15221
Chile	6247	8092	21217	15170
Kirguistán	684	1193	5443	11595

**Fuente:** Trade Map (2025).

Esta tabla muestra que las exportaciones de rosas ecuatorianas han experimentado una diversificación de mercados en los últimos años. Mientras que Estados Unidos se mantiene como el principal importador, mercados no tradicionales como Kazajstán, Türkiye y Kirguistán han mostrado crecimientos notables. Por otro lado, Europa sigue siendo un socio comercial clave, con los Países Bajos, Italia y España consolidándose como compradores importantes.

La fluctuación en algunos mercados, como Canadá y Chile, resalta la necesidad de monitorear las tendencias de consumo y las dinámicas comerciales internacionales para garantizar la sostenibilidad del crecimiento exportador. Además, el aumento en las exportaciones a países de Asia Central y el Medio Oriente subraya la importancia de explorar y consolidar mercados emergentes.

#### 3.5.1.4. Participación de Rosas de Ecuador con la Certificación

El Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP), a través de la Dirección de Promoción de Exportaciones del Viceministerio PRO ECUADOR, publica

el Anuario de Comercio Justo. De este documento se ha obtenido información relevante sobre las exportaciones de rosas certificadas con el sello de Comercio Justo a nivel nacional, basada en los datos recopilados en las ediciones anuales de dicho anuario. El estudio abarca el período de 2020 a 2023. Debido a la falta de información oficial correspondiente al año 2023, y considerando que los datos aún no han sido publicados en el Anuario de Comercio Justo, se optó por utilizar el año 2019 como base para medir el impacto, con el fin de contar con información relevante y adecuada para el análisis.

**Tabla 13.** Participación de Rosas de Ecuador con la Certificación

**Unidad:** Miles USD

PARTICIPACIÓN COMERCIO JUSTO- ECUADOR			
2019	2020	2021	2022
62.376,44	6.307,31	70.068,97	7.874,92

**Fuente:** El Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2024).

Las exportaciones de rosas de Ecuador con el sello de Comercio Justo experimentaron una notable variabilidad entre 2019 y 2022, fundamentalmente a los efectos de la pandemia de COVID-19 en Ecuador que comenzó oficialmente el 29 de febrero de 2020. En 2019, las exportaciones fueron elevadas, impulsadas por la demanda estable y la reputación de las rosas ecuatorianas en los mercados internacionales, especialmente en Europa, donde el Comercio Justo tiene una alta valoración. Sin embargo, en 2020, las exportaciones sufrieron una caída drástica debido a las estrictas restricciones logísticas, el cierre de mercados clave y la reducción de eventos sociales, lo que impactó significativamente la demanda. En particular, el mercado europeo, que es el principal comprador de las rosas bajo este sello, cerró casi por completo durante los primeros meses de la pandemia lo cual afectó gravemente las ventas, este fenómeno fue exacerbado por la suspensión de vuelos comerciales y la paralización de la cadena de distribución, lo que dificultó aún más el envío de las flores. La situación fue compleja para las empresas florícolas ecuatorianas que dependían de este mercado para una parte significativa de sus ingresos, a pesar de estos desafíos, algunas empresas florícolas que exportaban principalmente a Estados Unidos lograron mantener sus ventas, dado que el mercado estadounidense no experimentó un cierre total como el europeo.

En este período se manifestó la vulnerabilidad de las exportaciones de productos de Comercio Justo ante crisis globales, subrayando la necesidad de diversificar los mercados y fortalecer las cadenas de suministro para garantizar la sostenibilidad de este modelo comercial frente a futuras crisis.

En 2021, se observó una recuperación significativa en el sector florícola, impulsada por la reapertura económica tras la crisis sanitaria provocada por la pandemia. Esta reactivación permitió una estabilización parcial en las exportaciones, que se habían visto severamente afectadas en los años anteriores. Sin embargo, en 2022, las exportaciones volvieron a experimentar una caída, lo que podría estar relacionado con un proceso de adaptación de las empresas florícolas a nuevas exigencias del mercado internacional. Durante este período, muchas empresas comenzaron a adoptar nuevas certificaciones de calidad y sostenibilidad, las cuales son clave para acceder a mercados diversificados y exigentes. En la actualidad, las empresas florícolas de la región cuentan con más de tres certificaciones internacionales, lo que les ha permitido no solo diversificar sus mercados, sino también mejorar la calidad de sus productos, responder a las crecientes demandas de los consumidores y aumentar las ventas. Este cambio estratégico refleja una tendencia hacia la mejora continua y la adaptación a un entorno de comercio global cada vez más competitivo.

### 3.5.1.5. Producción de rosas en la Provincia de Pichincha

A continuación, se presentará la producción de tallos cortados para exportación en la provincia de Pichincha durante el período de estudio 2020-2023.

**Tabla 14.** Tallos cortados- Pichincha

**Unidad:** (N° de tallos cortados - Miles)

<b>Producción Tallos cortados- Pichincha</b>			
<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
1,659,220	2,614,943	1.702.014	2,912,919

**Fuente:** ESPAC – INEC (2025).

La producción de tallos cortados en Pichincha entre 2020 y 2023 mostró variaciones significativas. En 2020, se registraron 1.659.220 miles de tallos, aumentando un 57,5 % en 2021 hasta 2.614.943 miles. Sin embargo, en 2022 la producción cayó un 34,9 %,

alcanzando 1.702.014 miles de tallos, posiblemente debido a factores como menor demanda, dificultades logísticas o costos elevados de producción. En 2023, la producción repuntó un 71,2 %, alcanzando un máximo de 2.912.919 miles de tallos, lo que sugiere una recuperación del sector florícola impulsada por mejores condiciones económicas y una mayor demanda internacional.

En cuanto a la participación sobre la certificación de Comercio Justo, no se encontraron datos disponibles a nivel provincial, ya que la información sobre el sello es manejada de manera confidencial por las empresas florícolas. Esto se debe a la competencia dentro del sector, donde revelar detalles sobre certificaciones podría afectar estrategias comerciales y posicionamiento en el mercado. Además, el acceso a estos datos suele estar restringido por políticas internas de las empresas y organismos certificadores, lo que dificulta un análisis más detallado sobre su impacto en la comercialización internacional de rosas.

#### **3.5.1.6. Producción N° de tallos cortados Cayambe**

Para obtener información sobre la producción de tallos cortados en Cayambe, se investigaron diversos factores, como el número de empresas florícolas dedicadas a la producción de rosas a nivel nacional, así como la cantidad total de empresas en la provincia de Pichincha así también del cantón Cayambe. Además, se recopiló información sobre la producción total de tallos cortados a nivel provincial. Toda esta información fue obtenida de la "Ficha Sectorial del Cultivo de Flores" así también "Boletín Situacional del Cultivo de Rosas" y "Núcleo de floricultores de Cayambe" documentos publicados en los años correspondientes al período de estudio.

Para determinar la cantidad de tallos cortados en el cantón Cayambe durante el plazo de estudio interpretado entre los años 2020 y 2023, se empleará la siguiente fórmula. Esta metodología permitirá obtener un cálculo aproximado fundamentado en datos reales, asegurando así la eficacia de los resultados, además, el uso de esta fórmula facilitará el análisis comparativo de la producción de tallos a lo largo de los años.

$$\text{Tallos en Cayambe} = \frac{\text{Tallos en Pichincha} \times \text{Empresas Cayambe}}{\text{Empresas Pichincha}}$$

### N° de tallos cortados Cayambe 2020

En 2020, se registraron 237 empresas especializadas en floricultura, de las cuales el 73% se ubican en la provincia de Pichincha. El cantón Cayambe contaba con 25 empresas y, en términos de producción, se cosecharon aproximadamente 1.659,220 mil tallos en Pichincha.

### Datos

- Total de empresas florícolas en Ecuador: **237**
- Porcentaje de empresas en Pichincha: **73%**
- Total de tallos cortados en Pichincha: **1.659,220 en miles de tallos**
- Número de empresas en Cayambe: **25**

### Cálculo del número de empresas en Pichincha

Dado que el 73% de las 237 empresas están en Pichincha, podemos calcular:

$$N^{\circ} \text{ de empresas Pichincha} = \frac{\% \text{ de empresas Pichincha}}{100} \times N^{\circ} \text{ de empresas Ecuador}$$

$$N^{\circ} \text{ de empresas Pichincha} = \frac{73}{100} \times 237 = 173,01$$

$$N^{\circ} \text{ de empresas Pichincha} = \mathbf{173}$$

### Tallos cortados por Cayambe

$$\text{Tallos en Cayambe} = \frac{\text{Tallos en Pichincha} \times \text{Empresas Cayambe}}{\text{Empresas Pichincha}}$$

$$\text{Tallos en Cayambe} = \frac{1.659,220 \times 25}{173}$$

$$\text{Tallos en Cayambe} = \frac{41.480,5}{173}$$

$$\text{Tallos en Cayambe} = \mathbf{239.771,67}$$

A partir de los cálculos, se estima que las 25 empresas florícolas de Cayambe producen aproximadamente **239.771,67** miles de tallos de flores, lo que representa una proporción significativa dentro de la producción total de la provincia de Pichincha, este cálculo es relevante para evaluar la importancia de Cayambe en la industria florícola.

### **N° de tallos cortados Cayambe 2021**

En 2021, se registraron 278 empresas especializadas en floricultura, de las cuales el 70% se ubican en la provincia de Pichincha. El cantón Cayambe contaba con 27 empresas y, en términos de producción, se cosecharon aproximadamente 2.614,943 mil tallos en Pichincha.

### **Datos**

- Total de empresas florícolas en Ecuador: **278**
- Porcentaje de empresas en Pichincha: **70%**
- Total de tallos cortados en Pichincha: **2.614,943 en miles de tallos**
- Número de empresas en Cayambe: **27**

### **Cálculo del número de empresas en Pichincha**

Dado que el 70% de las 278 empresas están en Pichincha, podemos calcular:

$$N^{\circ} \text{ de empresas Pichincha} = \frac{\% \text{ de empresas Pichincha}}{100} \times N^{\circ} \text{ de empresas Ecuador}$$

$$N^{\circ} \text{ de empresas Pichincha} = \frac{70}{100} \times 278 = 194,6$$

$$N^{\circ} \text{ de empresas Pichincha} = \mathbf{195}$$

## Tallos cortados por Cayambe

$$\text{Tallos en Cayambe} = \frac{\text{Tallos en Pichincha} \times \text{Empresas Cayambe}}{\text{Empresas Pichincha}}$$

$$\text{Tallos en Cayambe} = \frac{2.614,943 \times 27}{195}$$

$$\text{Tallos en Cayambe} = \frac{70.603,461}{195}$$

$$\text{Tallos en Cayambe} = \mathbf{362.069,03}$$

A partir de los cálculos, se estima que las 27 empresas florícolas de Cayambe producen aproximadamente **362.069,03** miles de tallos de flores, lo que representa una proporción significativa dentro de la producción total de la provincia de Pichincha, este cálculo es relevante para evaluar la importancia de Cayambe en la industria florícola.

## Nº de tallos cortados Cayambe 2022

En 2022, se registraron 287 empresas especializadas en floricultura, de las cuales el 68% se ubican en la provincia de Pichincha. El cantón Cayambe contaba con 29 empresas y, en términos de producción, se cosecharon aproximadamente 1.702,014 mil tallos en Pichincha.

### Datos

- Total de empresas florícolas en Ecuador: **287**
- Porcentaje de empresas en Pichincha: **68%**
- Total de tallos cortados en Pichincha: **1.702,014 en miles de tallos**
- Número de empresas en Cayambe: **29**

## Cálculo del número de empresas en Pichincha

Dado que el 68% de las 287 empresas están en Pichincha, podemos calcular:

$$N^{\circ} \text{ de empresas Pichincha} = \frac{\% \text{ de empresas Pichincha}}{100} \times N^{\circ} \text{ de empresas Ecuador}$$

$$N^{\circ} \text{ de empresas Pichincha} = \frac{68}{100} \times 287 = 195,16$$

$$N^{\circ} \text{ de empresas Pichincha} = \mathbf{195}$$

## Tallos cortados por Cayambe

$$\text{Tallos en Cayambe} = \frac{\text{Tallos en Pichincha} \times \text{Empresas Cayambe}}{\text{Empresas Pichincha}}$$

$$\text{Tallos en Cayambe} = \frac{1.702,014 \times 29}{195}$$

$$\text{Tallos en Cayambe} = \frac{49.358,406}{195}$$

$$\text{Tallos en Cayambe} = \mathbf{253.120,03}$$

A partir de los cálculos, se estima que las 29 empresas florícolas de Cayambe producen aproximadamente **253.120,03** miles de tallos de flores, lo que representa una proporción

significativa dentro de la producción total de la provincia de Pichincha, este cálculo es relevante para evaluar la importancia de Cayambe en la industria florícola.

### **N° de tallos cortados Cayambe 2023**

En 2023, se registraron 291 empresas especializadas en floricultura, de las cuales el 66% se ubican en la provincia de Pichincha. El cantón Cayambe contaba con 31 empresas y, en términos de producción, se cosecharon aproximadamente 2.912,919 mil tallos en Pichincha.

### **Datos**

- Total de empresas florícolas en Ecuador: **291**
- Porcentaje de empresas en Pichincha: **66%**
- Total de tallos cortados en Pichincha: **2.912,919 en miles de tallos**
- Número de empresas en Cayambe: **31**

### **Cálculo del número de empresas en Pichincha**

Dado que el 66% de las 291 empresas están en Pichincha, podemos calcular:

$$N^{\circ} \text{ de empresas Pichincha} = \frac{\% \text{ de empresas Pichincha}}{100} \times N^{\circ} \text{ de empresas Ecuador}$$

$$N^{\circ} \text{ de empresas Pichincha} = \frac{66}{100} \times 291 = 192.02$$

$$N^{\circ} \text{ de empresas Pichincha} = \mathbf{192}$$

### **Tallos cortados por Cayambe**

$$\text{Tallos en Cayambe} = \frac{\text{Tallos en Pichincha} \times \text{Empresas Cayambe}}{\text{Empresas Pichincha}}$$

$$\text{Tallos en Cayambe} = \frac{2.912,919 \times 31}{192}$$

$$\text{Tallos en Cayambe} = \frac{90.300,489}{192}$$

$$\text{Tallos en Cayambe} = \mathbf{470.315,04}$$

A partir de los cálculos, se estima que las 31 empresas florícolas de Cayambe producen aproximadamente **470.315,04** miles de tallos de flores, lo que representa una proporción significativa dentro de la producción total de la provincia de Pichincha, este cálculo es relevante para evaluar la importancia de Cayambe en la industria florícola.

**Tabla 15.** Producción N° de tallos cortados Cayambe

**Unidad:** Miles

<b>Producción Tallos cortados- Cayambe</b>			
<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
239.771,67	362.069,03	253.120,03	470.315,04

**Fuente:** *Elaboración Propia*

La producción experimentó un incremento notable entre 2020 y 2021, lo que podría estar relacionado con el repunte de la demanda de rosas tras la pandemia, ya que la reactivación económica y la reapertura de mercados internacionales impulsaron las exportaciones.

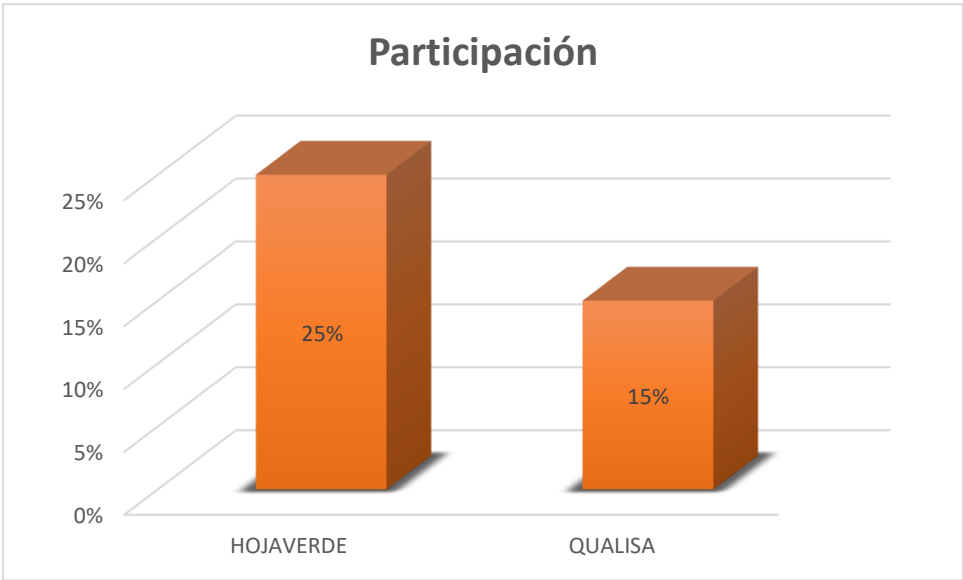
En 2022, la producción de rosas ecuatorianas experimentó una disminución significativa, lo que podría estar estrechamente relacionado con el problema entre Rusia y Ucrania, que inició el 24 de febrero de ese año. Es importante considerar que Rusia ha sido históricamente uno de los principales compradores de rosas ecuatorianas. Según datos de euro News, desde el inicio de la guerra, la participación de Rusia en el mercado de rosas ecuatorianas disminuyó drásticamente, pasando del 20 % al 10 % (Hernandez, 2022).

Esta caída en la demanda afectó directamente a los productores ecuatorianos, quienes vieron reducidas sus exportaciones y enfrentaron mayores dificultades para diversificar sus mercados. Además, las sanciones económicas impuestas a Rusia, las restricciones en las transacciones comerciales y la inestabilidad en la logística internacional contribuyeron a complicar aún más la comercialización de este producto, generando un impacto negativo en el sector florícola ecuatoriano.

Para el año 2023, la producción de rosas experimentó una recuperación, impulsada por diversos factores tanto a nivel local como internacional. La reactivación económica global y el incremento en la demanda de flores de alta calidad contribuyeron elocuentemente al crecimiento del sector, como resultado, las empresas florícolas lograron aumentar sus volúmenes de exportación, consolidar relaciones comerciales y diversificar sus destinos de venta, fortaleciendo así su posicionamiento en la industria.

**3.5.1.7. Participación de Empresas florícolas con Certificación de Comercio Justo en Cayambe**

**Ilustración 5.** *Participación de Rosas de Cayambe con la Certificación*



A partir de las entrevistas realizadas a las representantes expertas en el tema de Comercio Justo de las empresas objeto de estudio, se ha podido determinar la distribución del porcentaje de participación en el mercado de las dos empresas analizadas, Hojaverde y Qualisa. Estas empresas se representan como actores clave

dentro del sector florícola del Cantón Cayambe y destacan por su compromiso con prácticas sostenibles y éticas bajo los estándares del Comercio Justo.

Hojaverde destina el 25% de su producción total al mercado certificado de Comercio Justo, mientras que Qualisa contribuye con un 15%. En conjunto, ambas empresas alcanzan un 40% de participación en el mercado local certificado bajo este esquema, consolidándose como pilares fundamentales en la promoción de esta certificación en el cantón. Este refleja no solo el potencial productivo de la empresa, sino también su compromiso con un modelo de negocio que prioriza el desarrollo social, la igualdad económica y sostenibilidad ambiental.

Sin embargo, es importante señalar que el panorama del Comercio Justo en el Cantón Cayambe incluye a una tercera empresa florícola, Inversiones Ponte Tresa S.A., que también cuenta con la Certificación de Comercio Justo. Por razones de confidencialidad empresarial, esta última no pudo ser incorporada en el presente análisis, lo cual introduce una limitación en la comprensión total del mercado certificado dentro del cantón. La ausencia de información sobre esta empresa impide realizar un cálculo más preciso de la distribución de mercado, aunque permite inferir que la proporción total de participación de empresas certificadas podría ser significativamente mayor.

### 3.5.2 Datos Estadísticos

Para el análisis estadístico se consideró el premio Fairtrade, el cual representa las ganancias obtenidas anualmente por la venta de rosas con dicha certificación, expresadas en dólares. En esta investigación, se analizarán los datos correspondientes al período 2020-2023, abarcando así los cuatro años de estudio para las dos empresas florícolas que se encuentran en el cantón Cayambe incluidas en este estudio.

#### Hojaverde Cia. Ltda

**Tabla 16.** Premio FairTrade Hojaverde

PREMIO FAIRTRADE			
2020	2021	2022	2023
59,000.00	80,000.00	85,000.00	170,000.00

**Fuente:** Empresa Hojaverde

La siguiente tabla muestra los montos recibidos por Hojaverde a través de los premios "Fairtrade" en el periodo de estudio es decir 2020-2023. El premio representa ingresos adicionales obtenidos gracias a la practicas de Comercio Justo, que promueven condiciones laborales éticas, sostenibilidad y relaciones comerciales transparentes. En 2020, la empresa recibió \$59,000.00, en monto más bajo para el periodo analizado. Los resultados destacan el impacto de la pandemia de COVID-19, que ha tenido un impacto significativo en el comercio mundial, las restricciones a los envíos internacionales, el cierre de los principales mercados y la caída de la demanda mundial de flores fueron los principales factores detrás de la disminución de los ingresos. Durante este tiempo, Hojaverde enfrento importantes desafíos operativos al tiempo que priorizaba la protección de sus empleados y la sostenibilidad de su modelo de negocio en su entorno.

A partir de 2021, se evidencia una recuperación sólida el premio aumentó a \$80,000.00, un crecimiento del 35.6% en comparación con 2020, este incremento coincidió con la reactivación de los mercados internacionales y una mayor demanda de productos sostenibles en el comercio global.

En 2022, el premio continuó en ascenso, alcanzando \$85,000.00, lo que representó un crecimiento más moderado del 6.25% respecto al año anterior, pero consolidando la tendencia positiva. Este crecimiento refleja la capacidad de la empresa para adaptarse a los cambios y capitalizar la creciente valorización de productos certificados como parte del Comercio Justo.

Para 2023, se observa un incremento significativo y sin precedentes, alcanzando los \$170,000.00, lo que duplica el monto del año anterior. Este crecimiento del 100% respecto a 2022 podría estar relacionado con una ampliación estratégica de la base de compradores, una mejora en las condiciones de mercado y una mayor percepción de valor por parte de los consumidores hacia los productos certificados de Comercio Justo. Este resultado resalta el éxito de las estrategias de Hojaverde para vigorizar su posición en el mercado internacional.

El desempeño de la empresa Hojaverde de los años de estudio refleja una increíble resiliencia y adaptabilidad frente a los desafíos que trajo la pandemia, si bien en el año 2020 fue el mejor, la empresa no solo recupero sus ganancias en los años siguientes, sino que está en camino de duplicar sus ingresos en el año 2023, esto resalta la efectividad de los esfuerzos de la empresa. Sin embargo, el rápido crecimiento observado en 2023 plantea un desafío importante: si esta tendencia será sostenible en el futuro. Para mantener este éxito, la empresa necesita aumentar su base de clientes, mantener altos estándares de calidad y explorar nuevas oportunidades de mercado.

**Quality Service S. A. – Qualisa**

**Tabla 17.** Premio FairTrade Qualisa

PREMIO FAIRTRADE			
2020	2021	2022	2023
18,782.06	27,847.67	26,866.30	23,748.15

**Fuente:** Empresa Qualisa

La tabla presentada anteriormente muestra la tendencia de los premios “Fair Trade” obtenidos por Qualisa en el periodo 2020-2023. Este indicador refleja los beneficios económicos que recibe la empresa a través de la certificación y está directamente vinculada a la venta de productos según estándares éticos y sostenibles. El monto recibido en 2020 fue de \$18.782,06, la cifra más baja del periodo, los resultados se vieron influenciados por el severo impacto de la pandemia de COVID-19, que ha incitado restricciones al comercio internacional, cuarentenas y disrupciones logísticas globales. Como resultado, las ventas de rosas de la empresa Qualisa cayeron significativamente, en respuesta, la empresa tuvo que priorizar la seguridad de los trabajadores y tomar medidas de adaptación, como reducir las operaciones, lo que tuvo un impacto directo en su participación de mercado. En 2021, se observa una recuperación considerable, alcanzando un máximo de \$27,847.67, lo que simbolizó un aumento del 48.2% relación al año anterior. Este incremento puede atribuirse a la reactivación económica global, la flexibilización de restricciones comerciales y una recuperación parcial en la demanda internacional de rosas. Sin embargo, esta recuperación no se sostuvo plenamente en los años posteriores.

Para 2022, el monto decreció ligeramente a \$26,866.30, y en 2023 continuó la tendencia a la baja, llegando a \$23,748.15. Según declaraciones de la ingeniera Lucía Jiménez, representante de Qualisa en Comercio Justo, esta disminución está estrechamente relacionada con una caída sostenida en las ventas internacionales. Factores como la creciente competencia en el mercado de rosas y la falta de expansión de la base de clientes interesados en la certificación de Comercio Justo han limitado el crecimiento de los ingresos de la empresa.

Qualisa ha implementado medidas como estrictos controles financieros y ajustes a los gastos operativos para asegurar la sostenibilidad de sus operaciones así también la empresa ha fortalecido sus relaciones con sus actuales clientes en el exterior, lo que le ha permitido mantener un nivel estable de ingresos. Analizando la tabla, se constata que, si bien Qualisa continúa operando y adhiriéndose a los principios del Comercio Justo, enfrenta desafíos importantes para fortalecer su posición en el mercado internacional. La tendencia decreciente en el Premio de Fairtrade resalta la necesidad de estrategias proactivas, como la diversificación del mercado, campañas de concientización sobre el valor de la certificación y la mejora de la competitividad de los productos, estas acciones serán clave para garantizar el desarrollo sostenible y maximizar los beneficios derivados del Comercio Justo en los próximos años.

## **IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **4.1. RESULTADOS**

En este apartado se presentarán y analizarán los principales resultados derivados durante el estudio, centrándose en las empresas floricultoras que han recibido la certificación de Comercio Justo así también se discutirá el impacto de esta certificación en sus procesos productivos y comerciales, destacando cómo ha afectado su capacidad de acceder a los mercados internacionales. Este análisis se enriquecerá con entrevistas a ingenieros especialistas en certificación de Comercio Justo de cada una de las empresas estudiadas proporcionaron conocimientos básicos sobre la implementación de la certificación y el impacto en varios aspectos de las operaciones de las empresas.

Además, se investigará el grado de cumplimiento de estas empresas con los principios básicos del Comercio Justo (mejora de las condiciones laborales, protección del medio ambiente, equidad en las relaciones comerciales, contribución al desarrollo social de las comunidades productoras, etc.), así como las estrategias que las empresas floricultoras pueden implementar para promover la comercialización internacional de rosas conforme a las directrices del Comercio Justo. Estas estrategias incluyen el diseño de nuevas estrategias de marketing, la identificación de nichos de mercado dedicados a productos sostenibles y el fortalecimiento de redes de proveedores y compradores que se adhieran a estos principios éticos.

#### **4.1.1. Empresas de Estudio**

Este estudio analizó dos empresas florícolas certificadas con Comercio Justo. Qualisa y Hojaverde, ubicadas en el cantón de Cayambe. Estas empresas se destacan por su compromiso con prácticas sostenibles que promueven el bienestar social, económico y ambiental de las comunidades en las que operan. El análisis se centra en cómo estas empresas han integrado los principios de Comercio Justo en sus operaciones y en qué

medida este modelo ha influido en su competitividad y posicionamiento en los mercados internacionales en el periodo 202-2023.

### **Quality Service S. A. – Qualisa**

Qualisa fue fundada en 1992 por un grupo de empresarios holandeses con una larga tradición en la floricultura. Eligieron la región de Cayambe, ubicada en la cordillera de los Andes del norte de Ecuador, para establecer su finca, desde entonces Qualisa se ha distinguido por su compromiso con la sostenibilidad y el Comercio Justo, obteniendo la certificación "Fairtrade". Qualisa es una granja certificada por Fairtrade. Fairtrade es una organización global que trabaja para garantizar un mejor trato para los agricultores y los trabajadores.

### **MISIÓN**

Nuestra misión es ofrecer una auténtica experiencia floral extraordinaria. Las flores son nuestra pasión, que se ha transmitido de generación en generación y que nos ha llevado a alcanzar un alto nivel de especialización. Nuestro saber hacer y experiencia juegan un papel decisivo a la hora de ofrecer un producto de primera calidad, avalado por una marca de prestigio con varios años en el mercado floral.

### **Hojaverde Cia. Ltda**

Hojaverde fue fundada en 1997 en los terrenos de la familia Letort, ubicados en Cayambe, cerca de la Mitad del Mundo, Ecuador. En sus inicios, la empresa contaba con 4 hectáreas dedicadas exclusivamente a la producción de flores. Actualmente, opera en cuatro fincas especializadas en el cultivo de rosas: Hojaverde, JoyGardens, Flormare y El Carmen.

Las fincas Hojaverde y Flormare se encuentran en el cantón Cayambe, mientras que JoyGardens y El Carmen están ubicadas en Tabacundo. Cada una de estas fincas se distingue por su compromiso con los más altos estándares de calidad y producción.

Desde el año 2000, las fincas de Hojaverde cuentan con la certificación Fairtrade que respalda su compromiso con prácticas responsables y sostenibles, promoviendo el bienestar de los trabajadores, el respeto por el medio ambiente y el desarrollo de las comunidades locales.

## MISIÓN

Cultivamos flores y productos agrícolas exclusivos de alta calidad, que inspiran emociones y satisfacen los sueños de nuestros clientes alrededor del mundo.

### 4.1.2 Análisis de las entrevistas

A continuación, se llevaron a cabo entrevistas con las representantes expertas en el tema de Comercio Justo de cada empresa florícola, con el propósito de recopilar información valiosa para el desarrollo del presente trabajo de investigación.

**Tabla 18.** *Pregunta N°1*

ENTREVISTA A EXPERTO DE COMERCIO JUSTO	
<b>Empresa:</b> Quality Service S. A. – Qualisa <b>Experta:</b> Ing. Jiménez Lucía <b>PREGUNTA 1.</b> ¿Cómo definiría usted el concepto de Comercio Justo en el contexto de la industria florícola?	<b>Empresa:</b> Hojaverde Cia. Ltda <b>Experta:</b> Ing. Álvarez Sofía
<p>El Comercio Justo surgió en Europa y se propuso como un modelo a seguir en Sudamérica, aunque la región ha avanzado en la implementación de estos estándares, aún persisten desafíos que dificultan alcanzar los objetivos planteados en su totalidad, sin embargo, esta iniciativa ha demostrado ser una herramienta valiosa para promover prácticas comerciales más justas y equitativas.</p>	<p>El Comercio Justo para nuestro sector se define como un modelo comercial ético y sostenible que busca asegurar que todas las partes involucradas en la producción y comercialización de rosas operen bajo prácticas justas esto incluye garantizar precios justos para los productores, condiciones laborales dignas para los trabajadores, respeto por el medio ambiente y la implementación de prácticas sostenibles a lo largo de la cadena de suministro. Es un enfoque que no solo prioriza la calidad del producto sino también el bienestar social y económico de las comunidades productoras, la transparencia en las transacciones y la promoción de la equidad de género y oportunidades de desarrollo local.</p> <p>En resumen, en la industria florícola, el Comercio Justo implica cultivar y comercializar flores de manera responsable, asegurando que los beneficios de la producción se distribuyan de forma justa y que los impactos sociales y ambientales sean positivos.</p>

En la industria florícola, que es conocida por emplear a muchas personas de sectores rurales en, el Comercio Justo asegurar la calidad de las flores que llegan al mercado. Tiene un fuerte componente social, ya que defiende las condiciones laborales y económicas de los trabajadores. Esto incluye salarios justos, condiciones de trabajo seguras, acceso a beneficios sociales entre otros.

Además, el Comercio Justo fomenta la sostenibilidad ambiental, incentivando a los productores a utilizar prácticas que respeten el medio ambiente, lo que también puede atraer a consumidores cada vez más conscientes de su huella ecológica. Aunque en América Latina se han hecho avances en la adopción de los principios de Comercio Justo en la floricultura, todavía existen barreras, como la implementación positiva de estos estándares y la falta de acceso a ciertos mercados internacionales.

**Tabla 19. Pregunta N°2**

<b>ENTREVISTA A EXPERTO DE COMERCIO JUSTO</b>	
<p><b>Empresa:</b> Quality Service S. A. – Qualisa  <b>Experta:</b> Ing. Jiménez Lucia</p> <p><b>PREGUNTA 2.</b> ¿Qué los motivó como empresa a obtener la certificación de Comercio Justo y desde hace cuánto tiempo la tienen?</p> <p>La certificación social que tenemos es un legado de la administración anterior, Qualisa 2 y 3, quienes la obtuvieron hace aproximadamente siete años, esta certificación fuertemente influenciada por el enfoque europeo del antiguo propietario holandés se caracterizó por una amplia gama de proyectos sociales, como la guardería en Qualisa 3, que funcionó hasta el inicio de la pandemia. Al asumir la administración, Elite Flowers decidió mantener y fortalecer esta certificación, identificando la necesidad de cubrir las carencias sociales de nuestros colaboradores así hemos continuado impulsando proyectos enfocados en educación y salud, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de nuestra gente y cumplir con los estándares sociales exigidos por el mercado.</p>	<p><b>Empresa:</b> Hojaverde Cia. Ltda  <b>Experta:</b> Ing. Álvarez Sofia</p> <p>Hojaverde desde su filosofía empresarial buscaba alinearse con principios éticos y sostenibles, promoviendo prácticas justas y transparentes a lo largo de toda su cadena de suministro, la motivación principal fue mejorar las condiciones de vida de los trabajadores, acceder a nuevos mercados y cumplir con las expectativas de clientes. Una de las primeras certificaciones que obtuvo Hojaverde fue Fairtrade, hace 21 años, con el objetivo de fortalecer la responsabilidad social de la empresa, mejorar el bienestar de los trabajadores y diferenciarse en mercados internacionales que demandan productos socialmente responsables.</p>

La decisión de las empresas de obtener la certificación de Comercio Justo se basa en un sólido compromiso con la responsabilidad social y el bienestar de sus colaboradores se enfoca en incluir el fortalecimiento de proyectos en áreas clave como educación y salud, priorizando siempre el cuidado de sus trabajadores y del medio ambiente, al obtener esta certificación radica en el deseo de mejorar las condiciones laborales y de satisfacer las expectativas de un mercado que valora la sostenibilidad y la ética en la producción, la certificación facilita el acceso a mercados responsables y refuerza el compromiso de la empresa con prácticas justas y transparentes a lo largo de toda su cadena de producción.

**Tabla 20. Pregunta N°3**

<b>ENTREVISTA A EXPERTO DE COMERCIO JUSTO</b>	
<b>Empresa:</b> Quality Service S. A. – Qualisa <b>Experta:</b> Ing. Jiménez Lucia	<b>Empresa:</b> Hojaverde Cia. Ltda <b>Experta:</b> Ing. Álvarez Sofia
<b>PREGUNTA 3.</b> ¿Cuáles son los principios fundamentales del Comercio Justo y cómo aplican en la empresa florícola?	
<b>Bienestar de los trabajadores</b> La certificación asegura el respeto a los derechos laborales, lo que incluye la garantía de días de descanso adecuados y el pago justo estos derechos son fundamentales y no pueden ser vulnerados.	
<b>Ambiental</b> En cuanto al medio ambiente, el Comercio Justo prohíbe el uso de ciertos productos químicos peligrosos y fomenta prácticas sostenibles existe un listado específico de productos químicos prohibidos, lo que representa una limitación importante, especialmente para las regiones que aún utilizan estos químicos, como ocurre en algunos países sudamericanos, al obtener la certificación de Comercio Justo, se debe reducir o eliminar el uso de estos productos químicos prohibidos, ajustándose a los estándares ambientales más estrictos.	
<b>Prima</b> En relación con la prima del Comercio Justo, esta debe ser utilizada para financiar proyectos con un objetivo social que beneficien a los trabajadores en lugar de distribuir la prima como un bono económico directo, se debe emplear en iniciativas concretas, como proyectos de desarrollo comunitario o en bienes tangibles que aporten valor a los trabajadores y sus familias.	
Los principios fundamentales del Comercio Justo incluyen precios justos, condiciones laborales dignas, respeto por el medio ambiente, y transparencia y responsabilidad estos principios se aplican en nuestra empresa a través de políticas internas, salarios justos, condiciones laborales seguras y llevar a cabo prácticas de producción sostenibles para minimizar el impacto ambiental así también desarrollamos proyectos sociales en beneficio de nuestros trabajadores, sus familias y la comunidad en general.	

Los principios del Comercio Justo en las empresas florícolas revelan que esta iniciativa promueve valores clave como el pago de precios justos, la mejora de las condiciones laborales, el respeto por el medio ambiente y la transparencia en la gestión dentro de las empresas florícolas estos se enfocan en los principios aplicados a través de diversas políticas, así también se garantiza un salario justo a los trabajadores y se asegura que gocen de condiciones laborales dignas, lo que incluye descansos adecuados y un ambiente seguro y se aplican prácticas que buscan minimizar el impacto ambiental con el compromiso de reducir o excluir el uso de productos químicos peligrosos de acuerdo con las exigencias del Comercio Justo.

En el aspecto ambiental, la empresa sigue normativas internacionales que prohíben ciertos productos nocivos, promoviendo la sostenibilidad en sus operaciones. Por otra parte, la prima del Comercio Justo se destina a financiar proyectos sociales que

beneficien directamente a los trabajadores y sus comunidades, lo que refuerza el compromiso con el desarrollo social. Estos proyectos pueden ser en espacios como la educación, la salud o mejoras en la infraestructura, siempre orientados a generar un impacto positivo.

**Tabla 21. Pregunta N°4**

<b>ENTREVISTA A EXPERTO DE COMERCIO JUSTO</b>	
<b>Empresa:</b> Quality Service S. A. – Qualisa <b>Experta:</b> Ing. Jiménez Lucia	<b>Empresa:</b> Hojaverde Cia. Ltda <b>Experta:</b> Ing. Álvarez Sofia
<b>PREGUNTA 4.</b> ¿Qué porcentaje de las rosas producidas por la empresa se exporta bajo el sello de Comercio Justo?	
En nuestro grupo de siete fincas, solo dos están certificadas como Fairtrade. Los volúmenes de venta de productos Fairtrade representan aproximadamente el 10% o el 15% de la producción total. Esta proporción es relativamente pequeña, ya que el mercado para productos Fairtrade en nuestra región sigue siendo limitado.	Toda nuestra producción se basa en los principios del Comercio Justo (Fairtrade). Sin embargo, al momento de la venta, aproximadamente un 25% de se destina a clientes Fairtrade, el resto de los productos se despacha a diferentes mercados a nivel mundial.

En el grupo de siete fincas que componen Elite Flower, únicamente dos están certificadas como Fairtrade las cuales son Qualisa 2 y Qualisa 3. De la producción total de estas fincas certificadas, un máximo del 15% se exporta bajo el sello Fairtrade. Esto implica que, de cada 100% de rosas producidas por las empresas, solo hasta un 15% se venden con esta certificación de Comercio Justo.

Para la empresa de Hojaverde toda producción se rige por los principios de dicha certificación. Pero, aproximadamente el 25% de la producción total se destina al mercado de Comercio Justo, mientras que el resto se vende hacia diferentes mercados que no cuentan con esta certificación.

**Tabla 22. Pregunta N°5**

---

<b>ENTREVISTA A EXPERTO DE COMERCIO JUSTO</b>	
<b>Empresa:</b> Quality Service S. A. – Qualisa <b>Experta:</b> Ing. Jiménez Lucía	<b>Empresa:</b> Hojaverde Cia. Ltda <b>Experta:</b> Ing. Álvarez Sofía
<b>PREGUNTA 5.</b> ¿Cómo se asegura la empresa de que se cumplan los principios del Comercio Justo en toda su cadena de suministro?	
<p>Para poder vender productos con la certificación Fairtrade, es imprescindible que el comprador también cuente con esta certificación. Esto implica que, en el extranjero, el comprador debe cumplir con los estándares establecidos por Fairtrade. Sin embargo, en la práctica, nuestra certificación no abarca toda la cadena de suministro, ya que no exigimos que nuestros proveedores locales cuenten con esta certificación. Aunque los compradores externos deben ser Fairtrade y cumplir con rigurosas auditorías e inspecciones, nosotros solo podemos garantizar el cumplimiento de los estándares a través de la relación con el comprador y no directamente en toda la cadena de suministro. A nivel nacional, nos aseguramos de que los proveedores cumplan con otros criterios, como los derechos laborales, mediante listas de verificación, pero no a través de una certificación formal.</p>	<p>En nuestra empresa integramos los criterios de certificación en cada uno de los procesos, realizamos auditorías internas de manera periódica para asegurar el cumplimiento de todas las normativas asociadas a la certificación, además, anualmente recibimos auditorías externas por parte del ente certificador, FLOCERT, que evalúa los criterios de la certificación a lo largo de todo el proceso empresarial, esto permite verificar que se cumple los principios del Comercio Justo en la empresa. Adicionalmente, contamos con el apoyo de CLAC, una organización que opera en América Latina y el Caribe, brindando soporte a las organizaciones certificadas esta asesoría nos ayuda a capacitar e implementar de manera efectiva los principios y normativas establecidos por la certificación.</p>

---

Los compradores extranjeros requieren certificación, mientras que los proveedores locales no siempre están certificados, lo que restringe el alcance de la certificación en toda la cadena de suministro. Para abordar esta situación, las empresas florícolas implementan auditorías internas y verificaciones de cumplimiento de derechos laborales. Además, realizan auditorías externas anuales por entidades certificadoras.

El apoyo de CLAC es crucial para garantizar que se apliquen correctamente los principios del Comercio Justo. Este enfoque busca mantener los estándares de Fairtrade, evidenciando un compromiso estable con los principios del Comercio Justo, a pesar de las limitaciones en la certificación a lo largo de toda la cadena.

**Tabla 23. Pregunta N°6**

<b>ENTREVISTA A EXPERTO DE COMERCIO JUSTO</b>	
<p><b>Empresa:</b> Quality Service S. A. – Qualisa  <b>Experta:</b> Ing. Jiménez Lucía</p>	<p><b>Empresa:</b> Hojaverde Cia. Ltda  <b>Experta:</b> Ing. Álvarez Sofia</p>
<p><b>PREGUNTA 6.</b> ¿Qué impacto ha percibido con la certificación de Comercio Justo a nivel económico, social y ambiental en el periodo 2020-2023?</p>	
<p><b>Económico</b>                      La certificación no aumenta directamente el precio por tallo, contar con el sello de Comercio Justo no garantiza que el comprador pague 45, 50 o 60 centavos adicionales, de hecho, no aporta ningún beneficio económico adicional a la empresa en términos de precio, esto se debe a que no contamos con los mismo clientes que otras fincas, otras fincas pueden beneficiarse de mayores volúmenes y tener una mejor situación económica.</p> <p><b>Social</b>                      En términos sociales, la certificación Fairtrade tiene un impacto positivo notable, la rotación de personal en las fincas certificadas es menor en comparación con otras fincas del mismo grupo, ya que los trabajadores valoran los beneficios adicionales que ofrece esta certificación. En nuestro grupo de siete fincas, solo dos están certificadas, y hemos observado que la gente se siente motivada y permanece en estas fincas debido a las ventajas adicionales. Por ejemplo, con aproximadamente 300 personas beneficiadas, se ha logrado reducir los gastos en salud en cerca de 40 dólares por persona, y se otorgan bonificaciones escolares de 50 dólares, lo que representa un alivio económico considerable. En total, se estima que el beneficio económico ha sido de unos 5000 dólares en el último año. Este es el dato más reciente que puedo proporcionar, ya que llevo dos años en la empresa y mi experiencia en la gestión de estos fondos se basa en el último año.</p> <p><b>Ambiental</b>                      En cuanto al tema ambiental, la certificación Fairtrade impone restricciones sobre el uso de ciertos productos químicos, muchos de los cuales ya están prohibidos por normativas. Esto requiere que empecemos a planificar y buscar alternativas adecuadas. Debemos adquirir productos químicos alternativos de marcas comerciales locales y productores regionales, ajustándonos a las nuevas normativas, esta transición no solo implica un cambio en nuestros proveedores, sino también un esfuerzo por adoptar prácticas más sostenibles y reducir nuestro impacto ambiental.</p>	<p><b>Económico</b>                      En los últimos tres años, el impacto a nivel económico ha sido importante, especialmente gracias a la fidelidad y contratos fijos que mantenemos con nuestros clientes certificados.</p> <p><b>Social</b>                      En el ámbito social, las condiciones laborales han mejorado gracias a los beneficios propios de la Empresa y a los proyectos de carácter social que están dirigidos al personal, su familia y las Comunidades.</p> <p><b>Ambiental</b>                      En este ámbito hemos logrado reducir el impacto ambiental mediante la disminución en el uso de varios pesticidas, de acuerdo con la restricción de la normativa de Fairtrade, la cual se actualiza continuamente, también hemos realizado una importante inversión en un propio laboratorio dedicado a la producción de microorganismos benéficos. Estos microorganismos nos ayudan a disminuir el uso de pesticidas, promoviendo prácticas agrícolas más sostenibles, así como la colocación de paneles solares.</p>

El impacto del Comercio Justo en el sector florícola de Cayambe es evidente de diversas maneras y las trayectorias de Qualisa y Hojaverde demuestran como estas prácticas pueden transformar no solo la situación económica sino también la social y ambiental de las comunidades involucradas en los años de estudio 2020-2023.

Es importante recalcar que la empresa florícola Qualisa, con siete años en el mercado de Comercio Justo, ha demostrado un compromiso significativo con prácticas sostenibles y éticas en la producción de flores, estableciendo relaciones equitativas con sus trabajadores y mejorando las condiciones laborales. Por otro lado, Hojaverde, con 21 años de experiencia en el mismo sector refleja un compromiso continuo con las prácticas responsables y sostenibles y una gran versatilidad para adaptarse a las demandas del mercado y de los consumidores conscientes.

### **Nivel económico**

Para Qualisa, la certificación Fairtrade no asegura un incremento directo en el precio por tallo, ya que no garantiza que se paguen cantidades adicionales por cada tallo, lo que significa que no ofrece beneficios económicos tangibles en términos de precios. En cambio, Hojaverde ha logrado un impacto económico significativo en los últimos tres años gracias a su experiencia y certificación y mantener una sólida base de clientes certificados le ha facilitado la creación de contrato estables y específicos que se renueva anualmente. Si bien no ha experimentado un crecimiento revelador en el número de nuevos clientes certificados, ha logrado mantener fidelidad de los clientes existentes.

### **Nivel Social**

De 2020 a 2023, la certificación de Comercio Justo ha tenido un impacto social significativo en las empresas florícolas, mejorando las condiciones laborales y la situación económica de los trabajadores, la certificación promueve un entorno laboral más justo, fomenta mejoras en la infraestructura y garantiza un trato más equitativo. En el ámbito económico ha reducido la carga económica de loe empleado y sus familias, reduciendo costos y mejorando su calidad de vida, además se han realizado proyectos sociales dirigidos tanto al personal como a la comunidad local beneficiando a más personas, esto demuestra que la certificación Fairtrade contribuye directamente al bienestar de los trabajadores y al desarrollo integral de la comunidad local promoviendo condiciones laborales dignas y un progreso social sostenible.

## **Nivel Ambiental**

En el ámbito ambiental, la certificación de Comercio Justo impone estrictas restricciones al uso de ciertos productos químicos, muchos de los cuales ya están prohibidos por la normativa vigente, esto obliga a las empresas floricultoras a anticipar y planificar la búsqueda de alternativas sostenibles. En estas situaciones deben adquirir productos químicos alternativos producidos por marcas locales o proveedores regionales que cumplan con la normativa vigente. En el caso de la empresa floricultora Hojaverde, entre 2020 y 2023, desarrollo un plan de inversión en un laboratorio especializado en la producción de microorganismos benéficos, estos microorganismos no solo reducen el uso de pesticidas, sino que también promueven prácticas agrícolas más sostenibles y respetuosas con el medio ambiente.

**Tabla 24. Pregunta N°7**

<b>ENTREVISTA A EXPERTO DE COMERCIO JUSTO</b>	
<b>Empresa:</b> Quality Service S. A. – Qualisa <b>Experta:</b> Ing. Jiménez Lucía	<b>Empresa:</b> Hojaverde Cia. Ltda <b>Experta:</b> Ing. Álvarez Sofia
<b>PREGUNTA 7.</b> ¿Cómo ha evolucionado el impacto del Comercio Justo en la empresa florícola desde 2020 hasta 2023?	Comercio Justo en la empresa florícola desde 2020 hasta 2023?
<p>Desde 2021 hasta 2023, he observado que los sellos de certificación, como Fairtrade, son iniciativas voluntarias que las empresas adoptan según su propio criterio. En su momento, estos sellos fueron muy valiosos, ya que las empresas necesitaban demostrar un compromiso genuino con prácticas responsables y mejorar su imagen, especialmente en un contexto donde el 'greenwashing' estaba en auge. Este tipo de certificación ayudaba a las empresas a mostrar que no eran las villanas de la producción.</p> <p>Sin embargo, para 2023-2024, existen nuevas certificaciones que ofrecen más que solo el Comercio Justo. Por ejemplo, el Comercio Justo implica que las empresas comercializadoras deben pagar un 10% adicional sobre el valor de la compra de flores, que se destina a una prima para los trabajadores. A pesar de esto, hay alternativas más recientes y robustas que abarcan un espectro más amplio de criterios. Dentro del sistema Fairtrade, existen dos iniciativas principales: Fairtrade International y Fairtrade USA. Muchas empresas optan por Fairtrade USA debido a sus requisitos menos exigentes, lo que facilita el cumplimiento.</p> <p>La evolución de la certificación Fairtrade parece estar rezagada en comparación con otros sellos que se adaptan rápidamente a los cambios del mercado. En mi opinión, el sello Fairtrade podría haber quedado atrás debido a su falta de adaptación a los cambios recientes. No se trata de una falta de credibilidad en el sello, sino de una necesidad de actualizarse y evolucionar para seguir siendo relevante en un mercado en constante cambio.</p>	<p>Durante este periodo, hemos observado una evolución significativa en el impacto que se genera mediante el Comercio Justo, impulsado por el crecimiento de Hojaverde. Anteriormente, nuestra organización contaba con una sola finca con aproximadamente 260 trabajadores. A finales del año 2022 la empresa se fusionó con 2 empresas más y actualmente son cuatro fincas, con aproximadamente 650 empleados. Este crecimiento nos permite llegar a muchos más beneficiarios de todos los proyectos y beneficios de esta certificación.</p>

Desde 2021 hasta 2023, Fairtrade ha representado iniciativas voluntarias adoptadas por empresas para demostrar su compromiso con prácticas responsables, especialmente en un contexto marcado por el auge del "greenwashing", a pesar de que esta certificación ha contribuido a mejorar la imagen de las empresas, para 2023 2024 han surgido alternativas más robustas que abarcan un espectro más amplio de criterios. La certificación Fairtrade implica que las empresas deben pagar un 10% adicional sobre el valor de compra de flores como prima para los trabajadores.

En el caso de la empresa Hojaverde, su impacto ha sido positivo, pasando de una finca con 260 trabajadores a operar cuatro fincas con 650 empleados, lo que ha permitido beneficiar a más personas. Tres de estas fincas están certificadas en Comercio Justo, garantizando la calidad en cultivos y poscosecha, mientras que la cuarta se encuentra actualmente en proceso de certificación.

**Tabla 25. Pregunta N°8**

<b>ENTREVISTA A EXPERTO DE COMERCIO JUSTO</b>	
<p><b>Empresa:</b> Quality Service S. A. – Qualisa  <b>Experta:</b> Ing. Jiménez Lucia</p> <p><b>PREGUNTA 8.</b> ¿De qué manera ha impactado el Comercio Justo en las condiciones laborales de los trabajadores de la empresa florícola?</p> <p>Hoy en día, las empresas florícolas han avanzado significativamente en términos de cumplimiento de normas laborales y beneficios para el personal. A diferencia de hace 15 o 20 años, cuando algunas fincas podían retrasar pagos o incumplir con el salario mínimo y otros beneficios laborales, la situación ha cambiado. Esto no se debe únicamente a la certificación Fairtrade, sino también a la evolución de las normativas nacionales y el fortalecimiento de los entes de control.</p> <p>Con el tiempo, el Ministerio de Trabajo y otras plataformas de regulación y seguridad social han aumentado la vigilancia y la capacidad de respuesta ante las denuncias laborales. Como resultado, muchas fincas florícolas ahora cumplen con las leyes laborales y ofrecen beneficios adecuados a sus empleados. En el contexto de Fairtrade, una de las ventajas es que la certificación requiere ciertos beneficios adicionales. Por ejemplo, mientras que la normativa nacional establece un mínimo de 15 días de vacaciones anuales, la certificación Fairtrade exige 21 días. Este cumplimiento adicional también impacta en el pago de décimos y otros beneficios sociales.</p>	<p><b>Empresa:</b> Hojaverde Cia. Ltda  <b>Experta:</b> Ing. Álvarez Sofia</p> <p>La certificación de Comercio Justo sin duda genera diferentes impactos especialmente en lo que respecta a las condiciones laborales de nuestros trabajadores. Esta certificación garantiza que se cumplan estándares en seguridad laboral y salarios justos. Además, permite implementar proyectos que brindan a nuestros empleados acceso a diversos beneficios, como apoyo para la educación del trabajador y de sus hijos, atención a la salud, actividades de integración y recreación, mejoramiento de las condiciones de vivienda, acceso a productos de primera necesidad, así como asistencia en casos de calamidades domésticas.</p> <p>Uno de los criterios a resaltar de esta certificación es el derecho de los trabajadores a disfrutar de 21 días de vacaciones, a diferencia con lo establecido en la legislación nacional que establece solo 15 días. Esto refleja nuestro firme compromiso con el bienestar de nuestros empleados, al proporcionarles condiciones laborales superiores desde el momento de su incorporación a la empresa.</p>

Las empresas florícolas que operan con la certificación de Comercio Justo han mejorado notablemente en el cumplimiento de las normas laborales y en la oferta de beneficios para su personal. En el contexto del Comercio Justo, la certificación exige estándares adicionales, como la otorgación de 21 días de vacaciones anuales, en comparación con los 15 días requeridos por la legislación. Esto también se refleja en otros beneficios sociales, como el pago completo durante esos 21 días de vacaciones, el cumplimiento de los décimos y la mejora de las condiciones laborales. Además, se impulsan proyectos

que proporcionan beneficios adicionales, incluyendo apoyo educativo, atención médica, actividades recreativas y asistencia en situaciones de emergencia.

**Tabla 26.** *Pregunta N°9*

<b>ENTREVISTA A EXPERTO DE COMERCIO JUSTO</b>	
<p><b>Empresa:</b> Quality Service S. A. – Qualisa  <b>Experta:</b> Ing. Jiménez Lucia</p> <p><b>PREGUNTA 9.</b> ¿Qué oportunidades ha creado el Comercio Justo para la empresa florícola en términos de acceso a nuevos mercados?</p> <p>La "Prima" en el contexto de Fairtrade se refiere a un 10% adicional del costo emitido por las facturad que se pagan con cada venta, en el caso de la empresa Qualisa,, si esta vende cien dólares en productos certificados el comprador paga diez dólares extra como bono, esta cantidad no está destinada a Qualisa, pero transmitida directamente al comité de trabajo, este comité utiliza el bono acumulado que se va recolectado mes a mes, con el objetivo de financiar proyectos sociales o para beneficios de los empleados.</p>	<p><b>Empresa:</b> Hojaverde Cia. Ltda  <b>Experta:</b> Ing. Álvarez Sofia</p> <p>La certificación permite a la empresa acceder a mercados europeos y norteamericanos certificados, mismos que valoran profundamente las prácticas éticas y sostenibles. Gracias a esta certificación, la empresa ha logrado establecer y gestionar contratos con clientes que llegan a consumidores finales que al adquirir una flor certificada buscan contribuir con proyectos sociales y ambientales para los trabajadores y las comunidades donde se producen. Así, aun cuando el precio de la flor sea superior, el cliente es consciente del impacto positivo que genera al formar parte de esta cadena de valor.</p>

La certificación permite a las empresas acceder a mercados europeos y norteamericanos que valoran prácticas éticas y sostenibles. Esto facilita la gestión de contratos, ya que los clientes prefieren productos que apoyen proyectos sociales y ambientales. A pesar del mayor precio, los consumidores están dispuestos a pagar más debido al impacto positivo que generan en las comunidades y el medio ambiente.

El concepto de "prima" en Fairtrade implica un 10% adicional sobre el valor de la venta, que se destina a un comité de trabajadores para financiar proyectos sociales como salud, educación y recreación. Esto mejora el bienestar de los empleados y reduce la rotación laboral.

**Tabla 27. Pregunta N°10**

<b>ENTREVISTA A EXPERTO DE COMERCIO JUSTO</b>	
<b>Empresa:</b> Quality Service S. A. – Qualisa <b>Experta:</b> Ing. Jiménez Lucía	<b>Empresa:</b> Hojaverde Cia. Ltda <b>Experta:</b> Ing. Álvarez Sofía
<b>PREGUNTA 10.</b> ¿Qué papel juega la certificación de Comercio Justo en su estrategia de diferenciación y competitividad en el mercado internacional?	
La certificación de Comercio Justo, aunque es parte de la estrategia, no tiene ningún impacto significativo en la diferenciación y competitividad en el mercado internacional, Durante este tiempo no se ha logrado ampliar este segmento de manera significativa como los volúmenes de ventas. Los productos de Comercio Justo son modestos además los clientes no han demostrado que estos productos certificados tengan una clara demanda. Sin embargo las empresas no certificadas continúan vendiendo sus productos sin problemas, la empresa mantiene los clientes y se centra en el crecimiento general de las ventas, más que en la promoción de Fairtrade.	Con esta certificación, la empresa se distingue en el mercado internacional de flores, destacando su compromiso con prácticas sostenibles y de responsabilidad social esto no solo resalta la calidad de nuestras flores, sino que también atrae a un grupo de clientes que valora estos principios, la sostenibilidad se convierte en un factor decisivo para su preferencia por nuestros productos. En el caso de Hojaverde, la calidad de la flor juega un papel fundamental, y contar con la certificación nos posiciona de manera competitiva existen mercados específicos que buscan productos sostenibles, y gracias a esta certificación, podemos acceder a esos nichos de mercado que priorizan la sostenibilidad.

La certificación de Comercio Justo juega un papel clave en la estrategia de diferenciación y competitividad de las empresas florícolas, destacándose por su compromiso con prácticas sostenibles y responsabilidad social, la certificación no solo atrae a consumidores que valoran estos principios, sino que también abre puertas a nichos de mercado que priorizan la sostenibilidad, sin embargo, su impacto en las ventas ha sido limitado, ya que los productos con certificación Fairtrade han registrado un desempeño modesto, y no ha surgido una demanda significativa por parte de los clientes.

La empresa florícola Qualisa ha señalado que, ante la falta de una mayor demanda de flores con certificación, ha optado por enfocar sus esfuerzos en la retención de clientes actuales y el crecimiento global de las ventas, en lugar de centrarse exclusivamente en los productos Fairtrade.

**Tabla 28. Pregunta N°11**

<b>ENTREVISTA A EXPERTO DE COMERCIO JUSTO</b>	
<p><b>Empresa:</b> Quality Service S. A. – Qualisa <b>Experta:</b> Ing. Jiménez Lucia</p> <p><b>PREGUNTA 11.</b> ¿Podría compartir algunos ejemplos concretos del impacto positivo que ha obtenido la empresa como resultado de implementar el Comercio Justo?</p> <p>En términos de beneficios para los trabajadores, tenemos aproximadamente 300 beneficiarios. En el año 2022, se gastaron alrededor de 7000 dólares en proyectos financiados por la prima Fairtrade. En 2023, el gasto se redujo a unos 5500 dólares, y para el próximo año, esperamos cerrar con aproximadamente 4000 dólares. Contamos con una póliza de 36,000 dólares destinada al beneficio de los trabajadores, que está en un plazo fijo generando intereses. Esto proporciona un respaldo adicional, además de los ingresos provenientes de las ventas mensuales. A pesar de la reducción en el gasto, es crucial cuidar lo que tenemos y ajustar el presupuesto a la baja, dado que las ventas no han sido tan altas como en años anteriores. Un desafío importante es que los proyectos y beneficios son aprobados por los propios trabajadores, lo que limita la flexibilidad en el uso de los fondos. Por ejemplo, a pesar de que la empresa ofrece un bono navideño y otros beneficios, los trabajadores suelen insistir en recibir bonos navideños adicionales, a veces sin considerar otros posibles usos de los fondos, como actividades recreativas o campañas de salud. Aunque la empresa propone alternativas como eventos deportivos o visitas a museos, estas opciones no suelen ser de interés para los trabajadores.</p>	<p><b>Empresa:</b> Hojaverde Cia. Ltda <b>Experta:</b> Ing. Álvarez Sofia</p> <p>Un ejemplo relevante es el sistema de contratos anuales, los cuales se renuevan periódicamente. De las ventas que se realizan a estos clientes certificados nos retorna de manera mensual el 10% del precio de cada tallo vendido, dinero que recibe la organización de trabajadores. Este dinero considerado la prima Fairtrade se destina a programas sociales, ambientales y comunitarios.</p> <p>Para la administración de estos recursos, contamos con un comité de prima Fairtrade que está legalmente constituido bajo la razón social de Corporación Florsabi. Esta organización, dirigida por los trabajadores, es responsable de gestionar los fondos y ejecutar los proyectos. El directorio se elige democráticamente entre el personal operativo, aunque también contamos con la asesoría del personal administrativo, que incluye delegados de gerencia y un oficial de Fairtrade. Si bien el personal administrativo asesor no tiene voto en las decisiones del directorio, si tiene voz para orientar el adecuado manejo de los fondos y asegurar el cumplimiento de los objetivos y la normativa de la certificación.</p> <p>Realizamos un plan anual de proyectos, que se desarrolla a partir de encuestas de necesidades realizadas a los trabajadores. A partir de estas encuestas, surgen necesidades que se plasman en proyectos que se ejecutan a lo largo del año, beneficiando a los trabajadores y sus familias.</p> <p>La Corporación Florsabi es una entidad social sin fines de lucro, con un directorio y un representante legal. Realiza su gestión contable y administrativa, cumple todas las obligaciones de ley y anualmente se somete a una auditoría financiera externa.</p>

En el año 2022, la empresa Qualisa contó con aproximadamente 300 beneficiarios en el marco de los beneficios para sus trabajadores. Durante ese periodo, se destinaron alrededor de 7000 dólares a proyectos financiados por la prima Fairtrade. Además, la empresa dispone de una póliza de 36,000 dólares destinada al beneficio de los trabajadores, la cual está en un plazo fijo generando intereses. Esto proporciona un

respaldo financiero adicional, sumado a los ingresos provenientes de las ventas mensuales.

Un desafío importante que enfrenta Qualisa es la rigidez en el uso de los fondos, ya que los proyectos y beneficios son aprobados directamente por los trabajadores, lo que limita la flexibilidad de la empresa. Aunque se ofrecen beneficios como el bono navideño, los trabajadores suelen insistir en recibir bonos adicionales, sin considerar otras posibles aplicaciones de los fondos, tales como actividades recreativas o campañas de salud. Hojaverde cuenta con un sistema de contratos anuales que se renuevan periódicamente, el 10% de las ventas de cada tallo con certificación esta se destina mensualmente a un fondo para el beneficio de los trabajadores, este fondo es administrado por la corporación Florsabi esta es una organización sin fines de lucro dirigida por los trabajadores, e invierte en proyectos sociales, ambientales y comunitarios como salud, educación y ayuda de emergencia. La administración ofrece asesoramiento, pero las decisiones las toma una junta democrática. Florsabi se audita anualmente para garantizar la transparencia.

**Tabla 29. Pregunta N°12**

<b>ENTREVISTA A EXPERTO DE COMERCIO JUSTO</b>	
<b>Empresa:</b> Quality Service S. A. – Qualisa <b>Experta:</b> Ing. Jiménez Lucia	<b>Empresa:</b> Hojaverde Cia. Ltda <b>Experta:</b> Ing. Álvarez Sofia
<b>PREGUNTA 12.</b> ¿Cómo ha influido la certificación de Comercio Justo en la demanda internacional de rosas de la empresa florícola?	
En términos de demanda, la situación no ha cambiado significativamente a pesar de contar con la certificación Fairtrade, no hemos visto un incremento notable en las ventas anuales.	Actualmente, estamos en una tendencia creciente hacia la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente. Esto ha llevado a una mayor aceptación de productos sostenibles, que se caracterizan por una producción responsable tanto desde el punto de vista social como ambiental.

La empresa Qualisa, a pesar de contar con la certificación Fairtrade, no ha observado un incremento significativo en sus ventas anuales, lo que sugiere una posible falta de estrategias efectivas para aprovechar esta certificación como herramienta de diferenciación en un mercado competitivo. Por otro lado, Hojaverde ha identificado una tendencia creciente hacia la sostenibilidad en su entorno, logrando capitalizar la aceptación de productos responsables tanto social como ambientalmente, lo que antes

era más común en mercados internacionales. Mientras Hojaverde aprovecha este cambio para fortalecer su posicionamiento, Qualisa enfrenta el desafío de transformar su certificación en un valor agregado percibido por los consumidores mediante una mejor comunicación y estrategias de mercado alineadas con las tendencias actuales.

**Tabla 30. Pregunta N°13**

<b>ENTREVISTA A EXPERTO DE COMERCIO JUSTO</b>	
<p><b>Empresa:</b> Quality Service S. A. – Qualisa  <b>Experta:</b> Ing. Jiménez Lucia</p> <p><b>PREGUNTA 13.</b> ¿En qué medida ha influido el incremento de los precios de las exportaciones de rosas de la empresa con la certificación de Comercio Justo?</p> <p>La certificación Fairtrade no ha tenido un impacto en el precio de venta, el porcentaje de la prima no ha influido en el aumento del precio por tallo, ya que no se paga más por los productos certificados. Por lo tanto, la certificación no ha afectado el precio de venta, y los precios se mantienen prácticamente iguales a los de productos no certificados.</p>	<p><b>Empresa:</b> Hojaverde Cia. Ltda  <b>Experta:</b> Ing. Álvarez Sofia</p> <p>Esta certificación permite vender las rosas a un precio ligeramente superior en comparación con productos no certificados, lo que contribuye a aumentar la rentabilidad. Además, establece una distinción con los clientes que no optan por flores certificadas. Un beneficio adicional es el retorno del 10% de las ganancias destinado a la ejecución de proyectos sociales y ambientales.</p>

Las empresas Qualisa y Hojaverde revela un impacto diferenciado de la certificación Fairtrade en la comercialización de rosas. En el caso de Qualisa, la certificación no ha generado un aumento en el precio de venta, ya que los productos certificados se venden al mismo precio que los no certificados, lo que implica que la prima no ha influido en la valorización del tallo. Por otro lado, Hojaverde ha logrado vender rosas a un precio ligeramente superior gracias a la certificación, lo que mejora su rentabilidad y permite diferenciarse en el mercado. Además, esta empresa destina un 10% de las ganancias a proyectos sociales y ambientales, destacando un beneficio adicional de la certificación.

**Tabla 31. Pregunta N°14**

<b>ENTREVISTA A EXPERTO DE COMERCIO JUSTO</b>	
<b>Empresa:</b> Quality Service S. A. – Qualisa <b>Experta:</b> Ing. Jiménez Lucía	<b>Empresa:</b> Hojaverde Cia. Ltda <b>Experta:</b> Ing. Álvarez Sofía
<b>PREGUNTA 14.</b> ¿Ha habido un impacto significativo en los ingresos y la rentabilidad de la empresa desde la certificación? Económicamente, la certificación Fairtrade no ofrece beneficios significativos. No se paga más por un tallo certificado en comparación con un tallo convencional, por lo que no hay un incremento en el valor de venta. En términos económicos, la certificación no proporciona un beneficio adicional, ya que el precio de venta de los productos certificados es el mismo que el de los productos no certificados.	Desde que se obtuvo la certificación, la gestión de contratos fijos con los clientes ha demostrado ser muy beneficiosa. Esto no solo contribuye significativamente a nuestros ingresos, sino que también mejora nuestra rentabilidad. Además, al establecer un costo diferenciado en la venta de productos, podemos competir de manera más efectiva con clientes que no cuentan con certificación Fairtrade.

El impacto económico de la certificación Fairtrade varía significativamente entre empresas. Mientras que en Qualisa no se observan beneficios económicos directos, ya que el precio de los tallos certificados es igual al de los convencionales, en Hojaverde la certificación ha generado ventajas competitivas, permitiendo establecer contratos fijos y costos diferenciados que mejoran la rentabilidad, esto demuestra que el impacto de la certificación depende no solo del mercado, sino también de la estrategia comercial de cada empresa.

**Tabla 32. Pregunta N°15**

---

<b>ENTREVISTA A EXPERTO DE COMERCIO JUSTO</b>	
<b>Empresa:</b> Quality Service S. A. – Qualisa <b>Experta:</b> Ing. Jiménez Lucía	<b>Empresa:</b> Hojaverde Cia. Ltda <b>Experta:</b> Ing. Álvarez Sofía
<b>PREGUNTA 15.</b> ¿Cómo perciben sus clientes internacionales la certificación de Comercio Justo?	
<p>Hemos recibido numerosas visitas, principalmente de América y Europa cuando estos visitantes interactúan con los trabajadores, a menudo escuchan sobre los bonos navideños y escolares y suelen quedar impresionados por estos beneficios, desde el punto de vista de un europeo que observa la floricultura desde afuera, estas ventajas parecen notables y evocan una percepción positiva. Sin embargo, es importante señalar que, si bien se admiran los proyectos y los beneficios sociales, esto no se traduce en precios más altos para los tallos certificados. Los clientes europeos valoran mucho los proyectos y la asistencia social y están satisfechos con cómo se utiliza los fondos para mejorar las condiciones de trabajo, sin embargo, no están dispuestos a pagar más por un producto certificado esto crea un desajuste entre la valoración del proyecto y compensación financiera adicional ya que, si bien se alcanzan los objetivos de la marca en términos de beneficios sociales, no hay un aumento en el precio de venta que refleje este compromiso.</p>	<p>Los clientes internacionales valoran la certificación, considerándola un sello de confianza y calidad. Además, prefieren este tipo de rosas porque aprecian el compromiso con la ética y la sostenibilidad. Este enfoque contribuye a mejorar las condiciones de vida de los trabajadores en las empresas donde se produce el producto.</p>

---

La percepción de la certificación de Comercio Justo entre los clientes internacionales es diversa, aunque en general se reconocen los beneficios sociales que conlleva pagar un precio superior por productos certificados varía. Por ejemplo, Qualisa recibe una valoración positiva de la certificación, pero no observa un aumento significativo en la disposición a pagar. En contraste, Hojaverde encuentra que la certificación es un factor clave en la elección de sus clientes. Esto sugiere que, a pesar del reconocimiento del valor social, factores como la sensibilidad al precio y la competencia también influyen en la decisión de compra.

**Tabla 33. Pregunta N°16**

---

<b>ENTREVISTA A EXPERTO DE COMERCIO JUSTO</b>	
<b>Empresa:</b> Quality Service S. A. – Qualisa <b>Experta:</b> Ing. Jiménez Lucia	<b>Empresa:</b> Hojaverde Cia. Ltda <b>Experta:</b> Ing. Álvarez Sofia
<b>PREGUNTA 16.</b> ¿Qué estrategias de marketing utiliza la empresa para promover sus rosas de Comercio Justo?	
En todas las ferias y eventos, la marca de Comercio Justo es un símbolo importante que destaca en el empaque, de hecho, el sello está presente en la firma de todos los correos institucionales de Qualisa, lo que refuerza su visibilidad y nuestra identidad como empresa comprometida con el Comercio Justo. El sello Fairtrade se utiliza no solo en el empaque, sino también en la presentación visual en ferias y eventos, donde se resalta para atraer la atención de los clientes, aunque la calidad del producto es la misma con o sin el sello, la forma en que se presenta y se comunica el compromiso con Fairtrade puede influir en la percepción del cliente. Por ejemplo, los clientes a menudo prefieren empaques que exhiban claramente el sello, ya que esto refuerza el valor y la transparencia del producto. Además, aprovechamos estas oportunidades para destacar los logros de los proyectos financiados por la prima Fairtrade esta comunicación no solo muestra el impacto positivo de la certificación, sino que también contribuye a nuestra estrategia de marketing, al destacar nuestro compromiso con la mejora de las condiciones de vida de los trabajadores.	Nosotros llevamos a cabo campañas de marketing y aprovechamos al máximo nuestra página web. Además, participamos en ferias internacionales que enfatizan la importancia de la certificación de Comercio Justo y otras acreditaciones relacionadas con nuestra responsabilidad social y ambiental. En estos espacios, buscamos resaltar la historia detrás de la producción de flores, así como el impacto positivo que generamos en el apoyo social, comunitario y ambiental.

---

Qualisa y Hojaverde han implementado diversas estrategias de marketing para promocionar sus rosas de Comercio Justo, convirtiendo el sello de Comercio Justo en un elemento central de sus comunicaciones, esta característica se incorpora tanto en el empaque de sus productos como en sus mensajes publicitarios, destacando su compromiso con la ética, la sostenibilidad y el apoyo a los pequeños productores. Su participación activa en ferias y eventos internacionales les permite ampliar su alcance y forjar relaciones con mercados interesados en productos sostenibles, también realizan campañas digitales dirigidas a consumidores socialmente responsables que valoran tanto la calidad de las rosas como el impacto positivo que sus compras tienen en las comunidades productoras, esta combinación de estrategias les ha permitido no solo atraer a nuevos clientes, si no también fidelizar a quienes comparten sus valores de responsabilidad social y ambiental.

**Tabla 34. Pregunta N°17**

---

<b>ENTREVISTA A EXPERTO DE COMERCIO JUSTO</b>	
<b>Empresa:</b> Quality Service S. A. – Qualisa <b>Experta:</b> Ing. Jiménez Lucía	<b>Empresa:</b> Hojaverde Cia. Ltda <b>Experta:</b> Ing. Álvarez Sofia
<b>PREGUNTA 17.</b> ¿Considera que la certificación ha agregado valor a su marca? ¿De qué manera?	
<p>El sello Fairtrade proporciona una garantía importante para los compradores, ya que certifica que en nuestras fincas se cumplen los estándares de bienestar laboral y ambiental. Esta certificación está respaldada por auditoría externa realizadas por organismos independientes, los que garantiza que no solo afirmamos respetar los derechos laborales y ambientales.</p> <p>Esta aprobación externa brinda a los consumidores una mayor confianza de que los procesos y prácticas de una empresa cumplen con los estándares de Comercio Justo. Como resultado, el sello no solo actúa como un distintivo de calidad, sino que también mejora la percepción de la empresa en términos de reputación y confianza. En definitiva, la certificación contribuye a fortalecer la marca y el nombre comercial de la empresa, al demostrar un compromiso real con prácticas éticas y sostenibles.</p>	<p>La certificación de Comercio Justo aporta un significativo valor a nuestra marca como "Hojaverde", posicionándola entre las empresas líderes en sostenibilidad y responsabilidad social. Esta certificación se fundamenta en principios y criterios que abordan estos temas de manera integral, lo que se traduce en un mayor reconocimiento y prestigio para nuestra marca y nuestra empresa.</p>

---

La certificación de Comercio Justo ha agregado un valor significativo a las marcas de las empresas, particularmente en los casos de Qualisa y Hojaverde, al fortalecer su compromiso con prácticas laborales y ambientales responsables. En el caso de Qualisa, el sello Fairtrade no solo asegura que se cumplen los estándares de bienestar laboral y ambiental en las fincas florícolas, sino que también genera confianza adicional entre los compradores al ser respaldado por auditorías externas independientes. Este proceso otorga a la empresa una validación tangible de su cumplimiento con los derechos laborales y ambientales, lo que refuerza su credibilidad ante los consumidores. Para Hojaverde, la certificación ha sido clave para posicionarse como una marca líder en sostenibilidad y responsabilidad social, obteniendo prestigio y reconocimiento en el mercado. La certificación de Comercio Justo no solo actúa como un sello de calidad, sino que fortalece la reputación de ambas empresas florícolas, consolidando su compromiso con prácticas éticas y sostenibles, altamente valoradas tanto por los clientes como por el público en general. Esto les permite diferenciarse de sus competidores en un mercado cada vez más exigente.

**Tabla 35. Pregunta N°18**

---

<b>ENTREVISTA A EXPERTO DE COMERCIO JUSTO</b>	
<b>Empresa:</b> Quality Service S. A. – Qualisa <b>Experta:</b> Ing. Jiménez Lucia	<b>Empresa:</b> Hojaverde Cia. Ltda <b>Experta:</b> Ing. Álvarez Sofia
<b>PREGUNTA 18.</b> ¿Qué desafíos y oportunidades enfrenta la empresa florícola para seguir posicionando las rosas de Comercio Justo en el mercado internacional? Primero, el tema de los clientes es relevante porque, para estar certificados como Fairtrade, tanto la empresa como el cliente deben cumplir con esta certificación. Esto limita el número de clientes potenciales, haciendo que el mercado sea más reducido. Desde el punto de vista económico, la certificación tiene un impacto significativo. Por ejemplo, ofrecer 21 días de vacaciones a los empleados aumenta los costos por persona en el presupuesto. Esto se complica aún más cuando se trata de empleados temporales, ya que debes pagar los 21 días de vacaciones a pesar de que no hayan trabajado durante todo el año. Este aspecto puede afectar considerablemente los costos operativos, aunque, por convicción, es un compromiso que la empresa no puede eludir. En cuanto a los impactos ambientales, la certificación exige la reducción en el uso de productos químicos peligrosos y promueve prácticas más sostenibles. Esto obliga a buscar alternativas biológicas y comerciales para manejar enfermedades y plagas. Además, se requiere hacer una rotación más frecuente de los productos y ser más innovador en las prácticas agrícolas para reducir la severidad de los problemas ambientales.	Uno de los principales desafíos que enfrentamos en Hojaverde es mantener nuestra competitividad en precios frente a las flores no certificadas. Atraer a un grupo de clientes que valore aspectos más allá del precio, como la responsabilidad social, es fundamental. Aunque existe un mercado que ya hemos logrado captar, la competencia local con precios significativamente más bajos de flores no certificadas representa un reto importante. Sin embargo, esta situación también presenta una oportunidad: el crecimiento de la demanda de productos sostenibles y éticos nos permite consolidar nuestra presencia en el mercado entre aquellos clientes que buscan flores con certificación de Comercio Justo.

---

La industria florícola enfrenta diversos desafíos y oportunidades al buscar posicionar las rosas de Comercio Justo en el mercado internacional. En primer lugar, la certificación Fairtrade establece ciertas restricciones, ya que tanto la empresa como los clientes deben contar con esta certificación, lo que limita el número de potenciales compradores y, por ende, restringe el mercado disponible. Por un lado, los requisitos que conlleva esta certificación, como la necesidad de ofrecer beneficios integrales a los empleados, aumentan los costos operativos especialmente en la contratación del personal temporal. En el ámbito ambiental las empresas deben acoger prácticas sostenibles como la disminución del uso de productos químicos y la implementación de métodos alternativos para el manejo de plagas y enfermedades. Estas exigencias no solo implican mayores costos si no también la necesidad de innovación continua para cumplir con los estándares establecidos, a pesar de estos desafíos existen grandes

posibilidades como la creciente demanda de productos sostenibles y éticos está cambiando el comportamiento del consumidos, ya que estos estiman cada vez más la responsabilidad social y ambiental corporativa. Esto permite a empresas como Qualisa y Hojaverde diferenciarse en un mercado competitivo y atraer clientes que valoran los productos con dicha certificación, por lo tanto, si bien los desafíos son numerosos, las oportunidades para las empresas de floricultura que adoptan prácticas de Comercio Justo son igualmente prometedoras, ofreciendo un camino hacia un crecimiento sostenible y responsable.

**Tabla 36.** Pregunta N°19

<b>ENTREVISTA A EXPERTO DE COMERCIO JUSTO</b>	
<p><b>Empresa:</b> Quality Service S. A. – Qualisa  <b>Experta:</b> Ing. Jiménez Lucia</p>	<p><b>Empresa:</b> Hojaverde Cia. Ltda  <b>Experta:</b> Ing. Álvarez Sofia</p>
<p><b>PREGUNTA 19.</b> ¿Cuáles son los principales retos que enfrenta la empresa florícola para acceder a la certificación del Comercio Justo?</p>	
<p>Como mencioné, los sellos de certificación son voluntarios, lo que significa que no hay una dificultad inherente para que una finca obtenga la certificación, el verdadero desafío no radica en entrar al sistema de certificación, sino en mantenerse dentro de él. Una vez que decides obtener el sello debes cumplir con todos los requisitos establecidos, en realidad si ya estás cumpliendo con la normativa nacional, has cubierto una parte significativa de los requisitos (aproximadamente el 50% al 60%). Por lo tanto, no es que el proceso de certificación sea particularmente complicado, sino que el verdadero reto es mantener el cumplimiento continuo y adaptarse a las exigencias de la certificación a lo largo del tiempo.</p>	<p>Hojaverde cuenta con una amplia trayectoria en el ámbito de la certificación, un aspecto fundamental que considerar son los costos iniciales que una empresa debe asumir para cumplir con los estándares y requisitos necesarios para obtener la certificación, este proceso implica la adaptación de los procedimientos internos para asegurar el cumplimiento de todos los criterios establecidos, lo cual requiere una inversión considerable, además es esencial fomentar una cultura empresarial que integre estos principios y criterios de Comercio Justo en la rutina diaria de la organización. Mantener esta certificación conlleva ciertas restricciones, como la prohibición del uso de ciertos agroquímicos y el cumplimiento de exigencias relacionadas con los beneficios laborales, por ello las empresas deben realizar inversiones significativas para poder sostener la certificación a largo plazo.</p>

Si bien el proceso para lograr la certificación de Comercio Justo en el sector floricultor no es, en principio complicado, existen una serie de desafíos que las empresas deben

superar para mantenerla a largo plazo, uno de los principales retos es que requiere inversiones asignativas, no solo financieras sino también para implementar cambios estructurales dentro de la empresa.

Las empresas florícolas deben adoptar por nuevas prácticas, cumplir con estándares estrictos y someterse a auditorías periódicas para garantizar que operen conforme a los principios del Comercio Justo, además conservar la certificación implica un cambio cultural interno, que este alineado a todos los niveles de la organización con los valores de equidad, sostenibilidad y responsabilidad social. Este proceso requiere un compromiso continuo y un esfuerzo por parte de las empresas para adaptarse a los requerimientos de un mercado cada vez más consciente y responsable.

**Tabla 37. Pregunta N°20**

<b>ENTREVISTA A EXPERTO DE COMERCIO JUSTO</b>	
<p><b>Empresa:</b> Quality Service S. A. – Qualisa  <b>Experta:</b> Ing. Jiménez Lucia</p> <p><b>PREGUNTA 20.</b> ¿Cuáles son las perspectivas de la empresa para el futuro del Comercio Justo en la industria florícola de Cayambe?</p> <p>En cuanto a las perspectivas al futuro la empresa pretende ampliar su base de clientes y aumentar ventas bajo la certificación de Comercio Justo. Lo ideal sería que el mercado acepte más ampliamente esta marca y se dé cuenta de su verdadero valor. Es importante que los principiantes del mercado comprendan que, si bien el cumplimiento del Comercio Justo puede ser un desafío debido a las estrictas regulaciones, la adopción generalizada de la etiqueta beneficiara tanto a los productores como a los consumidores.</p> <p>Uno de los desafíos actuales es la discrepancia entre los requisitos de los entes externos que otorgan la certificación y las realidades prácticas de la producción y comercialización. La empresa enfrenta numerosos requisitos que deben cumplirse, lo que puede ser complicado dado que la parte productiva no siempre se alinea perfectamente con la parte comercializadora. Además, como empresa, nos gustaría implementar más proyectos y utilizar la prima de Fairtrade de manera más efectiva. Sin embargo, esto está limitado por la necesidad de que los proyectos sean aprobados por los trabajadores. Hay una necesidad de cambiar el enfoque de las solicitudes de los empleados para que los proyectos sean más relevantes y útiles. Es crucial ajustar las necesidades y expectativas para que los proyectos financiados realmente contribuyan al bienestar de los empleados y al desarrollo de la empresa.</p>	<p><b>Empresa:</b> Hojaverde Cia. Ltda  <b>Experta:</b> Ing. Álvarez Sofia</p> <p>Se espera que el Comercio Justo siga adquiriendo relevancia en la industria florícola, no solo en Cayambe, sino en todo Ecuador. Sería ideal que más empresas se interesaran en obtener esta certificación, lo que les permitiría mejorar sus prácticas sostenibles. De este modo, el impacto de los beneficios generados podría ser más amplio, alcanzando a un mayor número de personas y comunidades. Además, esto nos brindaría la oportunidad de acceder a más mercados con productos éticos, destacando así nuestro gremio floricultor a nivel nacional.</p>

El futuro del Comercio Justo en la industria florícola de Cayambe, las empresas tienen perspectivas optimistas, pero también enfrentan desafíos significativos. Por ejemplo, Qualisa busca ampliar su base de clientes e incrementar las ventas bajo la certificación de Comercio Justo, para lograr es esencial que el mercado valore esta certificación y la adopte más ampliamente. Los requisitos para obtenerla son estrictos y pueden ser difíciles de cumplir, pero los resultados benefician tanto a los productores como a consumidores, además la empresa desea implementar proyectos financiados por la Prima Fairtrade, pero el triunfo de estos proyectos depende de la aprobación de los trabajadores lo que requiere un equilibrio entre las expectativas y las necesidades reales de todos los involucrados. Por otro lado, Hojaverde prevé que la certificación seguirá ganando importancia no solo en Cayambe, sino en toda la industria florícola ecuatoriana, esperan que más empresas adopten la certificación mejorando las practicas sostenibles de la industria y difundiendo el impacto positivo a más comunidades, la certificación mejorara el enfoque de la industria florícola ecuatoriana en el mercado internacional y promoverá la distribución de productos éticos y sostenibles.

**Tabla 38. Pregunta N°21**

<b>ENTREVISTA A EXPERTO DE COMERCIO JUSTO</b>	
<b>Empresa:</b> Quality Service S. A. – Qualisa <b>Experta:</b> Ing. Jiménez Lucia	<b>Empresa:</b> Hojaverde Cia. Ltda <b>Experta:</b> Ing. Álvarez Sofia
<b>PREGUNTA 21.</b> ¿Qué recomendaciones daría a otras empresas florícolas que estén considerando implementar prácticas de Comercio Justo? Es fundamental destacar que todo esfuerzo hacia el Comercio Justo es valioso y cada pequeño avance cuenta, es crucial estar convencido de que adoptar estas certificaciones puede realmente beneficiar a la empresa. Las certificaciones no solo actúan como una ventana hacia nuevos mercados, sino que también sirven como un respaldo externo que valida el cumplimiento de estándares importantes. Las empresas, independientemente de su tamaño, deben considerar seriamente la obtención de certificaciones. No es necesario ser una gran empresa para cumplir con los requisitos de estas certificaciones. De hecho, las pequeñas florícolas también pueden hacerlo y, en muchos casos, podrían beneficiarse aún más al hacerlo. Las pequeñas empresas pueden buscar asociaciones con otras para obtener la certificación, lo que les permitirá compartir recursos y conocimientos, facilitando así el proceso de certificación. Las certificaciones, especialmente en el ámbito del Comercio Justo, ofrecen una excelente vitrina y pueden proporcionar una visibilidad significativa en mercados europeos y otros mercados que valoran este tipo de estándares. A través de estas certificaciones, las empresas pueden demostrar su compromiso con prácticas laborales justas, como el pago adecuado a los trabajadores, el otorgamiento de vacaciones y beneficios, y el cumplimiento de normativas.	Se recomienda que consideren la certificación de Comercio Justo como una inversión a largo plazo. Deben enfocarse en ella desde la perspectiva de la filosofía empresarial, adoptando una cultura que promueva el cambio en todo el sector, beneficiando tanto a nuestros trabajadores como a nuestras comunidades. Al sumarnos a la iniciativa de ser empresas socialmente responsables, debemos ir más allá de la búsqueda de rentabilidad inmediata y centrarnos en el impacto positivo que podemos generar. Es crucial que pensemos en el legado que dejaremos para las futuras generaciones y en los beneficios a largo plazo que este tipo de certificación puede proporcionar, superando así la preocupación por los costos y los cambios que implica.

Para las empresas floricultoras que estén considerando implementar prácticas de Comercio Justo, es importante comprender que incluso los esfuerzos pequeños contribuyen a un objetivo positivo, la decisión de obtener esta certificación debe basarse en la convicción de que no solo abre puertas a nuevos mercados, sino que también sirve como un aval externo que garantiza el cumplimiento de los estándares éticos y de calidad.

Las pequeñas y medianas empresas (MYPIMES), también pueden acceder a esta certificación, de hecho, las empresas pequeñas pueden beneficiarse aún más, ya que la certificación les brinda la oportunidad de colaborar con otras empresas, compartir recursos y agilizar el proceso. Sin embargo, es importante ver el Comercio Justo no como un gasto adicional, sino como una inversión a largo plazo que se alinea con una filosofía

empresarial que promueve la responsabilidad social. Este enfoque no solo mejora las condiciones laborales, sino que también genera un impacto positivo en las comunidades locales. Adoptar esta mentalidad permitirá a las empresas ir más allá de la búsqueda de beneficios a corto plazo y construir un legado sostenible que beneficie a las futuras generaciones.

#### **4.1.3 Cumplimiento de los principios de Comercio Justo**

Con el objetivo de comprobar el cumplimiento de los principios y criterios del Comercio Justo en las empresas florícolas que se encuentran ubicadas en el Cantón Cayambe la cual operan con dicha certificación y son objeto de estudio, se elaboró matrices en donde se compara las dos empresas de estudio lo cual permite analizar de manera estructurada y sistemática los diversos aspectos relacionados con dichos principios. Esta herramienta metodológica está diseñada específicamente para identificar el grado de cumplimiento de manera cualitativa y cuantitativa de las fincas florícolas de Cayambe con los estándares establecido por "Fairtrade" evaluando tanto su aplicación práctica como su impacto en la dinámica comercial y social.

Es importante destacar que el objetivo primordial de este estudio es analizar el nivel de cumplimiento de estos principios y estándares en las empresas seleccionadas, esto no solo permite medir el nivel de compromiso de los productores en el Comercio Justo, sino que también identifica oportunidades de mejor en los procesos y estrategias. Este análisis es fundamental para comprender cómo estas prácticas afectarán el desarrollo sostenible del cantón de Cayambe, la equidad de las relaciones comerciales y la mejora de las condiciones laborales y sociales entre el periodo 2020-2023.

**Tabla 39.** Matriz de Cumplimiento de Objetivos de Comercio Justo- HOJAVERDE Y QUALISA

Principio	Indicadores	Fuente de Información	Nivel de Cumplimiento (Bajo/Medio/Alto)		Justificación
			HOJAVERDE	QUALISA	
<b>Oportunidades para Productores Desfavorecidos</b>	- Implementación de programas de inclusión social para productores locales.	Documentos internos	Alto	Medio	<b>Hojaverde:</b> Se evidencian programas establecidos de inclusión para productores locales y participación activa en iniciativas de microfinanzas. <b>Qualisa:</b> Existen acciones puntuales de apoyo, pero no un programa continuo de inclusión o microfinanzas.
	- Proyectos de microfinanzas para pequeños productores.	Entrevistas Revisión Documental			
<b>Transparencia y responsabilidad</b>	- Existencia de reportes financieros claros	Informes financieros	Alto	Alto	Cuentan con reportes financieros disponibles y actualizados, procesos de auditoría interna y externa regulares, y mecanismos de rendición de cuentas accesibles tanto para empleados como para clientes o certificadoras.
	- Canales establecidos para rendición de cuentas.	Auditorías externas Entrevistas			
<b>Prácticas comerciales justas</b>	- La empresa garantiza relaciones comerciales a largo plazo con sus socios.	Contratos firmados	Alto	Medio	<b>Hojaverde:</b> Mantiene relaciones comerciales estables y duraderas con compradores internacionales, con contratos justos y cláusulas de protección para ambas partes.
	- Negociaciones equitativas.	Revisión Documental			

<b>Pago justo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proceso de revisión de salarios ajustado al costo de vida local.</li> <li>- Comparación de beneficios adicionales ofrecidos a los empleados.</li> </ul>	Documentación contable	Alto	Alto	Garantizan el cumplimiento del salario digno ajustado al costo de vida local. Además, otorgan beneficios adicionales como alimentación, transporte o incentivos, lo que refuerza su compromiso con este principio.
<b>Asegurar ausencia de trabajo infantil y trabajo forzoso</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Políticas de contratación que excluyan trabajo infantil.</li> <li>- Educación y sensibilización en derechos humanos para todos los empleados.</li> </ul>	Informes de auditorías Observación directa Verificación de campo	Alto	Alto	Tienen políticas claras de contratación, protocolos laborales revisados por auditorías y acciones de sensibilización en derechos humanos. No se evidenciaron infracciones en visitas técnicas o documentos revisados.
<b>Compromiso de no a la discriminación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inclusión de políticas de igualdad.</li> <li>- Participación equitativa en roles y salarios entre géneros.</li> </ul>	Políticas internas Informes de Recursos Humanos	Alto	Alto	Cuentan con políticas de igualdad de oportunidades bien definidas y aplicadas. Hay evidencia de participación equitativa entre géneros en diversos niveles de la organización.
<b>Asegurar buenas condiciones de trabajo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Provisión de equipo de protección personal.</li> <li>- Infraestructura adecuada en áreas de trabajo.</li> </ul>	Observación Directa	Alto	Alto	Proveen a sus trabajadores con equipos de protección personal adecuados, instalaciones higiénicas, comedores. Las condiciones fueron verificadas mediante visitas al campo.

<b>Facilitar el desarrollo de capacidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Programas de capacitación para empleados.</li> <li>- Presupuesto destinado al desarrollo de habilidades.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informes de capacitación</li> <li>Entrevista a trabajador</li> </ul>	Alto	Alto	Ofrecen capacitaciones periódicas, tanto técnicas como en habilidades blandas. Existe un presupuesto específico destinado a este rubro, y los trabajadores expresaron satisfacción durante entrevistas.
<b>Promoción del Comercio Justo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participación en ferias y eventos relacionados.</li> <li>- Inclusión del certificado de Comercio Justo en las rosas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Documentos de comunicación</li> <li>Redes sociales</li> </ul>	Alto	Alto	Participan activamente en ferias, promocionan su certificación en sus canales oficiales y usan etiquetas Fairtrade en sus productos, lo que refleja un fuerte compromiso con la difusión del sistema.
<b>Respeto al medio ambiente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uso de prácticas agrícolas sostenibles.</li> <li>- Reducción de químicos tóxicos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informes de sostenibilidad</li> <li>Visitas al campo</li> <li>Entrevista</li> </ul>	Alto	Alto	Aplican buenas prácticas agrícolas, como el uso controlado de pesticidas, compostaje, sistemas de riego eficientes y control biológico de plagas. Esto fue confirmado en visitas y revisiones de informes de sostenibilidad.

En la matriz presentada anteriormente se puede evidencia que Hojaverde presenta un cumplimiento uniformemente alto en todos los principios, lo que refleja una implementación sólida e integral del sistema de Comercio Justo esto se debe a que la empresa ya lleva más de 21 años operando con la certificación de Comercio Justo y se encuentra en una etapa más avanzada de consolidación con respecto al cumplimiento de los principios Fairtrade, por otro lado Qualisa, aunque también tiene un desempeño generalmente alto, presenta dos áreas de mejora importantes: inclusión de productores desfavorecidos y relaciones comerciales justas, para esto se podría fortalecer sus acciones para alcanzar una implementación más equitativa y duradera.

Durante las entrevistas realizadas a las ingenieras expertas en Comercio Justo se destacó que las empresas florícolas que ya cumplen con los estándares laborales exigidos por la normativa ecuatoriana en gran medida también cumplen con los requisitos establecidos por la certificación Fairtrade. El hecho de que estas empresas continúen operando bajo dicha certificación indica que han superado satisfactoriamente las auditorías correspondientes. Esto sugiere que los procesos internos y las condiciones laborales observadas en estas empresas son consistentes con los principios del Comercio Justo, lo cual respalda su permanencia dentro del sistema de certificación.

#### 4.1.4. Matriz Comparativa de Costos por Cumplimiento de Principios Fairtrade

Los criterios de evaluación utilizados en la matriz comparativa fueron establecidos considerando factores clave como la experiencia previa de cada empresa en la implementación de los principios de Comercio Justo y su capacidad financiera, determinada en gran parte por los ingresos generados a través de la Prima Fairtrade.

##### Hojaverde

- **Alto:** > \$150,000 USD
- **Medio:** \$10,000 – \$150,000 USD
- **Bajo:** < \$10,000 USD

##### Qualisa

- **Alto:** > \$20,000 USD
- **Medio:** \$5,000 – \$20,000 USD
- **Bajo:** < \$5,000 USD

**Tabla 40.** Matriz Comparativa de Costos por Cumplimiento de Principios Fairtrade

Principio de Comercio Justo	Calificación Hojaverde	Calificación Qualisa	Descripción del gasto
Creación de oportunidades para productores desfavorecidos	Medio	Medio	Iniciativas con pequeños productores y asociaciones locales
Transparencia y rendición de cuentas	Alto	Alto	Sistema de reportes, auditorías internas y externas
Prácticas comerciales justas	Alto	Alto	Aseguramiento de precios estables y contratos transparentes
Pago de un precio justo (incluye prima Fairtrade)	Alto	Alto	Prima anual gestionada para beneficios colectivos de trabajadores
No al trabajo infantil o forzoso	Bajo	Medio	Supervisión, formación y cumplimiento de protocolos laborales
Igualdad de género y no discriminación	Medio	Alto	Programas de inclusión y formación de liderazgo femenino
Buenas condiciones laborales	Bajo	Medio	Sueldos dignos, distribución y pago del premio Fairtrade
Desarrollo de capacidades	Bajo	Bajo	Capacitaciones técnicas, comercio justo y habilidades blandas
Respeto al medio ambiente	Medio	Medio	Compostaje, manejo de agua, control biológico de plagas
Relaciones comerciales a largo plazo	Medio	Alto	Gestión comercial, negociaciones, participación en ferias

El análisis de la Matriz Comparativa de Costos por Cumplimiento de los Principios de Comercio Justo entre las empresas florícolas Hojaverde y Qualisa, permite identificar importantes diferencias y similitudes en la forma en que ambas organizaciones abordan su compromiso con los valores del sistema Fairtrade.

Es importante considerar que los criterios de clasificación ("Alto", "Medio", "Bajo") están definidos con base en los rangos económicos de cada empresa y no son comparables directamente entre sí en términos absolutos. Hojaverde maneja un umbral de inversión más alto lo que indica una capacidad financiera mayor, mientras que Qualisa opera con presupuestos más reducidos pero enfocados de manera estratégica en áreas de alto impacto social.

#### **4.1.5. Estrategias para Comercio Justo de Rosas**

La comercialización internacional de rosas es un sector dinámico y altamente competitivo que desempeña un papel crucial en la economía ecuatoriana, particularmente en regiones como Cayambe, popular por su extensa producción de flores de alta calidad, el Comercio Justo se presenta como una alternativa transformadora que no solo busca garantizar condiciones comerciales más equitativas, sino también promover la sostenibilidad económica, social y ambiental, este enfoque brinda una oportunidad estratégica para las empresas florícolas locales, permitiéndoles diferenciarse en el mercado global y reconocer a las demandas de consumidores cada vez más sensatos del impacto social y ambiental de sus compras.

El presente estudio explora las estrategias que pueden fortalecer la competitividad de las empresas florícolas de Cayambe en los mercados internacionales mediante la implementación del modelo de Comercio Justo, esta investigación destaca la importancia de la colaboración entre actores clave, como productores, exportadores y organismos certificadores, para maximizar el impacto del Comercio Justo, mediante el análisis de las lecciones aprendidas y proponer recomendaciones prácticas, este trabajo busca contribuir al desarrollo sostenible del sector floricultor ecuatoriano, posicionando a las rosas de Cayambe no solo como un producto de excelencia, sino también como un ejemplo de compromiso con la equidad y la sostenibilidad en el comercio internacional.

#### **4.1.6. Diagnóstico de la situación actual (2020-2023)**

Entre los años 2020-2023, la industria florícola enfrentó importantes desafíos, como el impacto de la pandemia de COVID-19, la inflación global, los cambios de preferencias de los consumidores y la guerra de Rusia y Ucrania. A pesar de eso se ha observado un aumento de la demanda de productos con certificación Fairtrade, a pesar de esta tendencia muchas empresas florícolas de Cayambe aún carecen de una estrategia clara para ingresar a estos nichos de mercado. Esto resalta la necesidad de desarrollar iniciativas que promueven el comercio internacional con base en los estándares de Comercio Justo.

#### **4.1.7. Estrategias clave**

##### **Certificación y sello de Comercio Justo**

La certificación de Comercio Justo es un activo invaluable para las empresas floricultoras, al obtener y mantener esta certificación no solo les otorga a las empresas credibilidad y accesos a mercados premium, sino que también fortalece su reputación como agentes de cambio social y ambiental. Los consumidores conscientes buscan cada vez más productos que cumplan con estándares éticos y certificaciones como Fairtrade garantizan prácticas laborales, ambientales y comerciales justas y sostenibles, esta certificación contribuye a construir relaciones comerciales más solidas y duraderas.

En un mercado global cada vez más competitivo, la certificación Fairtrade se ha desarrollado en una ventaja estratégica para las empresas floricultoras, al demostrar su compromiso con prácticas sostenibles y justas, estas empresas pueden diferenciarse de sus competidores atraer a consumidores exigentes. Obtener una certificación como Fairtrade no solo abre las puertas a nuevos mercados, así también fortalece la imagen de marca y la posición de la empresa en el sector, para mantener esta ventaja competitiva, es fundamental invertir en un proceso de mejora continua y garantizar el cumplimiento de las reglas internacionales.

##### **Campañas de storytelling**

Una estrategia fundamental para promover la comercialización de rosas basadas en los principios de Comercio Justo es desarrollar campañas que cuenten las historias de los trabajadores y las comunidades que se benefician de ellas, estas historias se centran en mostrar el lado humano detrás de cada rosa destacando experiencias personales, desafíos superados y logros alcanzados gracias a esta iniciativa. Por ejemplo, pueden incluir testimonios que detallen como el Comercio Justo contribuyo a mejorar las condiciones laborales, el acceso a servicios de salud y educación y el empoderamiento de las mujeres en las comunidades productoras.

El objetivo de estas campañas es establecer una conexión emocional con los consumidores de todo el mundo y evocar en ellos un sentido de solidaridad y responsabilidad compartida, al comprender el impacto positivo en la calidad de vida de quienes participan en la producción, los consumidores no solo compran el

producto, sino que participaran activamente en una cadena de valor más justa y sostenible.

Además, estas iniciativas promueven valores clave como la sostenibilidad, la equidad y la responsabilidad social, que resuenan con las expectativas de un mercado cada vez más consciente y exigente, al mismo tiempo, fortalecen la conexión entre el producto y su lugar de origen, destacando no solo la excepcional calidad de la rosa, sino también la iniciativa ética que sustentan su producción, este enfoque solo ayuda a diferenciar su producto en un mercado competitivo, sino que también resalta el lado humano de su proceso y contribuir a construir una marca fuerte y con propósito.

### **Participación en ferias internacionales**

La asistencia a eventos como la International Flower Trade Expo (IFTF) o la World Floral Expo representa una oportunidad estratégica invaluable para las empresas florícolas de Cayambe. Estos eventos internacionales no solo ofrecen una vitrina global para mostrar la calidad y diversidad de las rosas ecuatorianas, sino que también facilitan el establecimiento de conexiones directas con compradores, distribuidores y actores clave en la industria floral a nivel mundial. A través de estas plataformas, las empresas pueden identificar tendencias emergentes, explorar oportunidades de innovación en productos y empaques, y establecer relaciones comerciales a largo plazo con los mercados internacionales.

De igual manera, ferias nacionales como Agriflor, Flor Ecuador, Expoflores y la feria nacional de la rosa en Cayambe desempeñan un papel importante en la promoción de la industria florícola local, estas actividades ni solo permiten un acceso más directo a los consumidores nacionales e internacionales, sino que también sirven como foro para networking entre productores, asociaciones y exportadores, Además sirven como ideal para destacar la certificación de Comercio Justo y destacar los valores de equidad, sostenibilidad social, factores diferenciadores en un mercado cada vez más consciente y exigente.

La participación activa en ferias internacionales y regionales tiene un impacto positivo en muchos niveles, Por un lado, eleva el perfil de la empresa floricultura de Cayambe y fortalece su posición como líder en calidad y sostenibilidad. Por otro lado, facilita el desarrollo de nuevos mercados al permitir que los compradores potenciales experimentan de primera mano los estándares de producción éticos y sostenibles que sustentan las rosas ecuatorianas. Este tipo de feria ayuda a reforzar al Ecuador como un líder mundial de la industria florícola y a consolidar la reputación del país como vendedor confiable y comprometido con las mejores prácticas comerciales.

### **Diversificación de mercados**

Para reducir la dependencia económica de ciertos países y mitigar los riesgos asociados a las fluctuaciones de la demanda, es fundamental desarrollar mercados emergentes además de los tradicionales, esta estrategia implica identificar y analizar mercados potenciales con un creciente interés en productos sostenibles y certificados.

El acceso a estos mercados también puede beneficiarse de alianzas estratégicas con distribuidores locales, ferias internacionales y plataformas de comercio electrónico especializadas en productos sostenibles. Estas medidas no solo diversificarán las fuentes de ingresos, sino que también incrementarán la presencia de las rosas ecuatorianas en mercados globales de alto valor.

### **Capacitación y empoderamiento del personal**

Es fundamental educar a los trabajadores y directivos sobre los principios del Comercio Justo y asegurar que se integren en todas las etapas del proceso productivo y comercial incluye realizar talleres periódicos, programas de formación continua y la implementación de políticas internas que refuercen valores como la equidad, la sostenibilidad y el respeto por los derechos laborales, capacitando el empoderamiento del personal con el objetivo de mejorar su desempeño, a la vez fomentar el sentido de pertenencia y compromiso con los objetivos de la empresa, incentivando la innovación y el trabajo en equipo. Estas iniciativas deben ir acompañadas de mecanismos de evaluación y retroalimentación para garantizar que las capacitaciones sean efectivas y alineadas con los estándares internacionales de Comercio Justo, reconociendo la

promoción de los trabajadores que demuestren liderazgo y compromiso con estas prácticas que son clave para consolidar una cultura organizacional basada en la equidad y la justicia social.

### **Estrategias de marketing digital**

El uso de plataformas digitales para promocionar sus rosas certificadas no solo le ayuda a llegar a consumidores finales interesados en productos éticos y sostenibles, sino que también amplía sus oportunidades en los mercados internacionales esto contiene la creación de información en redes sociales, el uso de herramientas para mejorar la visibilidad en buscadores y el desarrollo de una tienda online especializada. Invertir en contenido visual atractivo, como fotos y videos de alta calidad que resalten la belleza de las rosas y cuenten la historia de su producción, ayuda a crear una conexión emocional con los consumidores.

Además, es importante adaptar sus mensajes de marketing para que se ajusten a las tendencias de consumo consciente, destacando al mismo tiempo los beneficios de Comercio Justo, como la mejora de las condiciones laborales para los floricultores y el impacto positivo en las comunidades de origen. Esto puede incluir testimonios de productores certificaciones reconocidas, indicadores de sostenibilidad. Interactuar activamente con los consumidores a través de redes sociales y plataformas fortalecerá su fidelización.

Finalmente, optimizar sus plataformas digitales para diferentes idiomas y monedas le permitirá promocionar sus rosas certificadas en múltiples países, facilitando su acceso a los mercados globales. Combinar esto con colaboraciones con personas influyentes y creadores de contenido en nichos relacionados con la sostenibilidad ayudara a ampliar su alcance y fortalecer su imagen de marca ética.

### **Mejora de prácticas agrícolas**

Las empresas florícolas de Cayambe se enfrentan al reto y la responsabilidad de adoptar prácticas agrícolas sostenibles que resten su impacto ambiental y garanticen la sostenibilidad a largo plazo, esto incluye optimizar el uso eficaz de recursos naturales

como agua y la energía, así como minimizar el uso de productos químicos y sustituirlos por alternativas más respetuosas con el medio ambiente. La implementación de técnicas agrícolas que promueven la biodiversidad, como la rotación de cultivos, los cultivos de cobertura y la integración el control biológico de plagas, se eta convirtiendo en una estrategia importante para proteger los ecosistemas locales.

Al mismo tiempo, estas empresas deben operar conforme a los principios de Comercio Justo y promover modelos de negocio que incorporen la igualdad social y económica, así como el cuidado del medio ambiente. Esto incluye garantizar condiciones locales justos y pagar salarios justos, fortalecer a las comunidades locales y promover una cultura empresarial ética y transparente. Adherirse a estos principios no solo refuerza la responsabilidad de una empresa con la sostenibilidad, sino que también la posiciona favorablemente en un mercado internacional donde los consumidores aprecian cada vez más los productos responsables.

Un ejemplo notable de esta iniciativa es Hojaverde, que ha dado un gran paso hacia la sostenibilidad, establecer un laboratorio para producir su propio fertilizante orgánico. Esta iniciativa no solo reduce la dependencia de insumos químicos externos, sino que también permite el aprovechamiento de los residuos de la propia producción de rosas, completando así el ciclo de materiales y energía en la misma operación, además esta innovadora iniciativa contribuye a mejorar la calidad del suelo y a reducir las emisiones de carbono de producción ambientalmente responsable y socialmente inclusivo.

### **Educación al consumidor internacional**

Las empresas florícolas certificadas en Comercio Justo que están ubicadas en Cayambe tienen la responsabilidad de educar a los consumidores internacionales sobre los impactos sociales, ambientales y económicos de esta certificación. Este objetivo puede lograrse mediante campañas de información estratégicamente diseñadas que destaquen los beneficios del Comercio Justo, como la mejora de las condiciones laborales, el impulso de prácticas agrícolas sostenibles y el fortalecimiento de las comunidades de productores.

Es fundamental que estas empresas aprovechen los diferentes canales de comunicación, como las etiquetas informativas en sus productos, el contenido en plataformas digitales, redes sociales y materiales promocionales en los principales puntos de ventas de los mercados internacionales. Además, pueden colaborar con distribuidores, minoristas y organizaciones no gubernamentales para realizar talleres, evento o actividades de sensibilización dirigidas a los consumidores finales, así lograr que los consumidores comprendan el impacto positivo de sus decisiones de compra fortalece la demanda de flores producidas según los estándares de Comercio Justo, creando un círculo virtuoso que favorece tanto a los productores locales como a los consumidores consientes.

### **Campañas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**

Establecer alianzas estratégicas con empresas extranjeras que buscan desarrollar proyectos de impacto social en el sector florícola de Cayambe e integrar las rosas cultivadas localmente en sus programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Mediante estas colaboraciones se puede apoyar iniciativas que beneficie a la comunidad local, a la vez se promueve el crecimiento económico sostenible y se potencia el sector florícola en la región. Estas iniciativas abarcan desde la creación de empleos hasta el fortalecimiento de la infraestructura comunitaria, contribuyendo a una vida de calidad para los habitantes de Cayambe y posicionando las rosas como un símbolo de responsabilidad social y desarrollo económico en el mercado internacional.

#### **4.1.4.1. Impacto esperado de las estrategias**

La implementación de estas estrategias no solo impulsará las exportaciones de rosas de Cayambe así también tendrá un cambio significativo en diversos aspectos del desarrollo local. En el ámbito social, se espera una mejora significativa en la calidad de vida de los floricultores, con circunstancias laborales justas, salarios dignos y acceso a programas de capacitación que fomenten el desarrollo profesional. Esto contribuirá a reducir las discrepancias económicas y sociales en la región.

En el ámbito ambiental, la adopción de prácticas agrícolas sostenibles reduce el impacto ambiental de la floricultura y promueve el uso eficaz de recursos como agua y la energía, así como la gestión responsable de fertilizantes y pesticidas, estas iniciativas

no solo protegen en el entorno natural, sino que también aumentan el valor añadido de las rosas producidas según los estándares de Comercio Justo. Además, la combinación de la producción local con valores éticos y sostenibles fortalece la reputación de Ecuador como líder mundial en la producción de flores sostenibles de alta calidad, creando sinergias que atraen nuevos mercados y fidelizan a los clientes actuales. Esta actitud ética también puede fomentar alianzas estratégicas con importadores y distribuidores que priorizan las prácticas responsables, ampliando así el alcance comercial de Cayambe en el ámbito floricultor.

## **4.2. DISCUSIÓN**

Esta investigación se orienta en estudiar el impacto del Comercio Justo en la comercialización internacional de empresas florícolas de Cayambe, la metodología adaptada en este estudio es un enfoque mixto que combina investigación cualitativa y cuantitativa para lograr un enfoque integral y detallada del fenómeno en estudio, el tipo de investigación adoptada es de naturaleza bibliográfica, descriptiva y de campo, recopilando información de diversas fuentes, en el ámbito bibliográfico se revisaron investigaciones, artículos y libros relacionados, estableciendo así un marco teórico sólido para el área descriptiva se analizaron las características de las principales prácticas de Comercio Justo y su impacto en el mercado internacional de rosas, por otro lado, el enfoque de campo implicó la recopilación de datos directos mediante entrevista y observaciones en las empresas florícolas de Cayambe que operan bajo el sello, este enfoque integral garantizó que los objetivos planteados en la presente investigación fueran abordados de manera exhaustiva, proporcionando una base sólida para comprender las dinámicas entre el Comercio Justo y la comercialización internacional de rosas en el contexto local de Cayambe durante el período 2020-2023.

Chávez & Morocho (2021), Realizaron el tema de investigación sobre *“Impacto del Comercio Justo en el sector florícola exportador del Cantón Cayambe, periodo 2010-2019”*.

Las autoras concluyen que las empresas florícolas de Cayambe con certificación de Comercio Justo no solo promueven mejores condiciones laborales y prácticas agrícolas

más sostenibles, sino que también registran un aumento en las ventas es decir que el estudio revela que estas empresas no solo lograron un crecimiento significativo de sus ingresos, sino que también destacaron por brindar condiciones laborales dignas a sus trabajadores.

Por otro lado, en el contexto de la actual investigación, se identificó el caso de una empresa cuya certificación de Comercio Justo no es suficiente para evitar una disminución en sus ventas, este hallazgo pone de relieve que el impacto de la certificación no es uniforme ni garantiza automáticamente el éxito comercial, esto sugiere que factores adicionales, como las estrategias de marketing, la diversificación de mercados, la gestión eficiente de la certificación y la capacidad de adaptarse a las demandas del mercado internacional, son determinantes clave para una comercialización efectiva. Además, esta reducción en las ventas, a pesar de mantener la fidelidad de sus clientes tradicionales, podría estar vinculada a desafíos como la intensa competencia en el mercado global, las fluctuaciones en la demanda de rosas o una posible falta de innovación en los procesos comerciales, esto subraya la importancia de considerar la certificación de Comercio Justo no solo como un atributo diferenciador, sino como parte de una estrategia empresarial integral, asimismo, es fundamental analizar si las empresas con menos tiempo de certificación enfrentan mayores dificultades para aprovechar sus beneficios, ya sea por una menor familiaridad con los procesos o una red de contactos limitada en el mercado internacional.

Aranda et al. (2023), Realizaron la investigación científica sobre "Comercio Justo una opción estratégica para mejorar el sistema de comercialización".

Los autores concluyen que el desarrollo sostenible y el Comercio Justo son dos enfoques prometedores para abordar los desafíos agrícolas del siglo XXI, las investigaciones han demostrado que estas estrategias tienen un impacto positivo en los aspectos comerciales, ambientales y sociales del sector agrícola para esto el Comercio Justo también se ha reconocido como una alternativa viable para abordar los desafíos de los mercados globalizados y las prácticas comerciales tradicionales, este modelo promueve condiciones comerciales equitativas y sostenibles.

En el contexto de este estudio, se confirma la importancia del Comercio Justo como una opción estratégica para abordar los desafíos que plantean los mercados globalizados y la dinámica de comercio internacional para esto se destaca que este modelo no solo promueve condiciones comerciales justas, asimismo responde a la creciente demanda de consumidores responsables que priorizan los productos sostenibles en el caso de las florícolas de Cayambe la certificación de Comercio Justo contribuir al bienestar de los trabajadores, la conservación del medio ambiente y el fortalecimiento de la sostenibilidad de la empresa.

Tarapues (2023). Realizo el tema de investigación sobre "Impacto del Comercio Justo en los productores frutícolas de la provincia de Imbabura y su internacionalización".

La autora concluyo que el Comercio Justo se presenta como una opción viable para el crecimiento sostenible de la fruticultura en Imbabura la implementación de estrategias de internacionalización considerando las preferencias del mercado europeo y aprovechando las fortalezas del sector puede contribuir al crecimiento económico y social de la región.

En este estudio, es importante considerar la necesidad de diversificar los mercados objetivo para la comercialización de rosas, ya que los mercados tradicionales se están saturando como Europa y Estados Unidos que son tradicionalmente los principales consumidores, han alcanzado un nivel de intensa competencia que limita las oportunidades de expansión y crecimiento. Una de las estrategias planteadas en este estudio es la exploración y expansión de mercados alternativos, caracterizados por un mayor compromiso con el consumo de productos sostenibles y de producción ética. Este enfoque no solo satisface las demandas de los consumidores conscientes, asimismo abre oportunidades para que las empresas floricultoras ingresen a sectores más especializados y menos saturados.

La diversificación del mercado permite a las empresas floricultoras acceder a nuevos espacios comerciales y reduce los riesgos asociados a la dependencia de destinos tradicionales, esta estrategia contribuye a fortalecer la sostenibilidad económica del

sector, aumentar la estabilidad de los ingresos y promover buenas prácticas a lo largo de toda la cadena de valor.

Chichande et al. (2024), Realizaron la investigación científica sobre “Análisis de la evolución de las exportaciones de rosas del Ecuador – Perú y su participación en los mercados internacionales en los años 2018 – 2022”.

Los autores concluyen que, a pesar de desafíos externos como el cambio climático, la pandemia de COVID-19 y el conflicto entre Rusia y Ucrania, las exportaciones de rosas de Ecuador han experimentado un crecimiento significativo, lo que ha tenido un impacto positivo en la economía. Por el contrario, las exportaciones de rosas de Perú han mostrado una inclinación decadente, lo que sugiere la necesidad de implementar medidas estratégicas para aumentar su competitividad en el mercado internacional.

La investigación confirma que Ecuador es un primordial exportador de rosas del mundo, destacando el cantón Cayambe como un referente importante en el sector y el foco de este estudio. Se identificaron diversos desafíos que afectaron la producción y comercialización de rosas durante el período analizado (2020-2023), siendo la pandemia de COVID-19 en 2020 uno de los factores más importantes. A pesar de las dificultades asociadas con la crisis sanitaria y económica mundial, muchas empresas floricultoras de Cayambe se mantuvieron activas y continuaron produciendo y exportando flores. Sin embargo, se observó un impacto significativo en la venta de rosas con certificación Fairtrade, que disminuyó debido al cierre de mercados y el más importante el mercado europeo siendo el mayor comprador de rosas certificadas así también por factores económicos y logísticos derivados de la crisis. Estos hallazgos resaltan la resiliencia de la industria florícola ecuatoriana, a la vez que resaltan la necesidad de fortalecer las estrategias comerciales y de sostenibilidad para afrontar circunstancias adversas.

#### **4.2.1. Limitaciones**

Este estudio identificó cierta limitación que no afectó directamente al desarrollo de la investigación, pero que podría ser de gran importancia en el siguiente estudio debido a que de las tres empresas certificadas en el cantón Cayambe solo la empresa Inversiones

Ponte Tresa S.A. se negó a proporcionar información y por lo tanto fue imposible de utilizar como objeto de análisis, debido a la negativa por parte de esta de proporcionar información estadística. Esta decisión se basó en una política de privacidad interna que limitaba el acceso a datos relevantes para el estudio. Esta situación sobrepasa la importancia de la nitidez y la colaboración de las empresas en investigaciones académicas ya que la limitación de acceso a información clave puede restringir el alcance y la profundidad de los resultados obtenidos.

A pesar de esta limitación, el estudio buscó maximizar la calidad de los hallazgos mediante la inclusión de otras empresas floricultoras dispuestas a colaborar y centrar su atención en el análisis del impacto del Comercio Justo en la comercialización internacional de rosas. Sin embargo, la exclusión de Inversiones Ponte Tresa S.A. representa una limitación que podría abordarse en futuras investigaciones, especialmente si se logra establecer un acuerdo para proteger la confidencialidad de la información compartida.

#### **4.2.2. Investigaciones Futuras**

Las investigaciones futuras podrían enfocarse en expandir el análisis de los impactos del Comercio Justo a otras regiones florícolas del Ecuador y a diferentes productos agrícolas como el banano, el cacao y el café y comparar los resultados entre sectores. También sería importante explorar los impactos socioeconómicos en el bienestar de los trabajadores y las comunidades rurales, así como la sostenibilidad ambiental que promueven las prácticas del Comercio Justo. Otras áreas de interés incluyen las estrategias de marketing internacional y la competitividad frente a otros mercados globales, la resiliencia de las empresas florícolas y un estudio detallado de la cadena de valor para identificar los beneficios en cada etapa. También sería útil explorar las percepciones de los trabajadores y productores, comparar esta certificación con otras certificaciones y analizar las nuevas tendencias en la demanda internacional y su impacto en la comercialización de productos certificados.

## **V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1. CONCLUSIONES**

- ✓ Ecuador, gracias a su privilegiada ubicación geográfica, goza de condiciones climáticas que favorecen la diversificación de la producción florícola, este potencial se manifiesta de manera destacada en el cantón Cayambe, una región reconocida a nivel nacional e internacional por la calidad y variedad de sus flores. Cayambe, con su altitud, clima estable y suelos fértiles, ofrece un entorno ideal para el cultivo de especies florales de alta demanda en mercados globales.
- ✓ El Comercio Justo ofrece importantes beneficios a los productores a través de la certificación permitiéndoles diferenciarse en el mercado y mejorar su competitividad internacional un ejemplo claro es Ecuador que se destaca como uno de los países favorecido considerablemente de esta iniciativa, si bien aún es un concepto poco conocido en algunos sectores muchas empresas están optando por adoptar la certificación de Comercio Justo como estrategia para diversificar su base de clientes en los mercados mundiales. Esta certificación no solo avala que los productos cumplan con estrictos estándares de calidad, sino que también apoya prácticas que respetan los derechos de los productores, promueven el uso de procesos sostenibles, fomentan la protección del medio ambiente y contribuyen a un modelo de producción más ético y responsable.
- ✓ La certificación Fairtrade no garantiza un aumento significativo en las ventas de rosas producidas por empresas floricultoras. Esto se debe a que se siguen vendiendo flores sin esta certificación, lo que indica que la certificación Fairtrade no representa necesariamente una ventaja competitiva inmediata ni significativa volumen de ventas. Si bien la certificación ofrece beneficios sociales, económicos y ambientales, el impacto directo en las ventas depende de diversos factores, como las preferencias de los consumidores, la segmentación de clientes y las

- ✓ estrategias de marketing adoptadas por las empresas certificadas. Además, comercializar bajo esta certificación conlleva desafíos, como la dificultad para encontrar compradores que operen según los principios Fairtrade, lo que puede limitar la expansión en los mercados internacionales.
- ✓ Cayambe cuenta con tres empresas florícolas certificadas en Comercio Justo. Sin embargo, una de ellas no pudo ser incluida en el estudio debido a restricciones de privacidad. Las otras dos accedieron a colaborar, principalmente debido a la relación de parentesco que tengo con algunos de sus miembros.
- ✓ Las empresas florícolas de Cayambe que operan bajo el sello de Comercio Justo no destinan toda su producción a este mercado. Por ejemplo, en el caso de la empresa Hojaverde, aunque toda su producción sigue los principios del Comercio Justo, solo alrededor del 25% se comercializa específicamente bajo esta certificación, mientras que el resto se destina a otros mercados sin dicho sello. Por otro lado, dentro del grupo Elite Flower, compuesto por siete fincas, únicamente dos, Qualisa 2 y Qualisa 3, están certificadas como Fairtrade. De la producción total de estas fincas certificadas, solo un máximo del 15% se exporta bajo el sello de Comercio Justo.
- ✓ Gracias al análisis estadístico realizado sobre el Premio Fairtrade, se puede evidenciar que las ventas de rosas en la empresa Hojaverde han experimentado una tendencia positiva y sostenida de mejora, este crecimiento está relacionado con la implementación de prácticas alineadas con los principios del Comercio Justo, que han incrementado la aceptación de sus productos en los mercados internacionales. No obstante, en el caso de la empresa Qualisa, se observa una tendencia decreciente en las ventas durante el mismo período. Esto puede ser por varios factores, entre ellos la falta de diversificación del mercado y los problemas para aplicar los estándares de Comercio Justo.
- ✓ La aplicación de la matriz de evaluación de los principios de Comercio Justo reveló que la empresa cumple adecuadamente con los 10 principios

establecidos, cabe destacar que FLOCERT, como organización responsable de las auditorías anuales desempeña un papel esencial para garantizar la correcta ejecución de estas prácticas en el caso que se identifiquen incumplimientos durante estas auditorías, FLOCERT toma las medidas correctivas pertinentes para garantizar el desempeño de los estándares y promover la mejora continua de las empresas evaluadas.

- ✓ En Ecuador aún no se han efectuado políticas públicas específicas para promover el Comercio Justo. Esta carencia, sumada a la limitada capacitación y al desconocimiento generalizado del modelo dificulta que las (MIPYMES) accedan a nuevos nichos de mercado. Esta situación restringe su capacidad para adoptar técnicas innovadoras de producción y estrategias de comercialización más competitivas, lo que dificulta el desarrollo sostenible y la integración al comercio internacional.

## **5.2. RECOMENDACIONES**

- ✓ Es fundamental que Ecuador establezca una institución dedicada a regular, promover y supervisar el Comercio Justo. Esta institución debe garantizar el cumplimiento de los estándares éticos, promover prácticas comerciales responsables y facilitar el acceso de los fabricantes locales a los clientes internacionales, basándose en principios de equilibrio y sostenibilidad.
- ✓ Para aumentar la demanda de rosas certificadas bajo los estándares de Comercio Justo, se recomienda encarecidamente a las empresas floricultoras diversificar sus mercados de exportación. Esta estrategia no solo fortalecerá su presencia en diferentes regiones, sino que también les permitirá aprovechar nuevas oportunidades comerciales y restar los peligros asociados a la dependencia de un solo mercado.

- ✓ Se recomienda a las empresas de floricultura que deseen operar bajo la certificación de Comercio Justo que consulten los sitios web oficiales Fairtrade o FLOCERT para obtener información importante sobre cómo ser parte del Comercio Justo, calculadoras de tasas de certificación, encontrar clientes Fairtrade en todo el mundo y así también visualizar los beneficios de la certificación.
- ✓ Es importante promover una campaña de marketing internacional que no solo destaque los beneficios sociales y ambientales del Comercio Justo, sino que también informe a los consumidores sobre lo positivo que es sus decisiones de compra. También es beneficioso destacar la trazabilidad de las flores, permitiendo a los consumidores seguir el proceso de sus rosas desde el cultivo hasta la entrega final, mejorando así la transparencia y generando confianza en el producto. Integrar estos elementos en su estrategia de marketing aumentará la fidelización de los consumidores y posicionará a su empresa de floricultura como líder en comercio ético y sostenible.
- ✓ Se recomienda realizar estudios exhaustivos sobre la percepción del consumidor internacional para comprender cómo se valoran y responden los consumidores internacionales a las rosas Fairtrade en el mercado global. Estos estudios ayudarán a identificar los determinantes de las decisiones de compra, como la calidad del producto, el impacto social, la sostenibilidad ambiental y la disposición a pagar una prima por flores certificadas. También es fundamental analizar las diferencias de percepción en diversos mercados, como Europa, Norteamérica y Asia, para adecuar las estrategias de marketing a las preferencias determinadas de cada país.

## VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, J. (2021). *Estadística descriptiva, regresión y probabilidad con aplicaciones*. Ediciones de la U .
- Alcocer, E., Ayaviri, D., & Romero, M. (2020). Sistemas productivos locales en el Comercio Justo. Un estudio en el área rural del Ecuador. *Revista Perspectivas*(46), 103-118. doi:[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1994-37332020000200005&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332020000200005&lng=es&tlng=es).
- Alonso, V. (2021). El comercio internacional de armamento y las ventajas comparativas. *RESI: Revista de estudios en seguridad internacional*, 83-104.
- Carvajal, R. (2020). *Metodología de la investigación: investigación bibliográfica/documental*. San Salvador.
- Cedeño, J., & Benavides, A. (2019). Estudio de caso: Diamante de la Competitividad de Porter y la ventaja competitiva del sector hotelero del Cantón Santa Elena-Provincia de Santa Elena. *Revista Ciencias Pedagógicas e Innovación*, 44-50.
- Chávez, D., & Morocho, L. (11 de Marzo de 2021). Obtenido de Impacto del Comercio Justo en el sector florícola exportador del Cantón Cayambe, periodo 2010- 2019: <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/23751/1/T-ESPE-044265.pdf>
- CLAC. (2024). *La Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños(as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo* . Obtenido de <https://clac-comerciojusto.org/>
- Cortes, D. (07 de Noviembre de 2023). *¿Qué es el comercio internacional?* Obtenido de Universidad CESUMA: <https://www.cesuma.mx/blog/que-es-el-comercio-internacional.html>
- Corvo, H. S. (03 de Diciembre de 2021). *Lifeder, Productor*). Obtenido de Comercio internacional: historia, características, objetivo, importancia. : <https://www.lifeder.com/caracteristicas-del-comercio-internaciona/>

- De León, Á. (2019). *Certificación en Comercio Justo y el bienestar social de los pequeños productores [Tesis de Maestría, Instituto Politécnico Nacional]*. Repositorio Institucional. Obtenido de [http://literatura.ciidiroaxaca.ipn.mx:8080/xmlui/handle/LITER\\_CIIDIROAX/412](http://literatura.ciidiroaxaca.ipn.mx:8080/xmlui/handle/LITER_CIIDIROAX/412)
- Enríquez, K., & Garzón, D. (2021). Obtenido de “El Comercio Justo como herramienta de competitividad del Sector Artesanal a base : <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/1163/1/523-%20ENR%C3%8DQUEZ%20KATHERINE-GARZ%C3%93N%20DAYANA.pdf>
- Evelyn Alcocer Cabezas, D. A. (2020). Sistemas productivos locales en el Comercio Justo. Un estudio en el área rural del Ecuador. *Revista perspectivas*, 103-118.
- Gastelo, M. (2021). *Competencia desleal en las actividades empresariales de municipalidades peruanas: criterios para evitar su comisión en aplicación del principio de subsidiariedad [Tesis de licenciatura, Universidad Católica Santo Toribio De Mogrovejo]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12423/4092>
- Gomez, S. (2019). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. Ma. Eugenia Buendía López. doi:[https://dspace.itsjapon.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/735/1/Metodologia\\_de\\_la\\_investigacion.pdf](https://dspace.itsjapon.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/735/1/Metodologia_de_la_investigacion.pdf)
- Mayorga, J., & Martínez, C. (2008). Paul Krugman y el nuevo Comercio Internacional. *Criterio libre*, 73-86.
- Medina, C. N., & Segura, S. M. (2022). *Responsabilidad Social Empresarial y desarrollo sostenible: reflexiones desde la ética aplicada.[Tesis de licenciatura, Universidad Privada Del Norte]*. Repositorio Institucional UPN.
- Morazán, P. (2021). Teoría y práctica del desarrollo sostenible. *Revista Perspectivas del Desarrollo*, 302-313.
- Ostos, E., & Guzmán, S. (13 de Enero de 2024). *CERTIFICACIÓN DE COMERCIO JUSTO Y SU IMPACTO EN LA*. Obtenido de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/672418/Ostos\\_SE.pdf?sequence=1](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/672418/Ostos_SE.pdf?sequence=1)

- Rosero, S., Pillajo, J., & Cuzco, S. (2023). Impacto de la página web en la promoción y comercialización de rosas de pequeños productores del cantón Pedro Moncayo (Ecuador) en el mercado internacional. *Estudios de la Gestión: Revista Internacional de Administración*(14). doi: <https://doi.org/10.32719/25506641.2023.14.1>
- Sánchez, A., & Murillo, A. (2021). Enfoques metodológicos en la investigación histórica: cuantitativa, cualitativa y comparativa. *Debates por la historia*, 9(2). doi:<https://doi.org/10.54167/debates-por-la-historia.v9i2.792>
- Tarapues, W. (2023). *Repositorio de la Upec*. Obtenido de “Impacto del Comercio Justo en los productores frutícolas de la provincia de Imbabura: <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/1856/1/593-%20TARAPUES%20MONTTOYA%20WENDY%20SULAY.pdf>
- Urzola, A. P. (2020). Métodos inductivo, deductivo y teoría de la pedagogía crítica. *Revista Crítica Transdisciplinar*, 36-42.
- Villarreal, J., & García, M. (2022). La aplicación de entrevistas semiestructuradas en distintas modalidades durante el contexto de la pandemia. *Revista Científica Hallazgos*, 7(1), 52-60.
- Aguilar, J. B., Avalos, V. G., Moncayo, Y. P., & Carrión, M. V. (2021). “Comercio Justo una opción estratégica para mejorar el sistema de comercialización.” *Investigación & Negocios*, 14(23), 49. <https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.127>
- Alonso, V. (2021). “El comercio internacional de armamento y las ventajas comparativas.” *Revista de Estudios En Seguridad Internacional*, 7(2), 83–104. <https://doi.org/10.18847/1.14.5>
- Aranda, M. L., Castro, E. de J., Díaz, D., Herrera, D. Q. ente D., Velarde, E. M., Azabache, C. A., & Moscoso, J. R. (2023). “Sustainable development and fair trade. A systematic review of the main research published between 2010-2022.” *Proceedings of the LACCEI International Multi-Conference for Engineering, Education and Technology*, 1. <https://doi.org/10.18687/laccei2023.1.1.209>
- Carbajal, R. V. (2020). “*METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA /DOCUMENTAL.*” <https://hdl.handle.net/11592/9845>


- Cedeño, J., & Benavides, A. (2019). “Estudio de caso: Diamante de la Competitividad de Porter y la ventaja competitiva del sector hotelero del Cantón Santa Elena - Provincia de Santa Elena.” *REVISTA CIENCIAS PEDAGÓGICAS E INNOVACIÓN*, 7(1), 44–50. <https://doi.org/10.26423/rcpi.v7i1.276>
- Chávez, D. F., & Morocho, L. I. (2021). “*Impacto del Comercio Justo en el sector florícola exportador del Cantón Cayambe, periodo 2010- 2019*” [Tesis de Grado, Universidad de las Fuerzas Armadas]. <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/23751>
- Chichande, N. I., Morán, K. A., Enderica, H. O., & Pizarro, K. H. (2024). “Análisis de la evolución de las exportaciones de rosas del Ecuador – Perú y su participación en los mercados internacionales en los años 2018 - 2022.” *593 Digital Publisher CEIT*, 9(2), 652–667. <https://doi.org/10.33386/593dp.2024.2.2343>
- eco bussines Fund S.A. (2021). *Sello de Certificación de Comercio Justo FAIRTRADE*. [www.ecobusiness.fund](http://www.ecobusiness.fund)
- Enríquez, K., & Garzón, D. (2021). “*El comercio justo como herramienta de competitividad del Sector Artesanal a base de totora de la Provincia de Imbabura y el fomento a las exportaciones* ” [Tesis de Grado, Universidad Politécnica Estatal del Carchi]. <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/1163>
- Fueltala, D. M., & Pozo, J. C. (2022). “*El Comercio Justo como alternativa de comercialización internacional para el sector textil artesanal de la Provincia de Imbabura*” [Tesis de Grado, Universidad Politécnica Estatal del Carchi]. <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/2322>
- Granda, M. A., Lascano, E. E., Naranjo, F. G., & Torres, O. J. (2024). “La evolución económica de la floricultura en el Ecuador.” *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v11i2.4035>
- Lalanne, Á., & Sanchez, G. (2020). *Evaluación del impacto de acuerdos comerciales: metodologías, experiencias internacionales y aplicaciones para el caso uruguayo*. [www.cepal.org/apps](http://www.cepal.org/apps)

- León, Á. M. (2019). “*Certificación en comercio justo y el bienestar social de los pequeños productores*” [Tesis de Maestría, Instituto Politécnico Nacional]. [http://literatura.ciidiroaxaca.ipn.mx:8080/xmlui/handle/LITER\\_CIIDIROAX/412](http://literatura.ciidiroaxaca.ipn.mx:8080/xmlui/handle/LITER_CIIDIROAX/412)
- Maigua, J. F. (2023). “*Plan de negocio para la comercialización y exportación de rosas a Estados Unidos*” [Tesis de Maestría, Universidad Técnica de Cotopaxi]. <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/9988>
- Medina, C. N., Segura, S. M., & Obando, E. C. (2022). “Responsabilidad Social Empresarial y desarrollo sostenible: reflexiones desde la ética aplicada.” *Revista de Filosofía (Venezuela)*, 39(100), 409–420. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5990284>
- Mejía, M. (2020). *Oportunidades de mercados internacionales para la comercialización de café MEGF golondrinas de la parroquia de Maldonado* [[Tesis de grado, en Ingeniería en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional]. Universidad Politécnica Estatal del Carchi]. <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/929>
- Morazán, P. (2021). “Teoría y práctica del desarrollo sostenible.” *Revista Perspectivas Del Desarrollo*, 6(1), 302–313. <https://doi.org/10.5377/rpdd.v6i1.12452>
- Moreira, J., & Mendoza, V. (2021). Negociación digital Internacional y sus procesos. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5, 2647–2660. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v5i3.480](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i3.480)
- Muñiz, L. P., Vinuesa, M. L., Ayón, G. I., & Curimilma, O. A. (2019). “El comercio justo como alternativa para desarrollar estrategias en beneficio de los productores.” *Dominio de Las Ciencias*, 5(3), 589. <https://doi.org/10.23857/dc.v5i3.954>
- Ramos, C. (2020). “Alcances de una investigación.” *CienciAmérica*, 9(3), 1–6. <https://doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Sánchez, A. A., & Murillo, A. (2021). *Enfoques metodológicos en la investigación histórica: cuantitativa, cualitativa y comparativa*. *Debates por la Historia*. <https://orcid.org/0000-0002-5708-428X>


- Suque, J. V., & Zurita, D. M. (2021). “Sistema de negociación en el comercio internacional de rosas, período 2019-2020.” *Yura: Relaciones Internacionales*. <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/24467>
- Tarapues, W. S. (2023). “*Impacto del Comercio Justo en los productores frutícolas de la provincia de Imbabura y su internacionalización*” [Tesis de Grado, Universidad Politécnica Estatal del Carchi]. <http://repositorio.upec.edu.ec/handle/123456789/1856>
- Urzola, A. (2020). “*MÉTODOS INDUCTIVO, DEDUCTIVO Y TEORÍA DE LA PEDAGOGÍA CRÍTICA*.” 3(Revista Crítica Transdisciplinar). <http://www.gestiopolis.com/organizacion-talento/falsacionismo-refutacionismo-principio-falsabilidad.htm>
- Villarreal, J., & García, M. (2022). “*La Aplicación de Entrevistas Semiestructuradas en Distintas Modalidades Durante el Contexto de la Pandemia*.” 7(Revista Científica Hallazgos21). <http://revistas.pucese.edu.ec/hallazgos21/>
- Yulan, H., Garcia, J., Medina, D., & Limones, A. (2021). “Analysis of rose exports to the U.S. and their impact on ecuadorian GDP period 2015-2019.” *Universidad Ciencia y Tecnología*, 25(111), 78–84. <https://doi.org/10.47460/uct.v25i111.518>

## VII. ANEXOS

### Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**  
**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**  
**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**  
**RÚBRICA DE EVALUACIÓN DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR CON ENFOQUE EN INVESTIGACIÓN**




<b>ESTUDIANTE:</b>	CONLAGO VELASCO MARHURY SIOMARA	<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	1754394151
<b>PERIODO ACADÉMICO:</b>	2025A	<b>FECHA:</b>	8 de mayo de 2025
<b>PERIODO ACADÉMICO:</b>	2025A	<b>NORA:</b>	15:00
<b>PRESIDENTE TRIBUNAL:</b>	MSC. GALO FERNANDO ALMEIDA CASANOVA	<b>DOCENTE TUTOR:</b>	MSC. OFELIA BEATRIZ REALPE DELGADO
<b>DOCENTE:</b>	MSC. LORENA ELIZABETH RUANO ENRIQUEZ	<b>AULA:</b>	I EDIFICIO DE AULAS: AUDIOVISUALES
<b>TEMA DEL TIC:</b>	"ANÁLISIS DEL IMPACTO DEL COMERCIO JUSTO EN LA COMERCIALIZACIÓN INTERNACIONAL DE ROSAS EN EMPRESAS FLORICOLAS DE CAYAMBE, PERIODO 2020 - 2023"		


No.	CATEGORÍA	CRITERIO ÓPTIMO DE EVALUACIÓN	PRESIDENTE TRIBUNAL	DOCENTE TUTOR	DOCENTE
SUSTENTACIÓN ORAL DEFENSA	1	PROBLEMA - OBJETIVOS	Se expone el planteamiento, formulación y justificación, los objetivos son expuestos como sistémicos para alcanzar el objetivo general; las preguntas de investigación aportan a entender lo que se quiere investigar y son coherentes con los objetivos.		
	2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	Es un marco de referencia para el desarrollo e interpretación de los resultados de la investigación. Los antecedentes investigativos incluidos tienen relación con el tema planteado.		
	3	METODOLOGÍA	El estudiante explicó el enfoque de la investigación de manera lógica al análisis estadístico, la población, muestra, técnicas e instrumentos presentados, permitiendo entender que el informe es consistente en resultados y discusión.		
	4	RESULTADOS	Se analizó la relación entre las variables de manera cualitativa, cuantitativa y fueron representativas a la profesión. Espuso gráficos, figuras, tablas de frecuencia y contingencia coherentes y de acuerdo a la metodología de investigación. Los datos fueron presentados de forma clara y efectiva a lo observado y no se hacen interpretaciones.		
	5	DISCUSIÓN	La discusión expuesta y defendida establece la relación de los objetivos propuestos, con los antecedentes de la investigación y el tema.		
	6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	Las conclusiones y recomendaciones expuestas, son claras, concisas y acorde a los objetivos y resultados de la investigación.		
	7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	El estudiante demostró conocimiento y seguridad del objeto de estudio. Relacionó conceptos y teorías. El vocabulario utilizado fue acorde a la terminología de la profesión con un volumen de voz adecuado. Hizo un uso correcto del tiempo. Utilizó recursos didácticos apropiados.		
<b>PROMEDIO SOBRE SIETE</b>				5,60	
DOCUMENTO ESCRITO	8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	El formato, la organización de contenidos, redacción, uso de gramática y ortografía, aplicación de normas de citas y referencias cumplen con el formato de la UPEC.		
	<b>PROMEDIO SOBRE TRES</b>				2,40
					<b>8,00</b>

**Art. 64.- De la aprobación de la pre-defensa del Informe final de TIC.-** El estudiante deberá obtener una nota mínima de 7/10; al finalizar el proceso de pre-defensa se procederá a levantar el acta correspondiente. En el caso de aprobar con observaciones el estudiante deberá adjuntar el Informe final de cumplimiento de observaciones y recomendaciones emitido por el Tribunal previo a la defensa final en un término máximo de 10 días.


**Art. 67.- De la no aprobación de la pre-defensa del TIC.-** Si el estudiante no aprueba la pre-defensa tendrá un término de 30 días para realizar los cambios y presentarse por una sola ocasión a una segunda pre-defensa, para ello entregará la solicitud dirigida a la Dirección de Carrera. Si el estudiante en la pre-defensa adicional no alcanza la nota establecida para su aprobación, deberá solicitar por una sola ocasión el cambio de opción de titulación.



MSC. OFELIA BEATRIZ REALPE DELGADO  
DOCENTE TUTOR



MSC. GALO FERNANDO ALMEIDA CASANOVA  
PRESIDENTE TRIBUNAL



MSC. LORENA ELIZABETH RUANO ENRIQUEZ  
DOCENTE

## Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas



### UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI- FOREIGN AND NATIVE LANGUAGES CENTER

#### Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

**Autor:** Conlago Velasco Marshury Siomara

**Fecha de recepción del abstract:** Jueves, 10 de abril de 2025

**Fecha de entrega del informe:** Martes, 22 de abril de 2025

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

#### Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según la rúbrica de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9; por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



MA. Martha Viveros  
Docente responsable del  
CIDEN



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN AND  
NATIVE LANGUAGES CENTER

<b>ABSTRACT- EVALUATION SHEET</b>				
<b>NAME:</b> Conlago Velasco Marshury Siomara				
<b>DATE:</b> Martes, 22 de abril de 2025				
<b>Topic:</b> "Análisis del impacto del comercio justo en la comercialización internacional de rosas en empresas florícolas de Cayambe periodo 2020-2023."				
<b>MARKS AWARDED</b>		<b>QUANTITATIVE AND QUALITATIVE</b>		
<b>VOCABULARY AND WORD USE</b>	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>WRITING COHESION</b>	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>ARGUMENT</b>	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>CREATIVITY</b>	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>SCIENTIFIC SUSTAINABILITY</b>	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>TOTAL/AVERAGE</b>	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED		<b>TOTAL 9</b>	

### Anexo 3. Oficio dirigido a la ingeniera de Hojaverde Cia. Ltda



Oficio N° UPEC-FCIIAEE-2024-0343-Of  
Tulcán, 7 de octubre de 2024

Ingeniero  
Eduardo Letort  
**GERENTE EMPRESA FLORICOLA HOJA VERDE**

**Asunto:** Solicitud de información para desarrollar el trabajo de Integración Curricular – CONLAGO VELASCO (CE)

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi UPEC, especialmente de la Facultad de Comercio Internacional Integración, Administración y Economía Empresarial – FCIIAEE; a la vez que le deseamos éxitos en las funciones que usted acertadamente desempeña.

Por medio del presente me permito solicitar de la manera más comedida se autorice a la señorita CONLAGO VELASCO MARSHURY SIOMARA portadora de la cédula de ciudadanía N° 1754394151, estudiante de octavo nivel de la carrera de Comercio Exterior, a aplicar entrevista y realizar visita técnica a fin de obtener datos e información que le permita desarrollar el Trabajo de Integración Curricular denominado "**Análisis del Impacto del Comercio Justo en la Comercialización Internacional de rosas en empresas florícolas de Cayambe, período 2020-2023**". En virtud de lo antes mencionado me permito indicar que la información obtenida se utilizará con fines estrictamente académicos.

Por la atención que se digne dar al presente anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,



MSc. Marcelo Cahuasquí  
**DECANO DE LA FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,  
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**  
"Educar para transformar el mundo"

Sandra H.  
07/10/2024

Calle Antisana y Av. Universitaria  
Telf: (06) 2980837 - 2984435  
info@upec.edu.ec  
www.upec.edu.ec  
Tulcán - Ecuador

**Anexo 4.** Oficio enviado a la ingeniera de Quality Service S. A.



Oficio N° UPEC-FCIIAEE-2024-0295-Of  
Tulcán, 23 de julio de 2024

Licenciada  
Miriam Dávila  
**EMPRESA QUALISA**

**Asunto:** Solicitud de información para desarrollar trabajo de integración curricular –  
CONLAGO (CE)

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo de quienes conformamos la comunidad universitaria de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi UPEC, a la vez que le deseamos éxitos en las funciones que usted acertadamente desempeña.

Por medio del presente me permito solicitar de la manera más cordial se autorice a CONLAGO VELASCO MARSHURY SIOMARA portadora de la cédula de ciudadanía N° 1754394151, estudiante de la carrera de Comercio Exterior, a realizar entrevistas y obtener información que le permita desarrollar el Trabajo de Integración Curricular denominado "Análisis del impacto del Comercio Justo en la Comercialización Internacional de rosas en empresas florícolas de Cayambe, periodo 2020-2023". En virtud de lo antes mencionado me permito indicar que la información obtenida se utilizará con fines estrictamente académicos.

Por la atención que se digne dar al presente anticipo mi agradecimiento.

Atentamente,



MSc. Marcelo Cahuasquí  
**DECANO DE LA FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,  
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**  
"Educamos para transformar el mundo"

Sandra P.  
23/07/2024

Calle Antisana y Av. Universitaria  
Telf: (06) 2980837 - 2984435  
info@upec.edu.ec  
www.upec.edu.ec  
Tulcán - Ecuador

## Anexo 5. Entrevista y visita técnica en la empresa florícola Hojaverde Cia. Ltda



### Universidad Politécnica Estatal del Carchi

Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

#### Carrera de Comercio Exterior

#### Entrevista

Mi nombre es Marshury Siomara Conlago Velasco estudiante de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de la carrera de Comercio Exterior. El objetivo de la entrevista es recopilar información para el desarrollo del trabajo de investigación que tiene como tema: **“Análisis del impacto del Comercio Justo en la Comercialización Internacional de rosas en empresas florícolas de Cayambe, período 2020 - 2023”**.

Toda la información que se proporcione a través de esta entrevista será confidencial y con fines netamente académicos.

#### Introducción

1. ¿Cómo definiría usted el concepto de comercio justo en el contexto de la industria florícola?

El comercio justo para nuestro sector se define como un modelo comercial ético y sostenible que busca asegurar que todas las partes involucradas en la producción y comercialización de rosas operen bajo prácticas justas. Esto incluye garantizar precios justos para los productores, condiciones laborales dignas para los trabajadores, respeto por el medio ambiente y la implementación de prácticas sostenibles a lo largo de la cadena de suministro.

Es un enfoque que no solo prioriza la calidad del producto sino también el bienestar social y económico de las comunidades productoras, la transparencia en las transacciones y la promoción de la equidad de género y oportunidades de desarrollo local. En resumen, en la industria florícola, el comercio justo implica cultivar y comercializar flores de manera



responsable, asegurando que los beneficios de la producción se distribuyan de forma justa y que los impactos sociales y ambientales sean positivos.

### **Motivación para la certificación**

2. ¿Qué los motivó como empresa a obtener la certificación de Comercio Justo y desde hace cuánto tiempo la tienen?

Hojaverde desde su filosofía empresarial buscaba alinearse con principios éticos y sostenibles, promoviendo prácticas justas y transparentes a lo largo de toda su cadena de suministro. La motivación principal fue mejorar las condiciones de vida de los trabajadores, acceder a nuevos mercados y cumplir con las expectativas de clientes.

Una de las primeras certificaciones que obtuvo Hojaverde fue Fairtrade, hace 21 años, con el objetivo de fortalecer la responsabilidad social de la empresa, mejorar el bienestar de los trabajadores y diferenciarse en mercados internacionales que demandan productos socialmente responsables.

### **Principios y aplicación del Comercio Justo**

3. ¿Cuáles son los principios fundamentales del comercio justo y cómo aplican en la empresa florícola?

Los principios fundamentales del comercio justo incluyen precios justos, condiciones laborales dignas, respeto por el medio ambiente, y transparencia y responsabilidad. Estos principios se aplican en nuestra empresa a través de políticas internas, salarios justos, condiciones laborales seguras y llevar a cabo prácticas de producción sostenibles para minimizar el impacto ambiental. Además, desarrollamos proyectos sociales en beneficio de nuestros trabajadores, sus familias y la comunidad en general.

4. ¿Qué porcentaje de las rosas producidas por la empresa se exporta bajo el sello de comercio justo?



Toda nuestra producción se basa en los principios del comercio justo (Fairtrade). Sin embargo, al momento de la venta, aproximadamente un 25% de se destina a clientes Fairtrade, el resto de los productos se despacha a diferentes mercados a nivel mundial.

5. ¿Cómo se asegura la empresa de que se cumplan los principios del comercio justo en toda su cadena de suministro?

En nuestra empresa integramos los criterios de certificación en cada uno de los procesos, realizamos auditorías internas de manera periódica para asegurar el cumplimiento de todas las normativas asociadas a la certificación. Además, anualmente recibimos auditorías externas por parte del ente certificador, FLOCERT, que evalúa los criterios de la certificación a lo largo de todo el proceso empresarial. Esto nos permite verificar que cumplimos con los principios del comercio justo.

Adicionalmente, contamos con el apoyo de CLAC, una organización que opera en América Latina y el Caribe, brindando soporte a las organizaciones certificadas. Esta asesoría nos ayuda a capacitar e implementar de manera efectiva los principios y normativas establecidos por la certificación.

### **Impacto del Comercio Justo**

6. ¿Qué impacto ha percibido con la certificación de Comercio Justo a nivel económico, social y ambiental en el periodo 2020-2023?

#### **Económico**

En los últimos tres años, el impacto a nivel económico ha sido importante, especialmente gracias a la fidelidad y contratos fijos que mantenemos con nuestros clientes certificados.

#### **Social**



En el ámbito social, las condiciones laborales han mejorado gracias a los beneficios propios de la Empresa y a los proyectos de carácter social que están dirigidos al personal, su familia y las Comunidades.

### **Ambiental**

En este ámbito hemos logrado reducir el impacto ambiental mediante la disminución en el uso de varios pesticidas, de acuerdo con la restricción de la normativa de Fairtrade, la cual se actualiza continuamente, también hemos realizado una importante inversión en un propio laboratorio dedicado a la producción de microorganismos benéficos. Estos microorganismos nos ayudan a disminuir el uso de pesticidas, promoviendo prácticas agrícolas más sostenibles, así como la colocación de paneles solares.

7. ¿Cómo ha evolucionado el impacto del comercio justo en la empresa florícola desde 2020 hasta 2023?

Durante este periodo, hemos observado una evolución significativa en el impacto que se genera mediante el comercio justo, impulsado por el crecimiento de Hojaverde. Anteriormente, nuestra organización contaba con una sola finca con aproximadamente 260 trabajadores. A finales del año 2022 la empresa se fusionó con 2 empresas más y actualmente son cuatro fincas, con aproximadamente 650 empleados. Este crecimiento nos permite llegar a muchos más beneficiarios de todos los proyectos y beneficios de esta certificación.

### **Impacto en las condiciones laborales**

8. ¿De qué manera ha impactado el Comercio Justo en las condiciones laborales de los trabajadores de la empresa florícola?

La certificación de Comercio Justo sin duda genera diferentes impactos especialmente en lo que respecta a las condiciones laborales de nuestros trabajadores. Esta certificación garantiza que se cumplan estándares en seguridad laboral y salarios justos. Además, permite



implementar proyectos que brindan a nuestros empleados acceso a diversos beneficios, como apoyo para la educación del trabajador y de sus hijos, atención a la salud, actividades de integración y recreación, mejoramiento de las condiciones de vivienda, acceso a productos de primera necesidad, así como asistencia en casos de calamidades domésticas.

Uno de los criterios a resaltar de esta certificación es el derecho de los trabajadores a disfrutar de 21 días de vacaciones, a diferencia con lo establecido en la legislación nacional que establece solo 15 días. Esto refleja nuestro firme compromiso con el bienestar de nuestros empleados, al proporcionarles condiciones laborales superiores desde el momento de su incorporación a la empresa

#### **Acceso a nuevos mercados**

9. ¿Qué oportunidades ha creado el Comercio Justo para la empresa florícola en términos de acceso a nuevos mercados?

La certificación permite a la empresa acceder a mercados europeos y norteamericanos certificados, mismos que valoran profundamente las prácticas éticas y sostenibles. Gracias a esta certificación, la empresa ha logrado establecer y gestionar contratos con clientes que llegan a consumidores finales que al adquirir una flor certificada buscan contribuir con proyectos sociales y ambientales para los trabajadores y las comunidades donde se producen. Así, aun cuando el precio de la flor sea superior, el cliente es consciente del impacto positivo que genera al formar parte de esta cadena de valor.

10. ¿Qué papel juegan las certificaciones de Comercio Justo en su estrategia de diferenciación y competitividad en el mercado internacional?

Con esta certificación, la empresa se distingue en el mercado internacional de flores, destacando su compromiso con prácticas sostenibles y de responsabilidad social. Esto no solo resalta la calidad de nuestras flores, sino que también atrae a un grupo de clientes que valora



estos principios. La sostenibilidad se convierte en un factor decisivo para su preferencia por nuestros productos.

En el caso de Hojaverde, la calidad de la flor juega un papel fundamental, y contar con la certificación nos posiciona de manera competitiva. Existen mercados específicos que buscan productos sostenibles, y gracias a esta certificación, podemos acceder a esos nichos de mercado que priorizan la sostenibilidad.

### **Ejemplos de impacto positivo**

11. ¿Podría compartir algunos ejemplos concretos del impacto positivo que ha obtenido la empresa como resultado de implementar el comercio justo?

Un ejemplo relevante es el sistema de contratos anuales, los cuales se renuevan periódicamente. De las ventas que se realizan a estos clientes certificados nos retorna de manera mensual el 10% del precio de cada tallo vendido, dinero que recibe la organización de trabajadores. Este dinero considerado la prima Fairtrade se destina a programas sociales, ambientales y comunitarios.

Para la administración de estos recursos, contamos con un comité de prima Fairtrade que está legalmente constituido bajo la razón social de Corporación Florsabi. Esta organización, dirigida por los trabajadores, es responsable de gestionar los fondos y ejecutar los proyectos. El directorio se elige democráticamente entre el personal operativo, aunque también contamos con la asesoría del personal administrativo, que incluye delegados de gerencia y un oficial de Fairtrade. Si bien el personal administrativo asesor no tiene voto en las decisiones del directorio, sí tiene voz para orientar el adecuado manejo de los fondos y asegurar el cumplimiento de los objetivos y la normativa de la certificación.

Realizamos un plan anual de proyectos, que se desarrolla a partir de encuestas de necesidades realizadas a los trabajadores. A partir de estas encuestas, surgen necesidades que se plasman en proyectos que se ejecutan a lo largo del año, beneficiando a los trabajadores y sus familias.



La Corporación Florsabi es una entidad social sin fines de lucro, con un directorio y un representante legal. Realiza su gestión contable y administrativa, cumple todas las obligaciones de ley y anualmente se somete a una auditoría financiera externa.

#### **Demanda internacional**

12. ¿Cómo ha influido la certificación de Comercio Justo en la demanda internacional de rosas de la empresa florícola?

Actualmente, estamos en una tendencia creciente hacia la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente. Esto ha llevado a una mayor aceptación de productos sostenibles, que se caracterizan por una producción responsable tanto desde el punto de vista social como ambiental.

#### **Precios y rentabilidad**

13. ¿En qué medida ha influido el incremento de los precios de las exportaciones de rosas de la empresa con la certificación de Comercio Justo?

Esta certificación permite vender las rosas a un precio ligeramente superior en comparación con productos no certificados, lo que contribuye a aumentar la rentabilidad. Además, establece una distinción con los clientes que no optan por flores certificadas. Un beneficio adicional es el retorno del 10% de las ganancias destinado a la ejecución de proyectos sociales y ambientales.

14. ¿Ha habido un impacto significativo en los ingresos y la rentabilidad de la empresa desde la certificación?

Desde que se obtuvo la certificación, la gestión de contratos fijos con los clientes ha demostrado ser muy beneficiosa. Esto no solo contribuye significativamente a nuestros ingresos, sino que también mejora nuestra rentabilidad. Además, al establecer un costo



diferenciado en la venta de productos, podemos competir de manera más efectiva con clientes que no cuentan con certificación Fair Trade.

### **Percepción de clientes internacionales**

15. ¿Cómo perciben sus clientes internacionales la certificación de Comercio Justo?

Los clientes internacionales valoran la certificación, considerándola un sello de confianza y calidad. Además, prefieren este tipo de rosas porque aprecian el compromiso con la ética y la sostenibilidad. Este enfoque contribuye a mejorar las condiciones de vida de los trabajadores en las empresas donde se produce el producto.

16. ¿Qué estrategias de marketing utiliza la empresa para promover sus rosas de Comercio Justo?

Nosotros llevamos a cabo campañas de marketing y aprovechamos al máximo nuestra página web. Además, participamos en ferias internacionales que enfatizan la importancia de la certificación de comercio justo y otras acreditaciones relacionadas con nuestra responsabilidad social y ambiental. En estos espacios, buscamos resaltar la historia detrás de la producción de flores, así como el impacto positivo que generamos en el apoyo social, comunitario y ambiental.

### **Valor de la marca**

17. ¿Considera que la certificación ha agregado valor a su marca? ¿De qué manera?

La certificación de Comercio Justo aporta un significativo valor a nuestra marca como "Hoja Verde", posicionándola entre las empresas líderes en sostenibilidad y responsabilidad social. Esta certificación se fundamenta en principios y criterios que abordan estos temas de manera integral, lo que se traduce en un mayor reconocimiento y prestigio para nuestra marca y nuestra empresa.



### **Desafíos y oportunidades**

18. ¿Qué desafíos y oportunidades enfrenta la empresa florícola para seguir posicionando las rosas de Comercio Justo en el mercado internacional?

Uno de los principales desafíos que enfrentamos en Hojaverde es mantener nuestra competitividad en precios frente a las flores no certificadas. Atraer a un grupo de clientes que valore aspectos más allá del precio, como la responsabilidad social, es fundamental. Aunque existe un mercado que ya hemos logrado captar, la competencia local con precios significativamente más bajos de flores no certificadas representa un reto importante. Sin embargo, esta situación también presenta una oportunidad: el crecimiento de la demanda de productos sostenibles y éticos nos permite consolidar nuestra presencia en el mercado entre aquellos clientes que buscan flores con certificación de comercio justo.

### **Retos para la certificación**

19. ¿Cuáles son los principales retos que enfrenta la empresa florícola para acceder a la certificación del comercio justo?

Hojaverde cuenta con una amplia trayectoria en el ámbito de la certificación. Un aspecto fundamental que considerar son los costos iniciales que una empresa debe asumir para cumplir con los estándares y requisitos necesarios para obtener la certificación. Este proceso implica la adaptación de los procedimientos internos para asegurar el cumplimiento de todos los criterios establecidos, lo cual requiere una inversión considerable. Además, es esencial fomentar una cultura empresarial que integre estos principios y criterios de comercio justo en la rutina diaria de la organización.

Mantener esta certificación conlleva ciertas restricciones, como la prohibición del uso de ciertos agroquímicos y el cumplimiento de exigencias relacionadas con los beneficios



laborales. Por ello, las empresas deben realizar inversiones significativas para poder sostener la certificación a largo plazo.

**Futuro del Comercio Justo en la industria florícola:**

20. ¿Cuáles son las perspectivas de la empresa para el futuro del Comercio Justo en la industria florícola de Cayambe?

Se espera que el comercio justo siga adquiriendo relevancia en la industria florícola, no solo en Cayambe, sino en todo Ecuador. Sería ideal que más empresas se interesaran en obtener esta certificación, lo que les permitiría mejorar sus prácticas sostenibles. De este modo, el impacto de los beneficios generados podría ser más amplio, alcanzando a un mayor número de personas y comunidades. Además, esto nos brindaría la oportunidad de acceder a más mercados con productos éticos, destacando así nuestro gremio floricultor a nivel nacional.

21. ¿Qué recomendaciones daría a otras empresas florícolas que estén considerando implementar prácticas de Comercio Justo?

Se recomienda que consideren la certificación de comercio justo como una inversión a largo plazo. Deben enfocarse en ella desde la perspectiva de la filosofía empresarial, adoptando una cultura que promueva el cambio en todo el sector, beneficiando tanto a nuestros trabajadores como a nuestras comunidades. Al sumarnos a la iniciativa de ser empresas socialmente responsables, debemos ir más allá de la búsqueda de rentabilidad inmediata y centrarnos en el impacto positivo que podemos generar. Es crucial que pensemos en el legado que dejaremos para las futuras generaciones y en los beneficios a largo plazo que este tipo de certificación puede proporcionar, superando así la preocupación por los costos y los cambios que implica.



### AGRADECIMIENTO

Agradezco sinceramente a la Ingeniera **Sofia Álvarez** por su tiempo y disposición para participar en esta entrevista, contribuyendo con sus valiosos conocimientos y experiencia en el sector florícola. Su aporte resulta fundamental para el desarrollo de mi investigación titulada "*Análisis del impacto del Comercio Justo en la Comercialización Internacional de rosas en empresas florícolas de Cayambe, período 2020 - 2023*".

Su colaboración es un elemento clave en el análisis de esta temática y en la generación de información relevante para el estudio. Expreso mi gratitud por su apoyo y compromiso con la difusión del conocimiento.

Marshury Conlago

**Entrevistadora.**

Ingeniera. Sofia Álvarez

**Entrevistada.**

Hojaverde Cia. Ltda



## Anexo 6. Entrevista y visita técnica en la empresa florícola Quality Service S. A



### Universidad Politécnica Estatal del Carchi

Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

#### Carrera de Comercio Exterior

#### Entrevista

Mi nombre es Marshury Siomara Conlago Velasco estudiante de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de la carrera de Comercio Exterior. El objetivo de la entrevista es recopilar información para el desarrollo del trabajo de investigación que tiene como tema: **“Análisis del impacto del Comercio Justo en la Comercialización Internacional de rosas en empresas florícolas de Cayambe, periodo 2020 - 2023”**.

Toda la información que se proporcione a través de esta entrevista será confidencial y con fines netamente académicos.

#### Introducción

1. ¿Cómo definiría usted el concepto de comercio justo en el contexto de la industria florícola?

El Comercio Justo surgió en Europa y se propuso como un modelo a seguir en Sudamérica. Aunque la región ha avanzado en la implementación de estos estándares, aún persisten desafíos que dificultan alcanzar los objetivos planteados en su totalidad. Sin embargo, esta iniciativa ha demostrado ser una herramienta valiosa para promover prácticas comerciales más justas y equitativas.

#### Motivación para la certificación

2. ¿Qué los motivó como empresa a obtener la certificación de Comercio Justo y desde hace cuánto tiempo la tienen?



La certificación social que ostentamos es un legado de la administración anterior, Qualisa 2 y 3, quienes la obtuvieron hace aproximadamente siete años. Esta certificación, fuertemente influenciada por el enfoque europeo del antiguo propietario holandés, se caracterizó por una amplia gama de proyectos sociales, como la guardería en Qualisa 3, que funcionó hasta el inicio de la pandemia.

Al asumir la administración, Elite Flowers decidió mantener y fortalecer esta certificación, identificando la necesidad de cubrir las carencias sociales de nuestros colaboradores. Así, hemos continuado impulsando proyectos enfocados en educación y salud, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de nuestra gente y cumplir con los estándares sociales exigidos por el mercado.

### **Principios y aplicación del Comercio Justo**

3. ¿Cuáles son los principios fundamentales del comercio justo y cómo aplican en la empresa florícola?

#### **Bienestar de los trabajadores**

Explicó que esta certificación asegura el respeto a los derechos laborales, lo que incluye la limitación de las horas de trabajo, la garantía de días de descanso adecuados y el pago justo. Estos derechos son fundamentales y no pueden ser vulnerados."

#### **Ambiental**

En cuanto al medio ambiente, el comercio justo prohíbe el uso de ciertos productos químicos peligrosos y fomenta prácticas sostenibles. Existe un listado específico de productos químicos prohibidos, lo que representa una limitación importante, especialmente para las regiones que aún utilizan estos químicos, como ocurre en algunos países sudamericanos. Aunque en Europa estos productos están en proceso de prohibición, en Sudamérica aún se utilizan. Sin embargo, al obtener la certificación de comercio justo, se debe reducir o eliminar



el uso de estos productos químicos prohibidos, ajustándose a los estándares ambientales más estrictos.

### **Prima**

En relación con la prima del comercio justo, esta debe ser utilizada para financiar proyectos con un objetivo social que beneficien a los trabajadores. En lugar de distribuir la prima como un bono económico directo, se debe emplear en iniciativas concretas, como proyectos de desarrollo comunitario o en bienes tangibles que aporten valor a los trabajadores y sus familias.

4. ¿Qué porcentaje de las rosas producidas por la empresa se exporta bajo el sello de comercio justo?

En nuestro grupo de siete fincas, solo dos están certificadas como Fair Trade. Los volúmenes de venta de productos Fair Trade representan aproximadamente el 10% o el 15% de la producción total. Esta proporción es relativamente pequeña, ya que el mercado para productos Fair Trade en nuestra región sigue siendo limitado.

5. ¿Cómo se asegura la empresa de que se cumplan los principios del comercio justo en toda su cadena de suministro?

Para poder vender productos con la certificación Fairtrade, es imprescindible que el comprador también cuente con esta certificación. Esto implica que, en el extranjero, el comprador debe cumplir con los estándares establecidos por Fairtrade. Sin embargo, en la práctica, nuestra certificación no abarca toda la cadena de suministro, ya que no exigimos que nuestros proveedores locales, como los de mallas, plástico, mantenimiento de bombas y transporte, cuenten con esta certificación. Aunque los compradores externos deben ser Fairtrade y cumplir con rigurosas auditorías e inspecciones, nosotros solo podemos garantizar



el cumplimiento de los estándares a través de la relación con el comprador y no directamente en toda la cadena de suministro. A nivel nacional, nos aseguramos de que los proveedores cumplan con otros criterios, como los derechos laborales, mediante listas de verificación, pero no a través de una certificación formal.

### **Impacto del Comercio Justo**

6. ¿Qué impacto ha percibido con la certificación de Comercio Justo a nivel económico, social y ambiental en el periodo 2020-2023?

#### **Económico**

La certificación Fairtrade no ofrece un incremento directo en el precio por tallo. No es que el sello Fairtrade garantice que te pagarán 45, 50 o 60 centavos adicionales por cada tallo. En realidad, no proporciona un beneficio económico adicional para la empresa en términos de precio. Esto podría deberse a que no contamos con los mismos clientes que otras fincas, las cuales pueden beneficiarse de mayores volúmenes y, por ende, de mejores condiciones económicas. En nuestro caso, la certificación no se traduce en un rédito económico tangible.

#### **Social**

En términos sociales, la certificación Fairtrade tiene un impacto positivo notable. La rotación de personal en las fincas certificadas es menor en comparación con otras fincas del mismo grupo, ya que los trabajadores valoran los beneficios adicionales que ofrece esta certificación. En nuestro grupo de siete fincas, solo dos están certificadas, y hemos observado que la gente se siente motivada y permanece en estas fincas debido a las ventajas adicionales. Por ejemplo, con aproximadamente 300 personas beneficiadas, se ha logrado reducir los gastos en salud en cerca de 40 dólares por persona, y se otorgan bonificaciones escolares de 50 dólares, lo que representa un alivio económico considerable. En total, se estima que el beneficio económico ha sido de unos 5000 dólares en el último año. Este es el dato más reciente que



puedo proporcionar, ya que llevo dos años en la empresa y mi experiencia en la gestión de estos fondos se basa en el último año.

### **Ambiental**

En cuanto al tema ambiental, la certificación Fairtrade impone restricciones sobre el uso de ciertos productos químicos, muchos de los cuales ya están prohibidos por normativas. Esto requiere que empecemos a planificar y buscar alternativas adecuadas. Debemos adquirir productos químicos alternativos de marcas comerciales locales y productores regionales, ajustándonos a las nuevas normativas. Esta transición no solo implica un cambio en nuestros proveedores, sino también un esfuerzo por adoptar prácticas más sostenibles y reducir nuestro impacto ambiental.

#### **7. ¿Cómo ha evolucionado el impacto del comercio justo en la empresa florícola desde 2020 hasta 2023?**

Desde 2021 hasta 2023, he observado que los sellos de certificación, como Fair Trade, son iniciativas voluntarias que las empresas adoptan según su propio criterio. En su momento, estos sellos fueron muy valiosos, ya que las empresas necesitaban demostrar un compromiso genuino con prácticas responsables y mejorar su imagen, especialmente en un contexto donde el 'greenwashing' estaba en auge. Este tipo de certificación ayudaba a las empresas a mostrar que no eran las villanas de la producción. Sin embargo, para 2023-2024, existen nuevas certificaciones que ofrecen más que solo el comercio justo. Por ejemplo, el comercio justo implica que las empresas comercializadoras deben pagar un 10% adicional sobre el valor de la compra de flores, que se destina a una prima para los trabajadores. A pesar de esto, hay alternativas más recientes y robustas que abarcan un espectro más amplio de criterios.

Dentro del sistema Fair Trade, existen dos iniciativas principales: Fair Trade International y Fair Trade USA. Muchas empresas optan por Fair Trade USA debido a sus requisitos menos exigentes, lo que facilita el cumplimiento.



La evolución de la certificación Fair Trade parece estar rezagada en comparación con otros sellos que se adaptan rápidamente a los cambios del mercado. En mi opinión, el sello Fair Trade podría haber quedado atrás debido a su falta de adaptación a los cambios recientes. No se trata de una falta de credibilidad en el sello, sino de una necesidad de actualizarse y evolucionar para seguir siendo relevante en un mercado en constante cambio.

### **Impacto en las condiciones laborales**

8. ¿De qué manera ha impactado el Comercio Justo en las condiciones laborales de los trabajadores de la empresa florícola?

Hoy en día, las empresas florícolas han avanzado significativamente en términos de cumplimiento de normas laborales y beneficios para el personal. A diferencia de hace 15 o 20 años, cuando algunas fincas podían retrasar pagos o incumplir con el salario mínimo y otros beneficios laborales, la situación ha cambiado. Esto no se debe únicamente a la certificación Fair Trade, sino también a la evolución de las normativas nacionales y el fortalecimiento de los entes de control.

Con el tiempo, el Ministerio de Trabajo y otras plataformas de regulación y seguridad social han aumentado la vigilancia y la capacidad de respuesta ante las denuncias laborales. Como resultado, muchas fincas florícolas ahora cumplen con las leyes laborales y ofrecen beneficios adecuados a sus empleados.

En el contexto de Fair Trade, una de las ventajas es que la certificación requiere ciertos beneficios adicionales. Por ejemplo, mientras que la normativa nacional establece un mínimo de 15 días de vacaciones anuales, la certificación Fair Trade exige 21 días. Este cumplimiento adicional también impacta en el pago de décimos y otros beneficios sociales.

### **Acceso a nuevos mercados**



9. ¿Qué oportunidades ha creado el Comercio Justo para la empresa florícola en términos de acceso a nuevos mercados?

La "prima" en el contexto de Fair Trade se refiere al 10% adicional del valor de la facturación que se paga sobre cada venta. En nuestro caso, si la empresa Qualisa vende productos por 100 dólares a su comprador, este comprador paga 100 dólares más 10 dólares adicionales en concepto de prima. Este monto de 10 dólares no se destina a Qualisa, sino que se transfiere directamente a un comité de trabajadores.

Este comité de trabajadores utiliza la prima acumulada, que se reúne mes a mes, para financiar proyectos sociales y beneficios para los empleados. Estos proyectos pueden incluir iniciativas en áreas como salud, educación, cultura, recreación y deportes. La finalidad de la prima es proporcionar un apoyo adicional a los trabajadores, lo cual contribuye a su bienestar general y reduce la rotación laboral. Por lo tanto, el sistema de prima no solo apoya a los trabajadores a través de proyectos sociales, sino que también ayuda a mejorar la estabilidad y satisfacción en el lugar de trabajo.

10. ¿Qué papel juega la certificación de Comercio Justo en su estrategia de diferenciación y competitividad en el mercado internacional?

La certificación de Comercio Justo, aunque es parte de nuestra estrategia, no ha tenido un impacto significativo en nuestra diferenciación y competitividad en el mercado internacional. Durante este tiempo, no hemos logrado expandir este segmento de manera considerable. Los volúmenes de venta de productos Fair Trade han sido modestos y, además, nuestros clientes no han mostrado una demanda explícita por estos productos. A pesar de contar con la certificación, las fincas no certificadas siguen comercializando sus productos sin inconvenientes, lo que nos ha llevado a priorizar el mantenimiento de nuestros clientes actuales y enfocarnos en el crecimiento general de las ventas, más que en la promoción exclusiva de productos Fair Trade.



### **Ejemplos de impacto positivo**

11. ¿Podría compartir algunos ejemplos concretos del impacto positivo que ha obtenido la empresa como resultado de implementar el comercio justo?

En términos de beneficios para los trabajadores, tenemos aproximadamente 300 beneficiarios. En el año 2022, se gastaron alrededor de 7000 dólares en proyectos financiados por la prima Fair Trade. En 2023, el gasto se redujo a unos 5500 dólares, y para el próximo año, esperamos cerrar con aproximadamente 4000 dólares. Esta reducción se debe a que las ventas han disminuido, por lo que hemos tenido que ajustar nuestros gastos para mantener un control más riguroso sobre el presupuesto disponible.

Contamos con una póliza de 36,000 dólares destinada al beneficio de los trabajadores, que está en un plazo fijo generando intereses. Esto proporciona un respaldo adicional, además de los ingresos provenientes de las ventas mensuales. A pesar de la reducción en el gasto, es crucial cuidar lo que tenemos y ajustar el presupuesto a la baja, dado que las ventas no han sido tan altas como en años anteriores.

Un desafío importante es que los proyectos y beneficios son aprobados por los propios trabajadores, lo que limita la flexibilidad en el uso de los fondos. Por ejemplo, a pesar de que la empresa ofrece un bono navideño y otros beneficios, los trabajadores suelen insistir en recibir bonos navideños adicionales, a veces sin considerar otros posibles usos de los fondos, como actividades recreativas o campañas de salud. Aunque la empresa propone alternativas como eventos deportivos o visitas a museos, estas opciones no suelen ser de interés para los trabajadores.

### **Demanda internacional**

12. ¿Cómo ha influido la certificación de Comercio Justo en la demanda internacional de rosas de la empresa florícola?



En términos de demanda, la situación no ha cambiado significativamente. Mantenemos la misma base de clientes y el mismo volumen de ventas, que sigue representando aproximadamente el 10% o el 15% de la producción total. A pesar de contar con la certificación Fair Trade, no hemos visto un incremento notable en las ventas anuales.

### **Precios y rentabilidad**

13. ¿En qué medida ha influido el incremento de los precios de las exportaciones de rosas de la empresa con la certificación de Comercio Justo?

La certificación Fair Trade no ha tenido un impacto en el precio de venta. El porcentaje de la prima no ha influido en el aumento del precio por tallo, ya que no se paga más por los productos certificados. Por lo tanto, la certificación no ha afectado el precio de venta, y los precios se mantienen prácticamente iguales a los de productos no certificados.

14. ¿Ha habido un impacto significativo en los ingresos y la rentabilidad de la empresa desde la certificación?

Económicamente, la certificación Fair Trade no ofrece beneficios significativos. No se paga más por un tallo certificado en comparación con un tallo convencional, por lo que no hay un incremento en el valor de venta. En términos económicos, la certificación no proporciona un beneficio adicional, ya que el precio de venta de los productos certificados es el mismo que el de los productos no certificados.

### **Percepción de clientes internacionales**

15. ¿Cómo perciben sus clientes internacionales la certificación de Comercio Justo?

Hemos recibido numerosas visitas, principalmente de clientes estadounidenses y europeos. Cuando estos visitantes conversan con los trabajadores, a menudo escuchan sobre el bono navideño y el bono escolar, y suelen quedar impresionados con estos beneficios. Desde la



perspectiva europea, que observa la producción florícola desde una distancia, estos beneficios parecen destacados y generan una percepción positiva.

Sin embargo, es importante señalar que, a pesar de la admiración por los proyectos y los beneficios sociales, no se traduce en un aumento en el precio por tallo certificado. Los clientes europeos valoran mucho los proyectos y la ayuda social, y se sienten satisfechos al ver cómo se utilizan los fondos para mejorar las condiciones de los trabajadores. Sin embargo, no están dispuestos a pagar más por el producto certificado. Esto crea una discrepancia entre la apreciación de los proyectos y la compensación económica adicional, ya que, aunque se cumplen los objetivos del sello en términos de beneficios sociales, no hay un aumento en el precio de venta que refleje este compromiso.

16. ¿Qué estrategias de marketing utiliza la empresa para promover sus rosas de Comercio Justo?

En todas las ferias y eventos, el sello Fair Trade es un distintivo importante que se destaca en el empaque. De hecho, el sello está presente en la firma de todos los correos institucionales de Qualisa, lo que refuerza su visibilidad y nuestra identidad como empresa comprometida con el comercio justo.

El sello Fair Trade se utiliza no solo en el empaque, sino también en la presentación visual en ferias y eventos, donde se resalta para atraer la atención de los clientes. Aunque la calidad del producto es la misma con o sin el sello, la forma en que se presenta y se comunica el compromiso con Fair Trade puede influir en la percepción del cliente. Por ejemplo, los clientes a menudo prefieren empaques que exhiban claramente el sello, ya que esto refuerza el valor y la transparencia del producto. Además, aprovechamos estas oportunidades para destacar los logros de los proyectos financiados por la prima Fair Trade esta comunicación no solo muestra el impacto positivo de la certificación, sino que también contribuye a nuestra estrategia de marketing, al destacar nuestro compromiso con la mejora de las condiciones de vida de los trabajadores.



### Valor de la marca

17. ¿Considera que la certificación ha agregado valor a su marca? ¿De qué manera?

El sello Fair Trade proporciona una garantía importante para los compradores, ya que certifica que en nuestras fincas se cumplen los estándares de bienestar laboral y ambiental. Esta certificación es respaldada por auditorías externas realizadas por entidades independientes, lo que asegura que no somos nosotros quienes simplemente afirmamos cumplir con los derechos laborales y ambientales, sino que esta afirmación está validada por un organismo externo.

Este respaldo externo brinda a los compradores una mayor confianza en que los procesos y prácticas de la empresa cumplen con los estándares de Fair Trade. Como resultado, el sello no solo actúa como un distintivo de calidad, sino que también mejora la percepción de la empresa en términos de reputación y confianza. En definitiva, la certificación contribuye a fortalecer la marca y el nombre comercial de la empresa, al demostrar un compromiso real con prácticas éticas y sostenibles.

### Desafíos y oportunidades

18. ¿Qué desafíos y oportunidades enfrenta la empresa florícola para seguir posicionando las rosas de Comercio Justo en el mercado internacional?

Primero, el tema de los clientes es relevante porque, para estar certificados como Fair Trade, tanto la empresa como el cliente deben cumplir con esta certificación. Esto limita el número de clientes potenciales, haciendo que el mercado sea más reducido.

Desde el punto de vista económico, la certificación tiene un impacto significativo. Por ejemplo, ofrecer 21 días de vacaciones a los empleados aumenta los costos por persona en el presupuesto. Esto se complica aún más cuando se trata de empleados temporales, ya que debes pagar los 21 días de vacaciones a pesar de que no hayan trabajado durante todo el año.



Este aspecto puede afectar considerablemente los costos operativos, aunque, por convicción, es un compromiso que la empresa no puede eludir.

En cuanto a los impactos ambientales, la certificación exige la reducción en el uso de productos químicos peligrosos y promueve prácticas más sostenibles. Esto obliga a buscar alternativas biológicas y comerciales para manejar enfermedades y plagas. Además, se requiere hacer una rotación más frecuente de los productos y ser más innovador en las prácticas agrícolas para reducir la severidad de los problemas ambientales.

### **Retos para la certificación**

19. ¿Cuáles son los principales retos que enfrenta la empresa florícola para acceder a la certificación del comercio justo?

Como mencioné, los sellos de certificación son voluntarios, lo que significa que no hay una dificultad inherente para que una finca obtenga la certificación. El verdadero desafío no radica en entrar al sistema de certificación, sino en mantenerse dentro de él. Una vez que decides obtener el sello, debes cumplir con todos los requisitos establecidos. En realidad, si ya estás cumpliendo con la normativa nacional, has cubierto una parte significativa de los requisitos (aproximadamente el 50% al 60%). Por lo tanto, no es que el proceso de certificación sea particularmente complicado, sino que el verdadero reto es mantener el cumplimiento continuo y adaptarse a las exigencias de la certificación a lo largo del tiempo

### **Futuro del Comercio Justo en la industria florícola:**

20. ¿Cuáles son las perspectivas de la empresa para el futuro del Comercio Justo en la industria florícola de Cayambe?

En cuanto a las perspectivas futuras, la empresa aspira a aumentar su base de clientes y a incrementar las ventas bajo la certificación Fair Trade. Idealmente, esperamos que el mercado adopte más ampliamente este sello y reconozca su valor real. Es importante que el



mercado comprenda que, aunque cumplir con los requisitos de Fair Trade puede ser desafiante debido a las estrictas normativas, la adopción generalizada del sello beneficiaría tanto a los productores como a los consumidores.

Uno de los desafíos actuales es la discrepancia entre los requisitos de los entes externos que otorgan la certificación y las realidades prácticas de la producción y comercialización. La empresa enfrenta numerosos requisitos que deben cumplirse, lo que puede ser complicado dado que la parte productiva no siempre se alinea perfectamente con la parte comercializadora. Además, como empresa, nos gustaría implementar más proyectos y utilizar la prima de Fair Trade de manera más efectiva. Sin embargo, esto está limitado por la necesidad de que los proyectos sean aprobados por los trabajadores. Hay una necesidad de cambiar el enfoque de las solicitudes de los empleados para que los proyectos sean más relevantes y útiles. Es crucial ajustar las necesidades y expectativas para que los proyectos financiados realmente contribuyan al bienestar de los empleados y al desarrollo de la empresa.

21. ¿Qué recomendaciones daría a otras empresas florícolas que estén considerando implementar prácticas de Comercio Justo?

Es fundamental destacar que todo esfuerzo hacia el comercio justo es valioso y cada pequeño avance cuenta. Es crucial estar convencido de que adoptar estas certificaciones puede realmente beneficiar a la empresa. Las certificaciones no solo actúan como una ventana hacia nuevos mercados, sino que también sirven como un respaldo externo que valida el cumplimiento de estándares importantes.

Las empresas, independientemente de su tamaño, deben considerar seriamente la obtención de certificaciones. No es necesario ser una gran empresa para cumplir con los requisitos de estas certificaciones. De hecho, las pequeñas florícolas también pueden hacerlo y, en muchos casos, podrían beneficiarse aún más al hacerlo. Las pequeñas empresas pueden buscar

asociaciones con otras para obtener la certificación, lo que les permitirá compartir recursos y conocimientos, facilitando así el proceso de certificación.

Las certificaciones, especialmente en el ámbito del comercio justo, ofrecen una excelente vitrina y pueden proporcionar una visibilidad significativa en mercados europeos y otros mercados que valoran este tipo de estándares. A través de estas certificaciones, las empresas pueden demostrar su compromiso con prácticas laborales justas, como el pago adecuado a los trabajadores, el otorgamiento de vacaciones y beneficios, y el cumplimiento de normativas.

### AGRADECIMIENTO

Agradezco sinceramente a la Ingeniera **Lucía Jiménez** por su tiempo y disposición para participar en esta entrevista, contribuyendo con sus valiosos conocimientos y experiencia en el sector florícola. Su aporte resulta fundamental para el desarrollo de mi investigación titulada *"Análisis del impacto del Comercio Justo en la Comercialización Internacional de rosas en empresas florícolas de Cayambe, período 2020 - 2023"*.

Su colaboración es un elemento clave en el análisis de esta temática y en la generación de información relevante para el estudio. Expreso mi gratitud por su apoyo y compromiso con la difusión del conocimiento.

Marshury Conlago

**Entrevistadora.**



Escaneado electrónicamente por:  
**LUCIA FERNANDA  
JIMENEZ  
NAVARRETE**

Ingeniera. Lucía Jiménez

**Entrevistada.**

Quality Service S. A. – Qualisa

