



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

“ANÁLISIS DEL IMPACTO EN EL SECTOR FLORÍCOLA ECUATORIANO DEL  
USO DE LA CERTIFICACIÓN DE COMERCIO JUSTO EN LA PRODUCCIÓN  
Y COMERCIALIZACIÓN DE ROSAS DE EXPORTACIÓN A ESTADOS  
UNIDOS”

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos  
para optar por el título de Licenciado en Negocios Internacionales

Profesor Guía:

Ingeniero Alfonso Maldonado

Autor:

Carlos Andrés Terán Manzano

Año

2013

## **DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

---

**Alfonso Maldonado**

**Ingeniero**

171115204-9

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE**

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

---

**Carlos Andrés Terán Manzano**

171478160-4

## RESUMEN

Este trabajo muestra mediante la investigación científica, el análisis y síntesis de información relevante el impacto social y económico que ha tenido la venta de rosas de exportación ecuatorianas, considerando a aquellas fincas florícolas que han obtenido la certificación Comercio Justo (*Fair Trade*). Estudia los requisitos y pasos previos a la obtención de la certificación y las obligaciones que esto genera para las empresas que lo consiguen.

En este documento se puede encontrar la información de la situación financiera, social y ambiental de aquellas fincas que han sido certificadas con Comercio Justo. Se ha tomado como caso de estudio a una de estas fincas en Ecuador para mostrar las ventajas y desventajas de la Certificación.

Además hace referencia a la naturaleza de las importaciones de rosas ecuatorianas certificadas por los Estados Unidos, y a su vez la relación directa que esto tiene con la mejora de la calidad de vida de los que tiene en el los trabajadores ecuatorianos en florícolas, quienes se benefician con parte del dinero generado por la venta de rosas certificadas con Comercio Justo.

Al final de este trabajo se ha llegado a determinar conclusiones y recomendaciones acerca del impacto del Comercio Justo en las fincas ecuatorianas, así como también se ha vinculado los objetivos con la hipótesis inicial para conseguir los resultados propuestos en principio.

## **ABSTRACT**

The current document shows the social and economic impact that has had the sale of Ecuadorian roses; the study has been done through scientific research, analysis and synthesis of relevant information considering those rose farms which have obtained Fair Trade Certification.

This document has been investigated about the requirements and steps before obtaining the mentioned certification and the obligations acquired by farms behind. By the present document, it is possible to realize about financial, social, and environmental conditions at Fair Trade Certified rose farms in Ecuador. It has been taken a case study about a farm which shows advantages and disadvantages of Fair Trade Certification.

In addition, it refers to the nature of the imports of United States of Ecuador Fair Trade certified roses. Also, this paper studies the connection between the improvements in life quality for farm workers in Ecuador and how they use the premium money that they had received as part of the sales of Fair Trade roses.

At the end of this thesis, it has been done some conclusions and comments about the real impact of Fair Trade at Certified farm, and also has been made a relationship between the objective and the initial hypothesis in order to achieve the results proposed.

## ÍNDICE

Introducción.....	1
1. Capítulo I: La Floricultura en el Ecuador .....	4
1.1 Historia de la floricultura en el ecuador .....	4
1.2 Análisis de la industria y su evolución.....	5
1.3 Exportaciones de rosas ecuatorianas a Estados Unidos.....	10
1.4 Exportaciones de rosas ecuatorianas bajo certificación comercio justo a Estados Unidos .....	12
1.5 Oferta de rosa certificada por fincas ecuatorianas .....	20
1.6 Comercialización de rosas certificadas comercio justo .....	23
2. Capítulo II: Demanda de Flor Certificada en Estados Unidos .....	26
2.1 Demanda de rosas certificadas en los Estados Unidos .....	26
2.2 Principales mercados dentro de Estados Unidos consumidores de rosas certificadas .....	29
3. Capítulo III: Certificación Comercio Justo.....	33
3.1 Historia del Comercio Justo.....	33
3.2 La certificación Comercio Justo.....	36
3.3 Obligaciones que rigen la norma de certificación comercio justo.....	38
3.4 Factores que determinan la postura de no pertenecer a Comercio Justo por parte de floricultores ecuatorianos .....	42
3.5 Análisis de costos entre una finca certificada y una finca no certificada .....	48
3.6 Análisis Del comportamiento de las ventas proyectadas de la empresa Roses & Roses.....	51

4. Capítulo IV: Impacto Social, Económico y Ambiental Sobre la Producción y Comercialización de Rosas Certificadas Bajo Comercio Justo .....	53
4.1 Impacto socio económico del premio del Comercio Justo.....	53
4.2 Impacto ambiental de la producción <i>Fair Trade</i> .....	59
Conclusiones.....	62
Recomendaciones.....	64
Referencias.....	66
Anexos.....	71

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Evolución de exportaciones ecuatorianas de flores 1990-2011 (millones usd FCA) .....	7
Figura 2. Origen de las importaciones desde Estados Unidos de las flores certificadas Comercio Justo 2009 .....	14
Figura 3. Ventas fincas Ace Fair Trade Enero-Diciembre 2010-.2011 (%).....	15
Figura 4. Ventas Fair Trade Enero-Diciembre 2010-2011 (Tallos Vendidos).....	16
Figura 5. Ventas Fair Trade Enero-Diciembre 2010-2011 (usd Vendidos).....	17
Figura 6. Ventas Fair Trade Whole Foods 2007-2011 (Tallos y usd vendidos) .....	18
Figura 7. Venta Fair Trade Usa, Colocación Banderín .....	24
Figura 8. Ventas flores Fair Trade por país de destino 2007 – 2011 (usd) .....	29
Figura 9. Ventas flores Fair Trade Por país de destino 2007 – 2011 (número de tallos) .....	30
Figura 10. Premio Fair Trade generado para los trabajadores país 2007 – 2011 (usd) .....	30
Figura 11. Conocimiento del comercio justo por parte de los trabajadores .....	35
Figura 12. Logo Flo Internacional.....	36
Figura 13. Logo Fair Trade USA .....	36
Figura 14. Satisfacción laboral de los trabajadores en las fincas certificadas Fair Trade .....	44
Figura 15. Reconocimiento de beneficios del Fair Trade según el punto de vista de los trabajadores.....	45
Figura 16. Centro odontológico Finca Jardines Piaveri .....	54
Figura 17. Principales proyectos de inversión del premio Fair Trade (usd).....	56
Figura 18. Exámen visual Finca Joygardens .....	57
Figura 19. Exámenes de laboratorio Finca Fair Trade Joygardens .....	57
Figura 20. Número de trabajadores beneficiados con el premio del Comercio Justo 2007-2011 .....	58
Figura 21. Centro de cómputo Finca Agrocoex.....	58

Figura 22. Cultivos orgánicos bajo en las plantaciones de rosas evitan la erosión del suelo (Finca Roma Verde grupo Roses&Roses).....	60
Figura 23. Aplicación de bioles en cultivos de rosas en la Finca Agrogana ....	61

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ecuador: Exportación de Flores a EEUU 2010-2011.....	11
Tabla 2. Importaciones De Flor Certificada Por Parte De Estados Unidos 2007-2009 .....	13
Tabla 3. Características de las fincas que exportaron con certificación “ <i>Fair Trade</i> ” .....	20
Tabla 4. Precios promedio de flor certificada comercializada en EEUU.....	22
Tabla 5. Ventas Roses & Roses a Estados Unidos 2010-2011.....	23
Tabla 6. Premio “Fair Trade” pagado a las Asociaciones de Trabajadores Por Producto, 1998-2011 .....	27
Tabla 7. Importaciones de Estados Unidos de productos certificados “Fair Trade” 2005-2011.....	27
Tabla 8. Principales regiones en Estados Unidos que consumen Rosas Certificadas.....	31
Tabla 9. Cuota inicial básica certificación .....	40
Tabla 10. Cuota inicial certificación de acuerdo al número de trabajadores ....	41
Tabla 11. Cuota anual de renovación certificación de acuerdo al número de trabajadores.....	41
Tabla 12. Costos generados en una finca certificada frente a una sin certificación.....	49
Tabla 13. Costos de empleados en una finca certificada frente a una sin certificación.....	50
Tabla 14. Costos socio-económicos en una finca certificada frente a una sin certificación.....	50

## INTRODUCCIÓN

La investigación se sustenta en información sobre la evolución de las exportaciones de rosas ecuatorianas certificadas, bajo el programa Comercio Justo en el mercado internacional y, específicamente las dirigidas a los Estados Unidos. Se ha tomado como base las estadísticas elaboradas por el Banco Central del Ecuador, Expoflores y fuentes que hacen referencia al mercado florícola, al Comercio Justo en cuanto a la certificación y el ámbito laboral de los trabajadores en las fincas de flores analizando el impacto que esta certificación ha tenido.

Cierta información estadística presentada en este trabajo de investigación fue recopilada entre Marzo y Agosto de 2010 por medio de una encuesta de una muestra de 144 trabajadores seleccionados al azar. La muestra fue seleccionada de una lista de todos los empleados de 4 empresas florícolas certificadas *Fair Trade*, incluso los supervisores del área. Los gerentes superiores no fueron incluidos. Trabajadores de cada género fueron representados en proporciones iguales. Casi todas las entrevistas llevaron a cabo fuera de la finca. La identidad de los respondientes es confidencial. (Laura Raynolds, p2, Mayo 2011)

La floricultura en el Ecuador se ha concebido como una actividad agrícola que genera recursos económicos que hacen que sea considerada entre los cinco primeros productos de las exportaciones no petroleras del Ecuador. Además, el Ecuador es el tercer exportador de flores en el mundo por su variada e innovadora oferta de flores. La mayoría de estas flores son exportadas a los Estados Unidos, Europa y Rusia.

En el Ecuador existen más de 4,000 hectáreas de cultivo de flores (principalmente de la producción de rosas) y en la provincia de Pichincha se concentra el 66% de la producción. En las explotaciones, hay un total de 60,000 trabajadores contratados directa o indirectamente. (FUNDESS, p1, 2012).

Las plantaciones de flores por lo general no se sujetan a reglamentos correctos para la salud y seguridad de los empleados. Sin embargo, para la mayoría de las familias campesinas, la floricultura es la única fuente de empleo existente en la zona en donde viven. Los trabajadores se conforman con sueldos mínimos que no cubren las necesidades básicas de una familia, soportan largas jornadas de trabajo intenso y repetitivo, expuesto a intoxicaciones, ruidos, temperaturas extremas y a radiaciones solares. Algunas plantaciones y subcontratistas usan aún trabajo infantil. FUNDESS, p1, 2012).

A partir del año 2002 desde cuando se certifica con Comercio Justo la primera finca en el Ecuador, la floricultura ha abierto nuevas posibilidades para mejorar las condiciones de los campesinos que no cuentan con otras alternativas de trabajo asalariado. Pero, para mejorar su nivel de vida, es necesario además de un salario digno, implementar para ellos programas de educación y capacitación técnica, que les prepare para ser entes activos en el desarrollo, que se les brinde servicios de salud y seguridad social a los que puedan acceder de manera eficiente y eficaz. (FUNDESS, p1, 2012)

En el primer capítulo se analizará los inicios de la floricultura en Ecuador, y cómo han evolucionado las exportaciones de rosas hacia los Estados Unidos. Se menciona la oferta y la demanda que tienen las rosas ecuatorianas en el país mencionado y de esta manera se puede visualizar la manera en cómo han ido creciendo las exportaciones y como se ha desarrollado la gestión comercial de las mismas en el ámbito del comercio internacional.

Para el segundo capítulo se tratará específicamente sobre el comercio de las rosas certificadas con Comercio Justo, las cuales son solamente producidas por aquellas fincas florícolas que han obtenido la certificación Comercio Justo. Se toma en cuenta el mercado Estadounidense para el estudio de las ventas de estas flores y se muestran los principales mercados y consumidores dentro de ese país, haciendo referencia a la ubicación geográfica de los compradores de este producto.

En el tercer capítulo se ha descrito al Comercio Justo desde su origen hasta su situación actual. Los requisitos para la obtención de esta certificación y las obligaciones y derechos que se generan cuando los productores logran cumplir con los requisitos propuestos por el organismo de control a nivel mundial que es la *Fair Trade Labelling Organization* por su significado en inglés.

Para finalizar, en un cuarto capítulo se contemplan los beneficios que la certificación ha tenido en los trabajadores de las fincas florícolas en el Ecuador. El impacto económico y social de recibir dinero para la autogestión responsable y autónoma por parte de las asociaciones de trabajadores, además la manera en como la vida de estas personas a cambiado a partir de que sus empleadores adquirieron la certificación *Fair Trade* y los beneficios generados al medio ambiente.

## 1. CAPÍTULO I: LA FLORICULTURA EN EL ECUADOR.

### 1.1 Historia de la floricultura en el Ecuador.

En la década de los años 60, debido al auge del mercado de flores en los Estados Unidos, se conforma la primera plantación florícola en el país llamada Jardines del Ecuador. Los dueños eran la *Ecuadorian Corporation* junto a la firma *William C. Sik*, éstos últimos dedicados a la producción de flores en Baltimore, Estados Unidos. La empresa fue liderada por el empresario James McGuinness, presidente de la Cervecería Nacional y Cedmyc en conjunto a su gerente el señor José Antonio Barahona. (Comunicación personal Expoflores, Marzo 19, 2012)

En 1964, Jardines del Ecuador ubicada en el sector de Lumbisí, contaba en sus roles con 320 empleados en 20 hectáreas de terreno y con producción de clavel, crisantemos y rosas, siendo la primera empresa florícola en exportar al mercado internacional. A dos años de comenzar la producción e instalación de la empresa contratan a Peter Hannaford, joven colombiano graduado de la escuela de la floricultura de Inglaterra, en calidad de gerente técnico y asesorado por el *Dr. Langhans*, científico estadounidense de la Universidad de Cornell en Estados Unidos. (Comunicación personal Expoflores, Marzo 19, 2012)

A raíz del regreso del *Peter Hannaford* a su natal Colombia en 1969, el país siguió con el cultivo de flores y, a pesar del cierre de Jardines del Ecuador en 1975 por problemas laborales, los trabajadores siguieron su producción para el consumo local. En la década de los ochenta empresarios ecuatorianos constituyeron diversas compañías, entre ellas Agroflore, Arbusta, El Rosedal, Florequisa, Florisol y otras (Comunicación personal Expoflores, Marzo 19, 2012)

La evolución de la industria en el Ecuador tiende al alza constantemente en el aspecto económico, social y ambiental aportando un crecimiento anual del

11.9% entre los años 2000 y 2011, a su vez que a nivel mundial Ecuador tiene una participación del mercado en miles de dólares del 8% del total de la producción mundial de flores siendo el tercer mayor exportador de flores según datos del Banco Central del Ecuador (BCE, 2011), incrementando su valor de ventas de 195 millones de dólares en el año 2000 a 565 millones en el año 2008. (FAS/USDA, 2009)

## **1.2 Análisis de la Industria y su evolución**

La floricultura en el Ecuador se constituye en una de las actividades que generaron cerca del 23.5% del PIB agrícola en el 2007 como parte de las exportaciones no petroleras que genera el Ecuador. (Comunicación personal Expoflores, Marzo 22, 2012).

A pesar de estas cifras, los inicios de la floricultura no fueron fáciles, de hecho han sido resultado de mucha perseverancia e ingenio de la gente a falta de conocimientos técnicos con los que en su momento si contaban los países ya posesionados en el mercado como Colombia y Holanda, quienes hasta ahora continúan siendo los mayores productores y comercializadores de flores. (Comunicación personal Roses&Roses, Marzo 20, 2012).

En el momento de llegada de los primeros técnicos floricultores al Ecuador se destacan *Álvaro Baena*, *Darwin Campoverde* y *Francisco Galvis*. Los primeros invernaderos los construían con madera de eucalipto, se fijaban en las fases de la luna para que el material perdure y era casi uno de los pocos productos que se podían conseguir en el Ecuador porque otros materiales como agroquímicos, plástico, cartón debían pasar por trámites aduaneros (Comunicación personal Expoflores, Marzo 22, 2012).

A finales de la década de los ochenta comienzan los avances técnicos y tecnológicos para la floricultura gracias a la visión de *Peter Ulrich*, fundador de la compañía Hilsea Investments, bajo la supervisión de *Peter Hannaford* construyendo los primeros invernaderos metálicos que facilitan el manejo de

las plantas y siendo la cantera de nuevos técnicos para diferentes plantaciones. (Comunicación personal Expoflores, Marzo 22, 2012).

Los procesos en las empresas florícolas fueron adaptados bajo otros modelos de producción como el bananero, de donde nació la iniciativa del cable-vía para el transporte a post- cosecha de la flor desde el invernadero y los sistemas de riego; a su vez, se importaron plantas madres, entre las principales variedades se encuentra Madame Delbard, variedad de rosa de color rojo de la casa Delbard. Al cabo de unos años por la década de los noventa Plantador, obtentor de plantas actualmente llamado Plantec, comenzó la producción de plantas para la venta en las florícolas. (Comunicación personal Expoflores, Marzo 22, 2012).

El “boom” de la floricultura se produce exactamente en esa época, con la incursión a mercados europeos Existió además, el suficiente apoyo económico de los gobiernos de turno para el financiamiento al ver que la comercialización era satisfactoria. La flor ecuatoriana al ser beneficiada por la luminosidad y condiciones climáticas es apetecida mundialmente a pesar de tener costos de transporte y de venta elevados. (Comunicación personal Expoflores, Marzo 22, 2012).

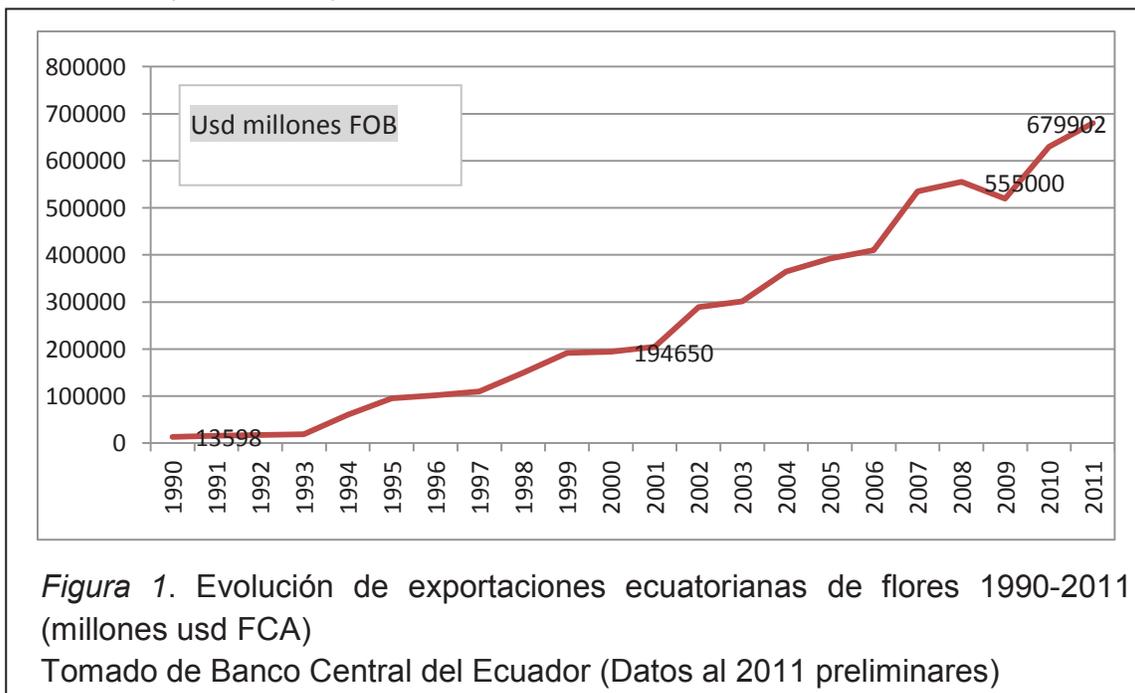
A diferencia de años anteriores donde existían precarios sistemas de cadenas de frío, en la actualidad se cuentan con camiones refrigerados, suficientes frecuencias de cargueros aéreos e instalaciones acondicionadas. La comunicación dejó de ser un problema al aparecer la telefonía móvil, el fax, las radio repartidoras y el Internet. (Comunicación personal Roses&Roses, Marzo 20, 2012).

Cuando el Ecuador vivió la dolarización, esto dio un giro administrativo, tecnológico y de talento humano importante, priorizando la calidad, el marketing y las certificaciones internacionales y nacionales haciendo llegar a la flor ecuatoriana apta para todo tipo de mercado, sean estos importadores, supermercados, floristerías, mayoristas, etc. a nivel mundial (Comunicación

personal Roses&Roses, Marzo 20, 2012) y brindaba cerca de 76,758 empleos directos en el 2010 (CORPEI, 2009), donde la mano de obra femenina acapara el 60% en alrededor de las 800 fincas en el país. (FAS/USDA, 2009)

Cabe recalcar que el mercado natural de la floricultura siempre ha sido el norteamericano, sin embargo al pasar de los años el Ecuador exporta a 109 países, como por ejemplo Alemania, Holanda y Rusia. Se estima que en el año 2006 había cerca de 4000 hectáreas cultivadas. Aparte de rosas, la gypsophilia es el segundo producto mayor consumido por el mercado y es el líder mundial en exportación. (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2006)

El siguiente gráfico representa la floricultura ecuatoriana en relación a los ingresos para el país explicada en términos monetarios. La evolución de la floricultura en el Ecuador desde que se hizo pública la información hasta la actualidad. (BCE, 2011).



Para el 2009, ya existieron 5000 hectáreas cultivadas, que llegaron a exportar 545.8 millones de dólares, representando el 16.1% de las exportaciones no tradicionales y el 4% de las totales incluyendo el petróleo. La floricultura de acuerdo al año 2005, el último año con el cual se cuenta con información de

cuentas nacionales, con la centésima parte de la tierra produjo la mitad del valor agregado por todos los cultivos de banano, café y cacao. (Comunicación personal Expoflores, Marzo 22, 2012)

Las fincas tratando de optimizar las condiciones laborales, económicas y de competencia han desarrollado estrategias con la implementación de certificaciones internacionales y nacionales que permitan fortalecer sus sistemas operativos internos y fortalecidos frente a los consumidores mundiales, como ejemplo se menciona a las siguientes certificaciones:

- *Basc (Business Alliance for Secure Commerce)*
- Flor Ecuador
- *Rainforest Alliance*
- Sistemas de control de calidad ISO
- *Fair Trade*

La relevancia que tiene la flor ecuatoriana y colombiana ha hecho que la industria florícola estadounidense se vea comprometida con la producción; así, la *IBISWORLD* nos explica la conclusión a la que ha llegado después de una investigación realizada:

El flujo de importaciones de flores cortadas baratas desde Colombia ha tenido un efecto abrumador sobre los agricultores nacionales, que disminuyeron sus ingresos a una tasa anual promedio de 4.2% durante los cinco años previos a 2012. *IBISWorld* espera que los ingresos alcancen los \$13.5 mil millones para finales de 2012. El número de establecimientos cayó a 45.565 durante los cinco años previos a 2012, reflejando un sin número de problemas dentro del sector. (*IBISWORLD*, Plant & Flower Growing in the US, Market Research Report, 2012)

De acuerdo a Nikoleta Panteva, analista de *IBISWorld*, la recesión ha apretado los cinturones de los consumidores estadounidenses y los productos altamente discrecionales, como las flores y plantas de vivero, han experimentado una reducción en su demanda. Además, las grandes tiendas de venta al por menor, como *Walmart* y *Safeway*, han asumido el control de una considerable parte del

mercado de venta al por menor de flores y productos de vivero. Estas tiendas tienen el poder de fijar precios bajos, obligando a los productores a bajar sus tarifas. Las mejoras en el transporte permiten a los grandes productores, que pueden enviar sus productos de extremo a extremo del país, y de esta manera ser los principales proveedores de los compradores a nivel nacional al ofrecer precios competitivos y mayor variedad que sus competidores. (IBISWORLD, Plant & Flower Growing in the US, Market Research Report, 2012)

Aunque la economía estadounidense en general ya no está en recesión, el gasto discrecional débil continuará suponiendo un obstáculo para las ventas de flores a lo largo del año. Los programas gubernamentales de apoyo probablemente pasarán por alto a este sector agrícola, puesto que las flores y plantas de vivero son bienes discrecionales a diferencia de los alimentos. Además, las importaciones baratas permiten a los americanos comprar flores a un bajo precio, ocasionando que la demanda de productos domésticos disminuya. (IBISWORLD, Plant & Flower Growing in the US, Market Research Report, 2012)

*IBISWorld* predice que los ingresos continuarán disminuyendo hasta el año 2017. Las importaciones libres de aranceles aduaneros continuarán infiltrándose en el mercado, mientras el sector de producción nacional está luchando por mantenerse vigente a través de una intensa competencia de precios. Las semillas de plantas genéticamente modificadas pueden ser el salvavidas que este sector necesita; sin embargo, la actual oposición al movimiento deja su futuro en la incertidumbre. (Comunicación personal, *IBISWORLD*, 2012)

La posición de la flor dentro del mercado siempre se ha mantenido al alza a excepción del 2009 debido a la crisis mundial por ende se prevé que los índices se mantengan altos pero con una mayor diversificación de mercados. (Comunicación personal Expoflores, Marzo 25, 2012)

### 1.3 Exportaciones de rosas ecuatorianas a Estados Unidos

Gracias a la Ley de Preferencias Arancelarias Andinas y Erradicación de la Droga *ATPDEA* firmado con Estados Unidos, la exportación de rosas y en general flores no paga aranceles para ingresar a este país por lo que un acuerdo de libre comercio es fundamental para mantener la competitividad con otros productores externos y la industria nacional (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2006). Desgraciadamente no siempre fue así, en la década de los noventa los floricultores se enfrentaron a la demanda *anti-dumping* presentada por los rosicultores de Estados Unidos, casi al borde del abismo se integraron como gremio y salieron en defensa de esta actividad. (Comunicación personal Expoflores, Marzo 24, 2012) Actualmente existe un tratado firmado hasta el año 2013, los floricultores tienen temor sobre la posibilidad de que el manejo político actual entorpezca una nueva renovación de dicho acuerdo.

Dentro de la industria florícola en el 2006, las rosas representaban el 62% del producto exportable cultivado y era principalmente vendida su producción a Estados Unidos en un 70% (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2006). El principal puerto de arribo en Estados Unidos del producto es Miami, aunque también ingresan a través de New York y Los Ángeles ya que se cuenta con vuelos directos a dichos destinos, pero en el aeropuerto de Miami se cuenta con la infraestructura adecuada para el manejo de la flor. Desde ahí se distribuye la mayoría de la flor ecuatoriana a todos los estados en Estados Unidos y Canadá.

En la tabla 1, se aprecia a excepción del año 2009 por la crisis financiera, que siempre existe una evolución de ventas en el mercado estadounidense en flores, que va generando siempre ingresos importantes y mayores al país año tras año. Entre 2010 y 2011 existió un incremento del 1.10% en millones de USD (FOB) en rosas.

Tabla 1. Ecuador: Exportación de flores a EEUU 2010-2011

	Toneladas	Miles USD (FOB)	Toneladas	Miles USD (FOB)	Toneladas	Miles USD (FOB)
<b>Rosas (Ene - Mar)</b>	8,573	54,691	9,139	60,091	6.6	9.9
<b>Flores (Ene - Mar)</b>	11,989	77,781	12,759	84,025	6.4	8.0
<b>Rosas (Ene - Jun)</b>	17,504	99,320	18,324	106,601	4.7	7.3
<b>Flores (Ene - Jun)</b>	24,567	144,820	26,039	156,604	6.0	8.1
<b>Rosas (Ene - Sep)</b>	24,025	131,579	26,195	145,840	9.0	10.8
<b>Flores (Ene - Sep)</b>	34,028	195,000	36,827	214,627	8.2	10.1
<b>Rosas (Ene - Dic)</b>	31,415	168,539	34,062	186,186	8.4	10.5
<b>Flores (Ene - Dic)</b>	44,856	253,212	48,171	274,934	7.4	8.6

Tomado de Banco Central del Ecuador

En el primer bimestre del año 2012 Ecuador representó el 26% de las importaciones totales de rosas hacia Estados Unidos, su principal proveedor fue Colombia con el 73% y el restante lo comparten principalmente las rosas de Kenia, Etiopía y Holanda. A su vez, Estados Unidos para el Ecuador representó el 75.9% de las exportaciones mundiales. (BCE, 2011)

Mientras la industria y los funcionarios del estado americano recomiendan las contribuciones económicas a la industria ecuatoriana de flor, los críticos levantan preocupaciones con respecto a las implicaciones sociales y ecológicas del crecimiento en este sector. (*Laura Reynolds*, 2011: 11)

Desde los años 90 varias certificaciones han emergido en la industria, como en otros sectores, para regular las actividades y distinguir los productos producidos sobre una favorable condición más ética y ecológica. *Fair Trade*

representa una de las mejor posesionadas y poderosas certificaciones en el sector global agrícola y alimenticio en donde inculcó profundamente normas sociales de la justicia para engendrar apoyo popular. (...) Los mercados *Fair Trade* han crecido en Europa y Norte América. (*Laura Reynolds*, 2011: 11)

#### **1.4 Exportaciones de rosas ecuatorianas bajo certificación Comercio Justo a Estados Unidos**

Para analizar las exportaciones de rosas ecuatorianas bajo comercio justo a los Estados Unidos es importante aclarar que estas ventas *Fair Trade* se las realizan bajo *Fair Trade USA* la cual es: “una organización independiente sin fines de lucro fundada en 1998 con más de 800 firmas que han adoptado las prácticas de comercio justo en Norteamérica”, que además se separó de FLO internacional (*Fair Trade Labelling Organization*) por no compartir o estar de acuerdo en algunos estándares del movimiento global en el 2011 y que usa su propio sello de comercio justo desde aproximadamente mediados de dicho año (Comunicación personal ACE, 2011).

*Fair Trade USA* continúa aceptando la certificación de los productores por parte de FLO- Cert (*Fair Trade*, 2011). Los nuevos estándares de *Fair Trade USA* no han tenido variaciones ya que su prioridad es ahora el café aunque están abiertos a propuestas de los productores de flores. (Comunicación personal ACE, 2011)

Uno de los principales objetivos de *Fair Trade USA* es lograr un mayor conocimiento del consumidor americano con campañas de marketing, más opciones de proveer los gustos de los consumidores americanos y al evitar la membresía con FLO y no enviar más cuotas a Alemania, tienen su propia autonomía con el objetivo de tener un doble impacto y más recursos para invertir en la construcción del movimiento para que su meta al 2015 se vea reflejada con la inclusión de más fincas y trabajadores en los programas de comercio justo. (Comunicación personal CEO *Fair Trade USA*, 2011)

*Fair Trade* USA participa en tres críticos movimientos, el entorno comercio justo como primera regla, definir funciones y certificación de productos. Ahora mismo certifican el 90% de los productos *Fair Trade* en Estados Unidos donde los consumidores han sido educados para adquirir productos de una finca sustentable donde los dueños reciban un precio justo por sus productos evitando los intermediarios que al final tomaban la mayor ganancia enviando apenas centavos a las empresas; adicionalmente, *Fair Trade* USA da el soporte y capacitación a nivel mundial para desarrollar negocios fuertes ayudando también acceso a capital. (Comunicación *personal THE Chronicle*, 2011)

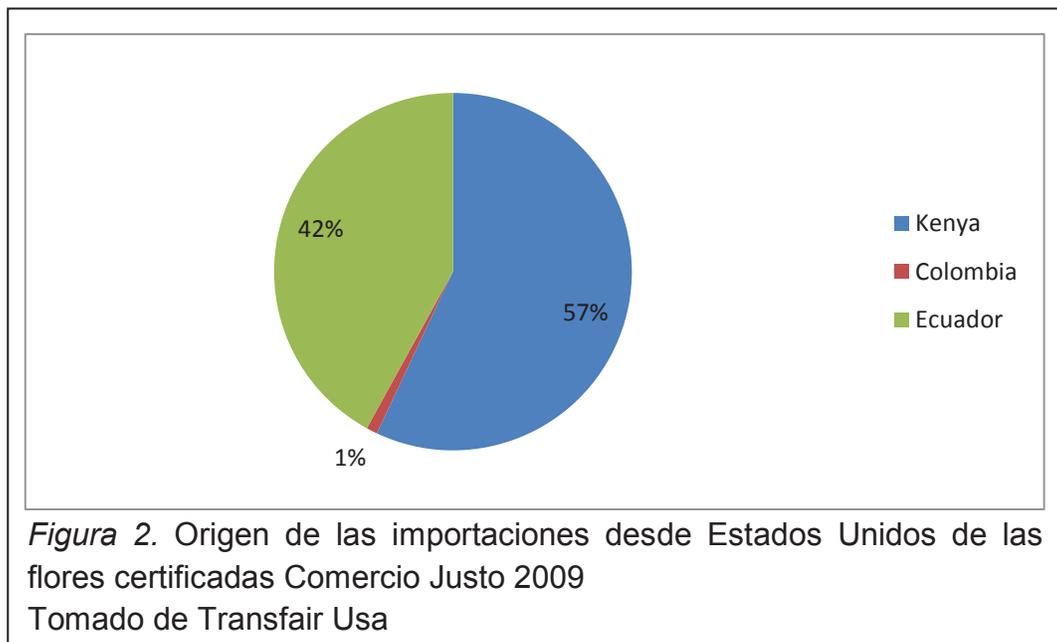
En solo 13 años *Fair Trade* USA ha sido una marca sustentable, desde 1998 los productores han recibido más de 77 millones de dólares en premios para la comunidad que han sido utilizados para proyectos como educación, salud, medio ambiente, gerencia de negocios, mejora de calidad y productividad. En 2006, 7.4 millones de dólares en programas a pequeña escala para las comunidades; en 2011 se ha contribuido con 2 millones de dólares para programas de productores y 3 millones para préstamos a cooperativas para que puedan ayudarse con inversión, capital, calidad, etc. a nivel mundial. (Comunicación *personal Fair Trade Usa Almanac*, 2011)

La tabla 2 nos detalla las importaciones de flor certificada por parte de Estados Unidos, si bien es cierto existían importaciones anteriormente, en el año 2007 se consolidó en Ecuador. (Comunicación *personal Fair Trade Usa Almanac*, 2011)

Tabla 2. Importaciones de flor certificada por parte de Estados Unidos 2007-2009

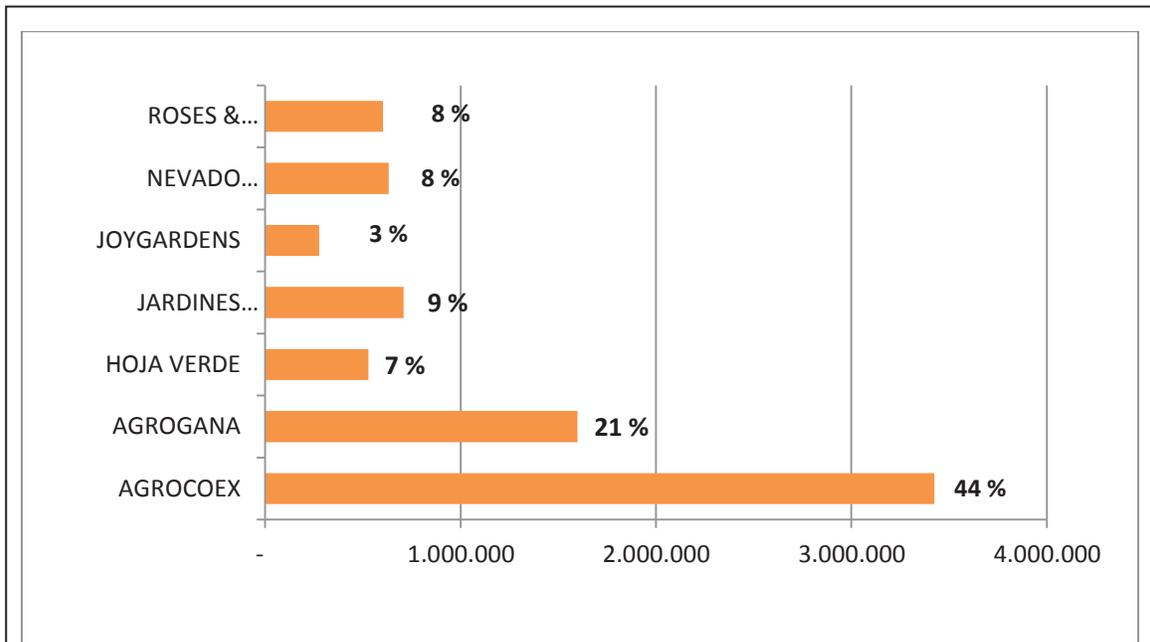
País	2007	2008	2009	Acumulativo (2007-2009)
Ecuador	\$ 109,932.00	\$ 2,884,771.00	\$ 3,996,942.00	\$ 6,991,585.00
Kenya	\$ 539,700.00	\$ 6,774,638.00	\$ 5,414,182.00	\$ 12,728,520.00
Colombia	\$ 1,200.00	\$ 175,679.00	\$ 128,735.00	\$ 305,614.00
<b>Total</b>	\$ 652,839.00	\$ 9,837,096.00	\$ 9,541,868.00	\$ 20,025,719.00
<b>Premio invertido</b>	\$ 8,125.00	\$ 302,835.00	\$ 295,352.00	\$ 606,312.00

Tomado de Transfair USA

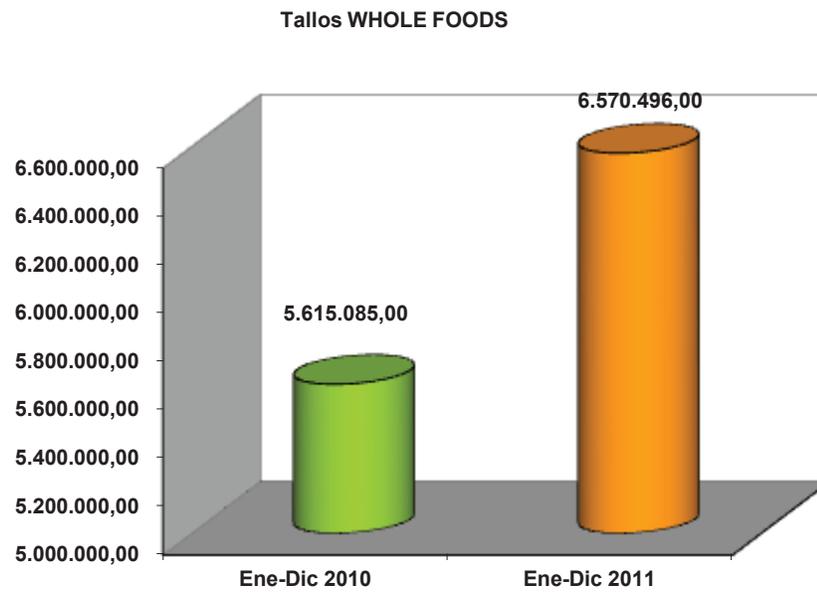
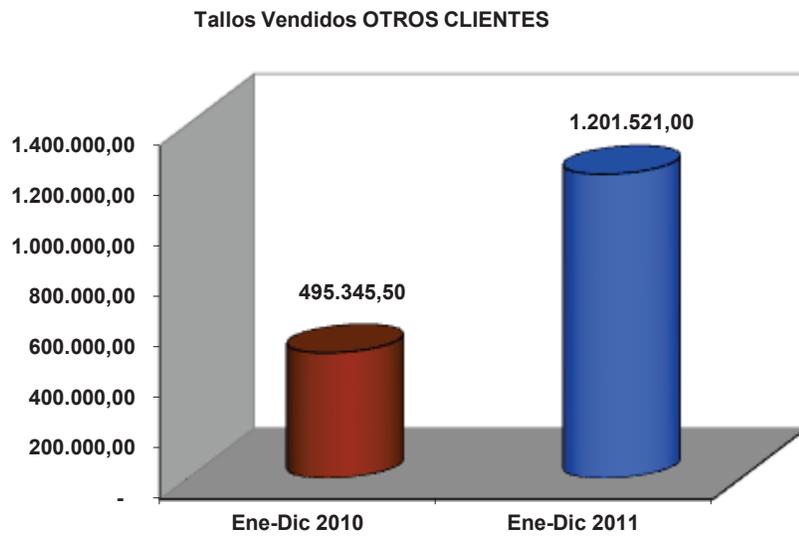


En Ecuador existen 10 fincas certificadas entre el 2002 y el 2010, quienes entre el 2010 y 2011 han representado las tres cuartas partes de las importaciones totales de flores certificadas en los Estados Unidos siendo el mayor proveedor de flores al mercado americano que anteriormente entre 2007 y 2009 lideraba Kenya con el 57%, frente al 42% de Ecuador, como lo muestra la figura 2, además las fincas ecuatorianas reciben en proporción un nivel de premios más alto que África, debido a la calidad y precio de sus flores, pero ambas han recibido un total de 391,147 dólares en premios el 2011. (*Fair Trade Usa Almanac, 2011*)

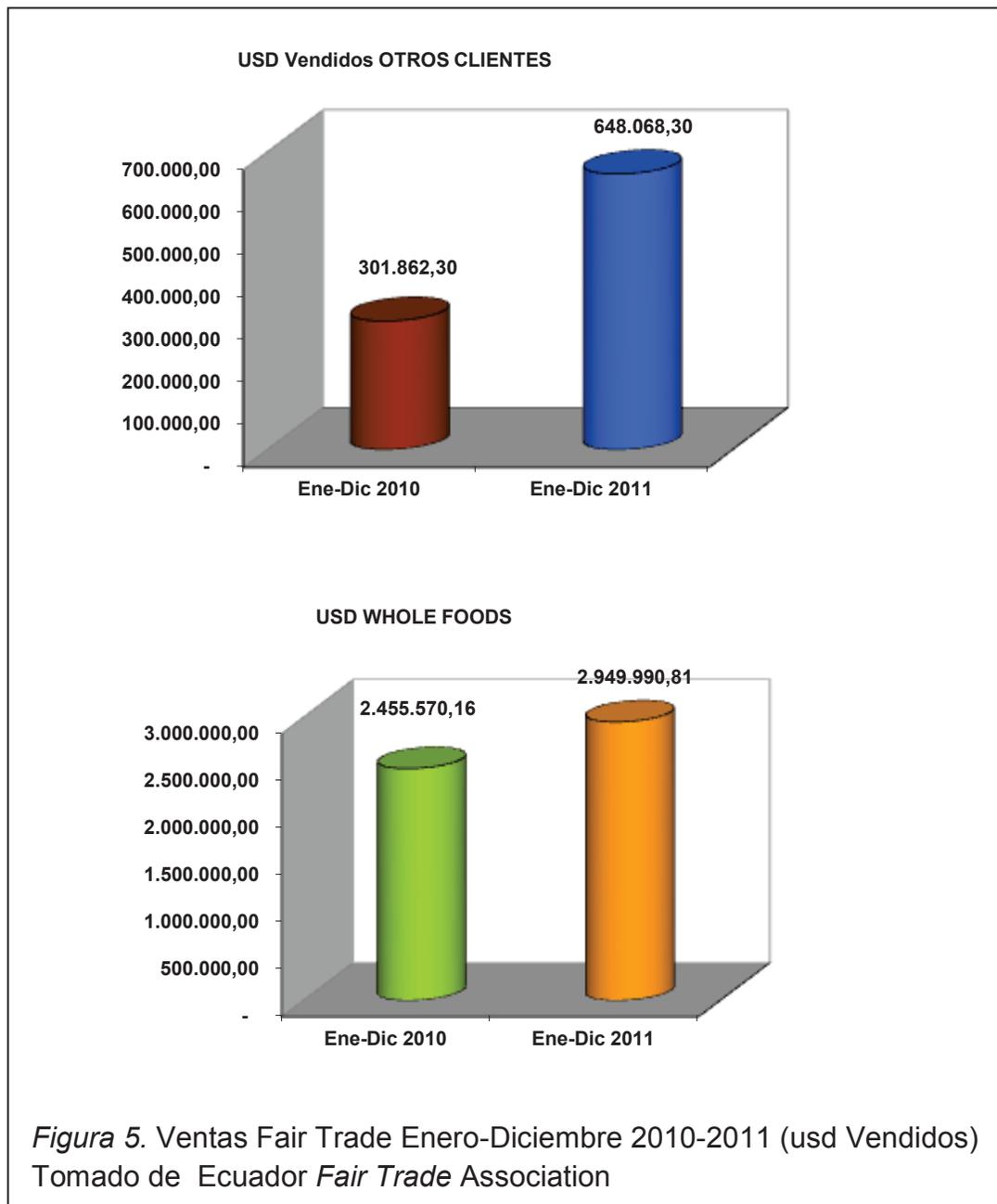
El gráfico 3 nos muestra el porcentaje de participación de cada finca miembro de la Asociación de Comercio Equitativo ACE en Estados Unidos, muchos de estos porcentajes dependen exclusivamente del tiempo de certificación de cada uno o la disponibilidad más no por exclusividades. (Comunicación personal ACE, 2011).

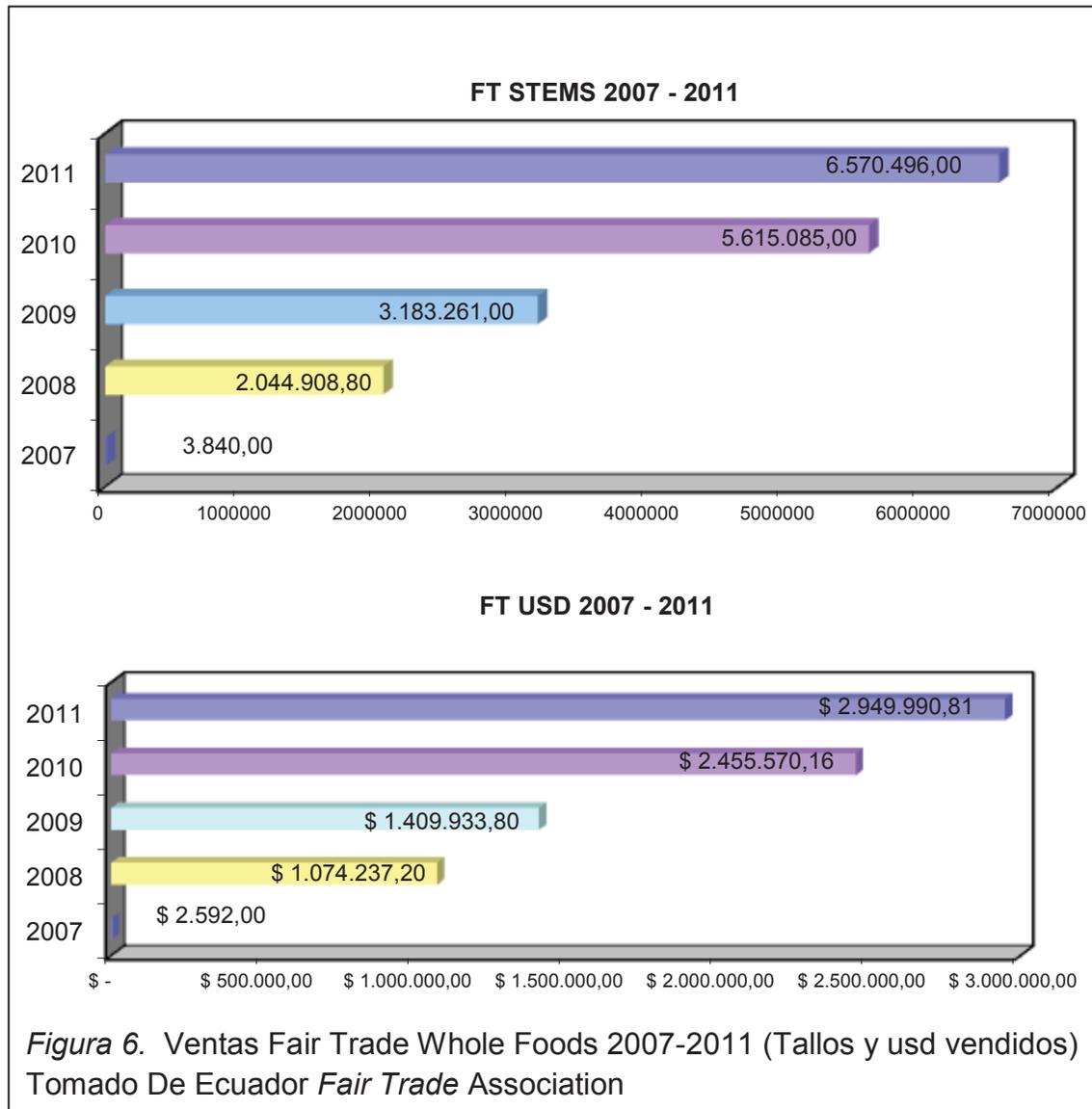


*Figura 3. Ventas fincas Ace Fair Trade Enero-Diciembre 2010- 2011 (%)*  
Tomado de Ecuador *Fair Trade Association*



*Figura 4. Ventas Fair Trade Enero-Diciembre 2010-2011 (Tallos Vendidos)  
Tomado de Ecuador Fair Trade Association*





La cadena de supermercados Wholefoods es el principal consumidor de productos *Fair Trade* de Ecuador y comprador del grupo ACE, con el 85.03% de las ventas totales en USD en la figura 5 que representan el período 2010 – 2011, además existió un incremento del 1.20% en compras en USD a las fincas ecuatorianas entre los años 2010 y 2011 examinando en la figura 6. El resto de clientes importan el restante 14.97% y no necesariamente son los menos importantes ya que tuvieron un crecimiento del 46.57% lo cual nos augura un efecto de crecimiento de la marca comercio justo en los consumidores y un futuro provechoso para los floricultores ecuatorianos si se trabaja de manera eficaz, trabajando e innovando para llevar mejores y nuevos

productos al mercado y como nos muestra la figura 5. (Comunicación personal ACE, 2012).

Las importaciones de productos *Fair Trade* en el 2011 en Estados Unidos fueron de 10'510,006 millones de tallos de flores (ver tabla 7 pág. 28), Ecuador exportó 7'882,504 millones de tallos aproximadamente. (Comunicación personal Flo-Cert, 2012). De acuerdo a las estadísticas el mayor exportador de flores en el Ecuador es el grupo de fincas miembros del ACE quiénes exportaron 7.772,017 millones de tallos de flores donde 7.527,791 fueron rosas, representando el 71.62% de esas importaciones totales mundiales en Estados Unidos y el principal producto de consumo. (Comunicación personal ACE, 2012) Además 110,487 tallos fueron vendidos aproximadamente por los *brokers*: Usa Bqts, Inbloom, Omniflora y fincas directamente a consumidores *Fair Trade*. (Comunicación personal Flo- Cert, 2012).

Las ventas para los *brokers*, comercializadores independientes, aún no representan una cantidad importante que justifique la membresía con FLO y se medita la idea de dejar en próximos años la certificación. (Comunicación personal Inbloom, 2011).

### 1.5 Oferta de rosa certificada por fincas ecuatorianas

Tabla 3. Características de las fincas que exportaron con certificación “Fair Trade”

FINCA	AÑO DE NACIMIENTO	AÑO DE CERTIFICACIÓN <i>FAIR TRADE</i>	TAMAÑO (en hectáreas)	TRABAJADORES
AGROCOEX - AGROPROMOTORA DEL COTOPAXI S.A.	1998	2002	10	141
AGROGANA - AGROGANADERA ESPINOSA CHIRIBOGA S.A.	1992	2002	23	184
FLORMARE S.A.	1993	2010	8	113
HOJA VERDE CIA LTDA	1997	2002	15	210
INVERSIONES PONTE TRESA	1991	2003	85	133
JARDINES PIAVERI CIA LTDA	1996	2003	13	144
JOYGARDENS S.A.	1996	2006	8	130
NEVADO ECUADOR S.A.	1998	2002	35	520
ROSAS DEL MONTE ROSEMONTE S.A.	1985	2003	105	143
ROSES & ROSES	1997	2008	21	263

Tomado de Ecuador *Fair Trade Association*

Ecuador fue el primer país en producir rosas certificadas *Fair Trade* a nivel mundial y actualmente es el segundo proveedor más grande detrás de Kenya que cuenta con 25 plantaciones certificadas en contraste con las 10 fincas certificadas ecuatorianas que se mencionó anteriormente.

Estás fincas ecuatorianas participantes se especializan en la producción de rosas y flores de la más alta calidad, ofreciendo juntas cerca de 200 diferentes variedades de rosas en colores y largos. Cada finca tiene un rango entre 20 a 260 de acres y dan empleo entre 113 y 520 trabajadores por finca como indica la tabla 3. La mayoría de fincas son negocios familiares y que están en el negocio la mayoría en los noventas. (Laura Reynolds, 2011: 12)

En un principio las flores certificadas fueron despachadas a Europa, para el 2007 los Estados Unidos se expandió su mercado y ahora las compañías exportan entre el 10 y el 80 por ciento de sus rosas certificadas *Fair Trade* a los Estados Unidos. (Laura Reynolds, 2011: 14) Ecuador hasta el 2009 proveyó la mitad del total vendido de flores certificadas en Estados Unidos. (TransFair USA 2009: 40-41). La capacidad real de oferta de las florícolas ecuatorianas del total del producto producido exportable depende de factores que no permiten que se comercialice toda la flor, debido en primer lugar a la capacidad de compra del mercado y en segundo lugar por la rigurosidad de la calidad de la flor requerida y los controles fitosanitarios. (Comunicación personal Flormare, Junio 18, 2011).

La Organización Mundial de Comercio Justo por sus siglas en inglés (FLO- *Fair Trade* Labelling Organization) requiere que compradores de fincas certificadas usen contratos o planes de abastecimiento (en flores son seis meses) y pagar un premio social (calculado sobre el diez por ciento del valor FCA en las importaciones de flores certificadas). (Laura Reynolds, 2011: 12) Según los términos comerciales adoptados por FLO, FCA (equivalente de **Franco a Bordo**), son las ventas realizadas por las fincas ecuatorianas e implica que el vendedor entregue la mercancía cuando esta sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido o en el caso de flores la entrega en el avión. Desde aquel punto el comprador tiene que cubrir todos los costos y riesgos de pérdida o daños de la mercancía (...), el vendedor debe ocuparse de los trámites de exportación. (*Fair Trade* Usa Almanac, 2012: 4)

El producir a precios competitivos y con calidad superior a la convencional están relacionados a los atributos físicos de la flor ecuatoriana; tamaños de tallo, color y fragancia. Al tener en cuenta la relación precio-tamaño de los tallos se puede afirmar que las rosas certificadas no representan más del 2% de sus ganancias totales en referencia a tallos de entre 70cm hasta 1,60cm. La certificación permite el ingreso de estas rosas a nichos de mercado que se han visto como sustentables ya que otras compañías de flores salen del mercado por no cumplir los requerimientos de los clientes. (Laura Raynolds, 2011:14)

La información de precios no es pública y por lo general se trata de mantener aislada y reservada de la competencia, se pudo obtener estimaciones de precio que tienen las flores certificadas en términos FCA en un análisis a los mejores compradores de la Asociación de Comercio Equitativo expuestos en la tabla 4.

Tabla 4. Precios promedio de flor certificada comercializada en EEUU

<b>Tamaño de Tallo</b>	<b>Precio promedio por tallo (FOB)</b>
40 cm	0.32 ctvs. USD
50 cm	0.45 ctvs. USD
60 cm	0.55 ctvs. USD
70 cm	0.78 ctvs. USD

Tomado de Ecuador *Fair Trade Association*

Las proporciones de largos vendidos responden al beneficio en cuanto a precio-calidad que recibe el consumidor final, esto específicamente al referirnos al *Target* (mercado meta) que tiene el supermercado. El mayor volumen de ventas comprende a los tallos de 40cm y 60cm, en base a los resultados obtenidos sobre el volumen de ventas (40cm y 60 cm) a un precio promedio de 0.448 centavos por tallo durante el año 2011. (Comunicación personal ACE, Julio 25, 2012).

## 1.6 Comercialización de rosas certificadas Comercio Justo

En los Países Bajos se cultiva la mitad de las exportaciones florales del mundo. Los países desarrollados controlan la mayor parte de la tecnología y tienen conocimientos especializados en floricultura. Sin embargo, un creciente número de flores se cultivan y exportan desde países en vías de desarrollo como Kenia y Tanzania en África, Colombia y Ecuador, en Sudamérica. En estos países, los empleos en la industria florícola por la inseguridad, la corta duración de los contratos, los bajos salarios y la ausencia de beneficios sociales. (*Fair Trade, Flores*, p, 1).

Para Estados Unidos, Ecuador se encuentra entre sus tres principales proveedores de flores junto con Colombia y Holanda, y representa el 26% dentro de sus importaciones totales. La principal especie exportada corresponde a rosas que son el 73% del total exportado (...). (GALLEGOS ENALIEVA NELLY, p17, 2008).

Para entender mejor la comercialización de rosas certificadas en Estados Unidos se analizará las ventas en la tabla 5 de los últimos años del grupo Roses & Roses a este destino para determinar a su vez el impacto de la certificación y su evolución en participación.

Tabla 5. Ventas Roses & Roses a Estados Unidos 2010-2011

	2009			2010			2011		
Ventas Flo EE.UU	Total Tallos	Total Dólares	Promedio	Total Tallos	Total Dólares	Promedio	Total Tallos	Total Dólares	Promedio
<b>Total</b>	2,880.00	2,399.70	0.83	74,757.00	33,160.08	0.44	427,702.00	209,429.39	0.49
Ventas Normales EE.UU									
<b>Total</b>	6,125,487.00	1,347,607.14	0.22	4,035,612.00	976,514.80	0.24	4,532,300.00	1,100,571.52	0.24
Ventas Totales Mundial									
<b>Total</b>	11,607,412.00	3,445,545.49	0.30	10,557,669.00	3,507,989.54	0.33	8,674,861.00	2,891,880.37	0.33

Tomado de Roses&Roses

Los datos generados en el 2009 fueron poco alentadores, apenas se exportó el 0.02% de la producción, con 2,399.70 dólares a 0.83 centavos de promedio. Estos resultados generaron desmotivación en el sector porque el mercado aparentaba no tener los niveles de ventas mayores a los esperados y a su vez los costos que esto implicaba no retribuía en un beneficio para la compañía, los trabajadores y la comunidad.



*Figura 7. Venta Fair Trade Usa, Colocación Banderín  
Tomado de Ecuador Fair Trade Association*

Para no deteriorar la marca *Fair Trade* y el terreno ganado en condiciones de precio y cobranza, las fincas que ya eran miembros del ACE optaron por involucrar en las decisiones y ventas a los potenciales clientes al grupo *Roses & Roses*, siendo ésta, la última finca en unirse a la asociación (Comunicación personal, ACE, 2012). Los volúmenes de venta fueron considerables subiendo al 0.7% y generando un mayor compromiso por la mejora continua en los procesos y la calidad para poder permitirse proyectar como potencial proveedor a años venideros. A su vez, al obtener casi el doble de precio por vender flor de calidad la finca se enfocará a partir de este año en reducir la mayor cantidad de producción inservible, trabajar en cultivo para generar mayores cantidades de flor óptima. (Comunicación personal, *Roses & Roses*, 2012)

Para el año 2011, para Roses & Roses constituyeron las ventas de comercio justo el 4.29% de su producción y el 7.24% en sus ventas en dólares, estuvo a la altura de las demás empresas miembro del ACE con el 8% en sus totales de ventas y a su vez se pudo generar proyectos con las comisiones mixtas por 20,000 dólares por el 10% del premio recibido por las compras de sus clientes *Fair Trade*.

Se prevé que para el año 2012, a pesar de que no hubo crecimiento en las importaciones estadounidenses en Comercio Justo, los índices de ventas en tallos superen el 6% e incluso lleguen a un 8%, con un incremento en dólares al 9.60% solo en Estados Unidos, independiente de los otros mercados que compran de su flor certificada y además tomando en cuenta que en todos estos años se tuvieron las mismas hectáreas de producción aunque la productividad varió. (Comunicación personal, Roses & Roses, 2012)

## 2. CAPÍTULO II: DEMANDA DE FLOR CERTIFICADA EN ESTADOS UNIDOS

### 2.1 Demanda de rosas certificadas en los Estados Unidos

Se producían más de 335 millones de tallos *Fair Trade* por año hasta el 2009 en países como Ecuador, Egipto, Etiopía, Kenya, India, Sri Lanka, Tanzania y Zimbabwe, la mayoría de este volumen es rosa pero también se producen callas, claveles, o variedad de verdes para la venta en Estados Unidos (...). (*Fair Trade USA*, 2012)

La industria florícola es uno de los sectores de rápido crecimiento en el mercado mundial, por su gran potencial de innovación y cultivo, pero el trabajo en las florícolas no es en realidad el ideal porque son inseguros en su mayoría y más al referirnos a fincas sin certificación, debido a que algunos trabajadores no tienen contratos ni garantías, ni protección contra enfermedades laborales e incluso las mujeres embarazadas en estas empresas no quieren cubrir su salida por maternidad, etc. Adicionalmente, las personas están expuestas a químicos y pesticidas sin el correcto equipo de seguridad y capacitación lo cual tiene mucha incidencia en enfermedades como el cáncer (...). (*Fair Trade USA*, 2012)

La certificación *Fair Trade* ofrece una solución a la mayoría de problemas en la industria, trabajadores y productores ya que tienen acceso a comisiones mixtas que aunque no son sindicatos tienen una independencia única donde mejoran sus condiciones de trabajo y protección (...). (*Fair Trade USA*, 2012).

Los compradores *Fair Trade* proveen un soporte de financiamiento para cumplir proyectos para la comunidad al momento de sus compras, donando el 10% del valor de la factura para dicha asociación o comisión para invertir en proyectos auditados por FLO- Cert en busca de oportunidades y así se han incentivado las compras del cerca del 50% de consumidores éticos americanos como nos

muestra la tabla 6 y se conversó anteriormente. (Comunicación personal Flormare, Mayo 11, 2012).

Tabla 6. Premio “Fair Trade” pagado a las Asociaciones de Trabajadores por Producto, 1998-2011

Año	hierbas y especies	Flores	Vino	Miel	Nueces y granos secos	Total
2006	\$ 52,760					\$ 52,760
2007	\$ 39,998	\$ 8,125				\$ 48,123
2008	\$ 11,813	\$ 302,835	\$ 34,128	\$ 18,125		\$ 366,901
2009	\$ 40,941	\$ 295,352	\$ 202,789	\$ 17,055	\$ 16,961	\$ 573,098
2010	\$ 126,750	\$ 317,698	\$ 68,586	\$ 62,537	\$ 10,616	\$ 586,187
2011	\$ 107,990	\$ 391,147	\$ 40,154	\$ 30,264	\$ 6,132	\$ 575,687

Tomado de Ecuador Usa Almanac

Tabla 7. Importaciones de Estados Unidos de productos certificados “Fair Trade” 2005-2011

Año	Granos	hierbas y especies	Flores	Vino	Miel
2005	\$ 73,824				
2006	\$ 390,848	\$ 197,145			
2007	\$ 436,456	\$ 149,460	\$ 650,832		
2008	\$ 317,652	\$ 44,165	\$ 9,835,028	\$ 257,959	\$ 266,985
2009	\$ 1,275,805	\$ 149,344	\$ 9,539,859	\$ 1,450,717	\$ 250,662
2010	\$ 1,437,005	\$ 293,739	\$ 10,489,991	\$ 530,446	\$ 919,130
2011	\$ 1,067,679	\$ 298,671	\$ 10,510,006	\$ 300,637	\$ 333,600
<b>Total</b>	<b>\$ 4,999,269</b>	<b>\$ 1,132,524</b>	<b>\$ 41,025,716</b>	<b>\$ 2,539,759</b>	<b>\$ 1,770,377</b>
<b>Crecimiento 2010-11</b>	-26%	2%	0%	-43%	-64%

Tomado de Ecuador Usa Almanac

Hasta 2011 existían 49 organizaciones de comercio justo de productores de flores y plantas a nivel mundial, quienes han recibido 1.3 millones de dólares en premios para sus empleados al mover un volumen de venta de 41 millones de tallos a Estados Unidos como se observa la tabla 7. Las exportaciones comenzaron a finales del 2007 pero desde el 2008 se mantuvieron volúmenes de compra constantes y considerablemente altos comparados al principio de las exportaciones. (Comunicación personal *Fair Trade Usa Almanac*, 2011).

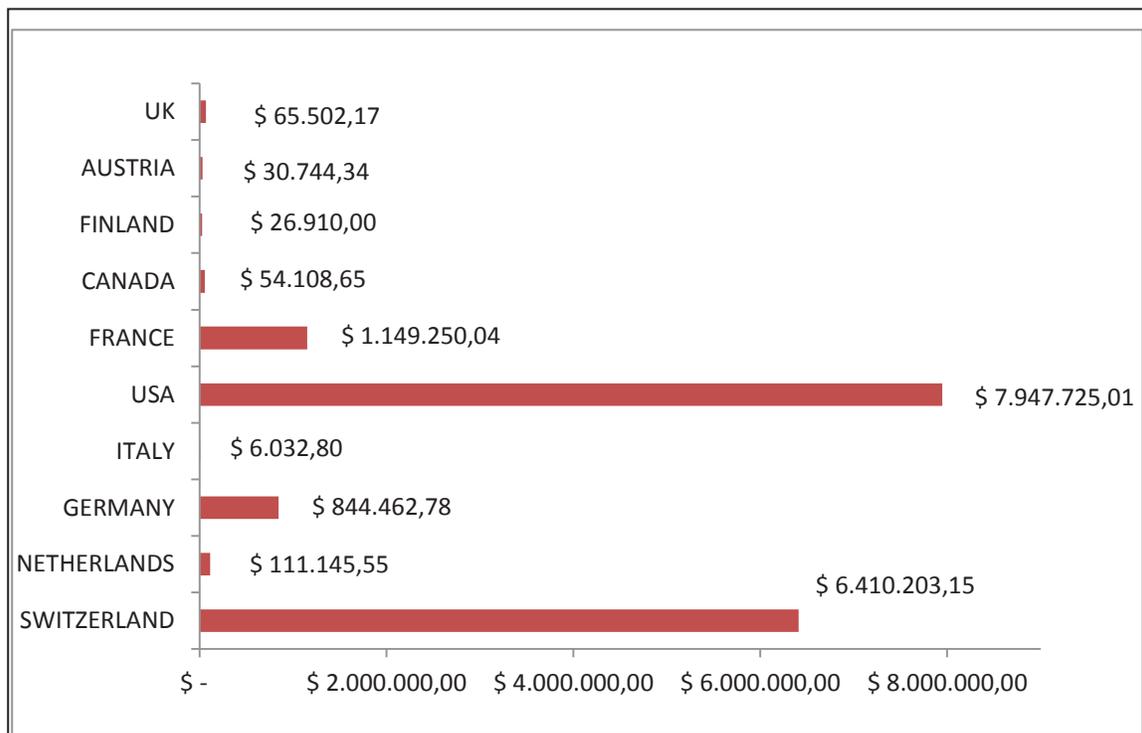
Se considera al Comercio Justo como una nueva clase de responsabilidad social y ambiental, la mente del consumidor y su demanda tuvo éxito para las fincas certificadas anteriormente y que han participado directamente en las exportaciones a Estados Unidos, ya que al menos el 33% de la población esta identificada o familiarizada con la certificación *Fair Trade*. Los productos *Fair Trade* son ofrecidos a más de 50,000 tiendas e involucran a socios estratégicos como Wholefoods Market. (*Fair Trade USA*, 2012)

El mercado Estadounidense, el líder de flores certificadas incrementaron el consumo de sus clientes en más de 20 millones de tallos en el 2009 con un resultado que llega a los 600,000 dólares donados a los trabajadores y sus comunidades en todo el mundo; de esta manera se brinda la oportunidad de marcar una diferencia en la vida de cerca de 5 millones de personas consumiendo productos de comercio justo (*Fair Trade USA*, 2012)

A partir del 2008 nuevas fincas que accedieron a la certificación o recién comenzaron a buscar una alternativa de negocio en el mercado americano han tenido complicaciones para posesionarse y conseguir hacer despachos continuos, debido a que la demanda para el sector floricultor mundial no han tenido un crecimiento participativo como entre los años 2010 y 2011 que no han mostrando un crecimiento, manteniendo el volumen de compras en tallos. (Comunicación personal *Fair Trade Usa Almanac*, 2011).

## 2.2 Principales mercados dentro de Estados Unidos consumidores de rosas certificadas

Antes de mencionar los principales nichos de mercado estadounidenses es importante notar que Estados Unidos es el principal comprador de flor certificada *Fair Trade*, los siguientes gráficos muestran los volúmenes de ventas por mercado, dólares y premios recibidos, tomado de valores difundidos de las fincas miembros del grupo ACE.



*Figura 8.* Ventas flores Fair Trade por país de destino 2007 – 2011 (usd)

Tomado de Ecuador Fair Trade Association

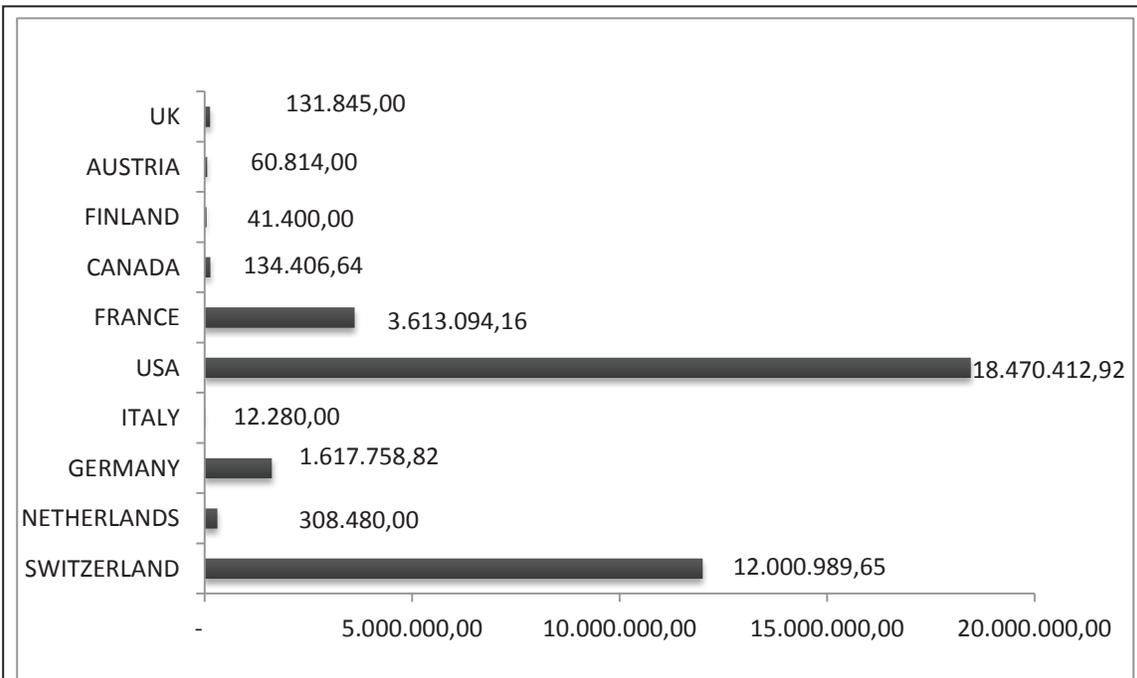


Figura 9. Ventas flores Fair Trade Por país de destino 2007 – 2011 (número de tallos)

Tomado de Ecuador Fair Trade Association

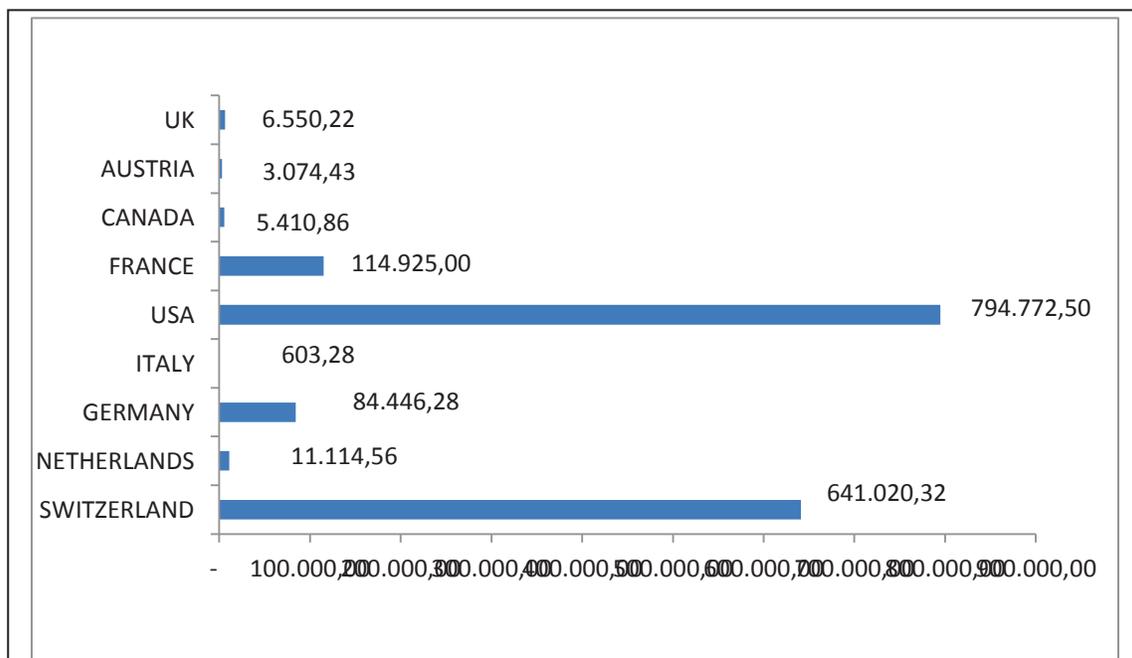


Figura 10. Premio Fair Trade generado para los trabajadores país 2007 – 2011 (usd)

Tomado de Ecuador Fair Trade Association

En las figuras 8, 9 y 10 se puede mostrar claramente que los Estados Unidos constituyen el mercado principal para la venta de rosas certificadas con el sello del Comercio Justo, llegando a generar ventas de más de 7 millones de dólares en más de 18 millones de tallos vendidos.

A pesar de ser un certificado europeo y constituido en Alemania, los niveles de ventas más se enfocan en Suiza y Estados Unidos, el primero puede ser por su calidad de vida y el otro por su conciencia social, sin embargo lo demostrado con esto es que Estados Unidos como país es el principal consumidor de rosas Fair Trade.

En la tabla 8 se dan a conocer las principales regiones de Estados Unidos consumidores de rosas de Comercio Justo:

Tabla 8. Principales regiones en Estados Unidos que consumen Rosas Certificadas

<b>REGIÓN</b>	<b>Florida</b>	
<b>Ciudad/Estado</b>	Pompano Beach, FL	15%
<b>REGIÓN</b>	<b>Mid Atlantic</b>	
<b>Ciudad/Estado</b>	Landover, MD	11%
<b>REGIÓN</b>	<b>Mid West</b>	
<b>Ciudad/Estado</b>	Munster, Indiana	8%
<b>REGIÓN</b>	<b>North Atlantic - North East</b>	
<b>Ciudad/Estado</b>	Cheshire, CT	10%
<b>REGIÓN</b>	<b>Northern Pacific</b>	
<b>Ciudad/Estado</b>	San Francisco, CA	9%
<b>REGIÓN</b>	<b>South</b>	
<b>Ciudad/Estado</b>	Braselton, GA	2%
<b>REGIÓN</b>	<b>Southern Pacific</b>	
<b>Ciudad/Estado</b>	Los Angeles, CA	3%
<b>REGIÓN</b>	<b>Southwest</b>	
<b>Ciudad/Estado</b>	Austin, TX	5%
<b>REGIÓN</b>	<b>Rocky Mountain</b>	
<b>Ciudad/Estado</b>	Aurora, CO	35%
<b>REGIÓN</b>	<b>Pacific Northwest</b>	
<b>Ciudad/Estado</b>	Seattle, WA	2%

Tomado de Ecuador Fair Trade Association

En el la Tabla 8 se muestra el porcentaje de flor certificada que se vende en cada una de las regiones de los Estados Unidos, dentro de la cual la región que

más compra es la ciudad Aurora, en el estado de Texas con el 35% del total en comparación a otras regiones.

Para fomentar las ventas *Fair Trade* en los Estados Unidos, *Fair Trade Usa* participa en todos los show de flores, entre los principales se encuentran los de Miami y New York a su vez que trabajan en cada región con departamentos de marketing para el desarrollo de la marca. (Comunicación personal ACE, 2012)

En la actualidad y gracias a la intervención del gobierno en la creación de Pro Ecuador, nuestras rosas van tomando pulso como marca país, se busca el impulso como gremio de todo el sector y últimamente esta institución participa activamente de cada una de los show de flores a nivel mundial. Tanto así que ACE piensa participar en el mismo stand en Estados Unidos para el año próximo si las condiciones son favorables para ambas partes. (Comunicación personal ACE, 2012)

Pro Ecuador es:

*“el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, adscrito a la Cancillería, encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional” (Pro Ecuador, 2012).*

### 3. CAPÍTULO III: CERTIFICACIÓN COMERCIO JUSTO

#### 3.1 Historia del comercio justo

A partir de la década de los cuarenta, los objetivos primordiales de las Naciones Unidas han sido con el propósito de reducir la pobreza, hambre, enfermedad, analfabetismo, discriminación etc., promoviendo la igualdad, educación y sostenibilidad medioambiental al igual que los derechos humanos básicos. Varias de estas desigualdades se deben a las distinciones sociales y económicas de los países desarrollados y en desarrollo, bajo esa premisa se crean hasta la actualidad rondas de negociaciones de comercio para diseñar políticas comerciales y lograr una integración y ayuda para beneficiarse de las participaciones al ser una fuerza positiva para el desarrollo. (Stiglitz, 2007, pp. 27-28)

En 1964, bajo la iniciativa de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) se creó la UNCTAD (*United Nations Conference on Trade and Development*) la cual es “*Una estrategia para promover el comercio de los países en desarrollo, estabilizar los precios de sus exportaciones y eliminar las barreras de entrada a los países industriales. (Eudmet, 2007).*”

Múltiples fueron las rondas de negociaciones celebradas, donde se delimitaban propuestas para que se trasmitan posteriormente a otros organismos como el GATT y el FMI. Sin embargo, los países subdesarrollados, junto con sus métodos, disminuían su eficacia haciendo que casi siempre sus propuestas no pasen de ser inútiles o exigencias a los países industrializados imposibles de llevar a la práctica. (Eudmet, 2007) A su vez que el crecimiento del comercio sistemáticamente era mayor que el crecimiento de la producción durante toda la era GATT (Acuerdo general sobre aranceles aduanero y comercio). (Stiglitz, 2007, pp. 371)

A pesar de que el concepto de Comercio Justo nace como tal en los años cincuenta como una colaboración entre importadores sin ánimo de lucro,

debido a que los productores se veían consumidos por los comerciantes e intermediarios, vieron en el Comercio Justo la oportunidad de llegar a los clientes finales en América del Norte y voluntarios llamados “Tiendas del Mundo”. (Sello comercio justo, 2010)

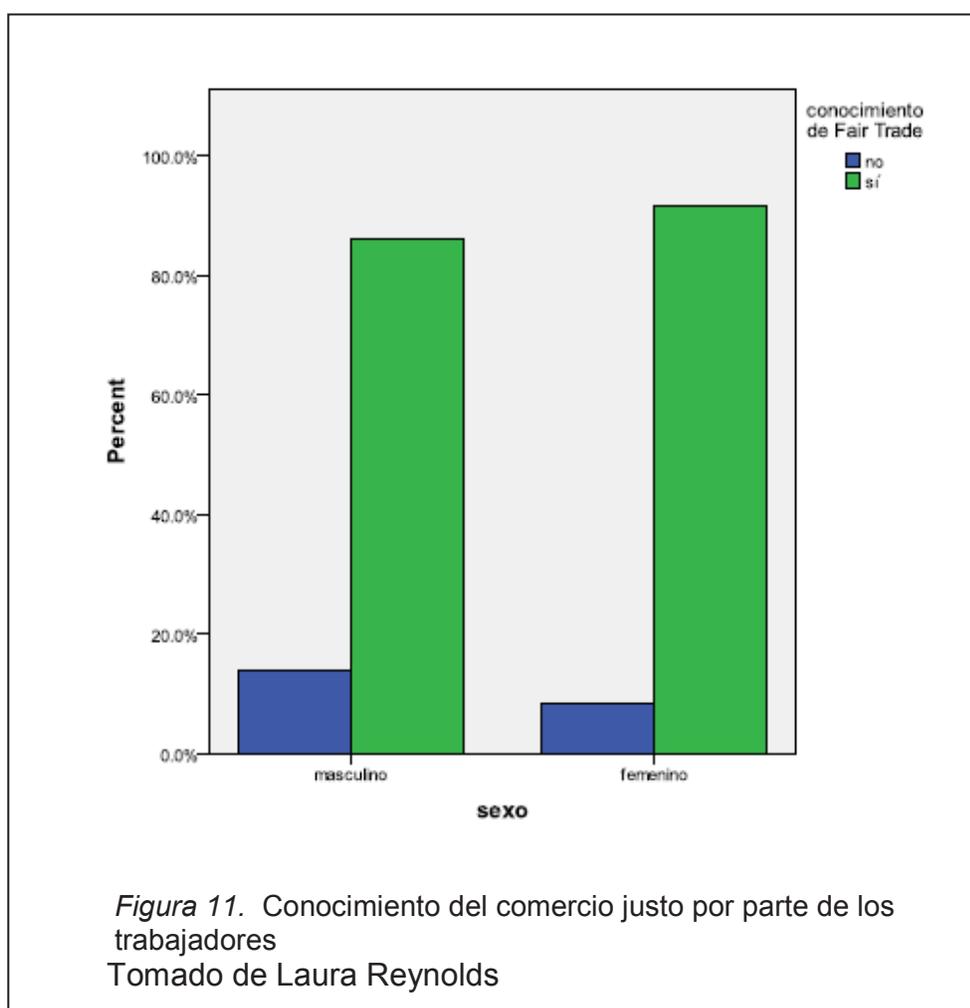
Estas Organizaciones de Comercio Alternativo y tiendas étnicas desempeñaron un papel importante en el desarrollo del Comercio Justo. En 1988, por ampliar la distribución de productos de Comercio Justo a los puntos de venta habituales, una organización llamada Solidaridad de origen holandés encontró una manera de aumentar sus ventas sin comprometer la confianza en los productos *Fair Trade* y su origen en base a la innovación (...). (Sello comercio justo, 2010).

En la década del 60, el Comercio Justo se desarrollaba en las llamadas tiendas del tercer mundo. El concepto de Comercio Justo en esta etapa estaba relacionado a la caridad, filantropía y no a la calidad de los productos. A finales de la década de los 80, hizo su aparición la iniciativa Max Havelaar en Holanda, la cual le dio al Comercio Justo un nuevo concepto basado en un precio justo a los productores en función a localidad, luego a la responsabilidad social y medio ambiental. Este nuevo concepto de Comercio Justo se extendió en varios países de Europa, Norte América y Japón. Y a diferencia de las tiendas del tercer mundo, estos usaban canales de distribución tradicionales (distribuidores, industria y supermercados). (ARISPE, SILVIA, INSTITUTO DE ECOMERCADO PERÚ, COMERCIO JUSTO, 2008)

En 1997, se crea *Fairtrade Labelling Organization Internacional FLO*, la cual es: *“Una organización designada por las 25 organizaciones que venían trabajando para garantizar un trato más justo para los productores y quienes promulgaban el comercio bajo los estándares del Comercio Justo a nivel internacional, apoyando a las organizaciones de productores certificados Fair Trade bajo sus criterios y normas. (Fair Trade, 2011)”*

En la actualidad se han certificado a más de 2,800 empresas en todo el mundo, vendiendo 27,000 productos *Fair Trade* en casi 70 países. En el 2009 aumentaron las empresas que buscan comerciar con el sello en un 8% beneficiando con sus ventas a 1,2 millones de trabajadores y agricultores. Existen 820 organizaciones de productores en 60 países diferentes, cifra que ha aumentado en un 11% en el año 2008 (Sello Comercio Justo, 2010).

Al analizar la figura 11 se puede notar el grado de conocimiento que tienen los trabajadores sobre el significado del Comercio Justo



FLO, actualmente cuenta con 17 organizaciones nacionales en Europa, Norteamérica y Japón. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2012)

### 3.2 La certificación Comercio Justo



El sello FLO Internacional (figura 12) es aquel reconocido y legitimado a nivel mundial y puede ser encontrado en 120 países, incluyendo los Estados Unidos.



En cuanto al sello *Fair Trade USA* de la figura 13 representa una organización independiente, es decir un tercero que se encarga de certificar bajo comercio Justo a las transacciones de compañías solamente en los Estados Unidos. Este sello está presente tan solo en ese país, y de al igual manera implica el cumplimiento de los Estándares del Comercio Justo

La certificación tiene como base algunos propósitos y metas principales como son el trabajar deliberadamente con productores y trabajadores marginales para ayudarlos a pasar de una posición vulnerable a una posición económicamente independiente y segura, también el fortalecer a los

productores y trabajadores para que sean parte activa en las organizaciones a las que pertenecen y desempeñar activamente un papel más amplio a nivel mundial para lograr mayor igualdad en el comercio internacional (...).(ARISPE, Silvia, INSTITUTO DE ECOMERCADO PERÚ , 2008)

El certificado *Fair Trade* es un sistema de certificación de productos que deben cumplir parámetros sociales, económicos y medio ambientales, los mismos que son evaluados conforme a los Criterios *Fair Trade*. Estos contienen criterios genéricos y criterios específicos de producto *Fair Trade*, los cuales son un conjunto de requisitos, que productores y comerciantes que trabajan de manera democrática deben cumplir para obtener la certificación de producto. Estos productos se comercializan conforme a los Criterios Comerciales *Fair Trade*, en éste último criterio se enfatiza el control en la comercialización desde el empaque y el sellado del producto para su distribución. (FLO-Cert, 2012).

Los operadores (productores o comerciantes) que quieren cultivar, procesar, fabricar, comprar y vender productos bajo las condiciones de comercio justo se comprometen libre y voluntariamente en ser inspeccionados físicamente donde se confirme el cumplimiento de estos estándares que les corresponden. Estos cumplimientos a su vez tienen una serie de actividades de control y en tiempo o ciclos definidos, aunque puede ser a su vez supervisada aleatoriamente para verificar el cumplimiento continuo de los criterios (comunicación personal FLO-Cert, Abril 2, 2012) y son tramitados por FLO- Cert.

FLO- Cert es:

*“Una compañía independiente de certificación de comercio justo, sigue la norma ISO 65, con el objetivo de asegurar una certificación creíble al productor, garantizando el cumplimiento de los Criterios FAIRTRADE. Los procedimientos describen las reglas y principios básicos para los procesos de auditoría y certificación a los productores. (FLO- Cert, 2012)”*

FLO- Cert advierte a los solicitantes la obligación de recabar toda la información sobre el alcance de la certificación y de los requisitos necesarios para adquirir y mantener la certificación del producto, para evitar suspenso en la auditoria inicial y reembolsos de las cuotas de solicitud, ya que no existe devolución del valor del pago de la cuota administrativa que esta en 525 euros. Cabe recalcar, que a pesar de que un producto solo puede portar el sello FAIRTRADE si se le ha concedido la certificación del producto correspondiente por FLO- Cert, ésta no concede la autorización para utilizar el sello. (FLO- Cert, 2012)

Además de cumplir con las leyes ambientales y sociales del país donde se encuentra el productor y de las mejoras continuas de las auditorias, también existen condiciones particulares las cuales deben acatar las empresas sobre el trato a los trabajadores tales como libertad de asociación y negociación colectiva, vivienda adecuada y condiciones higiénicas, salud y seguridad laboral, y prohibición del trabajo infantil o forzado. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2012)

Habiendo cumplido con esos requisitos, aprobado la auditoria y condiciones adicionales la certificación la otorgará la *Fairtrade Labelling Organization Internacional – FLO*.

### **3.3 Obligaciones que rigen la norma de certificación Comercio Justo**

Una vez otorgada la certificación se realiza una inspección anual para verificar que los productores cumplen con los requisitos de Comercio Justo y ver lo que han logrado con el premio de Comercio Justo. Los comerciantes que utilizan la marca de certificación de Comercio Justo en sus empaques cubren el costo de la certificación pagando una licencia, mientras que el productor no paga. En el futuro, se espera que los productores cubran parte de los costos de la certificación. (FLO- Cert, 2012)

Todos los productores certificados y los solicitantes de la certificación FLO-Cert, se les aplican las cuotas de certificación anuales e iniciales, las cuales tienen un periodo de duración de 12 meses desde la fecha inicial de facturación y se abonan independientemente si la auditoria se llevó a cabo y de la decisión de certificación adoptada. Las cuotas de certificación inicial se cargan una sola vez y cubren la inspección y certificación conforme a los criterios de la certificación, el sistema difiere de uno a otro tipo de estructura organizativa. (FLO- Cert, 2012)

Se ha determinado que las fincas ecuatorianas usan las definiciones de plantación y multiplantación. Ambas son empresas que dependen estructuralmente de la mano de obra contratada y que están dispuestas a promocionar el desarrollo de sus trabajadores; sin embargo, lo que difiere una de otra es que la primera es una sola plantación o lugar de producción y la segunda se conforma por varias, ambas tienen una administración central que es responsable de las condiciones laborales de los trabajadores. (FLO- Cert, 2012)

Entre los principales requisitos y gastos en los que incurren quienes desean obtener la Certificación de Comercio Justo se encuentran, la cuota de la solicitud que tiene un costo de 525 euros que son no reembolsables. Además los costos para la obtención de la certificación y el certificado son los siguientes:

- Servicio de solicitud 525 euros, no reembolsable
- Solicitud producto adicional 160 euros por producto.
- Cuota de solicitud para nuevas fincas es solo en caso de multiplantaciones y su valor es 160 euros por el total de las fincas.
- Para la solicitud de evaluación de una excepción de los criterios Fairtrade y sus requisitos de certificación FLO-Cert se facturará una cuota de 200 euros.

La cuota inicial se cobra solo una vez y se cancela antes de llevar a cabo la auditoria, la cantidad depende si es plantación o multiplantación, el número de trabajadores y plantaciones miembro, el número de productos *Fair Trade* y el número de instalaciones para el proceso.

Para una plantación dependiendo del número de trabajadores, productos, (...), FLO- Cert facturará estas cuotas: (FLO- Cert, 2012)

Tabla 9. Cuota inicial básica certificación

<b>Miembros</b>	<b>Valores</b>
< de 50 trabajadores	1430 euros
entre 50 y 100	2040 euros
entre 101 y 250	2250 euros
entre 501 y 1000	3060 euros
> de 1000	3470 euros

Tomado de FLO INTERNACIONAL

Además se cobra 210 euros por producto adicional.

Existen cuotas por instalaciones de procesamiento y por entidades subcontratadas, pero en las plantaciones del país no se cancelan estos valores por no hacer uso de los mismos. (Comunicación personal ACE, Abril 24, 2012)

Cuando se trata de una multiplantación dependiendo del número de plantaciones que se incluyen en la solicitud de certificación se cobra la cuota, en la fase inicial se auditan y certifican todas las plantaciones afiliadas; además, dependiendo del número de instalaciones de procesamiento, entidades adicionales y productos cobra la cuota FLO- Cert. El valor por estructura central es de 1.530 euros (FLO- Cert, 2012).

Tabla 10. Cuota inicial certificación de acuerdo al número de trabajadores

<b>Miembros</b>	<b>Valores</b>
entre 1 y 10 trabajadores	210 euros
entre 11 y 100	410 euros
> de 100	620 euros

Tomado de FLO INTERNACIONAL

Por entidades subcontratadas ninguna de las plantaciones del país canceló valores ya que no hacen uso de los mismos. (Comunicación personal ACE, Abril 24, 2012). Aunque no se haya realizado auditoria en algún año y para que la certificación continúe siendo válida se cobrarán los siguientes valores anuales:

Tabla 11. Cuota anual de renovación certificación de acuerdo al número de trabajadores

<b>Miembros</b>	<b>Valores</b>
< de 50 trabajadores	1170 euros
entre 50 y 100	1610 euros
entre 101 y 250	1790 euros
entre 251 y 500	1970 euros
entre 501 y 1000	2410 euros
> de 1000	2770 euros

Tomado de FLO INTERNACIONAL

Además, existen rubros o cuotas que se cobran o se reducen dependiendo de algunos factores; entre ellos la reducción del 12% por ser una finca orgánica o el cobro del 15% adicional a productores que exporten para otros productores por cancelar o posponer una auditoria, auditorias de seguimiento de 350 euros, y en caso de suspensión y se necesite una auditoria de seguimiento serán 630 euros. En caso de existir una queja seria en la auditoría, se enviará un segundo

auditor y los costos diarios del mismo serán de 350 euros. (Comunicación personal FLO- Cert, 2012).

Las fincas productoras de rosas ecuatorianas poseen dos certificaciones, que representan un mismo movimiento pero a diferentes organizaciones. Una de ellas es la del *Fair Trade Labeling Organization* (FLO); la organización del Comercio Justo a nivel Mundial, y la otra certificación Fair Trade USA la misma que es usada solamente dentro de Estados Unidos. (Comunicación personal, ACE, 2012).

### **3.4 Factores que determinan la postura de no pertenecer a comercio justo por parte de floricultores ecuatorianos**

Como se ha mencionado anteriormente, cuando una empresa obtiene la certificación de Comercio Justo, adquiere obligaciones entre las cuales están el permitir la libertad de asociación de sus trabajadores, quienes por esta razón conforman asociaciones de trabajadores para administrar el dinero que reciben como parte de las ventas certificadas.

Este mismo hecho generador de obligaciones y derechos para los trabajadores y las fincas, ocasiona que los productores consideren el tema de libertad de asociación como una amenaza para la sostenibilidad de sus negocios. En este caso se hace referencia a los sindicatos de trabajadores quienes en el Ecuador se encuentran amparados por el Código de Trabajo que en su art. 440 menciona:

*Art. 440.- Libertad de asociación.- Los trabajadores y los empleadores, sin ninguna distinción y sin necesidad de autorización previa, tienen derecho a constituir las asociaciones profesionales o sindicatos que estimen conveniente, de afiliarse a ellos o de retirarse de los mismos, con observancia de la ley y de los estatutos de las respectivas asociaciones. (CODIGO DE TRABAJO ECUATORIANO, ORGANIZACIONES LABORALES, ART. 440)*

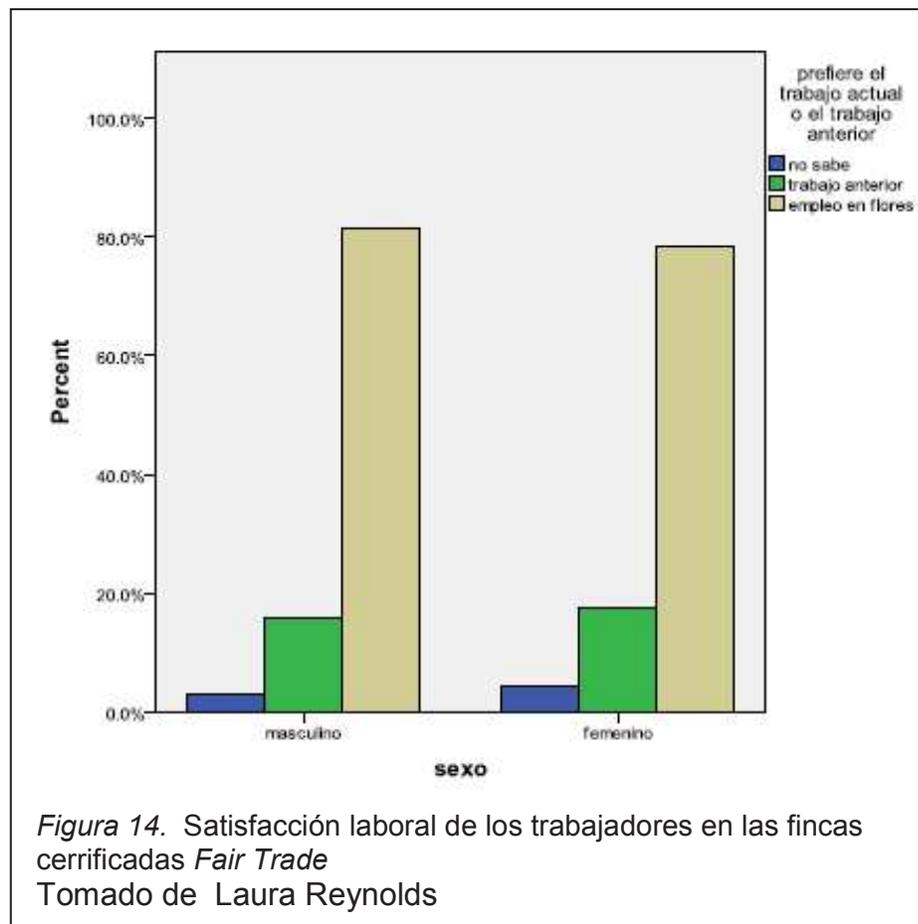
Para poder determinar de mejor manera el beneficio de la certificación del Comercio Justo se tendrá en cuenta el siguiente análisis FODA por empleador y FODA por empleado dentro del cual se tendrá en cuenta los principales puntos sujetos de análisis:

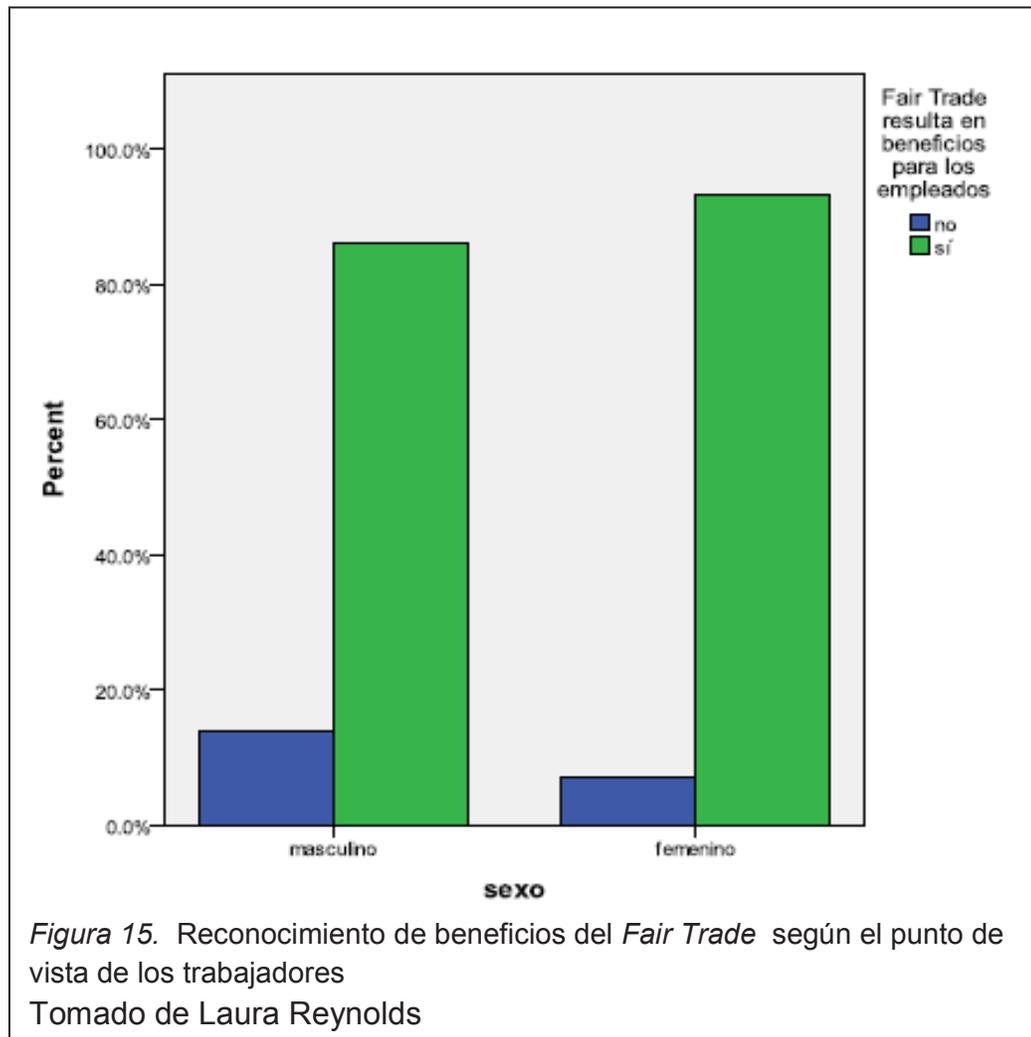
#### **FODA de una Empresa Florícola desde el punto de vista del Empleador.**

<b>Fortalezas con Comercio Justo</b>	<b>Debilidades con Comercio Justo</b>
- Proporcionan a los trabajadores el conocimiento requerido para sus labores mediante sus planes de capacitación	- Poca participación del uso de los fondos de comercio justo lo que podría llegar a ser un capital mal utilizado por los empleados
- El producto ofertado cumple las exigencias de los mercados mas competitivos	- Deficientes habilidades laborales o gerenciales si no existe el conocimiento de los estándares de Comercio Justo
- Las ventas generan recursos financieros que van en beneficio del trabajador, la empresa y la comunidad	- Mayor riesgo de infestación del cultivo de rosas por la aplicación de agroquímicos únicamente aprobados por Comercio Justo
- Procesos técnicos y administrativos que generan un servicio de alto nivel	- Mala gestión del departamento comercial que genere más costos que ganancias para la empresa
- La satisfacción de la gente evita la rotación del personal ayudando a tener un producto competitivo de calidad	
<b>Fortalezas sin Comercio Justo</b>	<b>Debilidades sin Comercio Justo</b>
- Mejora de procesos solo en áreas vulnerables	- Riesgo de venta a compradores desleales
- No hay necesidad de inversión o gastos en temas que no conciernen a los intereses de la empresa	- Poca capacitación general en las áreas y control en seguridad industrial
- La mano de obra contratada puede realizar cualquier actividad requerida independiente del conocimiento adquirido	- Rotación de personal generalizada en el sector floricultor consumando producto muy manipulado con diferentes estándares de calidad debido a que no toda la mano de obra es calificada
- Control inmediato de enfermedades fitosanitarias o plagas en los invernaderos	- Riesgo de enfermedades laborales por el uso de agroquímicos que contaminan el medio ambiente y los trabajadores

Con base en el análisis de las fortalezas y debilidades entre una finca certificada con el sello Comercio Justo y una que no posea esta certificación se puede inferir que para las fincas certificadas, los beneficios de obtener la certificación se centran en el bienestar colectivo de sus trabajadores, lo cual se proyecta en menor rotación de recursos humanos y mano de obra mejor calificada y capacitada.

Las empresas certificadas presentan una mayor calidad y satisfacción laboral (como los indican los gráficos X y X) en la producción siendo sus ejes la eficacia y eficiencia que proyecta la misma a la competitividad y excelencia permitiendo vender en mercados de consumidores leales. Dentro de una finca con certificación se permite la equidad de género, brindando libertad de asociación para sus trabajadores lo cual implica el respeto de facto a sus derechos laborales y constitucionales, poder de negociación colectiva, lo cual es un resultado de su libertad de asociación laboral.





Las oportunidades que presenta una finca certificada frente a una que no lo está, son entre las más importantes el poder de conseguir nuevos mercados meta que se pueden generar mediante la creación de agrupaciones de productores, de esta manera ofrecer una mayor cantidad de productos y de una manera estandarizada, logrando una ventaja competitiva frente a grandes productores no certificados con Comercio Justo. Las fincas certificadas pueden obtener clientes que deseen adquirir productos, con los que mediante su compra reivindiquen su imagen publicitaria ante el consumidor. (Comunicación personal, Roses & Roses, 2012).

En cuanto a las amenazas que presentan las fincas certificadas se tiene como las más importantes los altos precios que muchas veces no permiten la

expansión de mercado, por estar fuera del alcance del consumidor cuando se trata de precio de venta al público, esto porque los clientes no están dispuestos a reducir sus porcentajes de utilidad aunque se benefician a que es un mercado más estable, no existen reducciones de volúmenes de compra grandes que afecten drásticamente como si pasa con las no certificadas porque entran en la especulación de precios y muchas veces pierden mucho dinero en lugar de tener algún compromiso para todo el año. (Comunicación personal, Roses & Roses, 2012)

Posiblemente un rompimiento en acuerdos internacionales como la exoneración del pago de aranceles en Estados Unidos afecté gravemente a una finca sin certificación mientras que a la certificada como hay capacidad de compra en esos nichos de mercado puede afrontar un precio más alto.

#### **FODA de una Empresa Florícola desde el punto de vista del Empleado.**

<b>Fortalezas con Comercio Justo</b>	<b>Debilidades con Comercio Justo</b>
- Salario justo, horas extras pagadas en su totalidad	- A pesar de los beneficios de Comercio Justo igual sus salarios se ven afectados por el costo de la canasta básica
- Acceso y manejo al dinero del premio de Comercio Justo	- Entienden que el Comercio Justo los ampara y tientan a la gente a manifestarse en contra de las políticas de la empresa
- Libertad de asociación	- Falta de educación el cual afecta la relación empleador - empleado
- Capacitaciones que forman a mejores profesionales	- Problemas internos familiares que no les permiten tener regularidad en sus labores
<b>Fortalezas sin Comercio Justo</b>	<b>Debilidades sin Comercio Justo</b>
- Terminos de relación laboral más sencillos	- Lo emplean en diferentes áreas sin el debido conocimiento
- Organiza su tiempo y ritmo de capacitación personal	- No tienen capacidad de negociación con el empleador
- Velan por propios intereses no por el colectivo	- Pagos impuntuales y no pago del total de horas extras generadas
- Debido a las explotaciones tienen mayores conocimientos con las nuevas legislaciones gubernamentales	- Falta de acceso a beneficios colectivos de otras empresas

Mediante este análisis FODA en base a la perspectiva del trabajador de las fincas certificadas con Comercio Justo, se puede determinar que los beneficios que obtienen al ser parte de una de estas fincas se centran en el respeto a sus derechos laborales, a sus derechos humanos, así como en mejores condiciones salariales. La capacitación y el crecimiento personal de cada uno de ellos se toman con responsabilidad por parte de las fincas certificadas, por esta razón existe un mayor grado de estabilidad y continuidad de los trabajadores. El dinero que reciben los trabajadores como parte de las ventas *Fair Trade* es una de las mayores diferencias entre una finca con certificación y una que no la tiene, porque con este dinero se puede autogestionar proyectos basado en interés comunes de los trabajadores que implícitamente al manejar este dinero obtienen autonomía en cuanto a su poder de decisión y asociación.

<b>Oportunidades con Comercio Justo</b>	<b>Amenazas con Comercio Justo</b>
- Conocimiento de las áreas de trabajo generalizado	- Por el mismo hecho de tener una asociación son mas perseguidos para que no formen sindicatos
- Capacidad de formación en liderazgo	- Si no se adapta a las exigencias de la empresa es posible que no cuenten con su labor
- Empoderamiento de las funciones	- Susceptibilidad a la crítica social o especulación
- Desarrollo en la misma empresa o en otra al siempre querer contar con su mano de obra calificada	- Pérdida de bonos por cumplimiento
<b>Oportunidades sin Comercio Justo</b>	<b>Amenazas sin Comercio Justo</b>
- Pueden acceder a cualquier tipo de trabajo con el mínimo conocimiento	- Aumento de salarios por parte del gobierno generalmente tiende a reducir la necesidad de mano de obra en este sector
- Solo tienen la oportunidad de acceder a las legislaciones laborales	- Depende de las políticas del empleador pueden tener multas económicas
	- Explotación al trabajador
	- Los empresarios buscan beneficios solo para ellos no para los trabajadores

Tomando en cuenta el análisis de las oportunidades y amenazas que enfrentan los trabajadores tanto de fincas certificadas como de aquellas que no lo están, se puede deducir que para un trabajador *Fair Trade* las oportunidades tanto laborales como profesionales crecen, debido a que tienen un nivel de conocimiento mayor y cualquier empresario podría contar con su talento humano. Al contrario en fincas no certificadas las oportunidades se limitan a recibir ayuda estatal, y a bonos y comisiones sujetas a cambios y las decisiones arbitrarias tomadas por la directiva de cada una de estas fincas.

Las amenazas principales para los trabajadores *Fair Trade* tienen como base cuando existan cambios dentro de la legislación laboral que no permitan este tipo de asociaciones sino que se vean obligados a formar organizaciones sindicales mediante las cuales las relaciones con su empleador se puedan deteriorar, igual en su nivel de superación y aprendizaje ya que se debe saber manejar los procesos de la empresa.

### **3.5 Análisis de costos entre una finca certificada y una finca no certificada.**

En la tabla 12 que se presenta a continuación, se evalúan los costos que genera tener una finca certificada sobre una sin certificación, desde el inicio de las mismas en una hectárea de producción. Entre una finca certificada y una que no tiene certificación se generan costos distintos, la primera debe cumplir con reglas de preservación de la naturaleza e inversiones para aprobar las auditorías de certificación al contrario de la otra donde pueden hacerse uso de productos químicos que no son aprobados por FLO, el uso o no de inversiones para certificaciones internacionales pero en términos generales las diferencias no son notoriamente grandes. (Comunicación personal, Roses & Roses, 2012).

TABLA 12. Costos generados en una finca certificada frente a una sin certificación

	Con Certificación	Sin certificación	
	m2	m2	
Area total m2	10000	10000	
Item			notas
Estructura	\$ 38,000.00	\$ 38,000.00	
Terreno	\$ 20,000.00	\$ 20,000.00	
Plastico	\$ 9,617.76	\$ 9,617.76	
Riego	\$ 1,671.92	\$ 1,671.92	
Plantas	\$ 18,200.00	\$ 18,200.00	
Movimiento de Tierra	\$ 1,405.00	\$ 1,405.00	
Equipos de Riego	\$ 15,000.00	\$ 15,000.00	
Equipos de Fumigación	\$ 1,500.00	\$ 1,500.00	
Preparacion de Suelo	\$ 1,280.00	\$ 1,280.00	
Labores Culturales	\$ 561.20	\$ 561.20	
Muebles y Enseres	\$ 3,556.59	\$ 3,556.59	
Equipos de Computo	\$ 7,341.62	\$ 7,341.62	
Regalias	\$ 70,000.00	\$ 70,000.00	
Fertilización	\$ 12,522.96	\$ 8,766.07	productos solo aceptados FT
Fumigación	\$ 10,400.28	\$ 7,280.20	productos solo aceptados FT
Costos Indirectos	\$ 4,000.00	\$ 3,000.00	servicios complementarios especiales
Instalaciones	\$ 23,409.09	\$ 23,409.09	
Capacitación Pre- Auditoría	\$ 2,100.00		7 sesiones
Inversión FLO Multiplantación	\$ 6,500.00		Certificación total
Pambiles/Postes	\$ 2,244.00	\$ 2,244.00	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 249,310.41</b>	<b>\$ 232,833.44</b>	

### Tomado de ROSES&ROSES

Los costos indirectos como transporte, servicios subcontratados y guardianía dentro de una finca no certificada son cubiertos mediante la utilización del mismo personal en diversas funciones. (Comunicación personal Roses&Roses, Octubre 29 2012), esto ayuda a ahorrar dinero, pero en comparación a una finca que tiene Sello *Fair Trade* cada tipo de trabajo o tarea tiene personal capacitado para ello. Esto justifica la inversión en capacitación y pagos de cuotas al FLO por multiplantación, porque si se contrasta estos valores con las pérdidas que genera un trabajo de mala calidad por personal no especializado al final tendrá un balance negativo considerando que un trabajo mal hecho implica un costo más alto.

En la tabla 13 también se consideran los costos que implican los empleados en las florícolas, Roses & Roses invierte 5,841.21 dólares anuales adicionales pero sin duda la empresa considera como una inversión porque al incentivar en

los gastos extras generados reducen su rotación de personal, mejoran las condiciones de trabajo lo cual se refleja en la calidad de sus productos.

Tabla 13. Costos de empleados en una finca certificada frente a una sin certificación

Tomado de ROSES&ROSES

<b>Costos Empleados</b>	<b>Certificado</b>	<b>Normal</b>	
Sueldo	\$ 292.00	\$ 292.00	
Horas Extras 50%	\$ 2.49	\$ 1.83	
Horas Extras 100%	\$ 3.32	\$ 2.43	
Décimo Cuarto	\$ 24.33	\$ 24.33	
Décimo Tercero	\$ 24.33	\$ 24.33	
Fondos Reserva	\$ 24.33	\$ 24.33	
Vacaciones	\$ 17.03	\$ 12.17	
Alimentación	\$ 14.56	\$ 14.56	
Aporte Patronal 12.15%	\$ 35.48	\$ 35.48	
Médico	\$ 3.33	-	
Guardería	\$ 5.00	-	
Exámenes de Colinesterasa	\$ 12.50	-	
Análisis Agua	\$ 3.11	-	
Uniformes	\$ 4.17	\$ 4.17	
Uniformes	\$ 4.17	-	
Capacitación	\$ 9.73	-	
Transporte	\$ 18.88	\$ 18.88	
<b>Costo Mensual / Trabajador</b>	<b>\$ 498.76</b>	<b>\$ 454.51</b>	
<b>Costo Total Trabajadores</b>	<b>\$ 5,486.41</b>	<b>\$ 4,999.64</b>	11 empleados por hectárea
<b>Costo Anual Trabajadores</b>	<b>\$ 65,836.96</b>	<b>\$ 59,995.72</b>	

Dentro de una finca certificada los costos hora de un empleado son mayores a los de una sin certificación, debido a que las fincas *Fair Trade* cumplen con todos los estándares laborales de ley, esto puede ocasionar un aumento de casi 70% más en gasto individual por horas extras, sin embargo este gasto se justifica sin problema en el nivel de ventas que tienen estas fincas debido a los de sus rosas certificadas y al volumen de dólares vendidos que en el caso específico de Roses&Roses representan casi el 20% del total de sus ventas.

Tabla 14. Costos socio-económicos en una finca certificada frente a una sin certificación

<b>Costo Socio-Economico</b>		
Capacitaciones	2100	6 capacitaciones
Agazajo Navideño	700	
Celebración Día Mujer	100	
Día del Niño	1000	
Becas	500	10 niños
FLO Anualidad	2500	
Otros gastos	2000	
<b>TOTAL extra anual</b>	<b>8900</b>	

Tomado de ROSES&ROSES

Los costos socio-económicos que se generan dentro de una finca *Fair Trade* como muestra la tabla 14 son parte del cumplimiento de normas de buenas prácticas laborales como parte de requisitos para la certificación. Estos costos no implican un gasto real, porque si se considera la satisfacción laboral de los trabajadores se la debe vincular al alto grado de productividad y de sostenibilidad de las relaciones comerciales con los clientes al poder cumplir con los pedidos exigidos. Además algunos de estos rubros como capacitaciones, agasajos y becas se cubren con el dinero generado por las ventas de rosas certificadas, que en ocasiones es empleado por las asociaciones de trabajadores como parte de su autogestión de recursos, debido a sus propios deseos de crecimiento profesional y mejoría de su nivel de vida. (Comunicación personal Roses&Roses, Octubre 29 2012)

Mediante el análisis de la tabla 5 y los cálculos de costos adicionales que la empresa afronta por tener la certificación anualmente que son de 21,618.21 dólares existe una rentabilidad para el año 2011 de 187,811.18 dólares en 21.5 hectáreas de producción con los que cuenta la compañía

En referencia a los ingresos de una finca certificada, en comparación con una finca sin certificación, no se puede determinar cuantitativamente los datos de los ingresos generados de estas fincas debido a que son dependientes de la gestión de ventas de cada empresa, los ingresos y la utilidad que estos puedan generar para cada empresa. No se pueden obtener estos datos por el hecho de que esta información se maneja de forma confidencial en cada empresa.

### **3.6 Análisis del comportamiento de las ventas proyectadas de la empresa Roses & Roses**

De acuerdo al Anexo 1, se puede visualizar a la proyección de ventas de Roses&Roses durante el período 2009-2014. En base a esta información se afirma que existe un incremento del 45.15% en cuanto al número de tallos *Fair Trade* vendidos en una comparación entre los años 2011-2012, lo cual equivale a un incremento de 37.09% en dólares. Este aumento de las ventas se da por

una variación en cuanto a los tamaños de las rosas que se comercializaron durante 2011, siendo las de 60cm y 50cm las de mayor consumo. Para el 2012 las ventas se centran en rosas de menor tamaño, siendo las de 40cm las que se venden en mayor volumen.

Para el año 2013, la proyección de ventas de tallos crece de 620.821 en 2012 a 650.877 en 2013, esto debido al aumento de 70.000 nuevas plantas. Esto contrasta con el año 2014 debido a que se prevé realizar la sustitución de otras 70.000 plantas, con el beneficio de que las nuevas plantas sembradas en 2013 son variedades que tienen un mejor precio en el mercado y pueden mantener el nivel de ventas que se proyecta a 310.410,50 dólares para el 2014.

#### **4. CAPÍTULO IV: IMPACTO SOCIAL, ECONÓMICO Y AMBIENTAL SOBRE LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE ROSAS CERTIFICADAS BAJO COMERCIO JUSTO**

##### **4.1 Impacto socio económico del premio del Comercio Justo**

El Comercio Justo desde su inicio buscó la manera de alcanzar barreras inimaginables de ventas mundiales con el desarrollo conjunto de productores y trabajadores, cumpliendo los términos de comercio implementados dentro de la organización; destacando, entre sus principales objetivos: inversiones en procesos, productividad, calidad y refuerzos organizacionales.

El resultado de estas implementaciones nos determina el impacto generado y el desempeño de los términos “*Fair Trade*” en el uso de la certificación. El impacto social ha mostrado resultados positivos en la producción y comercialización de rosas bajo comercio justo, además los monitoreos indican que impacto económico también la venta de rosas certificadas tiene impactos económicos en la población beneficiaria del dinero del premio.

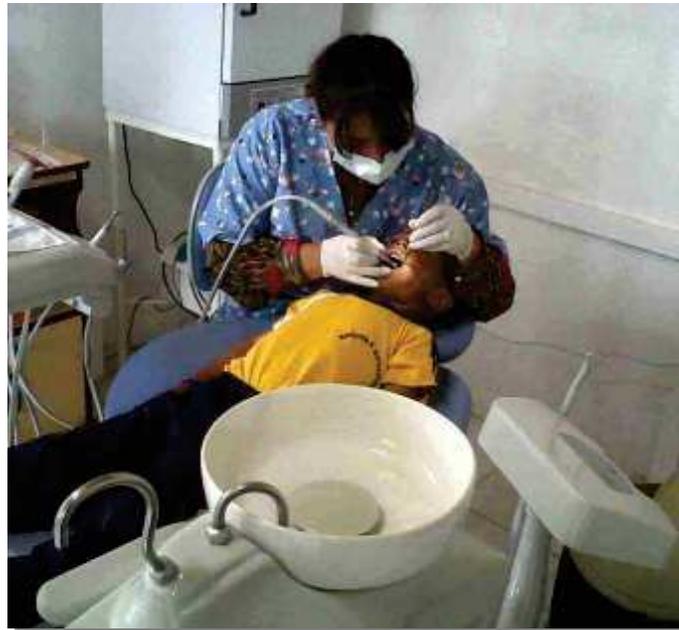
El Comercio Justo como se puede concebir como una alternativa ética en él se establece unas relaciones comerciales basadas en el trato directo y el respeto mutuo, con criterios no sólo económicos sino también sociales y ambientales.

En los países del Sur, las comunidades con mayores necesidades se organizan para conseguir un mejor nivel de vida. Forman cooperativas de campesinos, grupos de mujeres, artesanos, asociaciones de carácter social. Son los productores, el primer eslabón del Comercio Justo. (Economía Solidaria, Comercio Justo, p: 1)

A nivel mundial existen 827 organizaciones de productores certificadas *Fair Trade* en 58 países. Esto representa un total de 1.2 millón de productores y trabajadores. Además de otros beneficios, aproximadamente 52 millones de euros en 2009 fueron distribuido a comunidades para uso en desarrollo local. Si

se cuenta los miembros de sus familias, FLO estima que seis millones de personas se benefician directamente del Comercio Justo *Fair Trade* (*Fair Trade*, Estadística, 2012).

La Prima ayuda a los productores a mejorar su calidad de vida. Es una suma de dinero adicional y los productores deciden democráticamente cómo usarla. Generalmente la invierten en proyectos educativos, sanitarios, mejoras agrícolas o instalaciones de procesamiento para incrementar sus ingresos. *Fair Trade*. (Beneficios *Fair Trade*, 2012).



*Figura 16.* Centro odontológico Finca Jardines Piaveri  
Tomado de Ecuador Fair Trade Association

Una asociación de productores o una plantación podrían beneficiarse con una certificación de Comercio Justo porque normalmente la certificación le permitirá recibir un 10% extra al precio de venta de la flor y consigue estabilidad para sus productos en el mercado. El precio pagado se determina sobre la base de los costos de producción, tomando en cuenta cualquier costo adicional que pueda surgir al cumplir los requisitos de Comercio Justo tales como, por ejemplo, pagar salarios mejores a los trabajadores. En general, se pretende que el

premio de Comercio Justo sirva como un medio para que la comunidad mejore la calidad de vida de sus miembros. (Depositario Documentos FAO, p1).

Una limitación importante de este sistema es que los grupos de productores sólo pueden obtener la certificación si la organización FLO considera que hay un mercado para sus productos etiquetados con la marca de Comercio Justo. Para ingresar al sistema de Comercio Justo se recomienda como primer paso solicitar a la FLO y a los importadores de Comercio Justo información sobre las oportunidades de mercado para sus productos específicos. Otra limitación es que una vez que una asociación de productores, hombres y mujeres o una plantación ha recibido la certificación, no se garantiza que toda su producción se pueda vender y comercializar como 'Comercio Justo'. (Depositario Documentos FAO, p1).

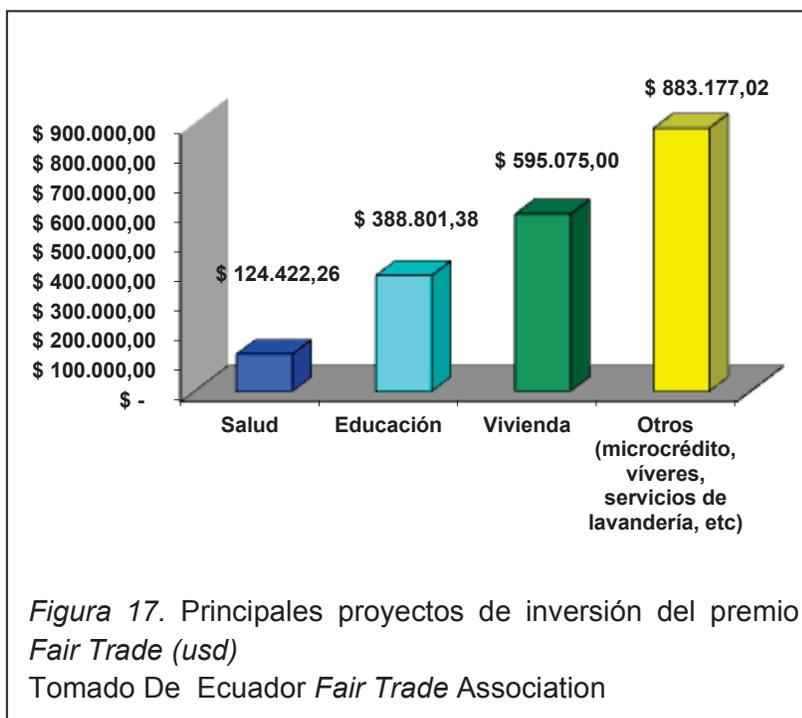
En el siglo XXI la falta de empleo y de oportunidades de trabajo es una característica global, y en el Ecuador el sistema educativo o la misma idiosincrasia de las personas de los sectores populares rurales y urbanos, lo cual los ha llevado a buscar formas alternativas para manejar su economía y acceder al financiamiento. (Tesis de Grado, Vivanco Juan, PUCE, p 5).

En el gobierno ecuatoriano que preside del Econ. Rafael Correa y como parte de sus políticas sociales, se ha dirigido esfuerzos para solucionar la problemática social y económica de estos sectores vulnerables en la población, y con esto intentar remediar el problema de falta de empleo y de acceso rápido y eficiente al micro crédito para pequeños empresarios, quienes son parte comunidades y grupos sociales que mediante autogestión de recursos, intentan mejorar sus ingresos de dinero recibiendo apoyo financiero por parte de cooperativas de ahorro y crédito. . (Tesis de Grado, Vivanco Juan, PUCE, p 5).

El dinero que reciben los trabajadores como parte de las ventas de rosas certificadas, es usado de distintas maneras, entre estas se pueden mencionar la creación de proyectos de salud, educación, capacitación, planes de vivienda,

préstamos a un interés entre 1\$ y 3%. Más del 50 % de este dinero se invierte en programas de microcrédito y programas de alimentación y abastecimiento de víveres. . (Tesis de Grado, Vivanco Juan, PUCE, p 5).

En la figura 17 se puede ver los montos de los beneficios socio-económicos generados por el premio y en las posteriores fotografías en donde se han empleado estos proyectos y los trabajadores beneficiados.

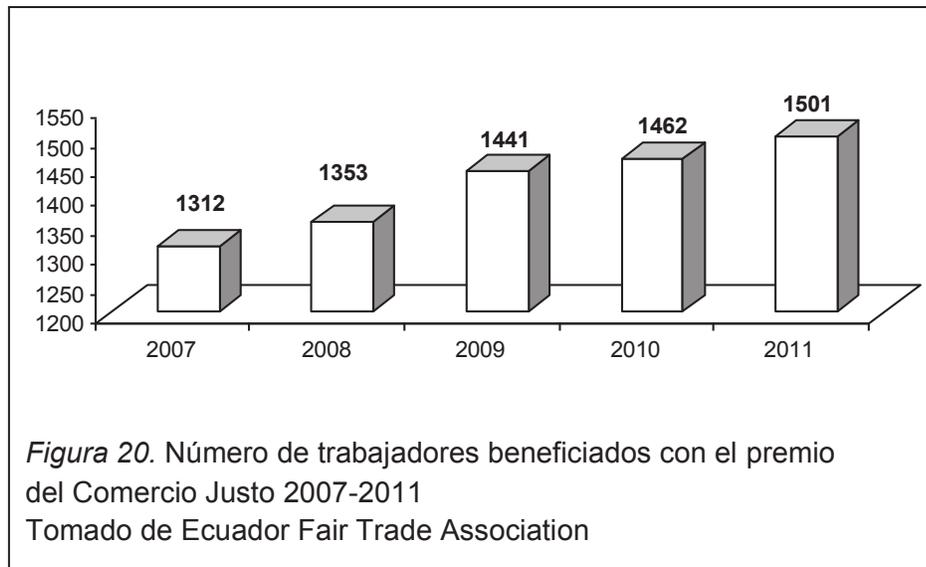




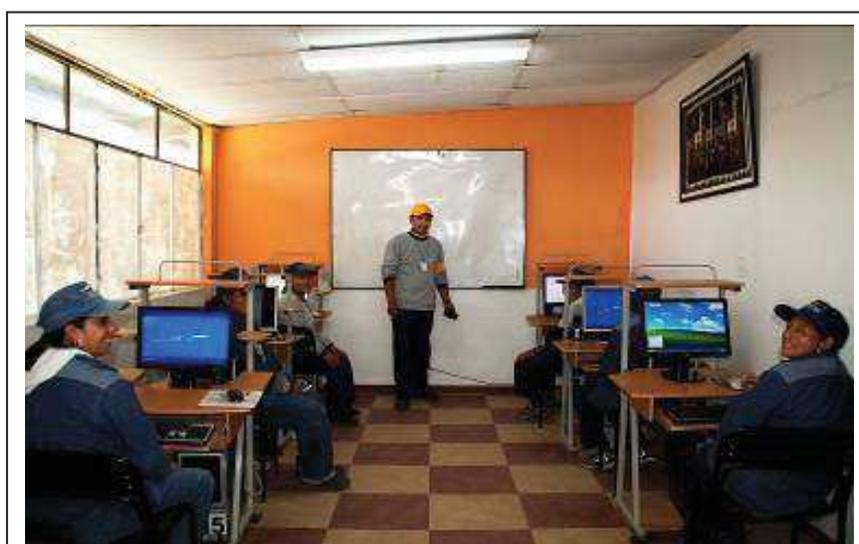
*Figura 18.* Exámen visual Finca Joygardens  
Tomado de Ecuador Fair Trade Association



*Figura 19.* Exámenes de laboratorio Finca Fair Trade Joygardens  
Tomado de Ecuador Fair Trade Association



Al analizar el Anexo 2, se puede observar que existen varios beneficios con los que cuentan los trabajadores de las fincas con certificación, entre los cuales los servicios que tienen mayor cantidad de usuarios son; las capacitaciones, a las cuales acceden un 96% de los trabajadores. El centro de atención médica en cada una de las fincas del cual hacen uso un 89% de los trabajadores, y en tercer lugar de importancia se encuentra el centro odontológico el cual es usado por el 69% de los trabajadores. La figura 20 muestra el número de trabajadores beneficiados de todo lo mencionado anteriormente en este párrafo al año 2011 con 1501 personas.



*Figura 21.* Centro de cómputo Finca Agrocoex  
Tomado de Ecuador Fair Trade Association

## 4.2 Impacto ambiental de la producción *Fair Trade*

El Comercio Justo *Fair Trade* incentiva y alienta a la agricultura y las prácticas de producción que sean medioambientalmente sostenibles. (...). (FAIR TRADE, MEDIOAMBIENTE), El FLO reforzó sus estándares ambientales en 2006 para que la elaboración de productos certificados *Fair Trade* fuera más respetuosa del medio ambiente. Por ejemplo, los productores certificados incorporan la protección del medio ambiente en la gestión de sus explotaciones y también se les alienta a reducir al mínimo el uso de energías no renovables, (...). (Centro de comercio internacional, *Fair Trade*, 2008).

Los estándares ambientales de *Fair Trade* son en gran parte tan fuertes como los de otros sistemas que se centran concretamente en el medio para estimular y recompensar las buenas prácticas ambientales, el objetivo de *Fair Trade* es apoyar a los productores más desaventajados (...). (CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL, FAIRTRADE; ¿Qué HAY DETRÁS DE LA ETIQUETA?, 2008).

Debido a los requisitos y las obligaciones que deben cumplir las fincas que se certifican, están el proteger el medio ambiente en el que trabajan y viven. Esto incluye las áreas de aguas naturales, bosques vírgenes y otras áreas de interés. También deben ocuparse de los problemas relacionados con la erosión y la gestión de los residuos (FAIR TRADE, MEDIOAMBIENTE). Esto se lo hace mediante la capacitación a los trabajadores en temas ambientales e incluso la inversión de parte del premio que los mismos trabajadores destinan a proyectos amigables con el ambiente con son la creación de huertos orgánicos en donde cultivas sus propios alimentos. (FAIR TRADE, MEDIOAMBIENTE).



*Figura 22.* Cultivos orgánicos bajo en las plantaciones de rosas evitan la erosión del suelo (Finca Roma Verde grupo Roses&Roses)  
Tomado de Ecuador Fair Trade Association

A partir de la obtención de la certificación *Fair Trade* fincas certificadas han reducido el uso de fumigaciones de nivel 4 que son las de mayor rango de peligrosidad, y las han sustituido por el uso de métodos de control biológico de plagas como son el uso de ácaros benéficos para combatir a los dañinos. Además se han implementado políticas de uso de y generación de *bioles* (fertilizante orgánico), a partir de desechos orgánicos que son reciclados en la misma finca. (Comunicación personal ACE, 2012).



*Figura 23. Aplicación de bioles en cultivos de rosas en la Finca Agrogana  
Tomado de Ecuador Fair Trade Association*

## CONCLUSIONES

La Floricultura en el Ecuador ha demostrado dar un giro en cuanto a responsabilidad social, mejorando las condiciones de trabajo de sus empleados, lo cual ha significado que el número de fincas que se han certificado en Ecuador crezca entre los años 2002 y 2008.

Para aquellas fincas florícolas que han obtenido la certificación *Fair Trade* han conseguido entrar a un nuevo nicho de mercado que les brinda una ventaja competitiva frente a quienes no poseen la certificación además que el sello Comercio Justo en Ecuador ha mejorado la vida los trabajadores y de sus familias brindándoles la oportunidad de autogestionar sus recursos por medio de asociación u organizaciones que ellos mismo conforman.

Las exportaciones de rosas hacia Estados Unidos han tenido un crecimiento del 9,5% entre los años 2007 y 2011 por lo que Ecuador se ubica como el segundo proveedor de rosas en América Central y del Sur, además como el principal proveedor latinoamericano y el segundo a nivel mundial de rosas certificadas *Fair Trade* hacia los Estados Unidos.

A pesar de las dificultades para obtener la certificación otorgada por el FLO, las fincas de flores ecuatorianas han demostrado tener la capacidad para adecuarse a las exigencias internacionales y así poder obtener la Certificación del Comercio Justo, mediante la cual el dinero del premio que estas ventas producen han beneficiado a más de 1500 trabajadores y sus familias entre los años 2007 y 2011, adicionalmente generando utilidades importantes y liquidez a las fincas por el precio al que se ha vendido y los pronto pagos.

*Fair Trade* USA y FLO internacional son independientes porque en su momento no estuvieron de acuerdo en pagar comisión y aquellos valores invertirlos en publicidad en su propio país. Sin embargo los mismos estándares de las auditorias FLO -CERT son válidos para las fincas, esto quiere decir que

teniendo la certificación de una u otra se puede vender como *Fair Trade*. Se tiene que considerar que con *Fair Trade* USA solo se pueden vender en Estados Unidos, y con *FLO-Cert* se puede vender a nivel mundial incluyendo Estados Unidos.

*Fair Trade* genera resultados económicos positivos, lo que quiere decir que se obtiene mayores precios y un retorno de cartera mucho menor al mercado convencional. Sin embargo los mismos beneficios se convierten en riesgos grandes para los empresarios por el poder de las comisiones o sindicatos que pueden complicar el desarrollo y la esfera económica de una empresa al creer que ellos en su capacidad de negociación pueden considerar dignos salarios o condiciones de trabajo que la empresa no podría ofrecer

Estar Certificado *Fair Trade* no solo implica niveles de exigencia en el cumplimiento de trabajadores, medio ambiente y comunidad sino que también la certificación exige la seriedad al floricultor o empresario al cumplimiento de sus obligaciones en todo lo que concierne el desarrollo de la actividad; por ejemplo, los contratos de compras de regalías de las plantas para la producción y comercialización del producto ya que en empresas no certificadas muchos siembran variedades pasando sobre las *casas obstentoras* y solo en el caso de que hagan inspecciones pagan el valor por estas variedades sembradas.

## RECOMENDACIONES

Como política general de estado se recomendaría practicar políticas de control en el uso de agroquímicos para el mejoramiento y cuidado del medio ambiente, las fincas no certificadas en el Ecuador deberían someterse al uso únicamente de productos que preserven la vida y el ecosistema.

Fomentar una cultura de responsabilidad social entre las empresas de productos primarios en Ecuador con lo cual se podría promover las ventas *Fair Trade* de flores hacia nuevos mercados que puedan ofrecer demanda aún no conocida.

Se debería considerar al *Fair Trade* como una alternativa nueva a los métodos reproducción y comercialización de productos agroindustriales en Ecuador para la producción de rosas como para otros tipos de productos agroindustriales.

Se podría tomar como política interna de cada una de las empresas florícolas el intentar conseguir la certificación, y si esto no es posible, al menos implementar ciertos estándares de la que el Comercio Justo promueve, y de esta manera poder mejorar las condiciones de vida de sus empleados y mejorar su producción.

Se debería facilitar la tramitación para la adquisición del Sello *Fair Trade* por medio de organismos a nivel gubernamental que permitan el acceso a la certificación por parte de productores que no la han conseguido.

Correspondería a los representantes florícolas implementar ciertas normas ambientales como la reducción de fertilizantes y pesticidas de nivel alto en todas las fincas del Ecuador como parte de una política conjunta.

Las fincas que no desean vincularse al Comercio Justo tienen falta de conocimiento del mercado y del sello porque pierden la oportunidad de vender

sus productos a mejores clientes, cambiar la vida de sus empleados junto a su comunidad y el medio ambiente sacándoles el mayor provecho y mejorando su calidad en la producción para entrar a mercados competitivos independiente de si venden toda su producción con rosa certificada.

Para el Ecuador se dificulta la competencia dentro del mercado de rosas certificadas y de rosas en general por el hecho de que los costos producción y precios de venta de Colombia son mucho menores. Para poder competir en este contexto, es necesaria la aplicación de estrategias de ventas mucho más agresivas, e incluso la formación de cárteles especializados en producción y comercialización directa de rosas, es decir evitando el uso de intermediarios y manteniendo una comunicación de igual manera directa con el cliente final

Para afrontar los problemas con la competencia de las rosas certificadas provenientes de otros países, la estrategia para incrementar el volumen de comercio se encuentra en la selección de nichos de mercado que prefieran la calidad frente al precio. Es decir, que si bien no se puede competir con mayoristas, apuntar a nichos de mercado de poder adquisitivo medio-alto.

Si se llegaran a producir problemas por la no firma de un TLC con los Estados Unidos, o mejor dicho la no renovación de preferencias arancelarias, la estrategia a adoptar sería el intentar potenciar mercados como el europeo, y el asiático, es decir intentar diversificar el destino de las exportaciones de rosas certificadas.

## REFERENCIAS

ASAMBLEA NACIONAL DEL ECUADOR,

Constitución Política de la República del Ecuador URL:  
[www.asambleanacional.gov.ec](http://www.asambleanacional.gov.ec)

Descargado el 01/08/2012

ARISPE, SILVIA, INSTITUTO DE ECOMERCADO PERÚ

Comercio Justo, 28 de Mayo del 2008, Lima. URL:  
<http://export.promperu.gob.pe>

Descargado el 01/08/2012

BANCO CENTRAL DEL ECUADOR (2011). URL:

[www.portal.bce.fin.ec](http://www.portal.bce.fin.ec)

Descargado el 29/10/2011

COMERCIO JUSTO (2011), URL:

[www.fairtrade.net](http://www.fairtrade.net)

Descargado el 03/11/2011

CODIGO DE TRABAJO ECUATORIANO

ORGANIZACIONES LABORALES, ART. 440 URL:

<http://www.mrl.gob.ec>

Descargado el 28/08/2012

DEGERENCIA.COM, COMERCIO EXTERIOR, 2012, URL:

[www.degerencia.com](http://www.degerencia.com)

Descargado el 01/08/2012

ECO.FINANZAS, Pensamiento económico de Adam Smith, URL:

[www.ecofinanzas.com](http://www.ecofinanzas.com)

Descargado el 01/08/2012

EXPOFLORES (2010): REVISTA LA FLOR

Edición especial 2010 Quito- Ecuador

EXPOFLORES (2011).URL:

[www.expoflores.com](http://www.expoflores.com)

Descargado el 29/10/2011

EUMED URL:

<http://www.eumed.net/cursecon/16/index.htm>

Descargado el 12/08/2012

FAS /USDA (foreign agricultural service, united stated department of agriculture)

Ecuador fresh flower industry situation

Quito

FLO CERT INTERNACIONAL URL:

<http://www.flo-cert.net/flo-cert/33.html?&L=1>

Descargado el 01/08/2012

FAIR TRADE USA URL:

<http://www.fairtradeusa.org>

Descargado el 05/08/2012

GUZMÁN, MARCO ANTONIO,

Derecho económico ecuatoriano URL:

<http://www.comunidadandina.org>

Descargado el 01/08/2012

GALLEGOS ENALIEVA NELLY

PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DE UNA EMPRESA FLORÍCOLA ESPECIALIZADA EN EXPORTACIÓN DE ROSAS: PROVINCIA DE COTOPAXI, TESIS DE GRADO, p17, 2008). [www.repositorio.usfq.edu.ec](http://www.repositorio.usfq.edu.ec)

Descargado el 27/08/2012

LAURA T. RAYNOLDS,

Fair Trade Flowers: Global Certification, Environmental Sustainability, and Labor Standards, 2011, pág 11:12

LEY DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA, ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA, Art.1 URL:

<http://www.economiasolidaria.org>

Descargado el 01/08/2012

MARKETING EMPRESARIAL INTEGRADO G&B (2004-2011), URL:

[www.gbmarketingcr.net](http://www.gbmarketingcr.net)

Descargado el 08/11/2011

OCHOA (2010), URL:

[www.ericfochoa.wordpress.com](http://www.ericfochoa.wordpress.com)

Descargado el 09/11/2011

PRO ECUADOR (2012), URL:

<http://www.proecuador.gob.ec/pro-ecuador/quienes-somos/>

Descargado el 17/10/2011

PUCE-PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

Perfiles de sectores URL:

[http://www.puce.edu.ec/documentos/perfil\\_de\\_flores\\_2009.pdf](http://www.puce.edu.ec/documentos/perfil_de_flores_2009.pdf)

Descargado el 11/08/2012

RIPESS, (2011), URL:

[www.ripesslac.net](http://www.ripesslac.net)

Descargado el 11/11/2011

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS SRI URL:

[www.sri.gov.ec](http://www.sri.gov.ec)

Descargado el 10/07/2012

SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS URL:

[www.sbs.gov.ec](http://www.sbs.gov.ec)

Descargado el 10/07/2012

SELLO COMERCIO JUSTO URL:

<http://www.sellocomerciojusto.org/es/mesfairtrade10/comerciojusto/historia.html>

Descargado el 20/08/2012

THE CHRONICLE (2011) URL:

Changing the World, a purchase at time

Ellen Lee freelance writer

UNIVERSIDAD DE MÁLAGA- EUME (2011), URL:

[www.eumed.net](http://www.eumed.net)

Descargado el 08/11/2011

WIKILEARNING, BERMUDEZ (2008), URL:

[www.wikilearning.com](http://www.wikilearning.com)

Descargado el 09/11/2011

## **ANEXOS**

## ANEXO 1: PROYECCIÓN DE VENTAS 2009-2014 ROSES & ROSES

	2009			2010			2011		
Ventas Flo EE.UU	Total Tallos	Total Dólares	Promedio	Total Tallos	Total Dólares	Promedio	Total Tallos	Total Dólares	Promedio
<b>Total</b>	2,880.00	2,399.70	0.83	74,757.00	33,160.08	0.44	427,702.00	209,429.39	0.49
Ventas Normales EE.UU									
<b>Total</b>	6,125,487.00	1,347,607.14	0.22	4,035,612.00	976,514.80	0.24	4,532,300.00	1,100,571.52	0.24
Ventas Totales Mundial									
<b>Total</b>	11,607,412.00	3,445,545.49	0.30	10,557,669.00	3,507,989.54	0.33	8,674,861.00	2,891,880.37	0.33

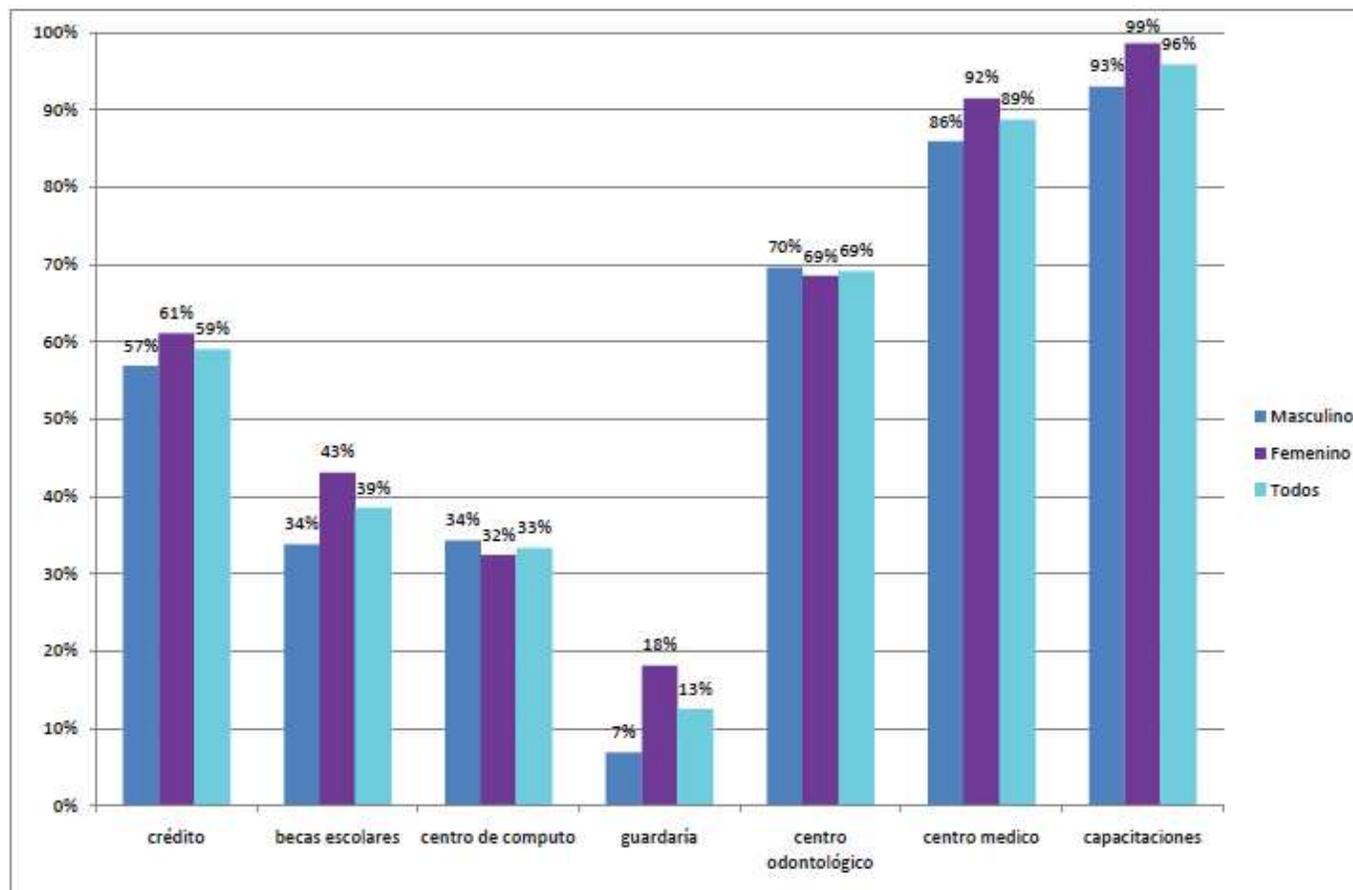
	2012			2013			2014		
Ventas Flo EE.UU	Total Tallos	Total Dólares	Promedio	Total Tallos	Total Dólares	Promedio	Total Tallos	Total Dólares	Promedio
<b>Total</b>	620,821.00	287,114.96	0.46	650,877.46	301,288.67	0.46	620,821.00	310,410.50	0.50
Ventas Normales EE.UU									
<b>Total</b>	4,865,796.00	1,554,410.46	0.32	5,225,252.02	1,651,581.20	0.32	4,865,796.00	1,362,422.88	0.28
Ventas Totales Mundial									
<b>Total</b>	9,357,300.00	2,989,250.88	0.32	10,122,300.00	3,240,482.78	0.32	9,357,300.00	3,275,055.00	0.35

**Fuente:** Roses&Roses

**Elaboración:** Carlos Terán

**Recopilado por:** Carlos Terán

## ANEXO 2: USO DE PROGRAMAS QUE HAN IMPLEMENTADO CON EL PREMIO DE COMERCIO JUSTO



Fuente: Roses&Roses

Elaboración: Carlos Terán

Recopilado por: Carlos Terán