

Universidad Internacional de las Américas

Carrera de Comercio Internacional

Grado académico:

Licenciatura con énfasis en Gestión Aduanera

Competitividad estructural del sector exportador de flores y esquejes de la Gran Área Metropolitana hacia la Unión Europea durante el periodo 2024 al primer semestre del 2025

Autor:

Odette Pérez Castellón

Tutor:

Fernelli Fallas Cerdas

San José, diciembre, 2025

Tabla de Contenido

Dedicatoria	8
Agradecimientos.....	9
Resumen Ejecutivo	10
CAPÍTULO I: PROBLEMA	12
Justificación.....	14
Objetivos.....	16
Objetivo General.....	16
Objetivos Específicos	16
Antecedentes.....	17
<i>Tesis Internacionales</i>	<i>17</i>
<i>Tesis Nacionales.....</i>	<i>21</i>
Proyecciones	25
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	27
Exportación de Flores y Esquejes.....	27
<i>Variedades más Exportadas.....</i>	<i>30</i>
Ave del Paraíso.....	31
Ginger.....	32
Calas	33
Aglaonema.....	34
Dracaena marginata	36
Lirio	37
Biodiversidad Costarricense como Ventaja Comparativa.....	39
Inserción de Costa Rica en el Mercado Europeo	40
Tratados Comerciales en la Competitividad Exportadora	44
<i>Acuerdo Unión Europea-Centroamérica.....</i>	<i>45</i>
Innovación Tecnológica en la Floricultura.....	47
<i>Uso de Sensores y IoT.....</i>	<i>48</i>
Competitividad Estructural	50
<i>Factores Clave en la Competitividad Estructural</i>	<i>53</i>

Infraestructura Logística.....	53
Calidad.....	54
Formación Técnica.....	56
Marco Institucional Sólido.....	57
Capital Humano Especializado.....	58
Sostenibilidad como Estrategia de Posicionamiento	59
<i>Branding Sostenible</i>	60
Certificaciones como Ventaja Competitiva.....	62
<i>Certificaciones en la Floricultura</i>	63
Global G.A.P.	64
MPS-ABC.....	65
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	67
Enfoque Cualitativo.....	67
Diseño de la Investigación.....	68
<i>Fenomenología Empírica</i>	68
Población y Muestra	69
<i>Población</i>	69
Muestra.....	70
Muestra por Conveniencia	70
Instrumentos Cualitativos.....	73
<i>Entrevista</i>	73
Proceso de Recolección de Datos	73
Fuentes de Información.....	75
<i>Fuentes Primarias</i>	75
<i>Fuentes Secundarias</i>	76
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS	78
Unidad de Análisis 1: Situación Interna	79
<i>Categoría 1: Variedades</i>	80
Descripción.....	80
Análisis.....	80
<i>Categoría 2: Tecnología</i>	81

Descripción.....	81
Análisis.....	82
<i>Categoría 3: Certificaciones.....</i>	<i>83</i>
Descripción.....	83
Análisis.....	84
<i>Categoría 4: Proceso de Coordinación.....</i>	<i>84</i>
Descripción.....	84
Análisis.....	85
<i>Categoría 5: Fortalezas.....</i>	<i>86</i>
Descripción.....	86
Análisis.....	86
<i>Categoría 6: Determinantes.....</i>	<i>87</i>
Descripción.....	87
Análisis.....	88
Unidad de Análisis 2: Factores Clave	88
<i>Categoría 1: Innovación.....</i>	<i>89</i>
Descripción.....	89
Análisis.....	90
<i>Categoría 2: Calidad del Producto.....</i>	<i>90</i>
Descripción.....	90
Análisis.....	91
<i>Categoría 3: Sostenibilidad Ambiental.....</i>	<i>92</i>
Descripción.....	92
Análisis.....	93
<i>Categoría 4: Competencia Internacional.....</i>	<i>93</i>
Descripción.....	94
Análisis.....	94
<i>Categoría 5: Estrategias.....</i>	<i>95</i>
Descripción.....	95
Análisis.....	96
Unidad de Análisis 3: Limitantes	97

<i>Categoría 1: Obstáculos</i>	97
<i>Descripción</i>	97
<i>Análisis</i>	98
<i>Categoría 2: Financiamiento</i>	99
<i>Descripción</i>	99
<i>Análisis</i>	100
<i>Categoría 3: Regulaciones y Requisitos</i>	101
<i>Descripción</i>	101
<i>Análisis</i>	101
<i>Categoría 4: Infraestructura</i>	102
<i>Descripción</i>	102
<i>Análisis</i>	103
<i>Categoría 5: Accesibilidad</i>	104
<i>Descripción</i>	104
<i>Análisis</i>	105
<i>Categoría 6: Condiciones Climáticas</i>	105
<i>Descripción</i>	105
<i>Análisis</i>	106
Interpretación de los Datos	107
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	109
Conclusiones	109
Recomendaciones	112
CAPÍTULO VI: PROPUESTA	116
Descripción de la Propuesta	116
<i>Objetivo General</i>	117
<i>Objetivos Específicos</i>	117
Propuesta	117
Referencias	126
Apéndice	135
<i>Cuestionario</i>	135

Tabla de Ilustraciones

Ilustración 1. Propagación de esquejes	27
Ilustración 2. Feria IPM Essen	29
Ilustración 3. Ave del paraíso	32
Ilustración 4. Ginger	33
Ilustración 5. Calas	34
Ilustración 6. Aglaonema	35
Ilustración 7. Dracaena Marginata	36
Ilustración 8. Lirios	38
Ilustración 9. Balanza comercial Costa Rica- Unión Europea	42
Ilustración 10. Página principal	118
Ilustración 11. Apartado VUCE	119
Ilustración 12. Apartado de PROCOMER	120
Ilustración 13. Apartado Servicio Fitosanitario del Estado	121
Ilustración 14. Apartado Galería de plantas	122
Ilustración 15. Apartado de contacto	123

Contenido de Tablas

Tabla 1. Muestra de la investigación	70
Tabla 2. Unidades de análisis	72
Tabla 3. Unidades y categorías de análisis	78

Dedicatoria

Esta tesis está dedicada, con gratitud, a mis padres y hermana menor, por su apoyo incondicional en este proceso; gracias por no dejarme sola y alentarme en cada paso que se presenta. Asimismo, a mis abuelos, por su cariño infinito y por ser mi ejemplo e inspiración cada día; su presencia y sabiduría han sido una luz constante en mi camino. Finalmente, les dedico este logro por su amor, sus palabras de ánimo y por recordarme siempre que los sueños se alcanzan con esfuerzo y perseverancia. Cada uno de ustedes ha sido parte esencial de este logro.

Agradecimientos

Quiero expresar, a mi familia, mi más sincero agradecimiento, por ser un pilar indispensable en este proceso, por su apoyo incondicional y esfuerzos durante mi carrera universitaria. También, agradezco a mis amigos que estuvieron, parte del tiempo, presentes dando su apoyo y buenos deseos. Asimismo, quiero agradecer a los profesores y compañeros quienes han sido parte de este recorrido; con quienes atesoro momentos y aprendizajes.

Resumen Ejecutivo

El sector exportador de flores y esquejes de la Gran Área Metropolitana destaca por su dinamismo en los mercados internacionales. La región posee ventajas comparativas como condiciones climáticas ideales, concentración de conocimiento técnico y cercanía a centros logísticos clave, lo cual facilita la producción de especies de alta calidad. Este potencial le ha permitido al sector captar un considerable interés en la Unión Europea, un mercado que valora la diferenciación y la sostenibilidad. Sin embargo, este estudio se enfoca en analizar la competitividad estructural del sector exportador de flores y esquejes de la Gran Área Metropolitana de Costa Rica hacia la Unión Europea durante el periodo 2024 al primer semestre del 2025.

A pesar de contar con una ventaja comparativa por su biodiversidad y clima, el sector floricultor de la Gran Área Metropolitana se enfrenta a desafíos estructurales que dificultan su pleno desarrollo competitivo. Entre las posibles problemáticas se destacan los altos costos logísticos y la congestión vial, que comprometen la crucial cadena de frío. Existe una fragmentación significativa entre los pequeños y medianos productores, lo cual dificulta la estandarización de procesos y la consolidación de la carga.

Además, la insuficiencia de infraestructura moderna compromete la calidad y vida útil del producto. Estas deficiencias, sumadas a las brechas en financiamiento, tecnología y capacitación, interfieren, a menudo, en el cumplimiento de los rigurosos estándares de sostenibilidad y calidad requeridos por el mercado de la Unión Europea. Considerando las ventajas comparativas del sector y los desafíos estructurales que enfrenta, la pregunta central de esta investigación es: ¿Cómo influye la competitividad estructural del sector exportador de flores y esquejes de la Gran Área Metropolitana en las exportaciones hacia la Unión Europea durante el periodo 2024 al primer semestre de 2025?

El análisis de la competitividad estructural del sector floricultor de la Gran Área Metropolitana hacia la Unión Europea concluye que su pilar fundamental reside en la diversidad de especies y el cumplimiento de certificaciones internacionales. Sin embargo, este potencial se ve limitado por desafíos estructurales, como los altos costos logísticos que amenazan la cadena de frío y la fragmentación de la producción. Se identifica que la competitividad se ve comprometida por la

intensa competencia internacional, el acceso restringido a financiamiento para inversión tecnológica y las deficiencias en la infraestructura nacional. En síntesis, el éxito sostenible en el mercado europeo depende de mejorar estas barreras estructurales mediante una inversión estratégica y una mejor coordinación, tanto público como privada.

CAPÍTULO I: PROBLEMA

Para contextualizar el papel del sector agrícola y su desempeño en los mercados internacionales, se destaca que, como menciona la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER, 2020), “el sector agrícola, segundo en importancia con una participación de 18%, incrementó sus envíos en +7% (\$227 millones)” (párr. 7). Este dinamismo debe entenderse dentro de un contexto de creciente competitividad frente a mercados internacionales consolidados, donde la calidad de las especies ornamentales cultivadas en la GAM, y el compromiso de los productores con prácticas agrícolas sostenibles, han despertado un marcado interés entre consumidores europeos.

La competitividad del sector en la Gran Área Metropolitana se ve favorecida por condiciones como el clima propicio de las zonas altas del Valle Central, la concentración de conocimiento técnico y científico y la cercanía a servicios logísticos clave. Además, la participación activa de productores de la Gran Área Metropolitana en ferias internacionales, como IPM Essen, ha contribuido significativamente a posicionar la oferta costarricense ante compradores europeos. Según PROCOMER (2025), “tras más de 15 años de posicionar la oferta de plantas ornamentales en la feria IPM Essen, en Alemania, Costa Rica consolida su liderazgo en el sector al participar una vez más en esta importante vitrina mundial” (párr. 1).

A pesar del avance, el sector enfrenta limitaciones estructurales que perjudican su desempeño. Entre ellas destacan los altos costos logísticos urbanos, la congestión vial que afecta la cadena de frío y el acceso limitado a tecnología poscosecha. Asimismo, muchos pequeños y medianos productores trabajan de forma aislada, lo que dificulta la estandarización de procesos y la consolidación de carga para exportación. Esta fragmentación limita la eficiencia operativa y disminuye la capacidad de respuesta ante cambios en la demanda o las condiciones del mercado europeo.

Un desafío clave en la Gran Área Metropolitana es la insuficiencia de centros especializados de acopio y procesamiento para productos ornamentales. La falta de infraestructura moderna para el manejo, la refrigeración y el embalaje compromete la calidad del producto final y reduce su vida

útil, afectando la confianza de los compradores internacionales y el posicionamiento del producto en el mercado. Esta situación genera una desventaja competitiva frente a otros países exportadores con sistemas logísticos más eficientes.

Por otra parte, un componente esencial en la estrategia de internacionalización del sector es la sostenibilidad. Las prácticas agrícolas responsables y las certificaciones ambientales elevan el valor percibido por los consumidores europeos, quienes privilegian productos con bajo impacto ambiental; este enfoque representa una ventaja que los productores de la Gran Área Metropolitana pueden capitalizar, siempre que logren cumplir con los estándares internacionales mediante procesos verificables de producción limpia.

No obstante, alcanzar y mantener estos estándares implica desafíos técnicos y financieros, especialmente para pequeños productores de zonas periurbanas. Muchos exportadores y productores del sector exportador de flores y esquejes carecen de acceso a financiamiento, tecnología apropiada y capacitación técnica, lo cual dificulta la adopción de buenas prácticas agrícolas y procesos de certificación. Esta brecha amenaza con marginar a actores clave del ecosistema productivo, afectando la sostenibilidad y el desarrollo equitativo del sector.

Costa Rica tiene una importante participación en diferentes mercados, “pero si queremos ganar más terreno es necesario ser un poco más agresivos, atendiendo las necesidades de los nuevos clientes, prestando atención a las tendencias y ampliando la red logística” (PROCOMER, 2017, párr. 3). Por ello, esta investigación ayudará a comprender las oportunidades y los desafíos que enfrenta el sector para alcanzar la excelencia en sus operaciones. En este contexto, surge la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo influye la competitividad estructural del sector exportador de flores y esquejes de la Gran Área Metropolitana en las exportaciones hacia la Unión Europea durante el periodo 2024 al primer semestre de 2025?

Justificación

Este análisis pretende estudiar el sector exportador de flores y esquejes en la Gran Área Metropolitana (GAM) de Costa Rica durante el periodo del 2024 al primer semestre de 2025. La investigación surge ante la necesidad de comprender cuáles factores influyen en la competitividad estructural frente a mercados más consolidados. También se quiere analizar posibles limitantes como los costos logísticos, la falta de infraestructura y el acceso a tecnología. El estudio considera aspectos económicos, sociales, ambientales y técnicos; y se tiene como objetivo el identificar oportunidades de mejora para fortalecer el desempeño exportador. En virtud de lo anterior, se ha evidenciado un crecimiento en exportación por parte del mercado exportador costarricense de plantas. PROCOMER (2025) comenta:

Al cierre de noviembre de 2024, el sector de plantas ornamentales costarricenses alcanzó exportaciones superiores a los \$80 millones, con destinos principales como Estados Unidos, Holanda, Bélgica y Alemania. Europa, en particular, se posiciona como un mercado estratégico, con una alta demanda en países líderes de importación como los mencionados. (párr. 3)

Esto podría indicar que Costa Rica se encuentra exportando en un mercado bien posicionado como lo es el mercado europeo, el cual se considera estratégico por su alta demanda de productos ornamentales. La presencia constante en destinos como Alemania, Bélgica y Países Bajos refleja una consolidación comercial importante. Este crecimiento sostenido sugiere que los productos costarricenses han logrado diferenciarse por su calidad y sostenibilidad; asimismo, posicionarse en estos mercados permite fortalecer la competitividad del sector y abrir oportunidades hacia otros destinos europeos.

Por otra parte, uno de los factores que ha favorecido esta dinámica positiva es la participación constante de productores costarricenses en ferias internacionales como IPM Essen, celebrada en Alemania, considerada una de las más importantes del mundo en el sector de plantas ornamentales. Este tipo de eventos ha permitido visibilizar la oferta nacional ante compradores

especializados y establecer contactos comerciales clave que impulsan las exportaciones. Además, estas plataformas internacionales fomentan el intercambio de conocimientos, la actualización en tendencias del mercado global y el aprendizaje de buenas prácticas en producción y comercialización.

El análisis del sector exportador de flores y esquejes puede implicar la implementación de mejores prácticas agrícolas, logísticas y comerciales. Este sector refleja, tanto el compromiso de los productores de la Gran Área Metropolitana con la sostenibilidad y la calidad del producto, como también ciertas debilidades relacionadas con la falta de infraestructura adecuada, limitaciones en el acceso a tecnología poscosecha y desafíos logísticos propios de una región urbana densamente poblada.

Mejorar estos aspectos beneficiaría, directamente, la competitividad estructural del sector y elevaría el cumplimiento con los estándares exigidos por la Unión Europea, fortaleciendo la imagen de Costa Rica como proveedor confiable en el mercado internacional. A su vez, es importante considerar el acceso equitativo de pequeños y medianos productores urbanos y periurbanos a oportunidades de internacionalización. La falta de articulación entre ellos limita la estandarización de procesos y la consolidación de carga, lo cual reduce su capacidad de respuesta ante las exigencias del mercado europeo.

La falta de coordinación entre pequeños y medianos productores en la Gran Área Metropolitana limita la estandarización de procesos y la consolidación de carga, reduciendo su capacidad de respuesta ante el mercado europeo. Fomentar asociaciones, o redes colaborativas, podría mejorar la eficiencia operativa, optimizar recursos y facilitar el cumplimiento de estándares internacionales. Estas alianzas permitirían acceder a más oportunidades de internacionalización, ampliar los beneficios del crecimiento del sector y fortalecer la competitividad de la Gran Área Metropolitana como núcleo exportador.

Cabe mencionar que la falta de infraestructura especializada para el manejo y acopio de flores en la Gran Área Metropolitana evidencia la necesidad de mejoras urgentes. Contar con centros adecuados permitiría conservar mejor la calidad durante el transporte y cumplir con los

estándares europeos; esto fortalecería la confianza de los compradores y reduciría pérdidas económicas. Además, una mejor infraestructura optimizaría los tiempos de envío y facilitaría la consolidación de carga. Invertir en estas mejoras es clave para aumentar la eficiencia y competitividad del sector, beneficiando directamente el desarrollo exportador y económico de la Gran Área Metropolitana.

Este estudio contribuye a los exportadores y productores del sector exportador de flores y esquejes de la Gran Área Metropolitana, ya que con la información recopilada podrán diagnosticar la situación en la que se encuentran como empresa y, además, optimizar sus procesos con base en recomendaciones obtenidas en dicho estudio. De igual manera, al identificar posibles limitantes de su sector podrán crear un plan estratégico para posicionarse de forma competitiva en el mercado extranjero.

Objetivos

Objetivo General

Analizar la competitividad estructural del sector exportador de flores y esquejes de la Gran Área Metropolitana de Costa Rica hacia la Unión Europea durante el periodo 2024 al primer semestre del 2025.

Objetivos Específicos

Describir la situación interna actual del sector exportador de flores y esquejes en la Gran Área Metropolitana de Costa Rica.

Determinar los factores clave para la competitividad de las exportaciones del sector de flores y esquejes en la Gran Área Metropolitana de Costa Rica durante el periodo comprendido entre 2024 y el primer semestre de 2025.

Identificar las posibles limitaciones para el sector de flores y esquejes en la Gran Área Metropolitana de Costa Rica para la exportación hacia la Unión Europea.

Proponer el desarrollo de una página web que simplifique el acceso a la información requerida por las empresas exportadoras de flores y esquejes de la Gran Área Metropolitana hacia la Unión Europea.

Antecedentes

Tesis Internacionales

La primera tesis internacional consultada es la de Santacruz (2011), con el tema *Análisis de competitividad del sector de la producción y exportación de plantas y flores de orquídeas*, la realiza para la Universidad Andina Simón Bolívar y opta por el grado académico de maestría.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: analizar el sector de la producción y exportación de plantas y flores de orquídeas e identificar la ventaja competitiva del sector, y los siguientes objetivos específicos: analizar la estructura del sector de productos no tradicionales (flores y plantas de orquídeas), identificar la manera en cómo actúa cada uno de los actores del sector de la actividad económica estudiado, identificar las fuentes de ventaja competitiva que existen para la comercialización de flores y plantas de orquídeas dentro y fuera del país y definir la estrategia competitiva para la producción y exportación de plantas y flores de orquídeas.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: entrevistas semiestructuradas a informantes clave, observación directa en fincas productoras, revisión bibliográfica y análisis documental, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que la competitividad del sector de exportación de plantas y flores está fuertemente influenciada por factores como la diferenciación del producto, el acceso a tecnologías reproductivas, la capacidad de participación en ferias internacionales y la asociatividad entre productores. Para lo anterior, se recomienda fortalecer el acceso de los pequeños y medianos

productores a infraestructura especializada, financiamiento técnico, procesos de certificación y plataformas de comercialización conjunta, con el fin de mejorar la estandarización y la consolidación de carga y, así, elevar su competitividad frente al mercado europeo.

La segunda tesis internacional consultada es la de Landela y Gabriela (2023), con el tema *La competitividad en el mercado internacional del sector florícola ecuatoriano, un enfoque desde la producción y exportación*. La realiza para la Universidad Técnica de Ambato y opta por el grado académico de pregrado.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: analizar la competitividad del sector florícola ecuatoriano y su relación con el mercado internacional durante el periodo 2010-2021 y los siguientes objetivos específicos: describir la evolución de la producción y exportación del sector florícola, determinar la competitividad del sector florícola ecuatoriano y analizar qué factores productivos inciden en la competitividad del sector florícola ecuatoriano durante el periodo 2010-2021.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: entrevistas a expertos del sector florícola, grupos focales con productores y exportadores y análisis documental de informes sectoriales, estadísticas de comercio internacional y políticas públicas, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que la competitividad del sector florícola ecuatoriano, en el mercado internacional, se ve fuertemente influenciada por la innovación en técnicas de producción, la diversificación de mercados y la implementación de estrategias de valor agregado, a pesar de los desafíos logísticos y regulatorios que enfrenta el sector. Para lo anterior se recomienda fortalecer las alianzas, tanto públicas, como privadas, para impulsar la investigación y el desarrollo de nuevas variedades florales, invertir en infraestructura logística para reducir costos de exportación y fomentar la capacitación de los productores en buenas prácticas agrícolas y estándares de calidad internacionales.

La tercera tesis internacional consultada es la de Cuestas (2018), con el tema *Análisis del sector floricultor de Colombia y Holanda en el periodo 2012-2017*. La realiza para la Universidad de América y opta por el grado académico de especialista.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: analizar las ventajas competitivas del sector floricultor de Colombia y Holanda durante el periodo 2012-2017. Los objetivos específicos son: analizar el comportamiento del sector floricultor en Colombia y Holanda durante el período 2012-2017, describir las ventajas competitivas implementadas por ambos países y evaluar su impacto en la producción, la productividad y las exportaciones del sector.

La metodología que se emplea es la cuantitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: análisis estadístico de datos secundarios sobre producción, productividad y exportaciones, así como la revisión documental y bibliográfica para identificar las ventajas competitivas, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que las ventajas competitivas implementadas por Colombia y Holanda, como la innovación tecnológica y la eficiencia logística en el caso holandés, y la diversificación de la producción y la optimización de costos en el caso colombiano, tuvieron un impacto discernible en el comportamiento de su producción, productividad y desempeño exportador del sector floricultor entre el 2012 y 2017, consolidando sus respectivas posiciones en el mercado internacional.

Para lo anterior se recomienda que los países continúen invirtiendo en investigación y desarrollo de nuevas variedades florales, en la mejora de la infraestructura logística para reducir tiempos y costos de exportación y en programas de capacitación que fortalezcan las habilidades y el conocimiento técnico de los productores para mantener su competitividad global, fomentando, además, la creación de alianzas estratégicas que faciliten el acceso a nuevos mercados y la adopción de prácticas sostenibles.

La cuarta tesis internacional consultada es la de Cardona Trujillo (2023), con el tema *Innovaciones institucionales y gobernanza para la competitividad de los pequeños agricultores en*

Colombia. La realiza para la Universidad Complutense de Madrid para optar por el grado académico de Doctorado.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: examinar las limitaciones que restringen el rendimiento de las exportaciones agrícolas y explorar las innovaciones institucionales relacionadas con el desempeño del sector agrícola en Colombia. Los objetivos específicos son: investigar si, a pesar de los importantes cambios de política en el sector agrícola, persisten limitaciones del mercado, examinar si las formas de coordinación entre los pequeños productores, median o amplifican las fallas y limitaciones en mercados estratégicos y contribuir al debate intelectual y político sobre el potencial de las acciones colectivas y el papel de las instituciones del mercado y ajenas a este en la promoción de la competitividad de los cultivos de exportación de los pequeños agricultores.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: entrevistas a actores clave, trabajo de campo, análisis documental y fuentes secundarias, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que las acciones colectivas entre instituciones de mercado y ajenas al mercado son esenciales para superar las fallas estructurales que limitan la productividad, calidad y competitividad de los pequeños productores. Además, destaca que el éxito depende de estrategias institucionales adaptadas a cada cadena de valor (café, cacao, plátano) y a las condiciones específicas de cada territorio.

Para lo anterior, se recomienda que las políticas públicas promuevan la coordinación institucional a nivel meso, fortalezcan la infraestructura local, faciliten el acceso al crédito y a los servicios técnicos y reconozcan el papel de las instituciones informales y de las acciones colectivas como catalizadores de la competitividad en el ámbito agrícola.

Tesis Nacionales

La primera tesis nacional consultada es la de Araya (2015), con el tema *Propuesta de un cuadro de mando integral para el jardín botánico Else Kientzler*, la realiza para la Universidad de Costa Rica y opta por el grado académico de Maestría.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: elaborar una propuesta de un Cuadro de Mando Integral para el Jardín Botánico Else Kientzler, mediante la investigación y establecimiento de herramientas de gestión administrativa y de desempeño, con el fin de mejorar la toma de decisiones para una mejor gestión. Y los siguientes objetivos específicos: contextualizar el desarrollo de la industria de plantas ornamentales y su comercialización a nivel internacional y nacional, así como presentar los aspectos conceptuales teóricos necesarios para llevar a cabo la propuesta de un Cuadro de Mando Integral en el Jardín Botánico Else Kientzler. Además, describir la situación coyuntural de la empresa Innovaplant de Costa Rica S.A., su estrategia de negocios actual y sus principales características gerenciales en el interior de la organización.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: entrevistas estructuradas, cuestionarios aplicados a colaboradores, gerencia general y clientes, así como el análisis documental interno y externo de la empresa, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que la empresa Innovaplant de Costa Rica S.A., a través del Jardín Botánico Else Kientzler, posee fortalezas importantes, pero enfrenta debilidades significativas como la falta de planificación financiera, ausencia de presupuestos y limitaciones tecnológicas, que afectan su gestión administrativa y operativa.

Con base en lo anterior, se recomienda implementar la propuesta del Cuadro de Mando Integral (CMI) como herramienta estratégica que permita alinear los objetivos de la organización con sus operaciones diarias, mejorar la toma de decisiones, promover la comunicación interna y establecer indicadores de desempeño que garanticen una gestión más eficiente y sostenible en el

tiempo. Esta herramienta también facilitaría el seguimiento continuo de los resultados obtenidos, permitiendo identificar áreas de mejora y fortalecer los procesos administrativos. Asimismo, contribuiría a una mejor distribución de los recursos, impulsando la innovación y el desarrollo tecnológico dentro de la empresa.

La segunda tesis nacional consultada es la de Arroyo (2012), con el tema *Evolución y Desempeño del sector agroexportador de Costa Rica*, la realiza para la Universidad de Costa Rica y opta por el grado académico de Licenciatura.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: analizar la evolución y el desempeño del sector agroexportador no tradicional de Costa Rica desde 1985 hasta la actualidad. Y los siguientes objetivos específicos: identificar cuáles fueron las políticas y el desarrollo institucional de los productos agrícolas que impulsaron la diversificación de las exportaciones, realizar una descripción de la evolución y el comportamiento en los mercados internacionales de los cinco principales productos agrícolas no tradicionales destinados al mercado de exportación y revisar variables productivas que permitan evaluar la evolución y el desempeño de los productos no tradicionales ante los tratados de libre comercio.

La metodología que se emplea es la cuantitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: entrevistas a actores clave del sector, como productores, exportadores, funcionarios gubernamentales, académico, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que el sector agroexportador de Costa Rica ha experimentado una notable transformación histórica, pasando de una dependencia de cultivos tradicionales a una diversificación hacia productos no tradicionales con mayor valor agregado. Este cambio fue impulsado por la modernización productiva, la influencia de modelos económicos como la sustitución de importaciones y, crucialmente, el Modelo de Promoción de Exportaciones, que se apoyó en incentivos estatales, la apertura comercial y la participación clave de la empresa privada y la inversión extranjera. Aunque la diversificación ha reducido los riesgos económicos del país al ampliar la oferta y los destinos de exportación, también ha implicado la adaptación de los servicios

de apoyo y la reorientación del crédito, no exenta de desafíos y debates sobre los costos de la apertura comercial para ciertos sectores.

Con base en lo anterior, se recomienda continuar la expansión hacia nuevos mercados y nichos específicos, mientras se aprovecha la educación de la fuerza laboral para fomentar una cultura de calidad. Es crucial fortalecer las organizaciones gremiales para impulsar la investigación y el desarrollo que optimicen el uso de insumos, reduzcan costos y minimicen el impacto ambiental. Asimismo, se sugiere desarrollar estrategias que permitan a los productores una mayor integración vertical en la cadena de valor y un programa de I+D para innovar, añadir valor a los productos y cumplir con los estándares internacionales de calidad, inocuidad y sostenibilidad, monitoreando constantemente la calidad para asegurar la competitividad.

La tercera tesis nacional consultada es la de Arroyo, Murillo, Requene y Villalobos (2015), con el tema *Análisis de los factores internos y externos que intervienen en la exportación de flores y follajes tropicales a Europa y Estados Unidos y su incidencia financiera, caso Orocosta Agroindustrial S.A., Horquetas de Sarapiquí, periodo 2008-2015*, la realiza para la Universidad Nacional y opta por el grado académico de Licenciatura.

De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: investigar los factores internos y externos que intervienen en la exportación de flores y follajes tropicales de la empresa Orocosta Agroindustrial S.A. a Europa y Estados Unidos para la medición financiera y permanencia en los mercados, del periodo 2008 al 2015. Y los siguientes objetivos específicos: determinar los factores internos y externos que influyen en los mercados de Estados Unidos y Europa para la exportación de flores y follajes tropicales, analizar la cadena logística de la empresa Orocosta Agroindustrial S.A. en el proceso de producción y exportación hacia dichos mercados y evaluar la incidencia financiera de la empresa en relación con su capacidad de permanencia y competitividad en el ámbito internacional.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: revisión bibliográfica de documentos e informes de diversas fuentes como el Consejo

Nacional de Producción, estudios de investigación, boletines y tesis universitarias, se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que el sector agroexportador de Costa Rica ha experimentado una evolución significativa, impulsada por políticas de diversificación, programas de ajuste estructural, apertura comercial, inversión extranjera directa y cooperación internacional, lo que ha generado transformaciones en la producción agrícola y un impacto en las zonas rurales.

Con base en lo anterior, se recomienda profundizar en el análisis de la dinámica de las zonas rurales y las relaciones intersectoriales afectadas por el cambio en el modelo de desarrollo, así como continuar evaluando el papel de la inversión extranjera directa y la cooperación internacional en la diversificación y el desempeño del sector agroexportador.

La cuarta tesis nacional consultada es la de Machado (2020), con el tema *Expectativas de la exportación de esquejes desde Costa Rica con Corea del Sur a partir de la aprobación del TCL*, la realiza para la Universidad Internacional de las Américas y opta por el grado académico de Bachillerato. De esta investigación se desprende el siguiente objetivo general: determinar las expectativas de la exportación de esquejes desde Costa Rica hacia Corea del Sur. Y los siguientes objetivos específicos: describir los beneficios que generará la aprobación del TLC de Costa Rica con Corea del Sur sobre la exportación de esquejes e identificar los aspectos por considerar a la hora de la negociación con el mercado de Corea del Sur.

La metodología que se emplea es la cualitativa, la cual, mediante el uso de los siguientes instrumentos: cuestionarios y entrevistas a expertos del sector exportador. Además, se consultaron fuentes primarias y secundarias relacionadas con la exportación de esquejes y el Tratado de Libre Comercio entre Costa Rica y Corea del Sur; se procura encontrar respuesta al problema de investigación.

Se obtiene la siguiente conclusión dando respuesta al objeto de estudio de la investigación, cuando el autor indica que la aprobación del TLC con Corea del Sur representa una oportunidad

para diversificar mercados, aumentar las exportaciones y mejorar la economía nacional. También se concluye que existe una expectativa positiva por parte de los exportadores ante este nuevo acuerdo comercial, especialmente en el sector de plantas ornamentales, como los esquejes.

Con base en lo anterior, se les recomienda, tanto al gobierno, como a las instituciones involucradas en el comercio exterior, promover campañas de información y capacitación para productores nacionales sobre los alcances y beneficios del TLC. Asimismo, se sugiere fortalecer la infraestructura y la capacidad exportadora de las pequeñas y medianas empresas, con el fin de que puedan aprovechar, de manera efectiva, las oportunidades del mercado surcoreano.

Proyecciones

Esta investigación tiene, como propósito, describir la situación interna actual del sector exportador de flores y esquejes en la Gran Área Metropolitana de Costa Rica durante el periodo 2024 al primer semestre del 2025. Para ello, se examinarán las características estructurales de las empresas, su nivel de desarrollo, capacidades productivas, nivel de coordinación y aspectos como participación en ferias o certificaciones. Además, se valorarán aspectos como la infraestructura disponible, el perfil del recurso humano, la tecnología utilizada y los canales logísticos; esta descripción ofrecerá una visión completa del entorno interno del sector, permitiendo comprender mejor su situación real frente a las exigencias del comercio internacional.

El estudio está enfocado en determinar los factores clave que influyen en la competitividad de las exportaciones del sector de flores y esquejes en la Gran Área Metropolitana de Costa Rica durante el periodo 2024 al primer semestre del 2025. En este proceso se considerarán, tanto los factores internos, como la calidad del producto, el talento humano, la eficiencia operativa y el acceso a tecnología, como los externos, entre ellos la infraestructura disponible, los requisitos fitosanitarios, el contexto económico y las exigencias del mercado europeo. Todo ello contribuirá a establecer una visión clara de las condiciones que afectan el nivel de competitividad del sector.

Este proyecto tiene, como finalidad, identificar las posibles limitaciones que enfrenta el sector de flores y esquejes en la Gran Área Metropolitana de Costa Rica para la exportación hacia

la Unión Europea durante el periodo 2024 al primer semestre del 2025. Se analizarán las barreras técnicas, logísticas y regulatorias que dificultan el acceso a dicho mercado, incluyendo aspectos como los altos estándares de calidad, las regulaciones fitosanitarias, los costos de transporte, la dependencia de intermediarios y la falta de información estratégica. Este análisis permitirá identificar los principales obstáculos que deben superarse para mejorar la inserción del sector en el mercado europeo.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

Exportación de Flores y Esquejes

En primer lugar, cuando se habla de exportación de flores y esquejes, se refiere al envío de productos florícolas como lo son las flores de corte (tallos de flores listos para su utilización) y material de propagación (esquejes), desde su punto de origen hacia otros mercados internacionales. Esta actividad es clave en la floricultura, ya que permite distribuir una gran variedad de especies ornamentales y exóticas alrededor del mundo. Los esquejes, al ser fragmentos de plantas que pueden desarrollarse en nuevas plantas completas, son fundamentales para la reproducción y comercialización en viveros.

Ilustración 1

Propagación de esquejes



Nota: Propagación de plantas por esquejes, por Agro juvenil, 2023 (<https://agrojuvenil.blogspot.com/2016/03/propagacion-de-plantas-por-esquejes.html>).

Por otra parte, esta práctica contribuye como un pilar estratégico para el desarrollo socioeconómico de las regiones productoras. En el contexto de Costa Rica, la exportación de flores y esquejes es un sector en el cual los productores se desarrollan muy bien, ya que se tiene un clima adecuado para la producción de productos hortícolas, lo que permite que los productos sean de calidad. Como menciona PROCOMER (2024): “Costa Rica destaca por ser el hogar del 6,5% de la biodiversidad global y por ofrecer al mercado internacional más de 200 variedades de plantas y más de 1.200 flores y follajes, consideradas como especies exóticas” (párr. 5).

Además, el cultivo y la exportación de flores y esquejes no solo genera ingresos económicos, sino que, también, impulsa el empleo en zonas rurales del país. Muchas familias dependen de esta actividad, ya sea en el cultivo, la cosecha, el empaque o la logística de envío. Esto convierte a la floricultura en una fuente importante de desarrollo local y en una oportunidad para mejorar la calidad de vida de comunidades agrícolas. A su vez, la demanda internacional de flores tropicales costarricenses promueve la innovación en los métodos de cultivo y en el uso de prácticas sostenibles, fortaleciendo así la reputación del país como un productor responsable y comprometido con el ambiente.

La diversidad de especies que se cultivan en Costa Rica es un atractivo que diferencia al país frente a otros competidores. Plantas como las orquídeas, las dracaenas y los anturios son muy valoradas por su belleza, resistencia y durabilidad, lo que las convierte en productos ideales para la exportación. Este amplio abanico de opciones permite atender distintos gustos y necesidades de los mercados internacionales, especialmente en Europa y Norteamérica. En conjunto, la riqueza natural y el esfuerzo de los productores consolidan a Costa Rica como un referente en la exportación de flores y esquejes de alta calidad.

Además, la exportación de productos florícolas ha sido un componente esencial para la generación de empleo rural; de igual manera, ha contribuido en el crecimiento económico posicionando productores costarricenses en mercados internacionales consolidados. Las favorables condiciones climáticas y el cumplimiento de prácticas sostenibles le proporcionan al mercado costarricense un valor agregado, ya que los consumidores extranjeros buscan productos de calidad.

Cabe mencionar que existen diversas formas de proyectar al país en los mercados internacionales, siendo una de las más relevantes la participación en ferias de exportadores. En estos espacios se promueve el encuentro directo entre productores, compradores y distribuidores, lo que facilita la apertura de nuevas oportunidades comerciales. Además, permiten dar a conocer productos innovadores con potencial para la exportación, fortaleciendo, así, la competitividad del sector. PROCOMER (2024) comenta:

La feria atrae a una audiencia internacional, lo que la convierte en un lugar ideal para descubrir productos y servicios de diferentes partes del mundo. Además, suelen presentarse competiciones y premiaciones que destacan la creatividad y la sostenibilidad en el sector. (p. 2)

Las ferias internacionales les permiten a los productores costarricenses mostrar sus flores y plantas directamente a compradores de todo el mundo. En estos eventos se pueden hacer nuevos contactos, conocer qué buscan los clientes y ver cómo se mueve el mercado. También es una oportunidad para mostrar productos innovadores y aprender de la competencia. De esta manera, los exportadores pueden mejorar su oferta y fortalecer la reputación de Costa Rica como un país que entrega productos de calidad y confiables.

Ilustración 2

Feria IPM Essen



Nota: Exhibición de flores y plantas ornamentales, por PROCOMER (2024). <https://procomer.com/costa-rica-presente-en-la-feria-mundial-mas-importante-de-plantas-flores-y-follajes/>

Finalmente, el sector exportador de flores y esquejes beneficia, significativamente, a Costa Rica, ya que actúa como una vitrina internacional que refleja la riqueza natural del país. A través de la exportación de especies ornamentales y exóticas, se proyecta una imagen positiva basada en biodiversidad, calidad y sostenibilidad. Esta actividad también resalta la capacidad del país para aplicar innovación agrícola y tecnologías limpias en sus procesos productivos; además, posiciona a Costa Rica como un referente en el cumplimiento de estándares ambientales y éticos. Todo esto fortalece su reputación en los mercados internacionales más exigentes.

Variedades más Exportadas

Costa Rica ha consolidado una oferta exportadora diversa en el sector de flores ornamentales, caracterizándose, por su especialización, en especies tropicales y follajes de alta calidad. Estas variedades han logrado posicionarse en mercados internacionales gracias a su resistencia, atractivo estético y valor agregado. Asimismo, reflejan el potencial competitivo del país en nichos específicos de la floricultura mundial. En este sentido, PROCOMER (2021) menciona:

Se promocionan flores tropicales como ave del paraíso, ginger, heliconias, calas y bouquets tropicales; así como follajes tales como aralia, helecho hoja de cuero, phoenix reobelenii, cordyline, entre otros. Además, se promueve la oferta de plantas ornamentales como dracaenas, zamioculcas, sansevierias, arecas, cycas y aglaonemas. (párr. 2)

La diversidad de especies exportadas le permite a Costa Rica atender distintos segmentos del mercado internacional, desde compradores que buscan flores exóticas y llamativas, hasta aquellos interesados en plantas de interior de bajo mantenimiento. Esta variedad no solo incrementa las oportunidades comerciales, sino que, también, fortalece la imagen del país como un proveedor confiable y versátil en el sector floricultor. La capacidad de ofrecer productos consistentes y de calidad, durante todo el año, contribuye a consolidar relaciones comerciales estables con importadores de diferentes regiones.

Además, la especialización en especies tropicales y follajes de alta calidad refleja el conocimiento y la experiencia acumulada por los productores costarricenses. La atención a detalles como la durabilidad, la presentación y el cumplimiento de estándares internacionales asegura que los productos cumplan con las expectativas de los mercados más exigentes. Esto refuerza la competitividad del país y permite que Costa Rica mantenga su posición como un actor relevante en la floricultura global, destacándose, tanto por la belleza, como por la confiabilidad de sus productos.

Ave del Paraíso

La flor Ave del paraíso (*Strelitzia reginae*) es una de las especies ornamentales más emblemáticas y exóticas que Costa Rica exporta al mercado internacional, especialmente hacia destinos como la Unión Europea y Estados Unidos. Su apariencia tropical, colores vibrantes y larga duración en florero, la convierten en una opción muy demandada en la floricultura de exportación. Según La Huerta (2024), “se destaca por su adaptabilidad a climas subtropicales y su relación única con aves polinizadoras. Estudios recientes han revelado su lenta evolución genética, lo que la convierte en un foco de interés botánico” (párr.1).

La flor Ave del paraíso no solo se valora por su belleza y durabilidad, sino, también, por su capacidad de adaptarse a distintos climas y condiciones de cultivo. Esta combinación de características estéticas y resistentes la hace especialmente atractiva para los mercados internacionales, donde los compradores buscan flores exóticas que mantengan su calidad durante el transporte y exhibición. Su popularidad refuerza la reputación de Costa Rica como proveedor de productos ornamentales únicos y contribuye al reconocimiento del país en la floricultura global, destacando la capacidad de los productores locales para ofrecer especies de alta calidad y valor comercial.

Ilustración 3

Ave del paraíso



Nota: Ave del paraíso, por Floristería Morris, (2025).
<https://www.floristeriamorris.com/caracteristicas-y-cuidados-de-la-flor-del-ave-del-paraiso/>

Ginger

La flor ginger (*Zingiber spp.*), también conocida como flor de jengibre, es una de las especies ornamentales más apreciadas que Costa Rica exporta, especialmente hacia mercados como Estados Unidos y Europa. Su vibrante color rojo, rosado o blanco, y su exótica apariencia, la hacen muy demandada para arreglos florales tropicales. Esta flor no solo destaca por su belleza, sino, también, por su durabilidad poscosecha, lo que la convierte en una opción ideal para exportación. Gracias a estos factores, la flor ginger ha logrado consolidarse como un producto competitivo dentro del sector floricultor del país.

La popularidad de la flor ginger en los mercados internacionales refleja, también, la capacidad de los productores costarricenses para adaptarse a las exigencias de los compradores. Su cultivo requiere atención especial en la selección de variedades, manejo de nutrientes y control fitosanitario, lo que asegura plantas uniformes y de alta calidad. Esta combinación de estética, resistencia y cuidado en la producción, permite que la flor mantenga su valor comercial,

fortaleciendo la posición de Costa Rica como un exportador confiable y competitivo de flores exóticas en el ámbito global.

Ilustración 4

Ginger



Nota: Ginger Rojo, por Picture This, (s. f.).
https://www.picturethisai.com/es/wiki/Alpinia_purpurata.html

Calas

La flor cala es una de las especies ornamentales más destacadas que Costa Rica exporta, especialmente hacia mercados exigentes como Estados Unidos, Europa y Asia. Su elegante forma de trompeta, y su variedad de tonos blancos, amarillos y rosados, la convierten en una opción sofisticada para ramos y arreglos florales de alta gama. Su durabilidad tras la cosecha y su capacidad de conservación en condiciones óptimas, la hacen ideal para envíos internacionales.

Además de su belleza, la cala se ha consolidado como una flor preferida por los mercados internacionales debido a su resistencia y facilidad de manejo durante el transporte. Los productores costarricenses aplican técnicas cuidadosas de cultivo y poscosecha que permiten mantener la frescura y firmeza de los tallos, asegurando que lleguen en excelente estado a los compradores. Esta

atención al detalle contribuye a que la cala sea reconocida por su calidad y confiabilidad, elementos clave para mantener la competitividad en mercados exigentes.

Asimismo, la exportación de calas genera un valor agregado para el sector floricultor, al ofrecer un producto que combina estética, durabilidad y adaptabilidad. Su demanda constante incentiva a los productores a innovar en técnicas de cultivo y embalaje, así como a mantener estándares fitosanitarios estrictos. De esta manera, la cala no solo representa un producto de alto valor comercial, sino, también, un ejemplo del compromiso de Costa Rica con la excelencia y la sostenibilidad en la floricultura.

Ilustración 5

Calas



Nota: Calas, por Verdecora, (s. f.). <https://verdecora.es/blog/cuidados-calas-dentro-de-casa>

Aglaonema

La Aglaonema, conocida también como "Chinese evergreen", es una planta ornamental que ha ganado terreno dentro del sector exportador costarricense gracias a su atractivo follaje y facilidad de adaptación. En Costa Rica, se cultiva, principalmente, en viveros ubicados en la Región Huetar Norte y el Valle Central, zonas que ofrecen un clima cálido y húmedo ideal para su crecimiento. Los productores utilizan técnicas de reproducción por esquejes y micropropagación para garantizar plantas uniformes y de alta calidad, adaptadas a los estándares internacionales. La Aglaonema es una de las variedades preferidas en mercados como Estados Unidos, Canadá y Europa.

Los consumidores internacionales prefieren la Aglaonema por su resistencia a condiciones de poca luz y por su bajo mantenimiento, lo que la convierte en una opción ideal para interiores de hogares y oficinas. Sus hojas vistosas, que presentan combinaciones de verde, blanco y rojo dependiendo de la variedad, aportan un toque decorativo sofisticado y tropical. Según Tu planta interior (2023): “Es una planta ornamental popular debido a su aspecto atractivo y su facilidad de cuidado. Además, se cree que la planta purifica el aire, ayudando a eliminar contaminantes y toxinas del entorno” (párr. 1).

Esto demuestra que la Aglaonema no solo cumple con criterios estéticos, sino que, también, ofrece beneficios prácticos que la hacen atractiva para los consumidores. Su resistencia y facilidad de cuidado facilitan su comercialización en distintos mercados, mientras que su follaje llamativo le da un valor decorativo adicional. Estas características, junto con las técnicas de cultivo empleadas por los productores costarricenses, aseguran que la planta mantenga su calidad durante el transporte y la venta, fortaleciendo la reputación del país como proveedor confiable de plantas ornamentales en el ámbito internacional.

Ilustración 6

Aglaonema



Nota: Aglaonema, por Plants for all seasons, (2023).

[https://www.plantsforallseasons.co.uk/blogs/aglaonema-care /](https://www.plantsforallseasons.co.uk/blogs/aglaonema-care/)

Dracaena marginata

La *Dracaena marginata*, también conocida como drácena de borde rojo, es una planta ornamental de gran demanda internacional; en Costa Rica se cultiva, principalmente, para fines de exportación en regiones como la Zona Norte y el Valle Central. Su apariencia esbelta, con hojas largas y delgadas bordeadas de rojo, la convierte en una opción atractiva para la decoración de interiores y exteriores en mercados como Estados Unidos, Canadá y Europa. Gracias al clima tropical húmedo y a las prácticas agrícolas sostenibles implementadas por los viveristas costarricenses, se logra una producción continua y de alta calidad durante todo el año.

Esta especie es especialmente valorada por su resistencia, fácil mantenimiento y su capacidad de adaptarse a diferentes ambientes, lo que la posiciona como uno de los productos estrella del sector de plantas ornamentales del país. Según el Ministerio de Agricultura y Ganadería (2007), “la *marginata* se cultiva en una gran variedad de condiciones climatológicas en Costa Rica”. Desde pocos metros sobre el nivel del mar en Guanacaste, Limón y San Carlos hasta 1200 m sobre el nivel del mar en el Valle Central” (p. 61).

Ilustración 7

Dracaena marginata



Nota: *Dracaena marginata*, por Hortology, (s.f.). <https://hortology.co.uk/products/dracaena-marginata-red-edged-branched>

Lirio

Los lirios de exportación cultivados en Costa Rica se destacan por su alta calidad, colores intensos y tallos firmes, características que los hacen muy apreciados en el mercado europeo. Gracias a las condiciones climáticas favorables del país, especialmente en zonas como Cartago y Zarcerro, los productores pueden mantener una oferta constante durante todo el año. Para el mercado europeo, los lirios costarricenses son valorados por su elegancia y resistencia, lo que los convierte en una opción ideal para arreglos florales y decoración. La Universidad Católica de Oriente (UCO, 2015) menciona:

Los lirios ocupan el quinto lugar entre las flores más vendidas en el mundo, la importancia de este género en el mercado de flores es en gran parte debido a la diversidad de las especies y el gran número de híbridos disponibles en el mercado.

(p. 46)

Esta posición destacada en el mercado mundial refleja el esfuerzo de los productores costarricenses por mantener altos estándares de calidad y satisfacer las expectativas de los compradores internacionales. La combinación de un clima adecuado, técnicas de cultivo cuidadosas y atención a la presentación de los lirios, permite ofrecer flores consistentes y atractivas durante todo el año. Además, esta demanda internacional incentiva a los productores a innovar y mejorar continuamente sus prácticas, asegurando que Costa Rica se mantenga como un proveedor confiable y competitivo en el mercado global de flores.

En resumen, los lirios costarricenses no solo destacan por su calidad y belleza, sino que, también, representan el compromiso del país con la excelencia en la floricultura. Su constante disponibilidad y la adaptabilidad a las demandas del mercado europeo muestran cómo la combinación de clima, experiencia de los productores y buenas prácticas de cultivo logra posicionar a Costa Rica como un referente en la exportación de flores. Esto fortalece la reputación del país y abre oportunidades para seguir creciendo en mercados internacionales exigentes, consolidando la floricultura como un sector clave dentro de la economía nacional.

Ilustración 8

Lirios



Nota: Lirio rojo, por Carnívoras de Costa Rica, (2025).
<https://carnivorasdecostarica.com/producto/bulbo-de-lirio-rojo-mediano/>

Las plantas exportadas suelen responder a criterios específicos de mercado, como tonalidades vibrantes, formas singulares y adaptabilidad a espacios interiores. Esta demanda ha impulsado a los productores nacionales a enfocarse en cultivares que no solo ofrecen belleza estética, sino, también, durabilidad y fácil adaptación a condiciones ambientales distintas a las del trópico. Empresas especializadas han invertido en el desarrollo de líneas varietales mejoradas que permiten extender la vida útil del producto en anaquel, reducir su sensibilidad al transporte y facilitar el manejo posventa por parte del consumidor final.

El éxito de estas especies en el comercio exterior no depende únicamente de sus cualidades botánicas, sino, también, de su compatibilidad con las regulaciones internacionales. En este sentido, las flores más exportadas cumplen con altos estándares de calidad, trazabilidad y certificaciones ambientales. Además, su valor comercial aumenta cuando se asocia a prácticas sostenibles, ya que los consumidores europeos valoran no solo el producto final, sino todo el proceso detrás de su producción. Esta tendencia ha motivado a las empresas costarricenses a innovar constantemente en sus técnicas de cultivo, embalaje y distribución para mantener la competitividad en un mercado altamente exigente.

En conclusión, el éxito de las plantas costarricenses en los mercados internacionales refleja la combinación de calidad, innovación y cumplimiento de estándares. Los productores han logrado ofrecer productos que no solo son atractivos visualmente, sino, también, duraderos y adaptables a diferentes condiciones, cumpliendo con las exigencias del comercio exterior. Además, la incorporación de prácticas sostenibles añade valor y fortalece la imagen del país como proveedor responsable. Esta atención a la calidad e innovación asegura que la floricultura costarricense se mantenga competitiva y consolidada en mercados exigentes, destacándose por su excelencia y profesionalismo.

Biodiversidad Costarricense como Ventaja Comparativa

La biodiversidad costarricense representa una ventaja comparativa crucial para el sector de producción y exportación de flores y plantas ornamentales. Como menciona Ambientico (s.f.): “Costa Rica tiene una ventaja comparativa importante, está dentro de los 20 países con mayor biodiversidad en el mundo y cuenta con un marco jurídico novedoso y pionero en materia de protección y acceso a la biodiversidad” (p. 7). Este reconocimiento internacional no solo posiciona al país como un proveedor confiable y atractivo en los mercados globales, sino que, también, impulsa la diferenciación de sus productos florales por su origen ecológico y exótico.

Gracias a su variedad de microclimas y suelos fértiles, el país puede cultivar una amplia gama de especies durante todo el año, incluyendo muchas variedades exóticas que, difícilmente, se producen en otros países. Esto les permite a los productores ofrecer al mercado internacional una oferta diversa y de alta calidad, adaptada a distintas demandas estéticas, climáticas y culturales. Además, la disponibilidad de especies nativas poco comunes brinda una oportunidad única para diferenciarse y posicionarse en nichos especializados. La diversidad de especies ornamentales presentes en Costa Rica podría estar relacionada con factores como la variedad de altitudes, las temperaturas y los tipos de suelo en distintas regiones del país.

Esta condición geográfica ha permitido el cultivo de plantas como ficus, dracaenas, zamioculcas y orquídeas, que suelen ser demandadas en el mercado internacional. En algunas zonas productoras, como Cartago y Alajuela, se ha desarrollado una actividad constante en la producción

de esquejes y plantas enraizadas. La oferta de estas variedades podría generar interés en compradores que buscan alternativas distintas a las disponibles en otras regiones del mundo. Esta disponibilidad de recursos biológicos ha sido considerada en ciertos estudios como un elemento que distingue la producción ornamental costarricense.

En conclusión, la biodiversidad de Costa Rica es una gran ventaja para el país, especialmente en la producción y exportación de flores y plantas ornamentales. Gracias a la variedad de climas, suelos y especies, los productores pueden ofrecer una gama amplia y atractiva durante todo el año. Esta riqueza natural hace que las flores costarricenses se destaquen por su calidad y por tener un origen ecológico y sostenible. Además, permite diferenciarse de otros países y abrir espacio en mercados que buscan productos exóticos y únicos. Así, la biodiversidad se convierte en un sello que refleja la identidad y el valor natural de Costa Rica ante el mundo.

Inserción de Costa Rica en el Mercado Europeo

Desde la implementación del Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la UE en 2013, ambos territorios han buscado fortalecer sus vínculos comerciales mediante el acceso preferencial y el intercambio de bienes y servicios. Este marco ha abierto oportunidades para diversos sectores productivos costarricenses, permitiendo que sus productos accedan a uno de los mercados más exigentes y sofisticados a nivel mundial. Entre estos sectores, el de flores y plantas ornamentales ha mostrado un crecimiento importante, respondiendo a demandas de calidad, sostenibilidad y trazabilidad propias del consumidor europeo.

Además, como parte de la evolución de mercado en 2024, se analizó la implementación de un acuerdo comercial entre Centroamérica y la Unión Europea. El Ministerio de Comercio Exterior (2024) comenta:

Este Comité de Asociación celebró la reciente entrada en vigor de los pilares de diálogo político y de cooperación del AACUE. Asimismo, revisó el intercambio comercial entre Centroamérica y la Unión Europea (UE), donde nuevamente se

evidenció que la relación comercial ha sido mutuamente beneficiosa para ambas partes desde la entrada en vigor del pilar comercial del AACUE desde el 2013. Costa Rica destaca como el principal exportador de la región centroamericana hacia la UE, con una participación del 47% del total de las exportaciones. (p. 2)

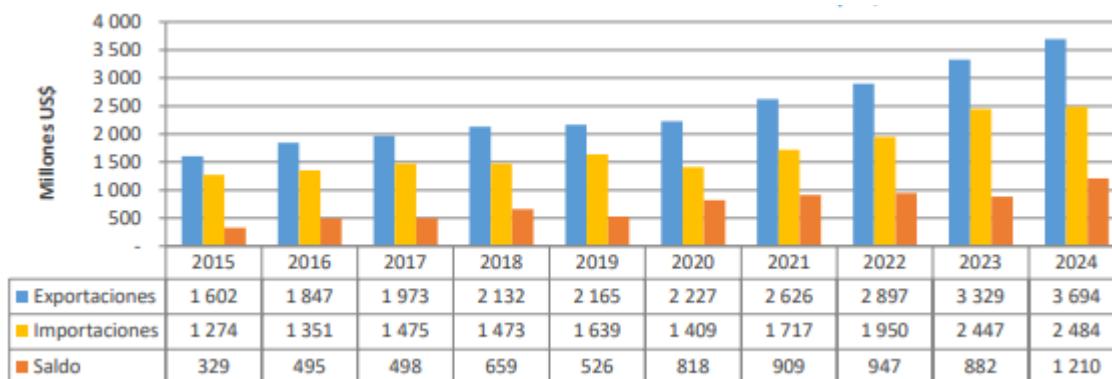
El fortalecimiento de los pilares de diálogo político y cooperación no solo ha ampliado el alcance del acuerdo, sino que, también, ha creado un entorno más propicio para que sectores como el de flores y plantas ornamentales consoliden su presencia en el mercado europeo. Esta combinación de apertura comercial e institucionalidad podría facilitar el acceso a compradores exigentes que valoran, tanto la calidad del producto, como el cumplimiento de normas internacionales. En este sentido, la continuidad y evaluación del acuerdo parecen ser factores clave para mantener e incluso ampliar esa ventaja exportadora.

Costa Rica mantiene una relación comercial destacada con la Unión Europea, especialmente en el ámbito de las exportaciones. El país ha logrado posicionarse como un proveedor confiable de productos de alta calidad, lo que le ha permitido acceder a un mercado exigente y sofisticado. La variedad de bienes exportados, que incluye desde productos agrícolas hasta bienes industriales y manufacturados, ha contribuido a fortalecer los lazos económicos entre ambas regiones. Este vínculo se ha construido sobre la base de la confianza, la constancia y la capacidad de respuesta a las necesidades del mercado europeo. Comex (s.f.) menciona:

En el último decenio, el comercio con la Unión Europea creció a una tasa promedio anual de 8,9%, al pasar de US\$ 2.876 millones en 2015 a US\$ 6.177 millones en 2024, el monto más alto durante el periodo de análisis. Las exportaciones costarricenses de bienes a la Unión Europea reflejan una tendencia creciente, con un crecimiento anual promedio de 9,7%, mientras que las importaciones registraron un crecimiento promedio de 7,7%. La evolución experimentada por flujo comercial se observa en el gráfico a continuación. (p. 37)

Ilustración 9

Balanza Comercial Costa Rica- Unión Europea



Nota: Balanza comercial de bienes, por Comex, (s.f.).
(<https://www.comex.go.cr/media/11418/informe-de-labores-2024-2025.pdf>)

En los últimos años, Costa Rica ha fortalecido su relación comercial con la Unión Europea y 2024 fue un año especialmente exitoso. Este mercado se ha convertido en un destino clave para muchos productos nacionales, gracias a la calidad y diversidad de lo que el país ofrece. Uno de los sectores que ha destacado dentro de las exportaciones es el de las plantas ornamentales, que figura entre los productos más enviados al continente europeo. Esto refleja no solo la capacidad productiva del país, sino, también, su adaptación a las exigencias del consumidor europeo. Comex (s.f.) menciona:

En 2024, las exportaciones registraron un monto récord de US\$ 3.694 millones, con un incremento de 10,9% en relación con el año anterior. La Unión Europea fue el destino del 18,6% de las exportaciones realizadas en 2024. Entre los 10 principales productos exportados –en los que se concentró el 91,5% del total vendido a este mercado– se encuentran los siguientes: dispositivos médicos; banano; piña; café oro; aceite de palma; jugo de piña; frutas tropicales conservadas en su jugo; yuca; plantas

ornamentales; así como piña congelada. En total 508 empresas exportaron 750 productos a este mercado en 2024, de las cuales 104 empresas no lo habían hecho en los dos últimos años. Además, se contabilizan 215 nuevos productos de exportación para el mismo periodo. (p. 38)

En resumen, los datos de 2024 reflejan el buen momento que atraviesa la relación comercial entre Costa Rica y la Unión Europea. La inclusión de las plantas ornamentales entre los productos más exportados confirma la importancia de este sector para la economía nacional. Además, el ingreso de nuevas empresas y nuevos productos al mercado europeo demuestra que el país sigue ampliando y diversificando su oferta. Esto refuerza la posición de Costa Rica como un proveedor confiable y con alto potencial en uno de los mercados más exigentes del mundo.

El crecimiento de las exportaciones hacia la Unión Europea también evidencia el interés creciente de los consumidores europeos por productos costarricenses de calidad y con características diferenciadoras, como las plantas ornamentales. Este reconocimiento internacional no solo abre nuevas oportunidades de negocio para los productores locales, sino que, también, incentiva la innovación en técnicas de cultivo y presentación de los productos. Además, el éxito en este mercado estimula a más empresas a explorar oportunidades de exportación, fortaleciendo la economía y diversificando la oferta nacional.

Por otra parte, la diversificación de empresas y productos que ingresan al mercado europeo en 2024 muestra que Costa Rica no se limita a sectores tradicionales, sino que apuesta por ampliar su presencia en nichos especializados. Esto permite aprovechar al máximo la biodiversidad y las capacidades productivas del país, ofreciendo artículos que combinan calidad, sostenibilidad y atractivo estético. De esta manera, el sector de plantas ornamentales no solo contribuye a los ingresos de exportación, sino que, también, refuerza la imagen del país como un referente confiable y competitivo en mercados internacionales exigentes.

Tratados Comerciales en la Competitividad Exportadora

Los tratados comerciales internacionales juegan un papel esencial en el fortalecimiento de la competitividad exportadora de los países. Además, promueven la atracción de inversión extranjera y la incorporación de estándares de calidad que elevan el perfil de los productos nacionales. En este sentido, los tratados no solo eliminan barreras arancelarias, sino que, también, impulsan la innovación, la diversificación productiva y el desarrollo de sectores con alto potencial exportador. Según el Ministerio de Hacienda (s.f.), algunos de los objetivos de Costa Rica con los acuerdos comerciales son:

- Establecer zonas de libre comercio, con el fin de mejorar la oferta exportable a nuevos mercados,
- Eliminar barreras arancelarias y no arancelarias, así como otras medidas que restrinjan las exportaciones,
- Incrementar y promover la competencia, mejorando la competitividad productiva de bienes y servicios. (p. 2)

Estos objetivos permiten entender cómo los tratados comerciales fortalecen la capacidad de un país para competir en mercados internacionales. Al eliminar barreras arancelarias y no arancelarias, las exportaciones se vuelven más atractivas y accesibles, lo que incentiva a las empresas a producir con mayores niveles de calidad. La creación de zonas de libre comercio también impulsa el desarrollo de nuevos productos y mejora los canales de distribución. A su vez, al fomentar la competencia, se promueve la eficiencia y la innovación dentro del sector productivo nacional. Todo esto contribuye a una economía más dinámica, adaptable y preparada para enfrentar los retos del comercio global.

Los tratados comerciales también facilitan que los pequeños y medianos productores accedan a mercados internacionales, algo que, de otra manera, sería muy complicado por los costos y regulaciones. Esto les permite ampliar sus ventas, generar más empleo y fortalecer sus negocios.

Además, al contar con reglas claras y acceso preferencial a ciertos mercados, las empresas pueden planificar mejor su producción y sus estrategias de exportación, aumentando sus oportunidades de éxito.

Otro beneficio importante es que los acuerdos comerciales fomentan la colaboración entre empresas y gobiernos, promoviendo el intercambio de experiencias y buenas prácticas. Esta cooperación ayuda a que los productores adopten métodos más eficientes y sostenibles, lo que mejora la calidad de los productos nacionales. De esta manera, los tratados no solo abren mercados, sino que, también, contribuyen a que Costa Rica se consolide como un país competitivo y confiable en el comercio internacional.

Además, los tratados comerciales internacionales permiten que los productores costarricenses se mantengan al día con las tendencias globales y las demandas de los consumidores en diferentes mercados. Al facilitar el acceso a nuevas tecnologías, conocimientos y estándares internacionales, los acuerdos impulsan la modernización de procesos productivos y la adopción de prácticas más competitivas. Esto no solo beneficia a las grandes empresas, sino, también, a los pequeños y medianos productores, quienes pueden mejorar sus productos, aumentar su eficiencia y generar un mayor valor agregado. En conjunto, estos elementos fortalecen la posición de Costa Rica en el comercio internacional y contribuyen al desarrollo económico sostenible del país.

Acuerdo Unión Europea-Centroamérica

El Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y Centroamérica es un tratado que busca fortalecer las relaciones entre ambos bloques, facilitando el comercio y la cooperación. Este acuerdo permite que productos centroamericanos entren a Europa con menos impuestos y con reglas más claras, lo que ayuda a los exportadores de la región. Además, promueve el desarrollo económico, el respeto a los derechos humanos y el cuidado del ambiente. Para los países centroamericanos, como Costa Rica, significa una oportunidad para vender más y con mejores condiciones en uno de los mercados más grandes y exigentes del mundo. Según la Comisión Europea (s.f.), algunos de los beneficios de este acuerdo son:

- hace que sea más fácil y barato para los comerciantes de la UE importar y exportar a América Central,
- elimina la mayoría de los aranceles de importación y mejora el acceso a la contratación pública y a los mercados de inversión,
- crea un entorno más predecible para el comercio en Centroamérica, con un mecanismo de mediación para las barreras no arancelarias y un mecanismo bilateral de solución de diferencias. (párr. 2)

Gracias a dichos beneficios, el acuerdo se podría decir que ha creado un entorno más estable y confiable para el comercio entre ambas regiones. Al reducir costos y simplificar procesos, facilita que más empresas centroamericanas puedan competir en el mercado europeo. Esto no solo impulsa las exportaciones, sino que, también, motiva a los productores a mejorar la calidad de sus bienes y servicios. Además, al establecer mecanismos para resolver conflictos comerciales, se genera mayor seguridad para los inversionistas y exportadores. En conjunto, el acuerdo representa una herramienta clave para fortalecer la presencia de Centroamérica y, especialmente, de Costa Rica, en el comercio internacional.

En el caso del sector floricultor de Costa Rica, el Acuerdo de Asociación con la Unión Europea ha representado una valiosa oportunidad para aumentar la exportación de flores, plantas ornamentales y esquejes. Al eliminar aranceles y facilitar el cumplimiento de normas fitosanitarias, los productores nacionales pueden colocar sus productos en un mercado exigente, pero altamente rentable. Esto ha incentivado posibles mejoras en la calidad, la presentación y la trazabilidad de los cultivos; así, el sector florícola ha logrado posicionarse como uno de los más dinámicos dentro de la oferta exportable no tradicional del país.

El Acuerdo de Asociación con la Unión Europea también ha permitido que pequeños y medianos productores florícolas de Costa Rica accedan a un mercado que antes resultaba difícil por los costos y regulaciones. Esto les da la oportunidad de vender más, ampliar sus negocios y generar empleo en las zonas rurales. Al tener reglas más claras y aranceles reducidos, los exportadores

pueden planificar mejor sus cultivos, invertir en mejoras y ofrecer productos que cumplan con los altos estándares europeos.

Además, el acuerdo fomenta la confianza entre exportadores e inversionistas, al establecer mecanismos para resolver disputas y garantizar un comercio más seguro. Esto motiva a los productores a innovar, experimentar con nuevas especies y mejorar la presentación de sus flores y plantas ornamentales. En conjunto, el tratado no solo facilita la venta de productos costarricenses, sino que, también, contribuye a fortalecer la imagen del país como un proveedor confiable y competitivo en mercados internacionales exigentes.

En conclusión, el Acuerdo de Asociación entre la Unión Europea y Centroamérica ha sido un elemento clave para fortalecer las exportaciones costarricenses, especialmente en el sector floricultor. Gracias a la reducción de aranceles y la simplificación de los procesos, los productores de flores, plantas ornamentales y esquejes han podido acceder a un mercado exigente, pero con grandes beneficios. Este tratado no solo facilita el comercio, sino que, también, impulsa la calidad, la innovación y la competitividad de los productos nacionales; además, abre nuevas oportunidades para pequeños y medianos productores, generando desarrollo y empleo en las zonas rurales. En conjunto, el acuerdo representa una puerta abierta para que Costa Rica siga consolidando su posición en el comercio internacional bajo condiciones más justas y sostenibles.

Innovación Tecnológica en la Floricultura

La innovación tecnológica en la floricultura costarricense representa un campo de estudio que busca comprender cómo la incorporación de nuevas herramientas, nuevos procesos y conocimientos puede transformar la producción y exportación de productos florícolas. Este enfoque no se limita únicamente a la adopción de maquinaria o sistemas automatizados, sino que abarca la aplicación de métodos que optimicen recursos, mejoren la calidad y fortalezcan la competitividad en los mercados internacionales. Analizar este tema permite identificar las tendencias y oportunidades que la tecnología ofrece al sector, así como su papel en la adaptación a las exigencias de los consumidores.

La implementación de tecnologías en la floricultura costarricense ha abierto un abanico de posibilidades para optimizar cada etapa del proceso productivo, desde la propagación y el cultivo, hasta la cosecha, el empaque y la distribución. Herramientas como el monitoreo climático automatizado, el riego de precisión y los sistemas de control fitosanitario digital han permitido a los productores responder de forma más eficiente a las condiciones ambientales y a las demandas del mercado. Estos avances no solo contribuyen a una mayor productividad y reducción de costos, sino que, también, favorecen el cumplimiento de los estándares de calidad exigidos por destinos como la Unión Europea.

La innovación tecnológica también ha impulsado un cambio positivo en la forma en que se concibe y desarrolla la floricultura costarricense. Gracias a la integración de nuevos conocimientos y métodos, los productores pueden planificar y ejecutar sus procesos con mayor precisión, adaptándose a los cambios del entorno y a las exigencias del comercio internacional. Este avance promueve una producción más eficiente y responsable, que combina la tradición agrícola con una visión moderna orientada a la mejora continua y al aprovechamiento sostenible de los recursos disponibles.

Del mismo modo, la incorporación de la tecnología ha fortalecido la capacidad del sector para enfrentar los retos del mercado global. Las empresas florícolas pueden ahora optimizar su organización, mejorar la comunicación entre los distintos actores del proceso productivo y garantizar una oferta constante y de calidad. Esto contribuye a consolidar la competitividad del país, permitiendo que la floricultura costarricense se mantenga como una actividad relevante dentro de las exportaciones nacionales y como un ejemplo de adaptación e innovación en el ámbito agrícola.

Uso de Sensores y IoT

El uso de sensores y tecnología de Internet de las Cosas (IoT) en el sector floricultor costarricense ha permitido optimizar los procesos de producción mediante la recolección y el análisis de datos en tiempo real. Estos dispositivos pueden monitorear variables críticas como la temperatura, humedad relativa, radiación solar, pH del agua y conductividad eléctrica, lo que les permite a los productores tomar decisiones más precisas para el manejo de cultivos. La conexión

de estos sensores a plataformas digitales facilita la visualización remota de la información y la configuración de alertas, lo que ayuda a prevenir daños en las plantas y a ajustar de forma inmediata las condiciones de cultivo para garantizar estándares de calidad exigidos por mercados como la Unión Europea. Flores Noé (2024) comenta:

- La integración de sensores y dispositivos IoT en el cultivo de flores ha permitido un monitoreo continuo y preciso de las condiciones de crecimiento. Esto incluye la medición en tiempo real de factores como temperatura, humedad y luz,
- Sensores que regulan la temperatura y humedad en invernaderos,
- Dispositivos IoT que ajustan la luz artificial para optimizar el crecimiento. (p.4.)

Además de mejorar el control ambiental, la implementación de IoT en la floricultura contribuye a la sostenibilidad del sector al optimizar el uso de agua, fertilizantes y energía. Al contar con datos precisos, los productores pueden programar sistemas de riego y nutrición de manera más eficiente, reduciendo el desperdicio de recursos y minimizando el impacto ambiental. Esta tecnología también se integra con sistemas de trazabilidad, lo que fortalece la transparencia de la cadena productiva y facilita el cumplimiento de certificaciones internacionales. Gracias a estas herramientas, el sector floricultor costarricense se posiciona con una oferta más competitiva, eficiente y adaptada a las tendencias de la agricultura inteligente.

La adopción de sensores y tecnología IoT no solo representa un avance técnico, sino, también, una estrategia clave para diferenciar la oferta costarricense en mercados de alto valor. La posibilidad de demostrar un manejo controlado y científicamente respaldado del cultivo genera confianza en los compradores, quienes priorizan proveedores que garanticen calidad constante y prácticas sostenibles. Asimismo, estas soluciones tecnológicas abren la puerta a la integración con herramientas de análisis predictivo y automatización avanzada, lo que permite anticipar problemas, reducir pérdidas y mantener la frescura del producto hasta su destino final. De esta manera, el IoT se consolida como un aliado estratégico para modernizar el sector floricultor y potenciar su proyección internacional.

La incorporación de sensores y dispositivos IoT también ha facilitado la gestión del personal y las tareas diarias en los cultivos. Por ejemplo, los trabajadores pueden recibir alertas sobre cuándo ajustar la iluminación o el riego, evitando errores y ahorrando tiempo. Esto permite que el equipo se concentre en labores más estratégicas, como el cuidado de flores delicadas o la planificación de cosechas; de esta manera, la tecnología no reemplaza al productor, sino que lo apoya para que sus decisiones sean más rápidas y acertadas.

Otro beneficio importante es la capacidad de recolectar información histórica sobre los cultivos. Los datos acumulados durante semanas o meses permiten identificar patrones de crecimiento, ciclos de floración y momentos críticos en los que las plantas son más vulnerables. Con esta información, los productores pueden experimentar con nuevos métodos de cultivo, optimizar los tiempos de cosecha y prever situaciones que podrían afectar la calidad de las flores. Esto se traduce en productos más consistentes y en la posibilidad de innovar con variedades que respondan mejor a las condiciones ambientales.

Finalmente, el uso de IoT contribuye a fortalecer la imagen del sector floricultor frente a clientes internacionales. Los compradores valoran cada vez más la transparencia y la trazabilidad de los productos, por lo que poder mostrar datos concretos sobre cómo se cultivaron las flores se convierte en una ventaja competitiva. Además, la tecnología permite cumplir con normativas y certificaciones de manera más sencilla, lo que abre puertas a mercados exigentes y de alto valor. Así, la digitalización del cultivo no solo mejora la producción, sino que, también, impulsa la reputación y la confianza en la floricultura costarricense.

Competitividad Estructural

La competitividad estructural es uno de los aspectos más importantes cuando se trata de exportación, ya que esto rige como base para que un país pueda mantenerse en el mercado internacional de manera sostenida y eficaz. En el caso de la exportación de flores y esquejes, la competitividad estructural se refiere a la capacidad que tiene Costa Rica para ofrecer productos de calidad, con tiempos de entrega eficientes, precios competitivos y un cumplimiento riguroso de los estándares internacionales. La revista Espacios (s.f.) comenta:

La competitividad empresarial se refiere a la capacidad de las empresas en sustentar los patrones más elevados de eficiencia, vigentes en el mundo, en cuanto a la utilización de los recursos y a la calidad de los bienes y servicios ofrecidos. Una empresa competitiva debe ser capaz de proyectar, producir y comercializar productos superiores a los ofrecidos por la concurrencia, tanto en relación al precio como a la calidad. (párr. 7)

Lo anterior refuerza la idea de que la competitividad estructural no se limita, únicamente, a la presencia en el mercado internacional, sino que implica la capacidad continua de las empresas para adaptarse, innovar y optimizar sus procesos productivos. En el caso del sector floricultor costarricense, esto significa integrar prácticas eficientes en el uso de recursos, garantizar la calidad homogénea de las flores y esquejes y mantener precios que sean atractivos frente a competidores globales. De esta forma, la competitividad estructural se convierte en un pilar para asegurar la permanencia y el crecimiento de Costa Rica en el comercio internacional de productos ornamentales.

El sector exportador de flores y esquejes de Costa Rica es conocido por la utilización de prácticas sostenibles al producir y exportar los productos hortícolas, estas prácticas no solo buscan minimizar el impacto ambiental, sino que, también, responden a las exigencias de los consumidores y mercados internacionales que cada vez valoran más la sostenibilidad en la cadena de suministro. Según PROCOMER (2023), “la adopción de prácticas sostenibles y la transición a un negocio verde pueden abrir nuevas oportunidades de negocio para los exportadores costarricenses” (párr. 5).

Además, estas prácticas sostenibles les permiten a los exportadores diferenciarse en mercados altamente competitivos, donde la responsabilidad ambiental es un valor agregado. La implementación de estándares ecológicos no solo mejora la eficiencia en el uso de recursos, sino que, también, reduce costos a largo plazo; asimismo, fortalece la imagen país y consolida la marca Costa Rica como un referente en producción verde. Esta reputación facilita el acceso a nichos de

mercado más exigentes y con mejores precios, por tanto, la sostenibilidad no solo es una necesidad ambiental, sino una ventaja estratégica.

La competitividad estructural también depende de la capacidad del sector para incorporar innovación tecnológica y digitalización en sus procesos productivos. Herramientas como sensores inteligentes, plataformas de monitoreo y sistemas de trazabilidad les permiten a los productores costarricenses optimizar tiempos de cosecha, controlar la calidad de las flores y garantizar la frescura de los productos hasta su destino. Esta combinación de eficiencia y tecnología no solo reduce pérdidas y costos, sino que fortalece la confianza de los compradores internacionales, quienes buscan proveedores confiables que cumplan con estándares de calidad constantes y prácticas sostenibles.

Asimismo, la integración de sostenibilidad y eficiencia en la competitividad estructural contribuye a la resiliencia del sector frente a cambios en la demanda o regulaciones internacionales. La capacidad de ajustar procesos, adoptar nuevas técnicas ecológicas y mantener altos estándares de calidad permite que las empresas floricultoras se adapten a diferentes mercados sin comprometer su rentabilidad. De esta manera, la competitividad estructural se convierte en un elemento dinámico, donde innovación, eficiencia y responsabilidad ambiental se entrelazan para asegurar que Costa Rica mantenga una posición sólida y diferenciada en la exportación de flores y esquejes a nivel global.

En resumen, la competitividad estructural del sector floricultor costarricense se basa en la combinación de eficiencia, calidad y sostenibilidad. Gracias a estas prácticas, los productores pueden ofrecer flores y esquejes que cumplen con los estándares internacionales, manteniendo precios competitivos y tiempos de entrega confiables. La incorporación de innovación tecnológica y métodos sostenibles refuerza la capacidad del sector para adaptarse a las exigencias del mercado global, reduciendo costos y fortaleciendo la confianza de los compradores. Así, Costa Rica logra diferenciarse como un exportador responsable y competitivo, consolidando su posición en el comercio internacional de productos ornamentales.

Factores Clave en la Competitividad Estructural

La competitividad estructural de un sector exportador se fundamenta en un conjunto de factores integrados que le permiten sostener su posición en el mercado internacional de manera constante y duradera. No se limita a ofrecer solo precios atractivos, sino que abarca la capacidad de innovar, adaptarse a las exigencias globales y generar productos de alto valor agregado. Asimismo, dichos factores son esenciales el cumplimiento de estándares internacionales, la eficiencia en la producción y la diversificación de destinos de exportación. La interacción de estos elementos asegura que el sector pueda competir con éxito y responder, de forma eficaz, a los retos del comercio global. Algunos de estos factores pueden ser:

Infraestructura Logística

En primer lugar, cabe mencionar que la infraestructura logística es uno de los principales aspectos para hacer posible el proceso de exportación. Como menciona Kappa Intermodal (2021): “La infraestructura logística es el conjunto de obras e instalaciones de un país, que permiten enlazar los lugares de acopio y producción con los lugares de consumo de productos” (párr.1). Una buena infraestructura logística es crucial para que las empresas puedan entregar sus productos de manera rápida, segura y al menor costo posible facilitando grandemente el proceso de producción y exportación.

Por añadidura, la infraestructura logística cumple un papel fundamental en el éxito de las exportaciones del sector de flores y esquejes, ya que al ser un producto natural es más propenso a dañarse si no se cumplen con los requerimientos; este tipo de producto es altamente perecedero, por esto, requiere condiciones específicas para mantener su calidad durante todo el trayecto hasta el consumidor final, ya que si el producto se expone a condiciones con las cuales no es compatible, no llegaría al destino en buen estado.

Es importante que cada uno de los factores de la cadena de infraestructura logística cumpla con su función exitosamente para que el proceso de exportación se lleve a cabo eficientemente. Algunos de los aspectos que forman parte de la infraestructura logística son: las carreteras, transporte de mercancías, puertos o disponibilidad de acopio. Cada punto de esta cadena debe

funcionar de forma coordinada para evitar retrasos que afecten la frescura del producto, lo cual es especialmente crítico en mercados como el europeo, donde los estándares de calidad son muy rigurosos.

En el caso de Costa Rica y su Gran Área Metropolitana, la congestión vial, la carencia de centros logísticos especializados y los altos costos de transporte son factores que limitan el desempeño exportador del sector florícola. La falta de infraestructura moderna compromete la cadena de frío, lo que reduce la vida útil de las flores y puede ocasionar rechazos o pérdidas económicas. “En consecuencia, los países que tienen una mejor infraestructura logística tienen una mayor capacidad de crecer y ser más competitivos a nivel internacional” (Kappa Intermodal, 2021, párr. 1).

La infraestructura logística se presenta como un componente que no solo conecta la producción con los mercados internacionales, sino que, también, refleja el nivel de preparación de un país para insertarse en cadenas de valor globales. La interacción entre carreteras, puertos, aeropuertos, sistemas de transporte y centros de acopio determina, en gran medida, la capacidad de respuesta de un sector como el florícola, donde el tiempo y la calidad son factores decisivos. Estos elementos, al funcionar de manera integrada, contribuyen con el acceso a mercados exigentes y la posibilidad de competir frente a otros países productores que cuentan con ventajas logísticas más consolidadas.

Calidad

En primer lugar, la calidad es de los puntos mayormente estratégicos en la cadena exportadora, especialmente en sectores que demandan altos estándares de calidad, trazabilidad y sostenibilidad. Según Mundi (2021), “la calidad de exportación es el aval de que el producto que se está comercializando está diseñado y creado con materiales de primera y garantiza que no saldrá defectuoso en condiciones naturales” (párr.1).

En el contexto de la exportación de flores y esquejes, la calidad no solo se mide por la apariencia del producto, sino, también, por su durabilidad, resistencia en el transporte y

cumplimiento de requisitos fitosanitarios. Esto implica que los procesos de producción deben estar cuidadosamente controlados desde la selección de variedades hasta el empaque final. La trazabilidad es un aspecto clave, ya que permite asegurar al comprador europeo de que cada etapa del cultivo cumple con estándares técnicos y ambientales exigentes.

Además, contar con productos de alta calidad representa una ventaja competitiva que facilita el acceso a mercados más exigentes como el de la Unión Europea, donde los consumidores y distribuidores valoran especialmente la consistencia y el cumplimiento normativo. Las empresas exportadoras deben invertir en procesos de mejora continua, capacitación del personal, tecnologías de control de calidad y sistemas de certificación. Todo esto no solo asegura la satisfacción del cliente, sino que, también, fortalece la reputación del país como proveedor confiable y profesional en el comercio internacional.

La implementación de sistemas de control de calidad avanzados permite que cada flor o esqueje cumpla con criterios específicos de tamaño, color y resistencia, reduciendo, al mínimo, el riesgo de rechazo en destino. Estas medidas incluyen inspecciones constantes, pruebas de transporte y ajustes en los procesos de cultivo según los resultados obtenidos. De esta manera, las empresas pueden garantizar que sus productos mantendrán su frescura y presentación durante todo el proceso logístico, lo que genera confianza en los compradores y asegura relaciones comerciales más estables y duraderas.

Asimismo, la trazabilidad integrada con la calidad refuerza la transparencia de toda la cadena productiva. Los compradores pueden conocer el origen exacto de cada producto, los métodos de cultivo utilizados y las certificaciones obtenidas, lo que aumenta la credibilidad de la empresa exportadora. Este nivel de control también permite identificar áreas de mejora, optimizar recursos y reducir desperdicios, convirtiendo la calidad en un factor estratégico que no solo satisface exigencias internacionales, sino que, también, impulsa la eficiencia y sostenibilidad del sector floricultor costarricense.

En síntesis, la calidad se ha convertido en un aspecto fundamental para que las empresas florícolas puedan destacar en los mercados internacionales. No se trata solo de que las flores se

vean bien, sino de que lleguen en perfecto estado, cumpliendo con todas las normas y requisitos que exigen los compradores. Mantener altos estándares en cada etapa, desde el cultivo hasta el empaque, genera confianza y asegura relaciones comerciales más sólidas. Así, la calidad no solo beneficia a los clientes, sino que, también, fortalece la reputación de Costa Rica como proveedor confiable y profesional en la exportación de flores y esquejes.

Formación Técnica

La formación técnica de los trabajadores en prácticas agrícolas, sanitarias, logísticas y comerciales permite una ejecución eficiente de los procesos y una mayor adaptabilidad a las exigencias del mercado internacional. Además, la profesionalización del talento humano eleva la productividad del sector y reduce los errores que pueden generar rechazos o pérdidas económicas. En este sentido, la educación continua, la capacitación técnica y el fortalecimiento de habilidades blandas son componentes estructurales esenciales para sostener la competitividad exportadora.

En un entorno empresarial cada vez más dinámico y competitivo, la actualización constante de habilidades y conocimientos se ha convertido en un requisito indispensable para el éxito organizacional. La incorporación de nuevas tecnologías, junto con la evolución de los procesos productivos, demanda que el personal esté preparado para adaptarse y responder de manera eficiente. Según Indeed (2025), “la formación técnica es importante para que los empleados se mantengan al día de las últimas tecnologías y tendencias. Ayuda a las empresas a mantenerse al día con la competencia y a ser más eficientes y productivas” (párr. 1).

La inversión en formación técnica no solo mejora la calidad del producto final, sino que, también, fortalece la trazabilidad y el cumplimiento de normativas internacionales, aspectos clave en la exportación de esquejes. Los trabajadores capacitados pueden identificar, con mayor precisión, los estándares fitosanitarios, aplicar buenas prácticas agrícolas y garantizar un manejo poscosecha adecuado, lo cual repercute directamente en la aceptación de los productos en mercados exigentes como la Unión Europea o Norteamérica. Esta preparación especializada permite reducir desperdicios, optimizar tiempos de respuesta ante problemas técnicos y mejorar la comunicación con clientes internacionales.

Asimismo, la formación técnica se convierte en un motor de desarrollo local, ya que incrementa las oportunidades de empleo calificado y mejora la competitividad territorial. Las empresas exportadoras que invierten en el conocimiento de su personal no solo aseguran la eficiencia interna, sino que, también, promueven una cultura organizacional orientada a la mejora continua y la innovación. Al estar preparados para responder a las nuevas tecnologías, normativas o cambios en la demanda, los trabajadores se convierten en agentes clave de adaptación y crecimiento sostenible dentro del sector agrícola exportador.

Marco Institucional Sólido

En el sector de exportación de flores y esquejes, el tener un marco institucional sólido se convierte en un pilar esencial; esto nos viene a decir que el gobierno interviene estableciendo reglas claras, simplificando los trámites aduaneros y promoviendo el uso de plataformas electrónicas para la exportación y la certificación. Instituciones como PROCOMER, y el Servicio Fitosanitario en Costa Rica, son ejemplos de cómo el apoyo gubernamental, a través de asistencia técnica, promoción internacional y certificaciones de calidad, reduce las barreras y costos para los exportadores, permitiéndoles acceder a mercados exigentes como el europeo. PROCOMER (2021) comenta:

La aplicación de certificados fitosanitarios de manera digital para uno de los principales mercados de exportación, brindaran grandes avances en temas de facilitación de comercio, promoviendo mayor agilidad, confiabilidad y simplificación en la tramitología de exportación que las empresas deben gestionar para cada envío. (párr. 4)

La implementación de herramientas digitales y procedimientos más ágiles no solo beneficia a las empresas exportadoras en términos de tiempo y costos, sino que, también, contribuye a mejorar la imagen del país como socio comercial eficiente y confiable. Un marco institucional que prioriza la transparencia y la simplificación de procesos genera confianza en los compradores internacionales, quienes valoran la certeza de que sus pedidos cumplirán con los plazos y requisitos

establecidos. Este respaldo institucional fortalece la competitividad estructural del sector, ya que facilita el cumplimiento de las normativas internacionales y reduce el riesgo de contratiempos logísticos o administrativos.

Asimismo, el trabajo coordinado entre entidades gubernamentales y el sector privado impulsa la modernización constante de los procesos de exportación. La incorporación de tecnologías de trazabilidad, certificaciones electrónicas y programas de apoyo para la innovación productiva permite que las empresas no solo cumplan con los requisitos del mercado europeo, sino que, también, se adapten con rapidez a nuevas regulaciones o demandas específicas. De esta manera, un marco institucional sólido no se limita a ser un regulador, sino que se convierte en un socio estratégico que acompaña y potencia la proyección internacional del sector floricultor costarricense

Capital Humano Especializado

En primer lugar, el capital o talento humano representa un factor clave en la competitividad estructural del sector exportador de flores y esquejes. Contar con personal capacitado en cada parte del proceso, desde la producción hasta la comercialización internacional, les permite asegurar a los consumidores la eficiencia, calidad y el cumplimiento de los estándares del mercado. Profesionales capacitados como agrónomos, técnicos en manejo poscosecha y especialistas logísticos son fundamentales para garantizar que el producto mantenga su frescura y valor agregado al llegar al destino final.

Por añadidura, para conservar esta fortaleza a largo plazo, cada empresa requiere una constante formación profesional. La evolución de los mercados y la creciente exigencia de los consumidores europeos demandan trabajadores con habilidades actualizadas en temas como certificaciones, procesos digitales y sostenibilidad. Por ello, resulta importante fomentar espacios de capacitación técnica continua, de esta manera, el capital humano puede seguir siendo un factor decisivo que impulse la productividad y competitividad del sector de flores y esquejes. Wong (2024) menciona:

Costa Rica debe reforzar las habilidades del recurso humano, y de esta manera potenciar las oportunidades para que más personas puedan contar con un empleo digno y práctico al mejorar sus competencias y experiencia laboral, además de responder a las necesidades de las empresas que incursionan en actividades de mayor valor agregado. (párr. 3)

De esta manera, la preparación constante de los trabajadores no solo fortalece la eficiencia de los procesos productivos, sino que, también, contribuye a elevar la reputación del país como exportador confiable de florícola. A medida que los mercados imponen mayores requisitos en materia de sostenibilidad, trazabilidad y calidad, el conocimiento y la experiencia del recurso humano adquieren un papel determinante para mantener la competitividad estructural del sector y facilitar su integración en escenarios globales altamente demandantes.

Sostenibilidad como Estrategia de Posicionamiento

La sostenibilidad se ha convertido en un eje central para la competitividad internacional del sector floricultor costarricense. En un mercado global cada vez más exigente, los consumidores y distribuidores priorizan productos que no solo cumplan con altos estándares de calidad, sino que, también, respondan a criterios de responsabilidad ambiental y social. Este enfoque no solo satisface la demanda de nichos especializados, sino que, también, consolida la reputación del país como productor responsable y diferenciado frente a competidores internacionales.

Los beneficios de la floricultura sostenible abarcan dimensiones en diversos ámbitos, tanto ambientales, sociales, como económicos, que fortalecen la competitividad del sector y refuerzan el compromiso con la producción responsable. A través de prácticas los productores no solo aseguran la calidad y durabilidad de sus flores y esquejes, sino que, también, contribuyen activamente a la protección del entorno natural. Según Flores Noé (2024), algunos de los beneficios de la floricultura sostenible son:

- Reducción de la contaminación ambiental: La agricultura ecológica, la disminución del uso de plaguicidas y el manejo eficiente del agua minimizan la contaminación del suelo y el agua, protegiendo los ecosistemas y la salud humana,
- Conservación de la biodiversidad: La promoción de la biodiversidad en los cultivos, el uso de métodos de control biológico de plagas y la agricultura ecológica favorecen la presencia de insectos polinizadores, aves y otros organismos beneficiosos para el ecosistema,
- Mitigación del cambio climático: La reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, el uso de energías renovables y la optimización del transporte contribuyen a combatir el cambio climático,
- Uso eficiente de recursos hídricos: La implementación de técnicas de riego eficientes, la recuperación de aguas pluviales y la elección de especies tolerantes a la sequía reducen el consumo de agua y protegen este recurso vital. (párr. 3)

Estas acciones convierten a la sostenibilidad en un elemento diferenciador que posiciona a la floricultura en mercados internacionales que valoran, cada vez más, el respeto por el ambiente y la responsabilidad social en la cadena de suministro. Al integrar prácticas sostenibles, las empresas no solo cumplen con regulaciones ambientales cada vez más estrictas, sino que, también, ganan credibilidad y confianza frente a consumidores que buscan productos con un impacto positivo en el entorno. Este valor agregado se convierte en mejores oportunidades de comercialización, acceso a nichos de mercado exclusivos y la posibilidad de establecer relaciones comerciales más sólidas y duraderas con clientes internacionales.

Branding Sostenible

El branding sostenible es una posible estrategia clave para las empresas que buscan diferenciarse en mercados altamente competitivos, donde los consumidores valoran no solo la

calidad del producto, sino, también, el impacto social y ambiental de su producción. Este enfoque consiste en construir una identidad de marca basada en valores como la sostenibilidad, la ética y la responsabilidad, transmitiendo confianza y compromiso con prácticas responsables a lo largo de toda la cadena de valor. Lws (2025) comenta:

En la actualidad, el branding sostenible y responsable se ha convertido en un factor clave para el éxito de las empresas en todo el mundo. Los consumidores son cada vez más conscientes del impacto ambiental y social de sus decisiones de compra, y buscan marcas que compartan sus valores y se comprometan con un futuro más sostenible. (párr.1)

En este escenario, Costa Rica ha sabido aprovechar el branding sostenible como parte de su estrategia nacional, proyectándose internacionalmente como un país verde y responsable en sectores como la floricultura. Según Lws (2025), “Costa Rica, un país reconocido por su compromiso con la conservación del medio ambiente y el desarrollo sostenible, se ha convertido en un terreno fértil para el desarrollo de marcas que adoptan prácticas sostenibles y responsables” (párr. 2).

Al integrar la sostenibilidad como parte central de su identidad, las marcas no solo responden a las demandas de un consumidor más consciente, sino que, también, aseguran su permanencia a largo plazo en un contexto global donde la responsabilidad ambiental y social se ha convertido en un criterio decisivo de compra. Este enfoque, además de fortalecer la fidelidad del cliente, abre oportunidades en mercados que priorizan productos responsables. De esta manera, el branding sostenible se convierte en una estrategia que impulsa, tanto la rentabilidad, como la diferenciación competitiva. Lws (2025) comenta:

Costa Rica es un país con una rica biodiversidad y una sólida reputación en materia de sostenibilidad. Los consumidores costarricenses son especialmente sensibles a las cuestiones ambientales y sociales, y valoran las marcas que demuestran un compromiso real con la sostenibilidad. (párr. 5)

En un país caracterizado por su biodiversidad y por una cultura fuertemente orientada hacia la sostenibilidad, las marcas que integran prácticas responsables logran conectar, fácilmente, con los valores de sus consumidores. Esto genera una ventaja competitiva en el sector de mercado, ya que no se limita a satisfacer necesidades básicas de consumo, sino que, también, construye una relación emocional basada en la confianza y la autenticidad, aspectos clave para consolidar una imagen sólida en el mercado nacional e internacional.

Certificaciones como Ventaja Competitiva

Las certificaciones en la floricultura son reconocimientos internacionales que avalan el cumplimiento de estándares de calidad, sostenibilidad y responsabilidad social en la producción y comercialización de flores. Estas certificaciones garantizan que las empresas del sector aplican buenas prácticas en su gestión, lo que contribuye a fortalecer su credibilidad y a diferenciarse en un mercado altamente competitivo. Además, las certificaciones se convierten en una herramienta clave para generar confianza, tanto en los consumidores, como en los socios comerciales, consolidando así la imagen de la floricultura como una actividad responsable y orientada a la excelencia.

En el caso de Costa Rica, el sector floricultor se orienta, principalmente, hacia mercados europeos y norteamericanos, estas certificaciones representan un factor clave de posicionamiento. La implementación de normas internacionales de sostenibilidad y calidad refuerza la imagen del país como proveedor confiable y comprometido con la protección ambiental y el bienestar social. De esta manera, las certificaciones no son únicamente un requisito, sino, también, una herramienta estratégica que fortalece la competitividad estructural de las empresas florícolas costarricenses en un entorno global altamente demandante. López (2016) comenta:

Las certificaciones son herramientas necesarias para los empresarios, ya no son lujos que las empresas se pueden dar, no tener una certificación puede volverse una barrera para ingresar a los mercados internacionales. Unas son vitales para ingresar en ciertos mercados estratégicos, como la Unión Europea y los mercados

norteamericanos, otras son determinantes para conquistar a un cliente exigente y lo cierto es que todas aportan valor agregado a los procesos, productos, servicios de las empresas. Por eso en PROCOMER, entendiendo la complejidad de los procesos de certificación, pero su gran importancia, fomentamos la certificación de las firmas exportadoras y les ofrecemos apoyo en el proceso, para crear un parque empresarial cada vez más competitivo a nivel internacional. (párr. 4)

En un sector tan competitivo como la floricultura, donde los mercados internacionales establecen estándares altos de calidad y sostenibilidad, carecer de certificaciones puede significar una posible pérdida de oportunidades comerciales. Estas certificaciones no solo facilitan el acceso a mercados estratégicos, sino que, también, agregan valor a los productos y servicios, generando una ventaja diferenciadora frente a competidores que no cuentan con ellas. En este contexto, las certificaciones se convierten en un puente entre la oferta y la demanda global, asegurando que las empresas floricultoras costarricenses no solo cumplan con los requisitos normativos, sino que, también, fortalezcan su posicionamiento en un mercado altamente exigente.

En resumen, las certificaciones se han vuelto muy importantes para que las empresas de flores se destaquen y puedan competir en mercados exigentes. Ayudan a generar confianza en los clientes y socios, mostrando que los productos son de calidad y se producen de manera responsable. Para Costa Rica, estas certificaciones son una ventaja, porque facilitan la entrada a mercados internacionales y mejoran la imagen del país como proveedor confiable. Contar con ellas les permite a las empresas diferenciarse, fortalecer su reputación y mantener su lugar en un sector cada vez más competitivo.

Certificaciones en la Floricultura

Existen numerosos tipos de certificaciones a nivel internacional que buscan garantizar estándares de calidad, sostenibilidad y responsabilidad social en los procesos productivos. Sin embargo, no todos los mercados ni sectores exigen las mismas certificaciones, ya que estas

responden a las particularidades de cada actividad y a los requerimientos de los países importadores. En este sentido, en la floricultura cobran mayor relevancia las certificaciones orientadas a la sostenibilidad ambiental y las buenas prácticas agrícolas. Esto demuestra que las certificaciones no son universales, sino que se adaptan a las demandas específicas de cada mercado, convirtiéndose en una herramienta estratégica para acceder y mantenerse en la competencia internacional. Algunas certificaciones pueden ser:

Global G.A.P.

La certificación Global G.A.P. es un estándar internacional que establece criterios de buenas prácticas agrícolas para productores de distintos sectores, incluyendo la floricultura. Su objetivo principal es garantizar que los productos se cultiven de manera segura, sostenible y responsable, cuidando, tanto la calidad del producto, como la salud de los trabajadores y el medio ambiente. En el caso de la floricultura, Global G.A.P regula aspectos como el manejo de fertilizantes y pesticidas, el uso eficiente del agua, la trazabilidad de las flores desde la finca hasta el consumidor y el bienestar laboral.

Esta certificación se ha convertido en un requisito clave para acceder a mercados internacionales exigentes, especialmente en Europa, donde los compradores valoran la sostenibilidad y la seguridad en la producción de flores y plantas ornamentales. Según Tierra buena (s.f.), “ofrece una certificación para agricultura, acuicultura y floricultura, enfocándose en la producción segura y sostenible. El proceso de certificación aplica estándares específicos de 700 especies de plantas, cada una con una lista de verificación detallada” (párr. 4).

Además, obtener la certificación Global G.A.P. brinda a los productores florícolas ventajas competitivas importantes. No solo permite cumplir con los requisitos de mercados internacionales, sino que, también, mejora la reputación de la empresa, al demostrar un compromiso con la calidad, la sostenibilidad y la responsabilidad social. La certificación fomenta la implementación de buenas prácticas en todos los niveles de producción, desde el cultivo y manejo de insumos, hasta la logística y distribución, lo que contribuye a reducir riesgos y garantizar productos confiables para los clientes.

Por otro lado, Global G.A.P. también impulsa la innovación y la mejora continua dentro del sector. Los productores deben actualizarse constantemente sobre nuevas técnicas de cultivo, manejo de recursos y estándares de seguridad, lo que fortalece la profesionalización de los trabajadores y promueve la eficiencia en las fincas. Al mismo tiempo, este enfoque sostenible contribuye a la conservación del ambiente y al uso responsable de los recursos naturales, consolidando un modelo de producción que beneficia, tanto a la industria, como a la comunidad y al ecosistema en general.

En síntesis, la certificación Global G.A.P. es una herramienta muy importante para la floricultura, ya que asegura que los productos se cultiven de manera segura, responsable y sostenible. Ayuda a los productores a acceder a mercados internacionales y mejora la reputación de sus empresas. Además, fomenta mejores prácticas en el trabajo diario, impulsa la innovación y contribuye al cuidado del ambiente. De esta manera, Global G.A.P. no solo fortalece la competitividad de los productores, sino que, también, refuerza la imagen de Costa Rica como un país confiable en la exportación de flores y plantas ornamentales.

MPS-ABC

La certificación MPS-ABC es un estándar internacional de sostenibilidad diseñado, específicamente, para el sector florícola y ornamental, que evalúa el impacto ambiental de los procesos productivos. A través de un sistema de registro y seguimiento, mide el consumo de recursos como energía, agua, fertilizantes y pesticidas, así como el manejo de residuos en las fincas. Con base en estos indicadores, los productores reciben una calificación (A, B o C) que refleja su nivel de compromiso con la producción responsable y sostenible. Info Agro (s.f.) comenta:

El esquema MPS-ABC tiene como objetivo fomentar el cultivo, de forma respetuosa con el medio ambiente, mediante el uso racional de los recursos utilizados. Actualmente más de 4.000 productores en todo el mundo desarrollan su actividad cumpliendo los requisitos de MPS-ABC. La norma se encuentra con mayor implantación en países como Holanda, Bélgica, Dinamarca, Francia, España e Italia y está mundialmente presente en 55 países diferentes. (párr. 17)

Esta certificación no es obligatoria para exportar a la Unión Europea, pero sí es altamente valorada por el mercado, quienes buscan proveedores que garanticen no solo la calidad de las flores, sino, también, el respeto por el ambiente y la salud de los trabajadores. El esquema MPS-ABC evalúa cinco aspectos clave que inciden, de forma directa, en la producción ornamental y en el impacto ambiental derivado de esta actividad. Info Agro (s.f.) comenta que algunos de los recursos evaluados son:

- Agua: Fuentes de agua, captación de lluvias, recirculación, etc.,
- Productos fitosanitarios: Productos fitosanitarios, de origen químico, biológico o enemigos naturales, técnicas de protección de los cultivos,
- Energía: Consumo, tipo de energía utilizada. Producción propia de electricidad renovable,
- Iluminación y calefacción artificial. Aplicación de CO₂ y Medidas de ahorro de energía,
- Fertilizantes: Cantidad y tipos de fertilizantes minerales y orgánicas, centrándose en la aportación de N y P, también a través de sustrato,
- Gestión de residuos: Sistema de reciclado y eliminación de residuos. (párr. 20)

En síntesis, la certificación MPS-ABC representa más que un sistema de evaluación ambiental, es un instrumento que impulsa a los productores a adoptar una cultura de sostenibilidad dentro de la floricultura. Además, su reconocimiento internacional le otorga un peso significativo en la construcción de relaciones comerciales, ya que proyecta una imagen de confianza y responsabilidad frente a clientes y consumidores. En este sentido, más que una exigencia de mercado, el MPS-ABC se convierte en una ventaja competitiva que diferencia a los productores comprometidos con un futuro más sostenible para el sector ornamental.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Enfoque Cualitativo

El enfoque cualitativo es una metodología de investigación orientada a comprender fenómenos en su contexto natural, desde la perspectiva de quienes los experimentan. A diferencia del enfoque cuantitativo, no se basa en datos numéricos ni en la generalización de resultados, sino en el análisis profundo de ideas, experiencias y significados. Utiliza herramientas como entrevistas, observaciones directas y análisis de documentos para recolectar información detallada. Este tipo de enfoque es ideal para explorar aspectos sociales, culturales o humanos que requieren interpretación. Su principal objetivo es captar la esencia de los fenómenos estudiados, considerando su complejidad y particularidades.

Para Hernández *et al.* (2018), la investigación cualitativa estudia:

(...) fenómenos de manera sistémica. Sin embargo, en lugar de comenzar con una teoría y luego “voltear” al mundo empírico para confirmar si esta es apoyada por los datos y los resultados, el investigador comienza el proceso examinando los hechos en sí y revisando los estudios previos, ambas acciones de manera simultánea, a fin de generar una teoría que sea consistente con lo que está observando que ocurre. (p. 7)

A lo citado, Hernández *et al.* (2018) agregan: “(...) se plantea un problema de investigación (...). Va enfocándose paulatinamente. La ruta se va descubriendo o construyendo de acuerdo con el contexto y los eventos que ocurren conforme se desarrolla el estudio” (p. 7). Esto resalta la naturaleza dinámica del proceso investigativo, especialmente en estudios cualitativos, donde el problema de investigación no siempre está completamente definido desde el inicio. En lugar de seguir un camino rígido, la investigación va tomando forma conforme se avanza en el análisis del contexto y en la recolección de información.

De igual forma los autores Hernández *et al.* (2018) sostienen:

Las investigaciones cualitativas suelen producir preguntas antes, durante o después de la recolección y análisis de los datos. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” en el que la secuencia no siempre es la misma, puede variar en cada estudio. (pp. 7-8)

Mediante la utilización de este enfoque cualitativo, el investigador busca entender, a profundidad, las experiencias vividas por los encuestados, quienes son actores fundamentales en el sector exportador de flores y esquejes de la Gran Área Metropolitana. Posteriormente, con la información recaudada, principalmente a través de herramientas como las entrevistas, se puede llevar a cabo una estructura de conocimiento enfocada en el problema de investigación central del documento, que es analizar la competitividad estructural de dicho sector hacia la Unión Europea.

Diseño de la Investigación

El diseño de la investigación es la base metodológica que organiza y orienta todo el proceso de estudio, definiendo cómo se abordará el problema planteado. Permite seleccionar el enfoque más adecuado, las técnicas de recolección de datos y la forma en que se analizarán los resultados. En investigaciones cualitativas, como la fenomenología empírica, el diseño se adapta para explorar, a fondo, las experiencias de los participantes, brindando una visión rica y detallada del fenómeno. Este tipo de diseño es clave para garantizar la coherencia entre los objetivos del estudio y los métodos utilizados, asegurando así la validez y profundidad de los hallazgos.

Fenomenología Empírica

La fenomenología, al enfocarse directamente en las experiencias y declaraciones de los participantes, ofrece una comprensión profunda y empírica de los fenómenos tal como son vividos; además, es esencial, ya que permite capturar las vivencias, percepciones y los desafíos de los actores

directamente involucrados, como productores, exportadores y personal logístico. Según Hernández *et al.* (2018), “en la fenomenología los investigadores trabajan directamente las unidades o declaraciones de los participantes y sus vivencias, más que abstraerías para crear un modelo basado en sus interpretaciones, como en la teoría fundamentada” (p. 548).

Población y Muestra

Población

Son todos los casos que concuerdan con determinadas características. Hernández *et al.* (2018) hacen referencia a la población como: “Población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p. 199). Es fundamental ubicar, con exactitud, a las poblaciones según sus características relacionadas con el contenido, el lugar, el tiempo y su accesibilidad. Para lograrlo, es necesario delimitar la unidad de análisis, la cual puede estar compuesta por un grupo determinado o amplio de poblaciones que comparten rasgos similares y sobre las cuales se basarán las conclusiones del estudio. Esta unidad de análisis debe definirse, claramente, en función del problema planteado y los objetivos de la investigación.

La población objeto de este estudio está compuesta por las empresas del sector exportador de flores y esquejes ubicadas en la Gran Área Metropolitana, así como por las organizaciones vinculadas a la cadena de comercialización y distribución internacional, en especial aquellas que interactúan con el mercado europeo. Estas unidades fueron seleccionadas debido a su papel estratégico en el desarrollo y fortalecimiento del sector.

Este estudio se enfoca en cómo la competitividad estructural de estas empresas, entendida como su capacidad para mantenerse en el mercado mediante una combinación de eficiencia logística, infraestructura adecuada, prácticas sostenibles y acceso a tecnología, influye directamente en su desempeño exportador. Al analizar esta población, se pretende identificar las fortalezas y debilidades que afectan su posicionamiento frente a mercados altamente exigentes como el europeo y proponer estrategias que les permitan mejorar su capacidad de respuesta, cumplir con los estándares internacionales y consolidar su presencia en dichos mercados.

Muestra

Tomando en cuenta el enfoque y diseño de la investigación, se selecciona un subgrupo de la población para desarrollar el estudio; Hernández *et al.* (2018) consideran que la muestra “es el grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos” (p. 427). La muestra en una investigación constituye una fuente clave de información para el desarrollo del estudio, ya que se selecciona con base en el criterio de personas con conocimientos especializados en el tema abordado.

Muestra por Conveniencia.

La información de este estudio se obtendrá a partir de una muestra de doce personas elegidas de forma intencional, ya que tienen experiencia en temas relacionados con exportación, producción de flores y esquejes, la logística y la sostenibilidad. Entre ellos se encuentran productores, exportadores, técnicos y personal de empresas logísticas. Estas personas pueden aportar una visión clara sobre los factores que afectan el buen desempeño del sector, como la infraestructura, el acceso a tecnología, el cuidado del ambiente y el transporte. Sus opiniones ayudarán a entender mejor los problemas que enfrenta el sector y a encontrar ideas para mejorar su competitividad en el mercado europeo.

Tabla 1

Muestra de la investigación

# Entrevistado	Puesto	Razón
No 1	Jefe de producción	Experto en técnicas de cultivo
No 2	Inspector de calidad	Conocimientos en calidad de cultivos
No 3	Coordinador de logística	Conocimientos en prácticas sostenibles

No 4	Inspector de calidad	Conocimiento en certificaciones internacionales de calidad
No 5	Coordinador de logística	Expertos en logística eficiente
No 6	Encargado de distribución	Conocimiento en empaque y envío para exportación
No 7	Encargado de producción	Experto en producción de plantas
No 8	Encargado de exportación	Experto en la participación de ferias internacionales
No 9	Ingeniero agrónomo	Conocimiento en producción de flores
No 10	Coordinador de logística	Conocimiento en logística Plantas y flores ornamentales

Nota: Elaboración propia, (2025).

Las unidades de análisis generan las categorías pertinentes para el planteamiento del problema y explicar el fenómeno en estudio, pero, también, puede surgir paulatinamente y deben ser relevantes:

1. El investigador revisa todo el material (conjunto de datos).
2. Se identifica un tipo de segmento para ser caracterizado como unidad constante).
3. Codificar para determinar pertinencia: codificación abierta (comparar unidades de análisis para determinar categorías relevantes para el planteamiento del problema).
4. El investigador puede mantener o cambiar la unidad.
5. UNIDAD – CATEGORÍA – CODIFICACIÓN (todas relacionadas unas con otras).
6. Categorías de análisis: técnicas para generarlas:
 - a. AGRUPAMIENTO: anotar temáticas vinculados al planteamiento, señalar cuáles son comunes (se repiten una y otra vez) y por último se agrupan.
 - b. TÉCNICAS DE ESCRUTINIO:
 - i. REPETICIONES: la más fácil para identificar categorías.

- ii. **CONCEPTOS LOCALES** o usados frecuentemente en el contexto del estudio (expresiones reveladoras propias del ambiente al que pertenece el colaborador).
- iii. **METÁFORAS Y ANALOGÍAS** (ayuda a localizar categorías con significado).
- iv. **TRANSICIONES:** cambios que ocurren de manera natural en conversaciones e interacciones).
- v. **SIMILITUDES Y DIFERENCIAS** (del lenguaje verbal y no verbal).
- vi. **CONECTORES LINGÜÍSTICOS Y ADVERBIOS, PRONOMBRES O SIMILARES** (grupos de palabras y términos que las conectan).
- vii. **DATOS PERDIDOS O NO REVELADOS** (preguntarse qué falta o perdido).
- viii. **MATERIAL VINCULADO A LA TEORÍA** (se examina el ambiente o contexto, las perspectivas de los participantes y sus percepciones y lo que piensan de otras personas, entre otros. Relación entre las categorías y las preguntas de investigación y también buscar nuevas perspectivas).

Tabla 2*Unidades de análisis*

OBJETIVO	UNIDAD	CATEGORÍA	DEF. CONCEPTUAL	INSTRUMENTALIZACIÓN
Describir la situación interna actual del sector exportador de flores y esquejes en la Gran Área Metropolitana de Costa Rica.	Situación interna	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variedades 2. Tecnología 3. Certificaciones 4. Proceso de coordinación 5. Calidad de producción 6. Determinantes 	Según Real Academia Española (s.f.), “conjunto de factores o circunstancias que afectan a alguien o algo en un determinado momento” (párr. 5)	De la pregunta 1 a la 6
Determinar los factores clave que influyen en la competitividad de las exportaciones del sector de flores y esquejes en la	Factores clave	<ol style="list-style-type: none"> 7. Innovación 8. Calidad del producto 	Según BDC (s.f.), “son las acciones en las que una empresa debe centrarse para competir eficazmente y	De la pregunta 7 a la 12

Gran Área Metropolitana de Costa Rica durante el periodo comprendido entre 2024 y el primer semestre de 2025.		9. Sostenibilidad ambiental 10. Competencia internacional 11. Estrategias	alcanzar sus objetivos estratégicos” (párr. 1).	
Identificar las posibles limitaciones que enfrenta el sector de flores y esquejes en la Gran Área Metropolitana de Costa Rica para la exportación hacia la Unión Europea.	Limitantes	12. Obstáculos 13. Financiamiento 14. Regulaciones y requisitos 15. Infraestructura 16. Accesibilidad 17. Condiciones climáticas	Según definición (2023), “limitación es la acción y efecto de limitar o limitarse” (párr. 1).	De la pregunta 13 a la 18

Nota: Elaboración propia, (2025).

Instrumentos Cualitativos

Entrevista

Para la elaboración del Capítulo IV de este proyecto de investigación, se empleará la entrevista como herramienta cualitativa para recopilar información pertinente. Según Hernández *et al.* (2018), “las entrevistas, como herramientas para recolectar datos cualitativos, se emplean cuando el problema de estudio no se puede observar o es muy difícil hacerlo por ética o complejidad” (p. 449). Al permitir una interacción más abierta y personal, la entrevista facilita la exploración profunda de experiencias y opiniones.

Proceso de Recolección de Datos

La recopilación de datos forma parte de una etapa fundamental dentro de cualquier investigación, ya que permite obtener información valiosa para el desarrollo del estudio. Hernández *et al.* (2018) mencionan:

Lo que se busca en un estudio cualitativo es obtener datos (que se convertirán en información) de personas, otros seres vivos, comunidades, situaciones o procesos en profundidad; en las propias "formas de expresión" de cada unidad de muestreo. Al tratarse de seres humanos, los datos que interesan son conceptos, percepciones, imágenes mentales, creencias, emociones, interacciones, pensamientos, prácticas, experiencias, vivencias y roles manifestados en el lenguaje de los participantes, ya sea de manera individual, grupal o colectiva. Se recolectan con la finalidad de analizarlos y comprenderlos, y así responder a las preguntas de investigación y generar conocimiento. Y normalmente, tales datos están expresados en narrativas de distintos tipos: escritas, verbales, visuales (como fotografías e imágenes), auditivas (sonidos y grabaciones de audio), audiovisuales (por ejemplo, videos), artefactos, etcétera. (p. 443)

Esta investigación se apoya en una revisión documental que incluye tesis, libros, documentos oficiales de instituciones públicas, informes técnicos y entrevistas realizadas a expertos vinculados al ámbito exportador, lo cual permite abordar, con profundidad, temas relacionados con la exportación de flores y esquejes, la competitividad estructural y aspectos logísticos y sostenibles del sector. Además, se recurrió a fuentes secundarias provenientes de entidades gubernamentales como PROCOMER y el Servicio Fitosanitario del Estado, libros o artículos que interpretan otros trabajos o investigaciones.

Asimismo, a partir de los objetivos definidos en el estudio, se establecieron distintas unidades de análisis que fueron abordadas mediante la técnica de entrevista, aplicada a una muestra seleccionada por conveniencia. Esta muestra estuvo conformada por profesionales del sector exportador de flores y esquejes, tales como productores, exportadores, técnicos en calidad y personal especializado en logística, cuya experiencia permitió recopilar información relevante

basada en situaciones reales y conocimientos técnicos. Estas aportaciones facilitaron una mejor comprensión de los desafíos y las oportunidades del sector.

Fuentes de Información

Fuentes Primarias

En la investigación se obtendrá información por medio de entrevistas a personas que laboren en empresas exportadoras de flores y esquejes ubicadas en la Gran Área Metropolitana, así como a expertos que cuenten con conocimiento en temas relacionados con la competitividad estructural, logística y sostenibilidad en el proceso exportador; adicionalmente, se recopilará información en páginas web, libros y tesis. Con estas fuentes de información se dará respuesta a los objetivos ya planteados en esta investigación. Según plantea Gómez, “los datos de fuente primaria son, en general, más confiables que los provenientes de una secundaria (...)” (2018, p. 42).

Con base en la teoría de Hernández *et al.* (2018):

Las fuentes primarias más utilizadas para elaborar marcos teóricos son libros, artículos de revistas científicas y ponencias o trabajos presentados en 75 congresos, simposios y eventos similares, entre otras razones porque son las que sistematizan en mayor medida la información, profundizan más en el tema que desarrollan, son examinadas y arbitradas por investigadores o profesionales experimentados (pares o colegas) y resultan altamente especializadas, además de que se puede tener acceso a ellas por internet. (p. 76)

Es importante mencionar que este tipo de fuentes ofrece información directa, es decir, son datos que vienen de personas con experiencia y que no han sido modificados por otros. Las fuentes primarias permiten conocer, de primera mano, lo que piensan o saben los expertos sobre el tema, en este caso expertos en la exportación de flores y esquejes, lo cual ayuda mucho al buen desarrollo

del estudio. Gracias a esto, se obtiene información clara y actualizada que permite responder a la pregunta principal de la investigación y llegar a conclusiones más reales y acertadas.

Las fuentes primarias utilizadas en esta investigación fueron las entrevistas realizadas a conveniencia, dirigidas a una muestra de personas vinculadas directamente con el sector exportador de flores y esquejes en la Gran Área Metropolitana. Estas entrevistas permitieron recopilar información valiosa basada en la experiencia práctica de los actores involucrados, aportando datos concretos sobre procesos productivos, logística, normativas y competitividad. Gracias a estos testimonios, se lograron identificar, tanto las fortalezas, como las limitaciones del sector, lo que facilitó una comprensión más integral del contexto investigado.

Fuentes Secundarias

Martínez (2012) comenta que “los datos secundarios —o información de segunda mano— es la que se obtiene de las fuentes documentales que provienen de otras investigaciones” (pág. 135). La utilización de datos secundarios es fundamental en muchas investigaciones, ya que permite acceder a información previamente recopilada y analizada por otros autores, lo cual ahorra tiempo y recursos. Como señala Martínez (2012), estos datos provienen de fuentes documentales que se originan en investigaciones previas, lo que garantiza que la información esté respaldada por un proceso cuidadoso de recolección y validación.

Además, el análisis de fuentes secundarias facilita la comparación y el contraste de resultados, enriqueciendo la interpretación y aportando diferentes perspectivas que pueden fortalecer las conclusiones. Por tanto, el uso adecuado de esta información no solo optimiza los recursos, sino que, también, contribuye a consolidar cualquier investigación, haciendo que los nuevos estudios sean más precisos y relevantes. La mayoría de la información obtenida, proveniente de fuentes secundarias, se capturó a partir de libros o artículos que interpretan otros trabajos o investigaciones, con el propósito de expandir conocimiento del campo en estudio, brindando así una perspectiva más completa y accesible para crear un proyecto más eficaz y con datos relevantes.

Las fuentes secundarias consultadas en esta investigación consistieron en información obtenida de documentos ya existentes, como informes institucionales, tesis académicas, tanto

nacionales, como internacionales, libros de metodología y páginas web especializadas. Entre las más destacadas se encuentran los informes de PROCOMER, los cuales ofrecieron datos actualizados sobre el comportamiento del sector exportador de flores y esquejes, así como información detallada sobre participación en ferias internacionales, cumplimiento de certificaciones ambientales y estándares fitosanitarios exigidos por la Unión Europea.

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este capítulo se presentarán los resultados de la investigación obtenidos a partir de entrevistas realizadas a especialistas en el tema *Competitividad estructural del sector exportador de flores y esquejes de la Gran Área Metropolitana hacia la Unión Europea durante el periodo 2024 al primer semestre del 2025*. El contenido se organiza de la siguiente manera: en primer lugar, se expone la Tabla 3, en donde se derivan las categorías que emergieron de las unidades correspondientes a los tres objetivos específicos de esta investigación.

Posteriormente, se desarrolla un apartado en el que se describen y analizan cada una de las categorías identificadas. El análisis se construye a partir de lo explorado en fuentes de información y en aquellas derivadas de fuentes científicas. Finalmente, se incluye una sección dedicada a la interpretación de los datos, en la cual se ofrece una respuesta concreta al problema de investigación. A continuación, se presentan las unidades y categorías de análisis que constituyen la base de este proyecto.

Tabla 3

Unidades y categorías de análisis

Unidades	Categorías
1. Situación interna.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variedades 2. Tecnología 3. Certificaciones 4. Proceso de coordinación 5. Fortalezas 6. Determinantes
2. Factores clave.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Innovación 2. Calidad del producto

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Sostenibilidad ambiental 4. Competencia internacional 5. Estrategias
3. Limitantes.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Obstáculos 2. Financiamiento 3. Regulaciones y requisitos 4. Infraestructura 5. Accesibilidad 6. Condiciones climáticas

Nota: Elaboración propia, (2025).

Unidad de Análisis 1: Situación Interna

Esta primera unidad de análisis tiene como fin la indagación sobre el estado actual interno del sector exportador de flores y esquejes en la Gran Área Metropolitana de Costa Rica. Para el desarrollo de esta unidad se abordaron aspectos fundamentales del contexto productivo, comercial y logístico que caracterizan la actividad de exportación de flores y esquejes. Dada la relevancia de este apartado, al ser resultado directo de la observación y el análisis del sector, se derivaron las siguientes categorías:

1. Variedades
2. Tecnología
3. Certificaciones
4. Proceso de coordinación
5. Calidad
6. Determinantes

Categoría 1: Variedades

Descripción

Se conformó la categoría uno de la primera unidad de análisis, en la cual se indagó con los expertos sobre cuáles son las principales especies de flores y esquejes que exporta su empresa. El propósito de esta categoría fue identificar cuáles variedades poseen mayor demanda internacional y cómo estas se posicionan en el mercado europeo. A partir de estas consideraciones, las respuestas obtenidas permitieron establecer un panorama claro de las especies más representativas dentro del proceso de exportación. Las respuestas de los entrevistados fueron las siguientes:

“Flores y follajes tropicales” (entrevistado 1).

“Dracaena, Aglaonema, Croton” (entrevistado 2).

“Liriope, Ophiopogon, Dianella, Tulbaghia” (entrevistado 3).

“Exportamos follajes, palmera y pittosporum” (entrevistado 6).

“Lirios y gerberas” (entrevistado 7).

“Helechos, aralias, cordyline, robellini, mostera, aspidistra, etc.” (entrevistado 8).

Análisis

De acuerdo con los entrevistados, se evidencia una amplia diversidad en las especies exportadas, lo cual refleja la riqueza florícola de Costa Rica. La presencia de flores tropicales y follajes exóticos constituye un factor diferenciador frente a otros países competidores, ya que son altamente valorados en mercados internacionales por su durabilidad. Asimismo, se observan especies tradicionales como lirios y gerberas, que complementan la oferta exportadora al responder a segmentos de consumo consolidados en Europa. Fiveable (s.f.) comenta:

La variedad de productos se refiere a la gama de productos o servicios que ofrece una empresa o un sector. Es una característica clave de los mercados con competencia monopolística y comercio intrasectorial entre economías similares, donde las empresas diferencian sus productos para satisfacer las diversas preferencias de los consumidores. (párr.1)

En consecuencia, la variedad de especies exportadas no solo fortalece la posición de Costa Rica en el mercado europeo, sino que, también, amplía las posibilidades de inserción en distintos segmentos de consumo. Esta capacidad de diversificación contribuye a consolidar una imagen de país proveedor de calidad y variedad, lo cual resulta clave para mantener la competitividad frente a otros actores internacionales y asegurar una presencia sostenida en el comercio global de flores y follajes.

Categoría 2: Tecnología

Descripción

Se conformó la categoría dos de la primera unidad de análisis, en la cual se indagó con los expertos sobre qué tecnologías emplean actualmente en los procesos de producción y empaque. El propósito de esta categoría fue identificar el grado de innovación tecnológica presente en el sector floricultor y cómo estas herramientas influyen en la eficiencia, calidad y competitividad de las exportaciones hacia el mercado europeo. A partir de estas consideraciones, las respuestas obtenidas permitieron establecer un panorama claro de las especies más representativas dentro del proceso de exportación. Las respuestas de los entrevistados fueron las siguientes:

“Proceso de producción con productos biológicos minimizando los agroquímicos (entrevistado 3).

“Producción Campo: Preparaciones de Acodas y puntas (tips) y plantas madres. Vivero: Empote en diferentes medios como; Oasis, Fibra de Coco y Otros medios. Vivero bajo techo de

saran y riego. Empacadora: Tratamientos de Plantas con productos Fitosanitarios, lavado, secado con ventiladores y a temperatura ambiente. Empaque en cajas de cartón y cajones de madera” (entrevistado 4).

“Invernaderos climatizados que permiten controlar la humedad y temperatura. Sistemas de calefacción o enfriamiento. Mallas de control de luz solar para sincronizar la floración. Fertiirrigación para la aplicación de nutrientes. Control de plagas integrado combina químicos y elementos biológicos. Sistemas o cámaras de enfriamiento para preservar la frescura de las flores. Sistema de limpieza que eliminan las hojas del tallo antes del empaque. Tratamientos químicos que se le aplican al agua durante el período de hidratación para prolongar la vida en el florero. Fundas plásticas microperforadas para el control de la humedad. Fundas isotérmicas para mantener la temperatura durante el transporte. También parte esencial de la logística son las cámaras frigoríficas para mantener las flores entre 1-4 °C. Transporte refrigerado y Sensores de cadena de frío BLOCKCHAIN” (entrevistado 5).

“Hidroponía y fosfina para las flores” (entrevistado 7).

“Se usa para producción productos amigables con el ambiente, entre ellos fertilizantes, fitoreguladores, promotores de crecimiento, etc.” (entrevistado 8).

Análisis

Como fue comentado por los entrevistados, el sector floricultor de la Gran Área Metropolitana ha incorporado una amplia variedad de tecnologías que fortalecen la eficiencia productiva y la calidad de las exportaciones. Estas herramientas contribuyen a mejorar la productividad y asegurar la durabilidad de los productos florícolas; aspectos que representan ventajas competitivas clave frente a mercados internacionales exigentes como el europeo. Además, se evidencia el interés por aplicar prácticas sostenibles, estas iniciativas responden directamente a las tendencias globales de consumo responsable y a las regulaciones ambientales del mercado europeo. Universidad de Antioquía (2020) menciona:

El cultivo de flores, como la mayoría de los productos agrícolas, ha evolucionado en el tiempo en sus herramientas, métodos, técnicas y tecnologías; aplicadas a todos sus procesos productivos, como son: preparación del terreno, siembra y postsiembra, cosecha y comercialización. (p.1)

De esta manera, la incorporación de tecnologías innovadoras y sostenibles no solo optimiza los procesos internos de producción, sino que, también, fortalece la proyección internacional del sector. Al alinearse con las demandas de calidad y responsabilidad ambiental, el floricultor costarricense logra adaptarse a las dinámicas actuales del comercio global; esto le permite mantener un posicionamiento competitivo y responder con eficacia a los estándares cada vez más rigurosos del mercado europeo.

Categoría 3: Certificaciones

Descripción

Se conformó la categoría tres de la primera unidad de análisis, en la cual se indagó con los expertos sobre qué tipo de certificaciones, o estándares internacionales, maneja su empresa para cumplir con los requisitos europeos. El propósito de esta categoría fue identificar cómo se preparan las empresas para el ingreso al mercado europeo. A partir de estas consideraciones, las respuestas obtenidas permitieron conocer cuáles son las certificaciones más utilizadas en el proceso de exportación y su relevancia para acceder a mercados internacionales de alto nivel. Las opiniones de los entrevistados fueron las siguientes:

“Los requeridos por el Servicio Fitosanitario del Estado (SFE), que pertenece al MAG. Y los que solicita Procomer” (entrevistado 2).

“Clean Stock Program una certificación para exportar productos limpios y sanos. Aunque no lo exige la Unión Europea. Se aplica con buenos resultados para los productos con destino a Europa (entrevistado 4).

“Certificado Fitosanitario, Certificado REACH, Normativa ISPM 15, Registro de exportador PROCOMER” (entrevistado 5).

“Certificaciones ambientales MPS” (entrevistado 7).

Análisis

Las respuestas de los entrevistados evidencian que el sector floricultor de la Gran Área Metropolitana reconoce la importancia de las certificaciones como un requisito indispensable para acceder al mercado europeo. Según Empresas Certificadas (2025), “además, al optar por una empresa certificada, aseguras que sus prácticas son transparentes, sostenibles y alineadas con los requisitos normativos” (párr. 2). Gran parte del sector cuenta con las certificaciones emitidas por Costa Rica y algunas empresas se certifican con otros programas internacionales; esto refleja que las certificaciones no solo cumplen una función de control, sino que se han convertido en un elemento estratégico para diferenciarse y consolidar la presencia de Costa Rica en los mercados internacionales.

De esta manera, las certificaciones se perciben como una herramienta que va más allá de cumplir con regulaciones: permiten que las empresas florícolas se destaquen frente a la competencia y generen confianza en los compradores. Al contar con sellos reconocidos, los productores demuestran su compromiso con la calidad, la sostenibilidad y las buenas prácticas, lo que fortalece su reputación y facilita el acceso a nuevos mercados. Esto muestra que invertir en certificaciones no es solo una obligación, sino, también, una estrategia clave para crecer y consolidar la posición de Costa Rica en la exportación de flores.

Categoría 4: Proceso de coordinación

Descripción

Se conformó la categoría cuatro de la primera unidad de análisis, en la cual se indagó con los expertos sobre qué tan eficiente consideran el proceso de coordinación entre productores,

exportadores y entes reguladores. El propósito de esta categoría fue identificar el nivel de organización y comunicación existente, así como los mecanismos utilizados para garantizar el flujo eficiente de información y la alineación de actividades. A partir de estas consideraciones, las respuestas obtenidas permitieron comprender los principales retos y las oportunidades que enfrenta el sector en materia de coordinación empresarial. Las respuestas de los entrevistados fueron las siguientes:

“Es bueno. Por lo menos en el sector que la empresa esta, existe una cámara de productores que constantemente se reúnen para buscar mejorar” (entrevistado 2).

“La verdad es bastante ágil y eficiente” (entrevistado 3).

“En general hay una coordinación mediana que podría mejorarse mucho, a través de PROCOMER, departamento Fitosanitario del estado con las participaciones de productores, exportadores e importadores” (entrevistado 5).

“Muy mal el proceso, ya que los entes reguladores muchas veces cuesta que den apoyo a diferentes situaciones del día a día” (entrevistado 8).

Análisis

Las respuestas de los entrevistados evidencian que el sector floricultor de la Gran Área Metropolitana presenta percepciones diversas respecto de la eficiencia del proceso de coordinación entre productores, exportadores y entes reguladores. Algunos entrevistados destacan la existencia de cámaras de productores que promueven reuniones constantes y generan espacios de mejora continua, lo que refleja intermedia, con amplias oportunidades de mejoramiento, mediante un mayor apoyo por parte de algunas instituciones. Ibernova (2025) menciona:

En la actualidad, las empresas deben competir tanto a nivel nacional como con otros países para ofrecer costos de producción más bajos y mayor calidad en sus productos.

Con este objetivo es muy importante trabajar de forma eficiente y competitiva la coordinación empresarial y las barreras interdepartamentales. (párr. 2)

Categoría 5: Fortalezas

Descripción

Se conformó la categoría cinco de la primera unidad de análisis, en la cual se indagó con los expertos sobre cuáles consideran que son las fortalezas internas de su empresa en el contexto del mercado europeo. El propósito de esta categoría es identificar aquellos elementos distintivos que les permiten competir de manera efectiva. A partir de estas consideraciones, las respuestas obtenidas permitieron conocer sobre los factores que impulsan la competitividad del sector y cómo estos se convierten en un soporte esencial para la participación de Costa Rica en el mercado europeo. Las respuestas de los entrevistados fueron las siguientes:

“Productos únicos, buena producción y localización nivel país” (entrevistado 1).

“Ubicación geográfica con características especiales para producción de algunos cultivos específicos” (entrevistado 2).

“Variedad de productos, disponibilidad, calidad y precio” (entrevistado 4).

“Disponemos de variedades de productos aceptados por el mercado europeo. Experiencia en el mercado europeo” (entrevistado 5).

“Disponibilidad de producto todo el año” (entrevistado 8).

Análisis

Las respuestas de los entrevistados muestran que las principales fortalezas internas del sector floricultor costarricense están ligadas a factores muy concretos que le dan un valor agregado al producto. Según Ninja Excel (2024), “las fortalezas para una empresa son todos aquellos aspectos

donde tiene una ventaja competitiva” (párr. 6). A esto se suma la experiencia acumulada en la relación con compradores europeos y la capacidad de garantizar disponibilidad durante todo el año, lo que da confianza y seguridad a los clientes. En conjunto, estos elementos no solo hablan de ventajas puntuales, sino que reflejan una base sólida que permite al sector proyectarse con mayor competitividad y posicionarse como un socio confiable en el exigente mercado internacional.

Categoría 6: Determinantes

Descripción

Se conformó la categoría seis de la primera unidad de análisis, en la cual se indagó con los expertos sobre qué factores consideran más determinantes para lograr una exportación exitosa hacia la Unión Europea. El propósito de esta categoría fue identificar las estrategias que las empresas utilizan para prepararse de manera efectiva para la exportación. A partir de estas consideraciones, las respuestas obtenidas permitieron conocer algunos de los aspectos que se consideran determinantes a la hora de realizar el proceso de exportación a mercados exigentes. Las opiniones de los entrevistados fueron las siguientes:

“Alta calidad del producto y tener altos volúmenes de producción en las ventanas que ofrece el mercado” (entrevistado 3).

“Tener un cliente de apoyo, producir siempre buena calidad, nunca incumplir y honestidad” (entrevistado 4).

“Mayor acercamiento entre importadores y nosotros los productores y exportadores. Se podría considerar congresos y seminarios en Costa Rica, invitando a participar a importadores europeos” (entrevistado 5).

“Estar pendiente de las actualizaciones en temas de requisitos de exportación y cumplimiento de estándares de calidad a cumplir hacia los clientes” (entrevistado 6).

“Cumplir con los estándares de calidad y la cadena logística adecuada, para evitar daños en los productos” (entrevistado 7).

Análisis

Las respuestas de los entrevistados muestran que los factores más determinantes, para lograr una exportación exitosa hacia la Unión Europea, se centran en la alta calidad del producto, la capacidad de producir volúmenes adecuados en los periodos de mayor demanda y el cumplimiento estricto de los estándares exigidos por el mercado. A ello se suman la importancia de contar con clientes de apoyo, mantener relaciones comerciales basadas en la honestidad y el cumplimiento, así como garantizar una cadena logística eficiente que preserve la integridad de los productos. Drakko (2021) comenta:

Factores determinantes en una empresa. Todas las empresas poseen recursos ya sean materiales o físicos con los que pueden funcionar y seguir con sus operaciones, producir los insumos o los servicios suficientes para seguir desempeñándose día a día, pero parte de ello no es la base principal de ciertos factores que son los que dan el impulso a la empresa. (párr.1)

En este sentido, los aspectos señalados no solo reflejan condiciones puntuales para exportar con éxito, sino que muestran la importancia de integrar esfuerzos en diferentes niveles. La calidad, la logística y la actualización regulatoria se convierten en pilares indispensables, pero su efectividad aumenta cuando se acompañan de relaciones estratégicas de confianza y de una comunicación constante con los clientes internacionales. De esta manera, el sector floricultor costarricense no solo asegura el cumplimiento de requisitos, sino que, también, proyecta una imagen sólida, confiable y profesional ante sus socios europeos, fortaleciendo su competitividad y garantizando una mejor inserción en un mercado altamente exigente y cambiante.

Unidad de Análisis 2: Factores Clave

Esta segunda unidad de análisis tiene como fin la indagación sobre los factores clave que influyen en la competitividad de las exportaciones del sector de flores y esquejes en la Gran Área

Metropolitana de Costa Rica durante el periodo comprendido entre 2024 y el primer semestre de 2025. Para el desarrollo de esta unidad se abordaron aspectos internos y externos que determinan el desempeño competitivo del sector. Dada la relevancia de este apartado, al centrarse en los elementos que condicionan la capacidad del sector para insertarse y mantenerse en mercados de alta exigencia como el europeo, se derivaron las siguientes categorías:

1. Innovación
2. Calidad del producto
3. Sostenibilidad ambiental
4. Competencia internacional
5. Estrategias

Categoría 1: Innovación

Descripción

Se conformó la categoría uno de la segunda unidad de análisis, en la cual se indagó de qué manera la innovación influye en el mercado europeo con la aceptación de los productos a partir de mejoras significativas en ellos. El propósito de esta categoría fue identificar cuáles variedades poseen mayor demanda internacional y cómo estas se posicionan en el mercado europeo. Como menciona Vizologi (2024), “en el acelerado mundo empresarial actual, la innovación es un motor del éxito. Las empresas que no innovan corren el riesgo de quedarse atrás de sus competidores y perder oportunidades valiosas” (párr. 1). Las respuestas de los entrevistados fueron las siguientes:

“Es un mercado algo tradicionalista, prácticamente por más de treinta años se han enviado las mismas plantas. Pero sin embargo siempre hay espacio para incorporar nuevas variedades de plantas” (entrevistado 3).

“Cualquier innovación positiva va a mejorar las relaciones comerciales para ambas partes” (entrevistado 4).

“La innovación es fundamental en el mercado europeo como en otros mercados. Quieren ver novedades en producto y su técnica de producción de ahí la importancia de mejorar la comunicación en los diversos sectores indicados” (entrevistado 5).

“Mucho, ya que se necesita innovar para ser competitivos a nivel de costos y calidad” (entrevistado 7).

“De manera positiva, ya que se le puede ofrecer a los diferentes clientes productos diversos, tanto en empaque, tamaños, cultivos, entre otros” (entrevistado 8).

“La innovación siempre es de mucha importancia, la idea siempre es ir mejorando condiciones, empaques, manejos sostenibles, etc.” (entrevistado 10).

Análisis

Las respuestas de los entrevistados muestran que la innovación juega un papel clave en la aceptación de los productos en el mercado europeo, ya que, aunque se reconoce el carácter tradicionalista de este mercado, existe apertura para la incorporación de nuevas variedades y mejoras. En este sentido, la innovación no solo permite diversificar la oferta mediante productos distintos en empaques, tamaños y técnicas de cultivo, sino que, también, fortalece la competitividad al responder a exigencias de calidad y costos.

Además, los entrevistados resaltan que la innovación no se limita al producto en sí, sino que también abarca los procesos de producción y la comunicación entre los diferentes actores de la cadena exportadora. En conjunto, estos elementos reflejan que la capacidad de innovar no solo incrementa las oportunidades de posicionamiento en el mercado europeo, sino que, también, se convierte en un factor indispensable para la permanencia y diferenciación del sector floricultor costarricense frente a la competencia internacional.

Categoría 2: Calidad del Producto

Descripción

Se conformó la categoría dos de la segunda unidad de análisis, en la cual se indagó cómo afecta la calidad del producto a las relaciones comerciales con los compradores europeos. El propósito de esta categoría es identificar cómo la calidad del producto influye en las relaciones comerciales con los compradores europeos y en qué medida este factor determina la confianza, preferencia y continuidad de los vínculos comerciales. Como menciona González (2025), “la calidad en los productos no solo se trata de ofrecer algo que funcione bien, sino de garantizar una experiencia superior para el usuario” (párr. 1). Esto refleja que en mercados exigentes como el europeo la calidad trasciende lo técnico y se convierte en un elemento diferenciador que fortalece la lealtad y las relaciones a largo plazo. Las respuestas de los entrevistados fueron las siguientes:

“Mucho para bien o para mal, al ser un mercado tan tradicionalista exige la mejor calidad posible al menor precio posible” (entrevistado 3).

“Demasiado, el mercado europeo es muy estricto en calidad y debe ser constante por siempre” (entrevistado 4).

“La calidad del producto es fundamental, la Unión Europea como país muy desarrollado, son muy exigentes en las normas de calidad” (entrevistado 5).

“Mucho, al ser Costa Rica un país caro para producir se debe trabajar mucho en la calidad para que a los clientes prefieran seguir adquiriendo nuestros productos, aunque sea a un precio más alto, pero se aseguran una buena calidad” (entrevistado 7).

“Una mala calidad le lleva a cancelaciones totales de órdenes” (entrevistado 8).

Análisis

Las respuestas de los entrevistados muestran que la calidad del producto es el factor más determinante en las relaciones comerciales con los compradores europeos, ya que este mercado, aunque se percibe como tradicionalista, mantiene una exigencia constante por obtener los más altos estándares al mejor precio posible. En este sentido, la calidad no solo se convierte en un requisito

básico para acceder al mercado, sino, también, en una condición indispensable para sostener relaciones de largo plazo y evitar riesgos como cancelaciones de pedidos que pueden afectar directamente la reputación del sector.

Asimismo, se evidencia que, debido a los altos costos de producción en Costa Rica, la estrategia competitiva se centra en garantizar un nivel de calidad superior que justifique precios más elevados, ofreciendo a los clientes seguridad y confianza en sus adquisiciones. De esta manera, la calidad trasciende lo técnico para consolidarse como un valor agregado que fortalece la lealtad comercial y posiciona al sector como un proveedor confiable frente a la rigurosidad del mercado europeo.

Categoría 3: Sostenibilidad Ambiental

Descripción

Se conformó la categoría tres de la segunda unidad de análisis, en la cual se indagó qué importancia tiene la sostenibilidad ambiental en la percepción del mercado europeo. El propósito de esta categoría fue identificar la importancia que tiene la sostenibilidad ambiental en la percepción del mercado europeo y cómo este factor incide en la aceptación y el posicionamiento de los productos costarricenses. A partir de estas consideraciones, se buscó comprender de qué manera las prácticas sostenibles se convierten en un valor agregado que influye en las decisiones de compra y fortalece la competitividad del sector en mercados altamente exigentes. Las respuestas de los entrevistados fueron las siguientes:

“Cada día toma más fuerza, hay certificaciones internacionales que poco a poco el mercado va solicitando en el cuidado del medio ambiente” (entrevistado 3).

“El mercado europeo es más exigente en la sostenibilidad ambiental que el ambiente americano y otros mercados” (entrevistado 5).

“Mucho, para este mercado es muy importante el cumplimiento de normas ambientales, sostenibilidad y de protección y sanidad” (entrevistado 7).

“Alta, ya que le solicitan tener varias certificaciones de manejo ambiental” (entrevistado 8).

“Mucha importancia tiene y cada vez hay más presión en ese sentido” (entrevistado 10).

Análisis

Las respuestas de los entrevistados muestran que la sostenibilidad ambiental se ha convertido en un aspecto de creciente relevancia para el mercado europeo, al punto de constituirse en un requisito clave para la aceptación y permanencia de los productos en dicho entorno. Se destaca que los compradores europeos son más exigentes en este tema en comparación con otros mercados, lo que implica que el cumplimiento de normas ambientales y de sostenibilidad ya no es opcional, sino una condición indispensable para competir. Sintac (2025) comenta:

En este marco, los certificados de sostenibilidad se han consolidado como herramientas clave para avalar de manera objetiva el compromiso ambiental de una organización. Estos sellos permiten a las empresas diferenciarse en el mercado, acceder a incentivos económicos y reforzar la confianza de clientes, consolidando su posición en un entorno cada vez más exigente. (párr. 2)

Además, los entrevistados señalan que la obtención de certificaciones ambientales es un elemento cada vez más solicitado, reflejando la presión creciente que enfrentan las empresas para demostrar prácticas responsables en el manejo de sus procesos productivos. Este énfasis en la sostenibilidad no solo responde a una tendencia de consumo consciente, sino que, también, se convierte en una oportunidad para el sector floricultor costarricense de diferenciarse y fortalecer su posicionamiento. En conjunto, estos elementos reflejan que la sostenibilidad ambiental se proyecta como un valor agregado que, además de cumplir con exigencias regulatorias, genera confianza y preferencia en los compradores europeos.

Categoría 4: Competencia Internacional

Descripción

Se conformó la categoría cuatro de la segunda unidad de análisis, en la cual se indagó cómo se considera que es la competencia internacional en el mercado europeo de flores y esquejes. El propósito de esta categoría fue identificar el nivel de competencia al que se enfrentan las empresas costarricenses en este mercado y cómo dicho entorno competitivo influye en sus estrategias de posicionamiento y permanencia. A partir de estas consideraciones, se buscó comprender de qué manera la presencia de múltiples actores internacionales, la diversificación de la oferta y las exigencias del consumidor europeo impactan en la dinámica comercial, impulsando a las empresas a mejorar sus estándares para mantener su competitividad. Las respuestas de los entrevistados fueron las siguientes:

“Fuerte, tienen mejor TC, más acceso a materiales de empaque, mano de obra más barata, no hay cargas sociales como las nuestras” (entrevistado 1).

“Hay regiones productoras como Asia, países de Centroamérica y Sur América que han mejorado mucho la calidad a precios muy competitivos” (entrevistado 3).

“Muy alta, Europa es un buen mercado y hay que aprovechar las ventanas de venta con producto de alta calidad y cantidad” (entrevistado 4).

“En materia de flores somos ampliamente superados por Ecuador y Colombia. En plantas, Follajes y Esquejes superamos ampliamente a otros países Centro Americanos y Latinoamericanos” (entrevistado 5).

“Es muy compleja por el tema de precios, ya que al Costa rica ser un país muy caro para producir, es muy difícil tener competitividad respecto a países de la región, donde el costo de producción es significativamente más económico” (entrevistado 8).

Análisis

Las respuestas de los entrevistados muestran que la competencia internacional en el mercado europeo de flores y esquejes es percibida como muy fuerte y compleja, principalmente porque países como Ecuador, Colombia, así como regiones de Asia y América Latina, logran combinar altos estándares de calidad con precios significativamente más competitivos. En este escenario, Costa Rica se enfrenta a desventajas estructurales derivadas de los altos costos de producción, las cargas sociales y el limitado acceso a insumos, lo cual dificulta competir en igualdad de condiciones en términos de precio. Según Revista Espacios (s.f.), “bajo este contexto, la competitividad se define como la capacidad de una empresa para ser rentable en el mercado en comparación con sus competidores” (p. 569).

Asimismo, se evidencia que, aunque el país se encuentra ampliamente superado en el segmento de flores de corte, en plantas, follajes y esquejes mantiene ventajas competitivas frente a otros productores de Centro y Suramérica. Esto refleja que la estrategia costarricense debe enfocarse en aprovechar nichos de mercado específicos, donde la diferenciación, la innovación y la calidad superior permitan contrarrestar las limitaciones asociadas a los costos de producción. De esta manera, la competencia internacional no solo representa un reto, sino, también, una oportunidad para consolidar al sector en segmentos de mayor valor agregado, fortaleciendo su posicionamiento en un mercado tan exigente como el europeo.

Categoría 5: Estrategias

Descripción

Se conformó la categoría cinco de la segunda unidad de análisis, en la cual se indagó qué estrategias han sido efectivas para posicionarse frente a competidores como Colombia, Ecuador o Países Bajos. El propósito de esta categoría fue identificar cuáles son las prácticas que han permitido a las empresas costarricenses diferenciarse y mantenerse en el mercado europeo. A partir de estas consideraciones, se buscó comprender de qué manera factores como la innovación, la diversificación de la oferta, la calidad superior de los productos y el aprovechamiento de nichos especializados se han convertido en herramientas clave para contrarrestar la fuerte competencia internacional. Las respuestas de los entrevistados fueron las siguientes:

“La ubicación de costa rica nos da ventaja en temas de tarifas aéreas, también muchas variedades se dan mejor en nuestro país por temas de climas y alturas” (entrevistado 1).

“Los Países bajos son básicamente importadores de plantas, follajes y esquejes. La principal estrategia es producir productos a fines a su gusto y de buena calidad. Colombia y Ecuador son competencia básicamente en el mercado de las flores y superan ampliamente a Costa Rica” (entrevistado 5).

“Ninguna en particular. Estos mercados que se mencionan en esta pregunta, lamentablemente nos superan en todo hasta la fecha” (entrevistado 6).

“Trabajar mucho en la capacitación del personal y calidad del producto” (entrevistado 7).

“Constancia, calidad, logística de transporte y disponibilidad de transporte tanto marítimo como terrestre” (entrevistado 10).

Análisis

Las respuestas de los entrevistados muestran que, frente a competidores como Colombia, Ecuador o Países Bajos, las empresas costarricenses han buscado aprovechar ventajas comparativas relacionadas con la ubicación geográfica, tarifas aéreas más favorables y condiciones climáticas que permiten cultivar variedades con buena adaptación al mercado europeo. A ello se suman esfuerzos en capacitación del personal y mejoras en las técnicas de producción, con el fin de compensar las desventajas estructurales que enfrenta Costa Rica, como los altos costos de operación. En este sentido, la calidad se consolida como la estrategia más efectiva para diferenciarse frente a competidores con mayor volumen y menores precios. La Universidad ORT (2024) comenta:

Las estrategias de marketing son métodos, planificaciones operativas que trazan y describen procedimientos diseñados para que una empresa pueda lograr objetivos de marketing específicos a corto, mediano o largo plazo. Entre estos, los más habituales

suelen relacionarse con promocionar una marca, aumentar el alcance de su comunicación e incrementar sus oportunidades de venta. (párr. 1)

De esta forma, queda claro que las estrategias adoptadas por las empresas floricultoras costarricenses no solo responden a la necesidad de enfrentar competidores más grandes y consolidados, sino, también, a la búsqueda de un posicionamiento sostenible en el tiempo. El énfasis en la calidad, la capacitación y la adaptación a las preferencias del consumidor europeo se articulan como pilares esenciales que permiten fortalecer la imagen del país en el mercado internacional y generar ventajas que trascienden las limitaciones estructurales.

Unidad de Análisis 3: Limitantes

Esta tercera unidad de análisis tiene como fin la indagación sobre las posibles limitaciones que enfrenta el sector de flores y esquejes en la Gran Área Metropolitana de Costa Rica para la exportación hacia la Unión Europea. La intención es comprender de qué manera factores como los altos costos de operación, las restricciones logísticas, las exigencias regulatorias, la variabilidad en la disponibilidad de transporte y la competencia internacional impactan la competitividad del sector. Asimismo, se busca evidenciar cómo estas limitaciones se convierten en retos estratégicos que las empresas deben superar para consolidar su participación en un mercado tan dinámico y riguroso como el europeo. Dada la relevancia de este apartado, se derivaron las siguientes categorías:

1. Obstáculos
2. Financiamiento
3. Regulaciones y requisitos
4. Infraestructura
5. Accesibilidad
6. Condiciones climáticas

Categoría 1: Obstáculos

Descripción

Se conformó la categoría uno de la tercera unidad de análisis, en la cual se indagó cuáles son los principales obstáculos que enfrenta su empresa al exportar a la Unión Europea. El propósito de esta categoría fue identificar los principales obstáculos que enfrentan las empresas del sector de flores y esquejes al exportar hacia la Unión Europea, con el fin de comprender cómo estas limitaciones afectan su competitividad y capacidad de permanencia en dicho mercado. A partir de esta indagación, se buscó evidenciar los retos estructurales, logísticos, regulatorios y de costos que condicionan el desempeño exportador, así como analizar de qué manera las empresas diseñan estrategias para mitigar dichos desafíos y sostener su posicionamiento frente a competidores internacionales. Las respuestas de los entrevistados fueron las siguientes:

“Más vuelos directos y más vuelos cargueros nos hacen falta” (entrevistado 1).

“Precio. Exigen calidad, pero no están dispuestos a pagar lo que cuesta” (entrevistado 2).

“En ocasiones puede ser la disponibilidad de contenedores, porque la ventana alta de mercado coincide con la de la fruta. Pero es algo que enfrenta todo el sector y no solo una empresa en específico” (entrevistado 3).

“Precios bajos. Alto nivel de reclamos, que resulta incontrolables para el productor y Exportador” (entrevistado 5).

“La logística marítima y el alto costo de la logística aérea” (entrevistado 6).

“Costos, cumplimiento de algunas normas o certificaciones” (entrevistado 7).

“Costos, cumplimiento de algunas normas o certificaciones” (entrevistado 7).

Análisis

Las respuestas de los entrevistados evidencian que el sector floricultor enfrenta una serie de limitaciones estructurales y externas que condicionan su competitividad en el mercado europeo.

Según Con Quest (2025), “las empresas se enfrentan a diferentes tipos de obstáculos que pueden tener un impacto significativo en su desarrollo” (párr. 3). Entre los principales obstáculos destacan los altos costos asociados a la logística aérea y marítima, así como la falta de suficientes vuelos directos y cargueros, lo que genera retrasos y encarece el proceso de exportación. A ello se suman las dificultades derivadas de la disponibilidad de contenedores en temporadas de alta demanda, lo que incrementa la presión sobre la capacidad de respuesta del sector.

Otro aspecto crítico señalado es la relación entre calidad y precio, ya que los compradores europeos exigen estándares elevados sin reconocer, proporcionalmente, los costos de producción, lo que reduce los márgenes de rentabilidad y genera tensiones constantes para los productores y exportadores. Asimismo, el cumplimiento de normas y certificaciones internacionales se percibe como un reto adicional, ya que representa inversiones considerables en tiempo, recursos y procesos de adaptación.

Categoría 2: Financiamiento

Descripción

Se conformó la categoría dos de la tercera unidad de análisis, en la cual se indagó qué limitaciones encuentran las empresas en el acceso a financiamiento o crédito para invertir en procesos exportadores. El propósito de esta categoría fue identificar las barreras financieras que enfrentan las empresas del sector floricultor y analizar de qué manera estas afectan su capacidad de inversión en innovación, modernización de procesos y cumplimiento de estándares internacionales. A partir de estas consideraciones, se buscó comprender si las restricciones de acceso a crédito limitan la competitividad del sector en el mercado europeo o si existen mecanismos de apoyo que contribuyen a mitigar estas dificultades y fortalecer su desarrollo exportador. Las respuestas de los entrevistados fueron las siguientes:

*“Que las personas encargadas de analizar la empresa no saben nada del agro”
(entrevistado 2).*

“Hay poca oferta de créditos... En especial para las empresas pequeñas y medianas” (entrevistado 4).

“El sistema de banca para el desarrollo para empresas PYNES en Costa Rica no funciona, hay muy poco apoyo para los productores. Hay mucha publicidad Bancaria pero en realidad no funciona” (entrevistado 6).

“Los entes financieros piden cumplir muchos parámetros para empresas, los cuales son más difíciles de cumplir que como persona física” (entrevistado 7).

Análisis

Las respuestas de los entrevistados reflejan que el acceso a financiamiento constituye una limitación significativa para las empresas del sector floricultor en la Gran Área Metropolitana de Costa Rica. La posible falta de apoyo financiero limita la posibilidad de innovar y diversificar la oferta de productos, reduciendo la competitividad frente a otros mercados internacionales. Por esta razón, el financiamiento se convierte en un factor clave para el crecimiento y la sostenibilidad del sector. Billage (2022) menciona:

La financiación para empresas es el acto de dotar de dinero / crédito a una compañía para la realización de actividades de la misma. Entre los principales obstáculos se destacan la escasa oferta de créditos, especialmente para pequeñas y medianas empresas, y la falta de mecanismos de apoyo efectivos a través de instituciones como la banca para el desarrollo, cuya operatividad resulta limitada en la práctica. (párr. 1)

Asimismo, se evidencia una brecha en el conocimiento especializado por parte de las entidades financieras, ya que los analistas encargados de evaluar las solicitudes de crédito carecen de experiencia en el sector agroindustrial, lo que dificulta la aprobación de préstamos adaptados a las necesidades específicas de las empresas exportadoras. Otro factor crítico es la complejidad de

los requisitos que deben cumplir las empresas, los cuales suelen ser más estrictos que los aplicados a personas físicas, generando barreras adicionales para la inversión en innovación, modernización de procesos y cumplimiento de estándares internacionales.

Categoría 3: Regulaciones y Requisitos

Descripción

Se conformó la categoría tres de la tercera unidad de análisis, en la cual se indagó qué dificultades han enfrentado con respecto a regulaciones o requisitos de ingreso al mercado europeo. El propósito de esta categoría es identificar las principales barreras regulatorias y los requisitos de ingreso que han enfrentado las empresas en el proceso de internacionalización hacia el mercado europeo. A partir de este análisis, se busca comprender cómo dichas exigencias influyen en la competitividad, el acceso a nuevas oportunidades comerciales y la capacidad de adaptación de las empresas a normativas internacionales. Las respuestas de los entrevistados fueron las siguientes:

“Hay varias certificaciones ambientales exigidas, se ocupa más apoyo del departamento del Fitosanitario del MAG y algún guía europeo para su incrementación” (entrevistado 5).

“Algunas, por ejemplo, en temas de registro de productos agrícolas permitidos, regulaciones y certificaciones de sustratos” (entrevistado 7).

“No podemos certificar por algunos aspectos de ministerio y certificadora europea” (entrevistado 8).

“La principal dificultad fue no contar con certificaciones requeridas. Una vez teniéndolas, todo fluye con normalidad” (entrevistado 10).

Análisis

Las respuestas reflejan que las principales dificultades enfrentadas por las empresas para ingresar al mercado europeo están vinculadas con la obtención de certificaciones ambientales y fitosanitarias, así como con los registros y regulaciones relacionadas con productos agrícolas. Según Fallon (2025), “las certificaciones comerciales vienen con varios beneficios y recursos que pueden ayudar a su empresa a destacarse entre los competidores y escalar su negocio más rápido” (párr. 8.) Estos requisitos se convierten en barreras determinantes que condicionan el acceso a nuevos mercados y generan retrasos, costos adicionales y una mayor complejidad administrativa.

La ausencia de certificaciones, en particular, ha limitado la capacidad de las empresas para competir en igualdad de condiciones, lo que resalta la necesidad de un proceso más ágil y de un mejor acompañamiento institucional. Además, se evidencia que la posible falta de apoyo técnico por parte de entidades nacionales y la ausencia de guías especializadas europeas complican aún más la adaptación a las normativas internacionales. Sin embargo, también se destaca que, una vez cumplidas las certificaciones exigidas, los procesos de exportación fluyen con mayor normalidad, lo que demuestra que superar esta etapa crítica abre la posibilidad de consolidar la competitividad en el mercado europeo.

Categoría 4: Infraestructura

Descripción

Se conformó la categoría cuatro de la tercera unidad de análisis, en la cual se indagó en qué aspectos consideran que la infraestructura nacional limita la competitividad del sector. El propósito de esta categoría es identificar de qué manera las limitaciones en la infraestructura nacional afectan la competitividad del sector en los mercados internacionales. A través de este análisis, se busca comprender cuáles son las deficiencias más relevantes en áreas como transporte, logística, conectividad y servicios y cómo estas inciden en los costos, la eficiencia operativa y la capacidad de respuesta de las empresas frente a las demandas del comercio exterior. Las respuestas de los entrevistados fueron las siguientes:

“Los costos de transportes internos son muy altos, debería existir trenes y mayores corredores viales para disminuir los costos de transporte” (entrevistado 3).

“Se ocupa el desarrollo de Viveros con mejor tecnología europea, adaptados a las condiciones tropicales” (entrevistado 5).

“Por ejemplo, el estado de las carreteras nacionales y la infraestructura de las terminales” (entrevistado 9).

“La principal limitación es la infraestructura vial” (entrevistado 5).

Análisis

Las respuestas muestran que la infraestructura nacional constituye una de las principales limitaciones para la competitividad del sector, especialmente en lo relacionado con el transporte y la logística interna. Según Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE, 2025), “las deficiencias de infraestructura resultan en mayores costos de exportación e importación, lo que dificulta la participación de empresas de regiones remotas, especialmente las pymes, en el comercio internacional” (párr. 5). El alto costo de movilizar mercancías dentro del país, producto de la falta de corredores viales eficientes y la inexistencia de un sistema ferroviario moderno, encarece las operaciones y resta capacidad de competir en los mercados internacionales.

Por otro lado, también se evidencia la necesidad de fortalecer la infraestructura productiva mediante el desarrollo de viveros con tecnología adaptada a las condiciones tropicales, lo cual permitiría mejorar la calidad y el rendimiento de la producción. Estas limitaciones demuestran que la competitividad del sector no depende, únicamente, de factores internos de las empresas, sino, también, de condiciones estructurales que requieren inversión y planificación estratégica a nivel nacional. En este sentido, la modernización de la infraestructura se presenta como un requisito clave para reducir costos, aumentar la eficiencia y consolidar una mayor presencia en los mercados internacionales.

Además, mejorar la infraestructura logística y productiva ayuda a que los exportadores trabajen de manera más eficiente y que sus productos lleguen en buen estado a los mercados internacionales. Contar con mejores carreteras, almacenamiento adecuado y viveros bien equipados, facilita el trabajo, tanto de grandes empresas, como de pequeños y medianos productores. De esta forma, la infraestructura apoya la eficiencia y la calidad del sector, reforzando la competitividad de Costa Rica en la exportación de flores y esquejes.

Categoría 5: Accesibilidad

Descripción

Se conformó la categoría cinco de la tercera unidad de análisis, en la cual se indagó qué tan accesible consideran el proceso para obtener certificaciones internacionales. El propósito de esta categoría es identificar el grado de accesibilidad que las empresas perciben en los procesos para obtener certificaciones internacionales. Con este análisis se pretende comprender los retos, costos y trámites que dichos procesos implican, así como su impacto en la competitividad y en la posibilidad de cumplir con los estándares exigidos por los mercados internacionales. Las respuestas de los entrevistados fueron las siguientes:

“No es difícil acceder a certificaciones, es dedicar tiempo y recursos para obtenerlas”
(entrevistado 4).

“Se puede mejorar la accesibilidad con PROCOMER y del Servicio Fitosanitario del Estado. También se requiere una mayor participación de exportadores de plantas y follajes de Costa Rica” (entrevistado 5).

“Regular por condiciones a nivel nacional por ejemplo registro de productos para uso en ornamentales” (entrevistado 7).

“Es muy malo, ya que las entidades de gobierno no colaboran con ciertas normas que solicitan las diferentes certificaciones” (entrevistado 8).

“Lo considero accesible, todo es empezar e irse ajustando u cumpliendo requisitos”
(entrevistado 10).

Análisis

Las respuestas muestran percepciones diversas sobre la accesibilidad de los procesos para obtener certificaciones internacionales. Para algunos entrevistados, estos trámites no representan una dificultad insalvable, siempre que se cuente con tiempo, recursos y disposición para cumplir con los requisitos. Esta visión sugiere que el acceso depende, en gran medida, del compromiso y capacidad de adaptación de cada empresa. Según Interaction Design Foundation (IDF, 2025), “la accesibilidad se refiere al concepto de si un producto o servicio puede ser utilizado por todos, independientemente de su uso” (párr. 1).

Por otra parte, se señalan obstáculos importantes relacionados con la posible falta de apoyo gubernamental y la rigidez de ciertas normativas nacionales que limitan la homologación de certificaciones. En este sentido, se enfatiza la necesidad de un mayor respaldo por parte de instituciones como PROCOMER y el Servicio Fitosanitario del Estado, así como de una participación más activa de los exportadores en el proceso. Estas limitaciones evidencian que, aunque el acceso a certificaciones es posible, la ausencia de un entorno institucional sólido y colaborativo puede ralentizar el proceso, restando competitividad al sector frente a mercados internacionales altamente exigentes.

Categoría 6: Condiciones Climáticas

Descripción

Se conformó la categoría seis de la tercera unidad de análisis, en la cual se indagó cómo afectan las condiciones climáticas locales en la calidad del producto exportado. El propósito de esta categoría es analizar de qué manera las condiciones climáticas locales inciden en la calidad de los productos destinados a la exportación. A través de este enfoque, se busca identificar los principales factores ambientales que influyen en la producción, evaluar su impacto en el cumplimiento de los

estándares internacionales y comprender cómo las empresas del sector adoptan estrategias de adaptación para mantener la competitividad en los mercados externos.

“Sí afecta sin embargo hay que incluir infraestructura como riegos, techos entre otros, donde el productor pueda controlar más las variables climáticas” (entrevistado 3).

“El clima de Costa Rica es muy diverso si buscamos la planta ideal en cada tipo de clima la producción va a tener éxito. Si sembramos y obligamos a crecer una planta en un clima adverso vamos a tener serios problemas de producción” (entrevistado 4).

“Tenemos condiciones climáticas óptimas para producir. Se necesita apoyo con las personas del MAG y PROCOMER para poder construir invernaderos de mayor calidad. Europa tiene muy buenos invernaderos que se pueden adaptar a las condiciones del trópico” (entrevistado 5).

“Si no se utilizan invernaderos climatizados, las condiciones del tiempo podrían afectar al 100% las cosechas” (entrevistado 6).

“Mucho, por temas de luminosidad, exceso de humedad afecta la calidad” (entrevistado 7).

“Al tener siembras bajo saran, el efecto de las lluvias en temporada tiende a haber afectaciones con mayor incremento de plagas y enfermedades” (entrevistado 8).

“Afectan demasiado, esto del cambio climático desmejora la calidad y cada vez hay que enfocarse más en buscar alternativas de producción que contrarresten factores ambientales adversos” (entrevistado 10).

Análisis

Las respuestas evidencian que las condiciones climáticas locales representan un factor determinante en la calidad del producto exportado, pues influyen, directamente, en el desarrollo de las plantas y en el cumplimiento de los estándares internacionales. La diversidad climática de Costa

Rica puede ser una ventaja cuando se seleccionan cultivos adecuados para cada región, pero se convierte en un desafío cuando las condiciones no son las óptimas, generando problemas de producción, incremento de plagas y enfermedades, así como afectaciones por exceso de humedad o luminosidad.

Por otra parte, según Sensor Go (2022), “el clima afecta directamente la agricultura porque determina las condiciones de producción. Por ejemplo, la temperatura afecta la tasa de desarrollo de la planta en todas sus etapas y por eso incide en los rendimientos” (párr. 10). En este sentido, el cambio climático intensifica los riesgos y les exige a los productores adaptarse constantemente para no comprometer la competitividad. Ante este panorama, se resalta la importancia de la infraestructura agrícola como herramienta para mitigar los efectos del clima; sin embargo, los entrevistados también reconocen que estas soluciones requieren inversión y acompañamiento institucional, para implementar tecnologías más avanzadas como los invernaderos europeos adaptados al trópico.

Interpretación de los Datos

Al analizar los resultados obtenidos, se evidencia que el sector exportador de flores y esquejes de la Gran Área Metropolitana comparte una serie de retos estructurales que limitan su pleno aprovechamiento en el mercado europeo. En primer lugar, las empresas coinciden en que las certificaciones internacionales y las regulaciones ambientales y fitosanitarias son necesarias para garantizar la calidad, la trazabilidad y la sostenibilidad de los productos, pero, al mismo tiempo, representan una barrera importante por sus altos costos, la complejidad de los procesos y la falta de acompañamiento técnico. Esto genera desigualdad entre las empresas más consolidadas y los pequeños productores, quienes, muchas veces, no cuentan con los recursos para cumplir estos estándares, afectando la competitividad general del sector.

Otro aspecto clave identificado es la infraestructura nacional. Las deficiencias en carreteras, los altos costos de transporte y la falta de sistemas logísticos modernos influyen directamente en el desempeño exportador; estas limitaciones encarecen la operación, reducen la eficiencia de la cadena de frío y afectan la capacidad de respuesta ante las demandas del mercado europeo. Los

entrevistados resaltaron que, aunque existen esfuerzos de modernización, todavía se necesita una mayor inversión pública y privada en infraestructura, digitalización y transporte especializado que permita agilizar los procesos y mejorar la calidad del producto final.

En cuanto a los factores productivos, los datos muestran que la innovación tecnológica se ha convertido en un pilar esencial para la competitividad. Algunas empresas ya incorporan herramientas como sensores, sistemas de riego automatizado e invernaderos controlados, lo que les permite garantizar calidad y continuidad de producción. Sin embargo, la brecha tecnológica sigue siendo amplia, especialmente entre los pequeños y medianos productores quienes no tienen acceso a financiamiento o capacitación para adoptar estas herramientas. Esto demuestra la necesidad de fortalecer los programas de apoyo institucional y de impulsar alianzas entre productores, universidades e instituciones públicas para fomentar la transferencia de conocimiento.

También se evidenció que el cambio climático y las condiciones ambientales representan un desafío creciente. Factores como la humedad, las lluvias intensas o las variaciones de temperatura, afectan la producción y la calidad de las flores. Frente a esto, los productores consideran urgente invertir en infraestructura agrícola adaptada, como sistemas de riego, invernaderos y control climático, que permitan mantener la estabilidad de la producción durante todo el año.

Por otro lado, el estudio revela que el capital humano y la coordinación entre actores del sector influyen, notablemente, en la competitividad. Las empresas que fomentan la capacitación constante y la comunicación entre áreas productivas, comerciales y logísticas logran mayor eficiencia y mejores resultados. Sin embargo, la falta de articulación entre pequeños y medianos productores sigue siendo un obstáculo importante. La creación de asociaciones o redes colaborativas podría facilitar la consolidación de carga, la estandarización de procesos y el acceso conjunto a certificaciones y financiamiento.

En conjunto, los resultados reflejan que la competitividad del sector no depende solo del esfuerzo individual de las empresas, sino de una estructura integral que combine innovación, infraestructura adecuada, políticas públicas efectivas y cooperación entre los distintos actores.

Mejorar estos aspectos permitirá fortalecer la presencia de Costa Rica en el mercado europeo y consolidar su reputación como un proveedor de productos ornamentales sostenibles, de alta calidad y con identidad propia.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En esta sección se presentan las conclusiones y recomendaciones derivadas del análisis realizado a lo largo de la investigación. Estas se encuentran directamente vinculadas con las respuestas de los entrevistados, así como información recopilada en los documentos e instrumentos utilizados en la investigación. El propósito de esta sección es resaltar los hallazgos más relevantes y proponer recomendaciones basadas en los análisis realizados en el estudio, para poder brindar información valiosa que pueda enriquecer los posibles vacíos que tiene el sector.

Conclusiones

Se concluye que la amplia diversidad de especies exportadas, constituye el principal factor diferenciador de Costa Rica. Esta gama no solo expande las posibilidades de inserción en distintos segmentos del mercado europeo, sino que consolida la imagen como proveedor de calidad y variedad ante otros competidores, siendo la inversión constante el motor para sostener esta ventaja.

Se observa que el sector ha incorporado tecnologías de precisión que optimizan la eficiencia de la producción. Esta innovación asegura un control eficiente de los recursos y el clima, garantizando la calidad y durabilidad del producto, lo cual es esencial para cumplir los estándares de sostenibilidad que exige la Unión Europea.

Se determina que las certificaciones son un factor decisivo para el acceso y la confianza en el mercado europeo. La implementación de programas de alta exigencia, que superan los requisitos mínimos obligatorios, genera una confianza inmediata en la sanidad y origen del producto; por ende, esto consolida la presencia costarricense en mercados de alto valor.

Se comprende que el proceso de coordinación entre los actores del sector es percibido con una eficiencia susceptible de mejora. Aunque existen estructuras de colaboración, la posible falta de apoyo constante por parte de algunas instituciones obstaculiza la agilidad requerida en un sector de alta perecibilidad.

En síntesis, las principales fortalezas internas radican en la ubicación geográfica privilegiada que permite la producción continua y la experiencia acumulada en el mercado europeo. Estos elementos, ligados a la alta calidad constante del producto, posicionan al sector como un socio confiable y altamente competitivo.

Asimismo, los factores más determinantes para el éxito exportador son la alta calidad sostenida y la capacidad de producir volúmenes adecuados en situaciones de alta demanda. El sector refuerza estos pilares con relaciones comerciales basadas en la confianza y una logística eficiente, proyectando una imagen sólida y profesional ante socios europeos.

Se concluye que la innovación juega un papel fundamental en la aceptación de los productos, pues el mercado europeo, aunque es un poco tradicional, exige novedades en la oferta. La innovación no solo permite diversificar el producto en términos de empaque o tamaño, sino que, también, fortalece la competitividad al responder a las exigencias constantes de calidad y sostenibilidad.

Además, se concluye que la calidad del producto es el factor más determinante para sostener las relaciones comerciales a largo plazo con Europa. Dado que Costa Rica presenta costos de producción más altos, la estrategia se centra en garantizar un estándar de calidad superior y constante; por esto, la calidad trasciende para consolidarse como el valor agregado que justifica el precio y fideliza al cliente.

De la misma manera, la sostenibilidad ambiental posee una relevancia creciente y se constituye en un requisito clave para la aceptación en el mercado europeo. Los compradores son altamente exigentes en este tema, lo que impulsa al sector a obtener certificaciones ambientales. Este compromiso con las prácticas responsables genera confianza y preferencia, siendo un valor añadido que fortalece el posicionamiento.

Por añadidura, la competencia internacional se percibe como un aspecto fuerte y complejo, especialmente en precio, debido a los menores costos de producción en países como Ecuador y Colombia. La estrategia costarricense debe aprovechar las ventajas competitivas en nichos como follajes y esquejes, donde la diferenciación, la innovación y la calidad superior contrarrestan las desventajas en costos.

En síntesis, las estrategias más efectivas adoptadas por las empresas se basan en aprovechar las ventajas comparativas de la ubicación geográfica y las condiciones climáticas favorables. El sector se enfoca en la calidad, la capacitación constante del personal y la adaptación a los gustos europeos, pilares que buscan un posicionamiento sostenible frente a competidores con mayor volumen.

Se concluye que el sector enfrenta obstáculos estructurales como los altos costos logísticos aéreos y marítimos, así como la limitación de vuelos directos, lo que encarece la exportación. A esto se suma la tensión entre la exigencia europea de alta calidad y la desconfianza a pagar precios que cubran los costos reales de producción del país.

Asimismo, el acceso a financiamiento constituye una limitación significativa, especialmente para las pymes, debido a la escasa oferta crediticia y a la complejidad de los requisitos bancarios. Además, se percibe una brecha de conocimiento en las entidades financieras sobre el sector agroindustrial, lo que dificulta la inversión en modernización y cumplimiento de estándares.

Además, se concluye que las regulaciones y los requisitos de ingreso al mercado europeo, principalmente la obtención de certificaciones ambientales y fitosanitarias, se convierten en barreras determinantes. La falta de apoyo institucional y de guías europeas especializadas en esta etapa genera retrasos y altos costos, aunque su cumplimiento posterior facilita el flujo comercial.

Análogamente, la infraestructura nacional limita la competitividad, especialmente por los altos costos del transporte interno debido a la falta de corredores viales eficientes y de un sistema ferroviario moderno. Por ende, la modernización de la infraestructura vial y la inversión en viveros con tecnología adaptada al trópico son requisitos claves para la eficiencia del sector.

En síntesis, la accesibilidad a las certificaciones internacionales presenta percepciones diversas, pero se reconoce que es un proceso arduo. La principal dificultad radica en la falta de colaboración gubernamental y en la rigidez de normativas nacionales, lo cual frena el proceso y resta competitividad.

Se concluye que las condiciones climáticas locales son un factor determinante, ya que su diversidad, combinada con el cambio climático, intensifica los riesgos de plagas y afecta la calidad. De ahí que el sector deba invertir en infraestructura de control, como invernaderos de alta tecnología, para mitigar estos efectos y asegurar la continuidad productiva.

Finalmente, a modo de respuesta de la pregunta del planteamiento del problema se concluye que la competitividad estructural del sector exportador de flores y esquejes de la Gran Área Metropolitana actúa como un pilar para mantener la continuidad de las empresas a largo plazo, consolidando factores internos y externos como la calidad superior, la innovación constante y el cumplimiento de certificaciones, generando una confianza duradera y mitigando el impacto de desafíos externos, asegurando así la permanencia y el prestigio del producto costarricense en un mercado tan exigente como el de la Unión Europea.

Recomendaciones

Se les recomienda a las empresas exportadoras del sector florícola, Departamento de Producción, enfocar la inversión en investigación y desarrollo para potenciar el cultivo de variedades únicas y exóticas, lo cual asegurará un posible diferenciador fuerte y mantendrá la imagen de proveedor de alta calidad y variedad ante el mercado europeo.

Se les sugiere a las empresas exportadoras del sector florícola, Departamento de Mantenimiento, priorizar la implementación de tecnología avanzada como invernaderos inteligentes para optimizar la eficiencia y el control de los recursos. Esto es fundamental para garantizar una calidad constante y cumplir con las normas de sostenibilidad de Europa.

Para reforzar la confianza, se recomienda a la Cámara de Bancos e Instituciones Financieras de Costa Rica (CBF), Departamento de Foro Interbancario, crear un programa de apoyo financiero y técnico que les facilite a las empresas obtener las certificaciones internacionales más exigentes, comunicando este cumplimiento como un sello de calidad superior y credibilidad.

Se aconseja a PROCOMER, Departamento de Exportación, establecer mesas de trabajo entre el sector privado y el gobierno para agilizar trámites y flujo de información. Es vital que las instituciones brinden un apoyo técnico constante para que la cadena de suministro sea más ágil.

Se recomienda a PROCOMER, Departamento de Inversión Extranjera, diseñar una estrategia de marketing que promueva activamente la ventaja geográfica de producción todo el año y la experiencia acumulada con compradores europeos, posicionando al país como un socio comercial estable y de confianza.

Se les sugiere a las empresas exportadoras del sector florícola, Departamento de Producción, invertir en la capacitación constante del personal en control de calidad, el manejo de cosecha y planificar la producción por volumen de forma estratégica para aprovechar al máximo las temporadas de mayor demanda en Europa.

Se le recomienda al Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), Departamento de Innovación y Desarrollo, diseñar un plan estratégico enfocado en impulsar la innovación en las técnicas de cultivo del sector florícola; esto para aumentar la productividad, diversificar la oferta y fortalecer la competitividad mediante prácticas más eficientes, sostenibles y adaptadas a las demandas del mercado internacional.

Para mantener la lealtad, se les sugiere a las empresas exportadoras del sector florícola, Departamento de Control de Calidad, asegurar un estándar de calidad superior y constante en cada envío. Esto justifica los precios más altos frente a la competencia y transforma la calidad en el valor agregado principal que fideliza al cliente europeo.

Se le recomienda al Servicio Fitosanitario del Estado (SFE), Departamento de Certificación, que brinde capacitación al sector florícola para que adopte certificaciones ambientales y prácticas

de producción responsable. Esto permitirá que las empresas sean más sostenibles y utilicen esa sostenibilidad como una herramienta para atraer la preferencia y confianza de los consumidores.

Se le sugiere a las empresas exportadoras del sector florícola, Departamento de Marketing y Ventas, enfocar los esfuerzos de promoción y exportación en nichos de mercado como follajes y esquejes, donde se tiene una ventaja. La estrategia principal debe ser la diferenciación por calidad e innovación, más que intentar competir en precio contra productores de menor costo.

Se le recomienda al Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), Departamento de Planificación Estratégica, formalizar un plan de capacitación continua para el personal, especialmente en nuevas técnicas de manejo poscosecha; esto garantiza que las condiciones climáticas favorables se traduzcan en una ventaja competitiva al estar capacitados en dichas situaciones.

Se le sugiere a la Cámara de Exportadores de Costa Rica (CADEXCO), Departamento de Logística, promover una negociación público-privada para reducir los costos del transporte internacional y aumentar la frecuencia de vuelos cargueros. Además, se requiere un esfuerzo conjunto para educar al mercado europeo sobre los costos reales de la alta calidad.

Se le aconseja a la Cámara de Bancos e Instituciones Financieras de Costa Rica (CBF), Departamento de Educación Financiera, crear líneas de crédito especializadas para el sector agroindustrial, capacitando a los analistas bancarios sobre las particularidades del negocio. Esto facilitará la inversión en tecnología y modernización para las pequeñas y medianas empresas.

A modo de sugerencia, a la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER), Departamento de Exportación, establecer una ventanilla única institucional que ofrezca apoyo técnico y una guía práctica sobre la normativa europea; esto simplificará el proceso de certificación, reduciendo los retrasos y los altos costos que las empresas enfrentan.

Se le recomienda al Ministerio de Obras Públicas y Transportes (MOPT), Departamento de División de Obras Públicas, fomentar la colaboración público-privada para impulsar la inversión en infraestructura vial, especialmente aquella que conecta las zonas de cultivo con los principales

puntos de exportación. Esta acción busca reducir los costos internos de transporte, optimizar los tiempos de distribución y fortalecer la competitividad del sector florícola en los mercados internacionales.

Se le recomienda al Servicio Fitosanitario del Estado (SFE), Departamento de Certificación, simplificar y armonizar las normativas nacionales que rigen las certificaciones. Esta medida facilitará la homologación con los requisitos internacionales, resultando en un proceso menos burocrático y más accesible para el sector exportador.

Se le recomienda al Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), Departamento de Gestión Ambiental Agropecuaria, impulsar incentivos para la inversión en infraestructura de control climático, que mitiguen los riesgos del cambio climático; esto asegurará la continuidad de la producción y permitirá mantener la calidad del producto de forma estable.

Se recomienda a futuros investigadores explorar el impacto del cambio climático en la producción y calidad de las flores exportadas por Costa Rica, así como las estrategias de adaptación implementadas por los productores. Este enfoque permitiría anticipar riesgos ambientales, proponer soluciones sostenibles y contribuir a la resiliencia del sector florícola ante las variaciones climáticas globales.

CAPÍTULO VI: PROPUESTA

Descripción de la Propuesta

Se plantea la propuesta orientada a facilitar el acceso a la información necesaria para el proceso de exportación en el sector floricultor de la Gran Área Metropolitana de Costa Rica hacia la Unión Europea, mediante el diseño de una página web informativa. Este recurso digital busca brindar orientación clara y accesible a los exportadores, integrando contenido visual y textual que facilite la interpretación de los procedimientos, requisitos y las normativas asociados a la exportación de flores y esquejes. Asimismo, la propuesta pretende abastecer las principales necesidades informativas del sector, identificadas a través de la recopilación y el análisis de datos.

La iniciativa surge a partir de la necesidad de reducir el tiempo que los exportadores del sector floricultor deben invertir en la búsqueda y el análisis de la información requerida en el proceso de exportación. Actualmente, la ausencia de una fuente centralizada y accesible obliga a los productores a consultar múltiples instituciones y plataformas, lo que dificulta la planificación y gestión eficiente de sus operaciones. Ante esta realidad, se plantea el desarrollo de una página web informativa que consolide los datos esenciales, brinde orientación práctica y facilite el acceso a los requisitos, las normativas y los procedimientos necesarios para la exportación de productos florícolas desde la Gran Área Metropolitana de Costa Rica.

Además, la creación de esta página web puede ser una posible herramienta estratégica que promueva la digitalización y modernización del sector floricultor costarricense, alineándose con las tendencias globales de transformación tecnológica en el comercio internacional. Al centralizar la información de manera digital, presentarla de forma interactiva y comprensible, se pretende fortalecer la capacidad de los productores para adaptarse a los estándares exigidos por la Unión Europea.

Con el crecimiento del sector floricultor en la Gran Área Metropolitana de Costa Rica y su proyección hacia los mercados internacionales, resulta fundamental brindar a los exportadores herramientas digitales que faciliten la comprensión y el cumplimiento de los procedimientos y las normativas exigidas por los países de destino, especialmente la Unión Europea. En respuesta a esta

necesidad, se propone el diseño de una página web informativa que centralice el acceso a la información esencial sobre el proceso de exportación de flores y esquejes, sirviendo como una guía práctica para los exportadores del sector.

La plataforma se convierte no solo en un recurso que oriente a los usuarios sobre los requisitos y pasos necesarios para la exportación, sino que también fomente la autogestión a través de materiales visuales, textos explicativos y enlaces a fuentes oficiales. De esta forma, la página busca convertirse en un canal confiable y accesible, que promueva la eficiencia y la transparencia en la gestión exportadora del sector floricultor costarricense, además de ofrecer programas de capacitación individualizada para el sector.

Objetivo General

Proponer el desarrollo de una página web que simplifique el acceso a la información requerida por las empresas exportadoras de flores y esquejes de la Gran Área Metropolitana hacia la Unión Europea.

Objetivos Específicos

Facilitar a las empresas exportadoras de flores y esquejes información sobre los requisitos de exportación hacia la Unión Europea.

Incorporar herramientas informativas que simplifiquen la gestión del proceso exportador, como guías informativas, asesoramiento personalizado y secciones interactivas que orienten al usuario de manera clara y accesible.

Propuesta

La propuesta consiste en el desarrollo de una página web donde los usuarios podrán encontrar información detallada y actualizada sobre el proceso de exportación, desde los requisitos fitosanitarios y certificaciones internacionales hasta las regulaciones aduaneras y logísticas. El contenido estará estructurado de manera clara y atractiva, con secciones definidas según las etapas

del proceso exportador, lo que permitirá una navegación sencilla y una mejor comprensión por parte del público objetivo.

Asimismo, el diseño integra elementos visuales, infografías y herramientas interactivas que facilitan la interpretación de los procedimientos, contribuyendo a reducir el tiempo que los exportadores actualmente invierten en la búsqueda dispersa de información. En conjunto, esta propuesta busca fortalecer la competitividad del sector floricultor mediante la implementación de una herramienta tecnológica moderna, accesible y alineada con las exigencias del comercio internacional, que impulse la digitalización y profesionalización de las prácticas exportadoras en Costa Rica. El siguiente enlace permite acceder al sitio web de la propuesta: <https://funval2730.wixstudio.com/bloomtrade>

Por último, la herramienta busca consolidarse como un recurso integral para las empresas exportadoras de flores y esquejes, centralizando información relevante y actualizada en un solo espacio digital. Esto permitirá que los exportadores tengan acceso continuo a los procedimientos necesarios, agilizando la toma de decisiones y contribuyendo al fortalecimiento del sector en el ámbito internacional, con una propuesta alineada a la modernización y profesionalización de la industria floricultora en Costa Rica.

Ilustración 10

Página principal



Nota: Elaboración propia, (2025).

El diseño de la página Bloom Trade se enfocó en ofrecer una navegación accesible y práctica para los usuarios. Desde la página principal se presentan cinco secciones desplegadas, cada una con información relevante que facilita la búsqueda de datos para el sector exportador floricultor. Cada apartado cumple una función específica dentro del sitio. En la primera sección, denominada Home, se muestra una vista general de las áreas disponibles y una breve descripción del propósito del proyecto.

Además, la página se convierte en una herramienta visual innovadora que hace que explorar la información sea más fácil y agradable. Permite que los usuarios comprendan, de manera sencilla, los temas importantes del sector floricultor, sin complicaciones ni pasos confusos. Esta función ayuda a que la experiencia en el sitio sea más clara y amigable, haciendo que encontrar lo que se necesita sea rápido y cómodo, así, Bloom Trade se convierte en un recurso útil que acompaña a los usuarios en su aprendizaje y en la toma de decisiones.

Ilustración 11

Apartado VUCE



BloomTrade

Home VUCE PROCOMER SFE Galería de plantas

► Capacitaciones VUCE

Capacitaciones para empresas exportadoras

- [Uso del módulo de DUAS](#) ▼
- [Trámites de importación o exportación](#) ▼
- [Certificación de origen para exportación](#) ▼
- [Otras capacitaciones que ofrece la VUCE](#) ▼
- [Directorio de Alianzas Externas de la VUCE](#) ▼
- [Orden de llenado de certificados de circulación de mercancías EUR.1](#) ▼
- [Guía de llenado de certificados de circulación de mercancías EUR.1](#) ▼

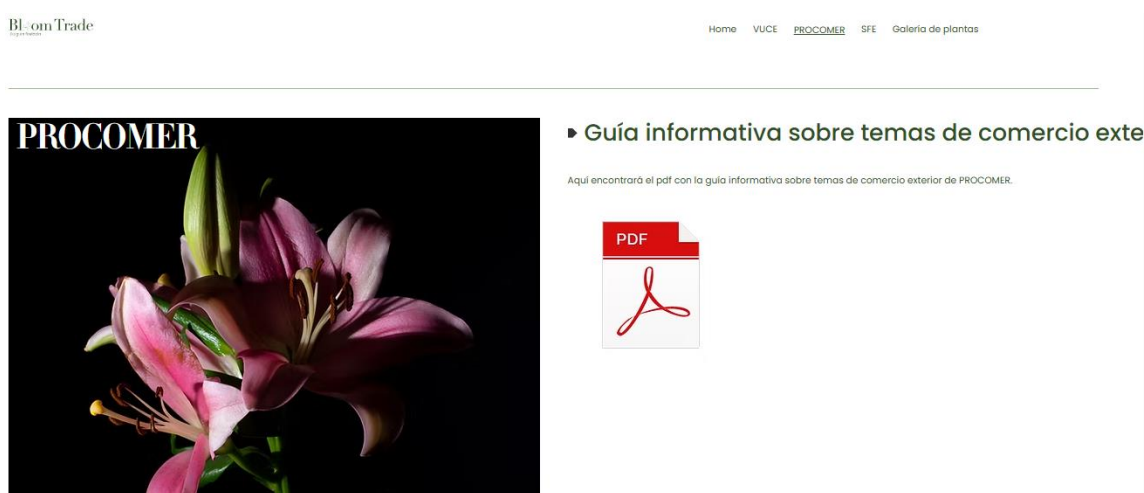
Nota: Elaboración propia, (2025).

El apartado VUCE (Ventanilla Única de Comercio Exterior) contiene información obtenida directamente del sitio oficial. Esta plataforma, administrada por PROCOMER, les permite a las empresas realizar en línea todos los trámites vinculados con la importación, exportación y el tránsito de mercancías. Por esta razón, la página Bloom Trade recopila y presenta los enlaces y documentos más relevantes para facilitar el proceso de exportación de productos florícolas. Además, incluye una selección de capacitaciones útiles dirigidas al fortalecimiento del conocimiento y las habilidades del sector.

Entre las funciones de este apartado destacan el uso del módulo de DUAS, que permite transmitir declaraciones aduaneras electrónicamente; los trámites de importación y exportación, enfocados en la gestión de permisos y formularios de desalmacenaje; la certificación de origen para exportación, necesaria para acceder a beneficios de tratados comerciales, y otras capacitaciones especializadas, así como enlaces para el llenado de documentación requerida, que abarcan diferentes temas del comercio exterior. En conjunto, estos apartados buscan fortalecer las capacidades técnicas de los usuarios para operar, de manera eficiente, dentro del sistema aduanero costarricense.

Ilustración 12

Apartado de PROCOMER



Nota: Elaboración propia, (2025).

Este apartado cuenta con un archivo que amplía la información brindada por PROCOMER sobre los procesos de exportación, el cual sirve como una guía práctica para las empresas que buscan incursionar o fortalecer su presencia en los mercados internacionales. El documento detalla los pasos esenciales para realizar exportaciones desde Costa Rica, incluyendo los requisitos legales, las certificaciones necesarias, la documentación comercial, los trámites aduaneros y servicios de apoyo institucional. Además, ofrece una descripción de los programas y las herramientas que PROCOMER pone a disposición de los empresarios, como el acceso a bases de datos de importadores, asesorías personalizadas y capacitaciones en temas de competitividad y acceso a mercados.

También explica los servicios de apoyo que ofrece PROCOMER, los cuales están diseñados para fortalecer las capacidades de las empresas en cada etapa del proceso exportador. Entre estos servicios se destacan las asesorías personalizadas, que permiten a los empresarios recibir orientación técnica sobre requisitos de acceso a mercados, estrategias de comercialización y cumplimiento de normativas internacionales. Además, se mencionan los programas de capacitación, que abarcan temas como logística, inteligencia comercial, etiquetado, normas de origen y adaptación de productos a las demandas del mercado global.

Ilustración 13

Apartado Servicio Fitosanitario del Estado

BlomTrade

Home VUCE PROCOMER SEE Galería de plantas



► Capacitaciones VUCE

Servicio Fitosanitario del Estado

Consulta de requisitos fitosanitarios por producto ^

<https://app.sfe.go.cr/ConsultadeLeyendas/>

Nota: Elaboración propia, (2025).

La sección SFE (Servicio Fitosanitario del Estado) se enfoca en la institución encargada de regular, supervisar y garantizar la sanidad vegetal en los procesos de importación y exportación de productos agrícolas. Al ser el SFE responsable de emitir los certificados fitosanitarios, documentos esenciales para comprobar que los productos vegetales cumplen con los requisitos de los países de destino. Dicho esto, la sección brinda un enlace en el cual los productores ingresan la variedad de su producto por exportar y el sistema le dice cuáles certificaciones requiere.

Esta sección facilita que los productores comprendan, de manera clara, qué documentos y certificados necesitan antes de enviar sus productos al extranjero, evitando errores y retrasos en los procesos de exportación. Al centralizar esta información, se ahorra tiempo y se reduce la necesidad de consultar múltiples fuentes, lo que simplifica la planificación y gestión de los envíos. Además, al cumplir correctamente con los requisitos fitosanitarios, los exportadores fortalecen la confianza de los compradores internacionales y garantizan que sus productos lleguen en óptimas condiciones a los mercados de destino.

Asimismo, esta herramienta les permite a los productores mantenerse actualizados sobre cambios en la normativa fitosanitaria y los requisitos específicos de cada país, lo que contribuye a reducir riesgos de rechazo o sanciones en las exportaciones. Al ofrecer información directa y accesible, el sistema apoya, tanto a empresas grandes, como a pequeños productores, asegurando que todos puedan cumplir con los estándares internacionales. De esta manera, la sección SFE no solo cumple una función regulatoria, sino que, también, actúa como un recurso educativo y de apoyo que fortalece la competitividad del sector agrícola costarricense en los mercados globales.

Ilustración 14

Apartado Galería de plantas

Galería de plantas de exportación



Nota: Elaboración propia, (2025).

Dicho apartado, es un espacio diseñado meramente visual, exponiendo algunas de las especies más exportadas producidas en suelos costarricenses. En la imagen se observan especies ornamentales como orquídeas, dracaenas y aves del paraíso, todas ellas cultivadas en los fértiles suelos costarricenses y reconocidas internacionalmente por su belleza y calidad. Esta galería busca destacar la diversidad y riqueza natural del país, así como el potencial de su sector agrícola en los mercados globales.

Además, el apartado funciona como una ventana visual al trabajo de los productores nacionales, reflejando la dedicación, técnica y sostenibilidad que caracterizan la actividad agroexportadora costarricense. Cada planta representa una muestra del equilibrio entre naturaleza, innovación y comercio responsable, valores que fortalecen la identidad de Costa Rica como un país comprometido con la preservación ambiental y la excelencia productiva. En conjunto, esta sección no solo embellece el sitio web, sino que, también, comunica el orgullo nacional por la biodiversidad que impulsa gran parte de su economía exportadora.

Este apartado, al estar enfocado únicamente en imágenes, permite que los visitantes aprecien de manera inmediata la variedad y calidad de las especies exportadas sin necesidad de explicaciones técnicas. Las fotografías muestran la belleza y el cuidado de cada planta, transmitiendo visualmente la riqueza natural de Costa Rica y la dedicación de los productores. De esta forma, la galería cumple su función de exhibir el potencial del país en el mercado internacional de flores y plantas ornamentales, reforzando el atractivo estético y comercial de sus productos.

Ilustración 15

Apartado de contacto



► Contáctenos

Ofrecemos asesoramiento personalizado

Nombre *

Apellidos *

Correo electrónico *

Nota: Elaboración propia, (2025).

Adicionalmente, la página web cuenta con un área de contacto en donde se encuentra una dirección de correo electrónico directamente con la página, así como una sección para solicitar capacitaciones especializadas; en dicha sección el usuario ingresa sus datos, tras enviar la solicitud, los colaboradores se contactan directamente para coordinar el acompañamiento personalizado. Esto permite un seguimiento cercano y adaptado a las necesidades de cada empresa o individuo. La herramienta mejora la accesibilidad, la atención al cliente y refuerza la percepción de apoyo y cercanía de la plataforma.

En conclusión, la propuesta de la página web Bloom Trade se presenta como una herramienta estratégica y accesible para los exportadores del sector floricultor. Al centralizar información clave sobre procedimientos, requisitos y normativas, la plataforma facilita la planificación y gestión eficiente de las exportaciones hacia la Unión Europea. La integración de secciones como VUCE, PROCOMER y SFE permite un acceso rápido y confiable a documentos, certificaciones y capacitaciones especializadas, reduciendo el tiempo que los productores invierten en la búsqueda de información dispersa y promoviendo una operación más profesionalizada y competitiva.

Asimismo, los apartados visuales y de contacto refuerzan la interacción con los usuarios, ofreciendo desde una galería de especies exportables hasta canales directos para solicitar asesoría y capacitaciones personalizadas. Esto fomenta la autogestión, el aprendizaje continuo y la

digitalización del sector, alineándose con las tendencias globales del comercio internacional. En conjunto, Bloom Trade no solo contribuye a mejorar la eficiencia y transparencia en el proceso exportador, sino que, también, destaca la riqueza natural y el compromiso sostenible del país, fortaleciendo la identidad del sector floricultor costarricense en los mercados internacionales.

Además, la página web favorece la inclusión de pequeños y medianos productores al brindarles acceso a información confiable y acompañamiento personalizado, lo que les permite competir en igualdad de condiciones con empresas más grandes. La facilidad de contacto y la posibilidad de solicitar capacitaciones especializadas generan un entorno de apoyo constante, donde los productores pueden resolver dudas, actualizar conocimientos y aplicar buenas prácticas en sus operaciones de exportación. Esto fortalece la confianza de los usuarios en la plataforma y promueve un uso más efectivo de los recursos disponibles.

De esta manera, Bloom Trade se consolida como un puente entre los productores costarricenses y los mercados internacionales, facilitando la gestión de trámites, el cumplimiento de normativas y la mejora continua en la producción. La combinación de información centralizada, asesoría directa y recursos visuales permite que los exportadores optimicen sus procesos, reduzcan errores y refuercen su competitividad. En conjunto, la plataforma no solo apoya la profesionalización del sector, sino que, también, contribuye a proyectar la diversidad y calidad de la floricultura costarricense en el ámbito global.

Referencias

- Brenes, O. (2025). *Flujos de inversión extranjera en Costa Rica crecen un +14% y alcanzan cifra histórica en 2024 - Exportar desde Costa Rica*. Exportar Desde Costa Rica. <https://procomer.com/flujos-de-inversion-extranjera-en-costa-rica-crecen-un-14-y-alcanzan-cifra-historica-en-2024/>
- Costa Rica expone su oferta de plantas ornamentales ante más de 43 países. (2025). Exportar desde Costa Rica. <https://procomer.com/costa-rica-expone-su-oferta-de-plantas-ornamentales-ante-mas-de-43-paises/>
- PROCOMER identifica más oportunidades para exportación de flores, plantas y follajes. (2017). *Exportar desde Costa Rica*. <https://procomer.com/procomer-identifica-mas-oportunidades-para-exportacion-de-flores-plantas-y-follajes/>
- Santacruz Quevedo, G. (2011). *Análisis de competitividad del sector de la producción y exportación de plantas y flores de orquídeas*. Universidad Andina Simón Bolívar Sede Ecuador Área de Gestión Programa de Maestría en Dirección de Empresas. [https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2913/1/T1037-MBA-Santacruz-An%
An%
An%
An%](https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2913/1/T1037-MBA-Santacruz-An%c3%a1lisis.pdf)
- Heredia Landeta, J. G. (2023). *La competitividad en el mercado internacional del sector florícola ecuatoriano. Un enfoque desde la producción y exportación*. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO. <https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/5c9649f6-c390-4c37-9fd5-d93ab627b467/content>
- Cuestas Ladino, E. A. (2018). *Análisis de las ventajas competitivas del sector floricultor de Colombia y Holanda en el periodo 2012-2017*. Fundación Universidad de América. <https://repository.uamerica.edu.co/server/api/core/bitstreams/bb7ce4b0-ed85-4a09-95e5-2d2635a57472/content>

Cardona Trujillo, H. (2023). *Innovaciones institucionales y gobernanza para la competitividad de los pequeños agricultores en Colombia* [Tesis doctoral]. Universidad Complutense de Madrid. <https://docta.ucm.es/rest/api/core/bitstreams/2245684f-0bb1-4459-b4a3-7a9091eca850/content>

Araya Rivera, D. (2015). *Propuesta de un cuadro de mando integral para el Jardín Botánico Else Kientzler* [Tesis de Maestría]. Universidad de Costa Rica. <https://www.kerwa.ucr.ac.cr/server/api/core/bitstreams/5dbfdec-d-b75e-4a5a-a58b-0b3a5c9a0c33/content>

Arroyo Blanco, N. (2012). *Evolución y desempeño del sector agroexportador de Costa Rica*. Instituto de Investigaciones en Ciencias Económicas, Universidad de Costa Rica. https://iice.ucr.ac.cr/informes/p_721_B0_239.pdf

Kirsia, A. B., Carol, M. A., Yader, R. G. y Gaudy, V. S. (2015). *Análisis de los factores internos y externos que intervienen en la exportación de flores y follajes tropicales a Europa y Estados Unidos y su incidencia financiera, caso Orocosta Agroindustrial S.A., Horquetas de Sarapiquí, periodo 2008-2015*. <https://repositorio.una.ac.cr/items/e6397f64-24b4-4fcb-b8d6-c640a76ea5cc>

Machado Álvarez, U. (2020). *Expectativas de la exportación de esquejes desde Costa Rica con Corea del Sur a partir de la aprobación del TLC* [Tesis de Maestría]. Universidad Internacional de las Américas. <http://repositorio.uia.ac.cr:8080/server/api/core/bitstreams/3bea9523-961e-45e6-aa1d-afbe3dc74ad3/content>

/Costa Rica presente en la feria mundial más importante de plantas, flores y follajes. (2024). Exportar desde Costa Rica. <https://procomer.com/costa-rica-presente-en-la-feria-mundial-mas-importante-de-plantas-flores-y-follajes>

- De plantas, L. P. de C. E. de C. R. I. a. las E. E. del S. A., de la feria IPM, F. y. F. de C. R. a. P., & de Essen, a. R. del 28 al 31 de E. del 2025 en la C. (s/f). *Postule su participación en el pabellón de Costa Rica en IPM 2025 Essen, Alemania.* Procomer.com.<https://procomer.com/wp-content/uploads/2025/01/Feria-IPM-bases-operativas.pdf>
- Buzz, A. G. (2021). *Sector de plantas, flores y follajes de Costa Rica busca abrir oportunidades en mercado europeo - Exportar desde Costa Rica.* Exportar Desde Costa Rica. <https://procomer.com/sector-de-plantas-flores-y-follajes-de-costa-rica-busca-abrir-oportunidades-en-mercado-europeo/>
- Huerta, L. (2024). *Ave del paraíso: guía de cuidados para que florezca en su jardín.* ELESPECTADOR.COM. <https://www.elespectador.com/la-huerta/ave-del-paraiso-guia-de-cuidados-para-que-florezca-en-su-jardin/>
- Floristeriamorris. (2025). *Características y cuidados de la flor del ave del paraíso - Floristería Morris.* Floristería Morris. <https://www.floristeriamorris.com/caracteristicas-y-cuidados-de-la-flor-del-ave-del-paraiso/>
- Jengibre rojo - *Alpinia purpurata* (Cuidado, Características, Flor, Imágenes). (s. f.). *PictureThis.* https://www.picturethisai.com/es/wiki/Alpinia_purpurata.html
- Aglaonema Costa Rica. (2023). *Tu Planta Interior.* <https://tuplantainterior.com.ar/aglaonema-costa-rica/?srsltid=AfmBOoozGkEymlIfnfvWyb7HokpCq1zmyvrwyXHMytLaEuIhIBeiAVX>
- Plants For All Seasons. (2023). *Aglaonema care.* <https://www.plantsforallseasons.co.uk/blogs/aglaonema-care>

De beneficio colectivo, L. E. R. N. Q. P. a. N. P. se ha T. T. de Á. D. en la Q. se E. Q. C. Q. su C. y. A. D. C. B. U. L., & de las expertas Alejandra Aguilar -funcionaria del Ministerio de Comercio Exterior- y Ana Lorena Gue-, y. Q. P. un A. en el Q. la O. de G. P. P. de G. C. P. S. C. E. T. A.-Q. E. R. A. L. T. P. en el T. de L. C. E. E. U. y. C. D. A. C. la V. (s/f). *¿Uso y comercio de la biodiversidad para provecho de quién?* Una.ac.cr. Recuperado el 22 de julio de 2025, de https://www.ambientico.una.ac.cr/wp-content/uploads/tainacan-items/5/14922/143_8-14.pdf

Grayrids. (s. f.). *Ministerio de Comercio Exterior*. https://www.comex.go.cr/sala-de-prensa/comunicados/2024/junio/cp-2962-costa-rica-particip%C3%B3-en-reuniones-anuales-del-acuerdo-de-asociaci%C3%B3n-entre-centroam%C3%A9rica-y-la-uni%C3%B3n-europea/?utm_source=chatgpt.com

Buzzdev. (2023). *Webinar: Consejos para adoptar prácticas social y ecológicamente responsable - Exportar desde Costa Rica*. Exportar Desde Costa Rica. <https://procomer.com/webinar-consejos-para-adoptar-practicas-social-y-ecologicamente-responsable/>

Comex.go.cr. (s.f.). <https://www.comex.go.cr/media/11418/informe-de-labores-2024-2025.pdf>

Hacienda.go.cr. (s.f.). <https://www.hacienda.go.cr/docs/QueesTLCyacuerdoscomerciales.pdf>

Acuerdo de Asociación UE-Centroamérica. (s/f). Europa.eu.de <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/es/content/acuerdo-de-asociacion-ue-centroamerica>

Edu.co. (s.f.). <https://revistas.uco.edu.co/index.php/uco/article/download/195/225/424>

Morales, C. y Arbeláez, J. D. (2015). La producción de lirios (*Lilium* spp.) como flor de corte para exportación. Una revisión. *Revista Universidad Católica de Oriente*, 28(39), 45–60. <https://revistas.uco.edu.co/index.php/uco/article/view/195>

Bulbo de lirio rojo mediano - Carnívoras de Costa Rica. (2025). *Carnívoras de Costa Rica*.

<https://carnivorasdecostarica.com/producto/bulbo-de-lirio-rojo-mediano/>

Parra, R. (2024). *Innovaciones en Cultivo de Flores: Tecnología Transformadora*. Flors Noè Productores de Flores y Plantas Ornamentales. https://florsnoe.com/innovaciones-en-cultivo-de-flores-tecnologia-transformadora/#elementor-toc__heading-anchor-9

Equipo editorial de Indeed. (2025). *Importancia de la formación técnica en las empresas*. Indeed México. <https://mx.indeed.com/orientacion-profesional/como-encontrar-empleo/importancia-formacion-tecnica-empresas>

Parra, R. (2024). *Sostenibilidad en la Producción de Flores*. Flors Noè Productores de Flores y Plantas Ornamentales. <https://florsnoe.com/sostenibilidad-en-la-produccion-de-flores/#elementor-tocheading-anchor-9>

Lws. (2025). *Branding Sostenible y Responsable en Costa Rica: Un Impulso para tu Marca*. LWS. <https://lws-cr.com/branding-sostenible-y-responsable-en-costa-rica-un-impulso-para-tu-marca/#:~:text=Floricultura%20de%20Costa%20Rica:%20Esta%20empresa%20flor%C3%ADcola,sus%20operaciones%2C%20desde%20el%20uso%20de%20energ%C3%ADas>

Buzz, A. G. (2016). *Costa Rica apuesta al uso de certificaciones - Exportar Desde Costa Rica*. https://procomer.com/certificaciones/?utm_source=chatgpt.com

CERTIFICACIONES – Tierra buena. (s. f.). <https://tierrabuenacr.com/certificaciones/>

Certificación medioambiental en el sector ornamental por MPS. (s. f.). https://www.infoagro.com/documentos/certificacion_medioambiental_sector_ornamental_mps.asp

Vol. 15 (1) 1994. (s. f.). <https://www.revistaespacios.com/a94v15n01/21941501.html>

Admin. (2021). *¿Qué es la Infraestructura logística? - Kappa Intermodal*. Kappa Intermodal.
<https://kappaintermodal.com/logistica/que-es-la-infraestructura-logistica/>

Mundi. (2022). *¿En qué consiste la calidad de exportación? [2021] | Mundi*. Mundi.
<https://mundi.io/exportacion/calidad-exportacion/>

Equipo editorial de Indeed. (2025). *Importancia de la formación técnica en las empresas*. Indeed.
<https://mx.indeed.com/orientacion-profesional/como-encontrar-empleo/importancia-formacion-tecnica-empresas>

Buzzdev. (2021). *Costa Rica aplica certificación electrónica fitosanitaria en comercio de bienes agrícolas - Exportar desde Costa Rica*. Exportar Desde Costa Rica.
<https://procomer.com/costa-rica-aplica-certificacion-electronica-fitosanitaria-en-comercio-de-bienes-agricolas/>

Summa, R. (2024). *Costa Rica debe priorizar el desarrollo del capital humano técnico y especializado - Revista Summa*. *Revista Summa*. <https://revistasumma.com/costa-rica-debe-priorizar-el-desarrollo-del-capital-humano-tecnico-y-especializado/>

(S/f). Rae.es. (2025), de <https://dle.rae.es/situaci%C3%B3n>

What are key success factors. (s/f). BDC.Ca., de <https://www.bdc.ca/en/articles-tools/entrepreneur-toolkit/templates-business-guides/glossary/key-success-factors>

Porto, J. P. y Gardey, A. (2011). *Limitación*. Definición.de; Definicion.de.
<https://definicion.de/limitacion/>

Competitive factors - (intro to marketing) - vocab, definition, explanations. (s/f). Fiveable.Me., de
<https://library.fiveable.me/key-terms/fundamentals-marketing/competitive-factors>

Hernández Sampieri, R. y Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. (1st ed). McGraw-Hill. <https://www.ebooks7-24.com:443/?il=6443>

Martínez Ruiz, H. (2012). *Metodología de la Investigación*. Cengage Learning Editores, S.A. de C.V. <file:///C:/Users/Vale%20Astúa/Downloads/LIBROOO%20investigacion%20cientifica.pdf>

Product Variety - (Principles of Economics) - Vocab, Definition, Explanations | Fiveable. (s. f.). Fiveable. <https://fiveable.me/key-terms/principles-econ/product-variety>

Tecnología Hortícola, A. (s/f). *La tecnología de invernadero*. Edu.co. https://www.udea.edu.co/wps/wcm/connect/udea/d547c1f1-7d31-4c9d-bd31-13dec50fd7bc/Boleti%CC%81n+23.+La+tecnologi%CC%81a+de+invernadero+para+flor+es_compressed.pdf?MOD=AJPERES&CVID=npOyZCs

Javier, B. o. F. y Javier, B. o. F. (s. f.). *Impacto y desafíos del sector florícola en Ecuador: entre certificaciones de responsabilidad social y realidades laborales*. ve.scielo.org. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13381972>

Industrialibermatica. (2025). *COORDINACIÓN EMPRESARIAL: ¿Qué problemas surgen en la coordinación entre departamentos? ¿Cómo detectarlos y solucionarlos?* Ibernova. <https://ibernova.com/blog/como-detectar-los-problemas-de-coordinacion-de-departamentos-en-tu-empresa/>

Cortés, N. y Cortés, N. (2024). *Fortalezas y debilidades de una empresa: esto debes saber*. Ninja Excel. <https://www.ninjaexcel.com/gestion-de-personas/fortalezas-debilidades-empresa/>

Drakko, M. (2021). *Factores determinantes en una empresa*. Drakko. <https://drakko.com.mx/factores-determinantes-en-una-empresa/>

Vizologi. (2024). *¿Por qué es tan importante la innovación en el mercado?* Vizologi. <https://vizologi.com/es/why-does-market-innovation-matter-so-much/>

empresascertificadas.com. (2025). *Empresas certificadas - Empresas certificadas*. Empresas Certificadas - Certificación ISO. <https://empresascertificadas.com/>

Goplas. (2025). *La Importancia de la calidad en los productos: Más allá de la primera impresión - Goplas*. Goplas. <https://goplas.com/la-importancia-de-la-calidad-en-los-productos-mas-alla-de-la-primera-impresion/>

Sintac. (2025). *Certificados de Sostenibilidad: ¿qué son y para qué sirven?* Sintac Recycling. [https://sintac.es/certificados-de-sostenibilidad/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20un%20certificado%20de,o%20de%20gobernanza%20\(ESG\).](https://sintac.es/certificados-de-sostenibilidad/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20un%20certificado%20de,o%20de%20gobernanza%20(ESG).)

(S/f). <https://doi.org/10.48082/espacios-a21v42n20p02>

Estrategias de marketing: qué son, qué tipos existen y algunos ejemplos. (2024). Universidad ORT Uruguay. <https://fac.s.ort.edu.uy/blog/estrategias-de-marketing>

Gancarz, M. (2025). *Barreras al crecimiento empresarial - los obstáculos más comunes y cómo superarlos - ConQuest Consulting*. Consultoría ConQuest. <https://www.conquest.pl/es/blog/barreras-al-desarrollo-empresarial-obstaculos-mas-frecuentes-y-como-superarlos/>

¿Qué es La financiación para empresas? - Billage. (2022). Billage. <https://www.getbillage.com/es/glosario/que-es-la-financiacion-para-empresas#:~:text=La%20financiaci%C3%B3n%20para%20empresas%20es,una%20actividad%20comercial%20%E2%80%93%20empresarial%20concreta.>

Fallon, N. (2025). *A Guide to Small Business Certifications*. CO- By US Chamber Of Commerce. <https://www.uschamber.com/co/start/strategy/small-business-certifications-guide>

Gómez, T. (2025). OCDE señala los problemas en infraestructura que tiene Costa Rica y sus efectos económicos negativos. *El Observador CR*. <https://observador.cr/ocde-senala-problemas-infraestructura-costa-rica/>

What is Accessibility? (2025). *The Interaction Design Foundation*. https://www.interaction-design.org/literature/topics/accessibility?srsId=AfmBOop5g7FqRvvl_rYqysxqnJYbuu1gkK81xYdLCNa0R5sNEfByUdI6

Mkt, S. (2022,). *Importancia de la medición climática para los cultivos*. SensorGO. <https://sensorgo.mx/medicion-climatica/>

Apéndice

Cuestionario

- 1- ¿Cuáles son las principales especies de flores y esquejes que exporta su empresa?
- 2- ¿Qué tecnologías emplean, actualmente, en los procesos de producción y empaque?
- 3- ¿Cómo evalúa la infraestructura logística disponible en la Gran Área Metropolitana para la exportación de flores y esquejes?
- 4- ¿Qué tipo de certificaciones o estándares internacionales maneja su empresa para cumplir con los requisitos europeos?
- 5- ¿Qué tan eficiente considera el proceso de coordinación entre productores, exportadores y entes reguladores?
- 6- ¿Cuáles considera que son las fortalezas internas de su empresa en el contexto del mercado europeo?
- 7- ¿Qué factores considera más determinantes para lograr una exportación exitosa hacia la Unión Europea?
- 8- ¿De qué manera la innovación influye en el mercado europeo con la aceptación de los productos a partir de mejoras significativas en ellos?
- 9- ¿Cómo afecta la calidad del producto en las relaciones comerciales con los compradores europeos?
- 10- ¿Qué importancia tiene la sostenibilidad ambiental en la percepción del mercado europeo?

11- ¿Cómo considera que es la competencia internacional en el mercado europeo de flores y esquejes?

12- ¿Qué estrategias han sido efectivas para posicionarse frente a competidores como Colombia, Ecuador o Países Bajos?

13- ¿Cuáles son los principales obstáculos que enfrenta su empresa al exportar a la Unión Europea?

14- ¿Qué limitaciones encuentra en el acceso a financiamiento o crédito para invertir en procesos exportadores?

15- ¿Qué dificultades ha enfrentado con respecto a regulaciones o requisitos de ingreso al mercado europeo?

16- ¿En qué aspectos considera que la infraestructura nacional limita la competitividad del sector?

17- ¿Qué tan accesible considera el proceso para obtener certificaciones internacionales?

18- ¿Cómo afectan las condiciones climáticas locales en la calidad del producto exportado?