

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

POSGRADO



MAESTRÍA EN COMERCIO EXTERIOR CON MENCIÓN EN NEGOCIOS DIGITALES Y COMERCIO JUSTO

“El Comercio Justo para la comercialización internacional de papa desde la
provincia del Carchi”

Trabajo de titulación previa la obtención del
Título de Magister en Comercio Exterior con mención en Negocios Digitales y
Comercio Justo

Autora: Katerine Rocío Morales Bucheli

Tutor: Msc. Eddy Santiago Araujo Guerrón

Tulcán, 2025

CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que la maestrante Katerine Rocío Morales Bucheli con el número de cédula 0402040992 ha elaborado el trabajo de titulación: “El Comercio Justo para la comercialización internacional de papa desde la provincia del Carchi”.



f.....

Msc. Eddy Santiago Araujo Guerrón

TUTOR

Tulcán, diciembre de 2025

AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye un requisito previo para la obtención del título de Magister en Comercio Exterior con mención en Negocios Digitales y Comercio Justo.

Yo, Katerine Rocío Morales Bucheli con cédula de identidad número 0402040992 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



f.....

Katerine Rocío Morales Bucheli

AUTORA

Tulcán, diciembre de 2025

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Katerine Rocío Morales Bucheli declaro ser autor/a de los criterios emitidos en el trabajo de titulación: “El Comercio Justo para la comercialización internacional de papa desde la provincia del Carchi” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



f.....

Katerine Rocío Morales Bucheli

AUTORA

Tulcán, diciembre de 2025

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi familia por ser parte importante de cada uno de mis logros, por su apoyo constante y su comprensión.

Agradezco a mi tutor de tesis el Dr. Santiago Araujo quien me acompañó en mi proceso de titulación y me brindó su apoyo y conocimientos para lograr desarrollar de la mejor manera mi trabajo de titulación.

Agradezco a los profesores que hicieron parte de la Maestría en Comercio Exterior quienes me brindaron su apoyo en cada una de los procesos de la carrera además de que me impartieron un extensivo conocimiento que es base importante para el desarrollo de mi trabajo.

Agradezco a las autoridades de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi quienes son base fundamental para que tengamos la oportunidad de seguir nuestra meta de estudiar una maestría y seguir preparándonos cada día.

DEDICATORIA

A mis padres por haberme formado como la persona que soy actualmente, por brindarme su apoyo cada día, por permitirme lograr tantas cosas en mi camino de vida, gracias a ustedes he podido lograr una meta más. Me formaron con reglas, normas y valores y me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos.

A mi hija Angela Salazar Morales por ser mi motor para seguir adelante y no rendirme nunca, ser un ejemplo para ella y de esta manera ella también luche por sus sueños y metas.

A mis hermanos porque siempre están apoyándome y brindándome una mano para todo lo que necesite, porque a pesar de las dificultades siempre estarán ahí para mí.

ÍNDICE

RESUMEN	xvi
ABSTRACT	xvii
CAPÍTULO I	1
PROBLEMA	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.2. Preguntas de investigación o hipótesis.....	3
1.3. Objetivos de investigación	3
1.3.1. Objetivo General	3
1.3.2. Objetivos Específicos.....	3
1.4. Justificación.....	4
CAPÍTULO II	7
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	7
2.1. Antecedentes de investigación	7
2.2. Marco teórico	12
2.2.1. Teorías del comercio internacional	12
2.2.2. Teorías de la sostenibilidad.....	13
2.2.3. Teoría del comercio justo	14
2.2.4. Teoría de la economía popular y solidaria	15
2.2.5. Teoría de la demanda recíproca	15
2.2.6. Teoría de las capacidades dinámicas	16
2.2.7. Teoría de la justicia distributiva	17
2.2.8. Comercio Justo	18
2.2.9. Comercialización internacional.....	28
2.3. Marco legal	32
2.3.1. Leyes y normativas del Comercio Justo y agricultura	32
2.3.2. Certificaciones del Comercio Justo	33

2.3.3. Acuerdos de la World Fair Trade Organization	34
CAPÍTULO III	36
METODOLOGÍA	36
3.1. Descripción del área de estudio/grupo de estudio	36
3.2. Enfoque y tipo de investigación	37
3.3. Definición y operacionalización de variables	38
3.3.1. Definición de variables	38
3.3.2. Operacionalización de variables	39
3.4. Procedimientos	46
3.5. Consideraciones bioéticas	46
CAPÍTULO IV	47
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	47
4.1. Analizar la situación actual de la comercialización de papa de la provincia del Carchi.	47
4.1.1. Comercialización de papa en Carchi.....	48
4.1.2. Condiciones laborales y organizativas	51
4.1.3. Conocimiento y percepción del comercio justo	56
4.1.4. Barreras para la exportación (acceso a mercados más justos).....	58
4.1.5. Información complementaria	60
4.2. Mercado internacional potencial y la demanda existente bajo principios del comercio justo.	65
4.2.1. Precios nacionales	65
4.2.2. Precios internacionales	66
4.2.3. Demanda nacional	67
4.2.4. Demanda internacional	68
4.2.5. Características de la producción en el país.....	70
4.2.6. Presencia de la producción carchense en mercados internacionales.....	71
4.2.7. Mercados exportadores potenciales	72

4.2.8. Análisis PESTEL para selección de mercado potencial	73
CAPÍTULO V	127
PROPUESTA	127
5.1. Estrategias bajo los principios del comercio justo para comercialización internacional de papa	128
5.1.1. Guía para dar a conocer el comercio justo adaptada al medio rural carchense	128
5.1.2. Guía para dar a conocer cómo exportar papa desde Carchi.....	148
5.1.3. Programa de capacitación provincial	157
Discusión	161
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	168
Conclusiones	168
Recomendaciones	170
REFERENCIAS.....	171
ANEXOS	198

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Criterios de cumplimiento de los principios del comercio justo	23
Tabla 2	Dimensiones del Comercio Justo.....	25
Tabla 3	Marco legal del Comercio Justo.....	32
Tabla 4	Certificaciones del Comercio justo.....	33
Tabla 5	Acuerdos de la World Fair Trade Organization	34
Tabla 6	Operacionalización variable independiente	39
Tabla 7	Operacionalización variable dependiente	42
Tabla 8	Precios de la papa en mercado nacional 2025-2021	65
Tabla 9	Barreras arancelarias para la exportación de papa	74
Tabla 10	Barreras no arancelarias en la exportación.....	75
Tabla 11	Políticas de apoyo a empresas ecuatorianas exportadoras.....	76
Tabla 12	Acuerdos comerciales que benefician a la exportación de papa ecuatoriana	77
Tabla 13	Balanza comercial Ecuador – Bélgica.....	78
Tabla 14	Balanza comercial Ecuador – Países Bajos.....	79
Tabla 15	Balanza comercial Ecuador – Italia.....	80
Tabla 16	Balanza comercial Ecuador – Alemania	81
Tabla 17	Balanza comercial Ecuador – Estados Unidos	82
Tabla 18	PIB general anual y per cápita.....	84
Tabla 19	Tasa de inflación anual	85
Tabla 20	Ventajas y desventajas de la moneda oficial respecto a Ecuador	86
Tabla 21	Tasa de desempleo en los últimos 3 años.....	88
Tabla 22	Características de la cadena de suministro	98
Tabla 23	Características para flete	107
Tabla 24	Leyes de protección ambiental para países potenciales.....	108
Tabla 25	Políticas y requerimientos sobre empaque y envase.....	110
Tabla 26	Normas principales de protección de mercado	120
Tabla 27	Regulaciones y políticas de comercio justo	121
Tabla 28	Políticas y regulaciones de control alimentario	123
Tabla 29	Puntuación.....	125
Tabla 30	Resumen POAM.....	126
Tabla 31	Comparación de características de las principales certificaciones	140

Tabla 32 INCOTERMS existentes para tipo de transporte (terrestre, marítimo y aéreo)	152
Tabla 33 Documentos, emisor y función en exportaciones	155
Tabla 34 Información de etiquetas y envase para exportación	156
Tabla 35 Recursos detallados por guía y tema	159
Tabla 36 Indicadores para evaluar la implementación de las capacitaciones	160

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Ubicación de área de estudio (provincia del Carchi)	37
Figura 2 Canales de comercialización empleados en el Carchi	48
Figura 3 Principales mercados destino.....	49
Figura 4 Evaluación de precios de papa	50
Figura 5 Factores que afectan el precio de la papa.....	51
Figura 6 Cumplimiento de normas laborales	51
Figura 7 Condiciones laborales en cultivo de papa	52
Figura 8 Políticas para promover igualdad	53
Figura 9 Tipo de organización existente.....	54
Figura 10 Ventajas de pertenecer a la asociación.....	56
Figura 11 Conocimiento de comercio justo	56
Figura 12 Beneficia aplicar comercio justo	57
Figura 13 Disposición a adoptar medidas adicionales	58
Figura 14 Principales desafíos para exportación.....	59
Figura 15 Opciones de financiamiento para cultivos	60
Figura 16 Tecnologías aplicadas en cultivo.....	61
Figura 17 Conocimiento sobre cultivo orgánico.....	62
Figura 18 Obstáculos para aplicar cultivo orgánico	63
Figura 19 Tenencia de certificaciones en cultivo	64
Figura 20 Capacitaciones prácticas sostenibles.....	64
Figura 21 Principales importadores internacionales de papa (procesada y sin procesar).....	73
Figura 22 Sellos de comercio justo en empresas ecuatorianas	95
Figura 23 Principales países destino de las exportaciones bajo comercio justo	96
Figura 24 Canales de distribución convencional y de comercio justo	96
Figura 25 Concepto y beneficios del comercio justo	130
Figura 26 Creación de oportunidades para productores	131
Figura 27 Transparencia y responsabilidad.....	131
Figura 28 Prácticas comerciales justas	132
Figura 29 Pago de un precio justo.....	132
Figura 30 Equidad de género	133
Figura 31 Condiciones laborales dignas.....	133

Figura 32 No explotación infantil	134
Figura 33 Protección del medioambiente	134
Figura 34 Desarrollo de capacidades	135
Figura 35 Promoción del comercio justo	135
Figura 36 Fairtrade de la Fairtrade International	136
Figura 37 Fair trade Certified.....	137
Figura 38 Fair for life	137
Figura 39 Símbolo de pequeños productores (SPP)	138
Figura 40 Guaranteed Fair Trade	138
Figura 41 Naturland Fair.....	139
Figura 42 Condiciones laborales dignas en agricultura	141
Figura 43 Dirección para participación democrática.....	141
Figura 44 Gestión organizativa eficiente para asociaciones.....	141
Figura 45 Equidad de género e inclusión en prácticas agrícolas	142
Figura 46 Cultura organizacional basada en el respeto.....	142
Figura 47 Preguntas de reflexión buenas prácticas laborales	143
Figura 48 Consejos para aplicar la inclusión en la agricultura.....	143
Figura 49 Ejemplos concretos de prácticas aplicadas a asociaciones	144
Figura 50 Preguntas de reflexión sobre inclusión de la mujer	144
Figura 51 Consejos para fortalecer asociaciones.....	145
Figura 52 Ejercicios prácticos para fortalecer asociaciones	145
Figura 53 Preguntas de reflexión para fortalecer organizaciones	146
Figura 54 Prácticas sostenibles (rotación, abono, bio insumos).....	146
Figura 55 Prácticas sostenibles (suelos, pesticidas, biodiversidad)	147
Figura 56 Consejos para empezar	148
Figura 57 Requisitos fitosanitarios para exportar papa	150
Figura 58 Recomendaciones para cumplir las recomendaciones	150
Figura 59 Estándares logísticos de exportación de papa hacia Países Bajos.....	151
Figura 60 Aspectos clave para la negociación internacional	153
Figura 61 Registro en sistema ECUAPASS	154
Figura 62 Emisión del DAE	154
Figura 63 Certificados obligatorios para exportar vegetales.....	155
Figura 64 Reglas para empaque de exportación.....	156
Figura 65 Cronograma de capacitación para las dos guías	161

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Entrevista representante de asociación de cultivo de papa	198
Anexo 2. Entrevista GAD provincial.....	200
Anexo 3. Encuesta Agricultores de papa.....	201
Anexo 4. Validación Instrumentos de Investigación	206
Anexo 5. Base de datos población	218
Anexo 6. Matriz POAM	222
Anexo 7. Evidencia fotográfica de aplicación encuestas	225

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo proponer estrategias integrando los principios de comercio justo como una alternativa de mejora para la comercialización internacional de papa desde la provincia del Carchi. El estudio es de enfoque mixto, de tipo descriptiva, analítica, de campo y propositiva. Se aplicaron encuestas a agricultores de la provincia miembros de asociaciones productoras, entrevistas a representante de asociación y GAD municipal. Se realizó una revisión documental para el análisis de mercado internacional, que permitieron identificar limitaciones estructurales como el débil acceso a certificaciones, la falta de capacitación técnica y la escasa organización efectiva. Los hallazgos en el diagnóstico revelaron el desconocimiento generalizado sobre procesos de exportación de un 100% y comercio justo en un 95%, a pesar del alto interés por parte de los agricultores. Así como la debilidad de las organizaciones en su papel como impulsores del comercio, siendo que el 70% no percibe ninguna ventaja al pertenecer a la organización. Se realizó un análisis PESTEL para determinar que el país destino adecuado fue Países Bajos. A partir de estos hallazgos, se diseñaron guías para capacitar sobre el comercio justo y la exportación de vegetales. Entre los principales aportes del estudio se destacan la generación de herramientas aplicables al entorno rural, la promoción de la equidad comercial y el fortalecimiento organizativo de las asociaciones de base. Se concluye que, para lograr una comercialización justa y sostenible, es indispensable mejorar la estructura organizativa local, promover prácticas agrícolas sostenibles y acompañar técnicamente a los productores durante su transición hacia mercados diferenciados. Este documento contribuye con una propuesta viable, concreta y replicable para el desarrollo agroexportador responsable desde el norte del país.

Palabras clave: Asociatividad, Carchi, comercio justo, exportación agrícola, papa.

ABSTRACT

This study aimed to propose strategies that integrate fair trade principles as an alternative for improving the international commercialization of potatoes from the province of Carchi. This study employed a mixed-methods approach encompassing descriptive, analytical, field-based, and propositional methods. Surveys were administered to farmers in the province who were members of producer associations, and interviews were conducted with association representatives and municipal GAD (Decentralized Autonomous Government). A document review was conducted for international market analysis, which identified structural limitations such as weak access to certifications, a lack of technical training, and poor effective organization. The diagnostic findings revealed a widespread lack of knowledge about export processes (100 %) and fair trade (95 %), despite high interest among farmers. The findings also highlighted the weakness of organizations in their role as drivers of trade, with 70% of farmers perceiving no advantage of membership. A PESTEL analysis was conducted to determine that the Netherlands is the most suitable destination country. Based on these findings, training guides for fair trade and vegetable exports were developed. The key contributions of this study include the creation of tools applicable to rural areas, the promotion of fair-trade practices, and the organizational strengthening of grassroots associations. It is concluded that, to achieve fair and sustainable commercialization, it is essential to improve the local organizational structure, promote sustainable agricultural practices, and provide technical support to producers during their transition to differentiated markets. This document contributes a viable, concrete, and replicable proposal for responsible agricultural export development in the north of the country.

Keywords: Associativity, Carchi, fair trade, agricultural export, potato.

CAPÍTULO I

PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

La evolución de la comercialización internacional como consecuencia de la globalización ha generado una serie de cambios estructurales en las economías a nivel mundial. Las reformas económicas, comerciales e institucionales ejecutadas para mejorar la competitividad de las organizaciones han tenido un impacto significativo en sectores específicos, como la economía agrícola (Jensen, 2021). Este crecimiento afecta a los países directamente involucrados en el intercambio comercial y tiene implicaciones a nivel global en términos de capital, tecnología y recursos naturales (Flores, 2021).

La expansión del comercio ha impulsado una mayor apertura en sectores clave, como la agricultura. Sin embargo, esta competitividad exige que los agricultores optimicen la calidad y sostenibilidad de sus productos y prácticas agrícolas, lo que les permite acceder tanto a mercados nacionales como internacionales (Ortega e Infante, 2020).

Entre los principales rubros agrícolas de pequeños productores como el café en México y Honduras, el té en Kenia y la quinua en Bolivia, persisten fallas estructurales que erosionan ingresos y derechos como: precios internacionales altamente volátiles que trasladan el riesgo al productor; cadenas con múltiples intermediarios que capturan el mayor margen; asimetrías de información y bajo conocimiento de mercado que debilitan la negociación; gobernanza cooperativa limitada que excluye a parte de los socios; y condiciones laborales sin regulación efectiva, con riesgos de informalidad, trabajo infantil y exposición a plaguicidas. A ello se suman brechas tecnológicas y logísticas (altos costos de transporte y acceso a puertos), así como costos de cumplimiento que empujan a prácticas de corta duración y degradación ambiental para sostener volúmenes (Ramírez y Nava, 2020; Maradiaga et al., 2025; Mutwiri et al., 2025; Stöcker et al., 2024).

En Ecuador, la base productiva de la Economía Popular y Solidaria (EPS) opera bajo condiciones que distorsionan la captura de valor; escaso seguimiento de los entes reguladores sobre prácticas de comercio justo, mínima intervención estatal en la

promoción de precios justos, y débil articulación comercial que deja a productores expuestos a intermediación, volatilidad y asimetrías de información (León et al., 2024). En cacao, aunque existe interés por adoptar medidas de comercio justo y se observa asociación con mejores precios y sostenibilidad, persisten brechas de formación y cobertura de capacitación, fijación de precios sin transparencia efectiva y coordinación limitada a lo largo de la cadena, lo que se traduce en bajo poder de negociación, riesgos laborales e incentivos ambientales adversos (Ayala et al., 2024).

La provincia de Carchi, ubicada en el norte de Ecuador, es conocida por su cultivo de papa, pero enfrenta serios desafíos en términos de comercialización. A pesar de su potencial agrícola, la región está marcada por la presencia de numerosos intermediarios, lo que provoca bajos precios y una falta de competitividad entre los productores locales (Basantes et al., 2020). Esta situación limita la capacidad de los agricultores para generar ingresos, tanto a nivel local como internacional, pues los minoristas y mayoristas se benefician de precios más altos mientras los productores reciben una compensación insuficiente (Valenzuela et al., 2021).

Los precios de la papa en Carchi son volátiles, lo que agrava las condiciones para los agricultores. Durante períodos de sequía o escasez, los precios aumentan considerablemente, favoreciendo el acaparamiento, mientras que, en momentos de abundancia, los precios caen drásticamente, afectando la rentabilidad de los productores (Pérez y Serrano, 2021). Esta inestabilidad no solo afecta los ingresos, sino que también genera pérdidas económicas y desperdicio de cosechas, perjudicando la cadena de valor agrícola en la región (Minda y Terán, 2023).

La falta de competitividad de los agricultores de Carchi frente a productores internacionales también se ve reflejada en limitaciones tecnológicas, acceso limitado al crédito y prácticas agrícolas obsoletas (Guamán, 2022). Estos factores dificultan la exportación y limitan la participación de los agricultores en mercados internacionales rentables. Además, la ausencia de prácticas de comercio justo y de regulaciones adecuadas agrava la explotación laboral y el deterioro ambiental, perpetuando un ciclo de desigualdad y marginación para los trabajadores agrícolas (Quezada, 2022; León et al., 2024).

En la provincia del Carchi, durante el período enero a diciembre de 2024, las asociaciones paperas enfrentan precios inequitativos por alta intermediación, condiciones laborales deficientes y prácticas ambientales poco sostenibles, agravadas por brechas tecnológicas y de financiamiento, lo que limita su competitividad y dificulta su inserción en mercados internacionales; en este marco, se plantea la necesidad de implementar certificación de Comercio Justo como mecanismo para corregir dichas distorsiones y estabilizar ingresos.

1.2. Preguntas de investigación o hipótesis

- ¿Cómo se conforman hoy los precios, la intermediación, las condiciones laborales y las prácticas ambientales en la cadena papera del Carchi y qué brechas presentan frente a los principios de Comercio Justo?
- ¿Qué mercados internacionales muestran mayor demanda y viabilidad para papa del Carchi bajo Comercio Justo?
- ¿Qué estrategias de comercio justo se pueden emplear como alternativa de mejora para la comercialización internacional de papa de los agricultores de la provincia del Carchi?

1.3. Objetivos de investigación

1.3.1. Objetivo General

- Formular una propuesta de intervención con enfoque de Comercio Justo para potenciar el acceso a mercados internacionales de la papa del Carchi, mediante lineamientos de precio justo, condiciones laborales dignas, prácticas agrícolas sostenibles y gobernanza cooperativa.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Analizar la situación actual de la comercialización de papa de la provincia del Carchi.
- Determinar los mercados internacionales prioritarios para papa del Carchi bajo principios de Comercio Justo.
- Diseñar estrategias integrando los principios del comercio justo como alternativa de mejora para la comercialización internacional de papa desde la provincia del Carchi.

1.4. Justificación

Una respuesta a la problemática de la comercialización internacional es el comercio justo, pues contribuye al desarrollo sostenible al mejorar las condiciones de vida de las comunidades productoras y al fomentar la responsabilidad social de las empresas. Esto se refleja en el respeto por el medio ambiente y el apoyo a las economías locales en países en desarrollo, permitiendo que los productores diversifiquen sus ingresos y fortalezcan sus comunidades mediante inversiones en educación y salud (Fiedoruk, 2021).

El comercio justo podría mejorar las circunstancias socioeconómicas de los productores locales de papa, pues les permite recibir precios justos por sus productos y fomenta la adopción de prácticas de cultivo más sostenibles. Este estudio tiene como objetivo mejorar la comprensión de cómo el comercio justo puede ayudar a los agricultores a ser más competitivos y sostenibles tanto en la producción como en la comercialización de papa, al tiempo que fomenta una influencia positiva en el progreso económico y social de la región. En términos de conveniencia, esta investigación sirve para ordenar, en un solo marco, la adopción de principios y criterios mínimos de comercio justo en la cadena papera del Carchi y su articulación con la comercialización internacional, reduciendo asimetrías de información y aumentando la previsibilidad en la formación de precios y en las relaciones contractuales.

Además, esta investigación contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, que están formulados para abordar las desigualdades y salvaguardar el medio ambiente a fin de garantizar el bienestar de las generaciones futuras (Naciones Unidas, 2024). Específicamente, se alinea con el ODS 1 (Acabar con la pobreza) al proporcionar un medio para mejorar los ingresos de los agricultores locales a través de precios más justos y condiciones de trabajo decentes. Además, apoya el ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico) al abogar por prácticas comerciales justas que estimulan el progreso económico inclusivo y sostenible en Carchi.

Otro objetivo relevante es el ODS 12 (Producción y consumo responsables) al investigar el potencial del comercio justo para promover métodos agrícolas

sostenibles y reducir las consecuencias ambientales relacionadas con la producción y distribución de papa. Asimismo, contribuye al ODS 10 (Reducción de las desigualdades) al abordar las discrepancias en el acceso al mercado y las perspectivas económicas de los agricultores de la zona, garantizando un trato más justo y equitativo en la cadena de valor de la papa.

En el plano práctico, la propuesta atiende problemas reales de la cadena papera del Carchi; precios volátiles e inequitativos, alta intermediación, debilidades de cumplimiento socioambiental y barreras operativas para exportar (fitosanitarias, logísticas, aduaneras, empaque y etiquetado). La integración de contenidos de comercio justo con lineamientos de exportación facilita el tránsito desde mercados tradicionales hacia canales formales y éticos, con mayor trazabilidad, reducción de riesgos y mejor captura de valor en origen para los productores locales.

Desde el valor teórico, el estudio aporta al campo del comercio exterior al proponer un marco aplicado que vincula principios de comercio justo con requisitos de acceso a mercados internacionales en un contexto andino específico (papa del Carchi). Genera evidencia y categorías analíticas sobre cómo el precio justo, la gobernanza asociativa y la sostenibilidad inciden en la elegibilidad de mercado y la estabilidad de ingresos, ayudando a cerrar vacíos sobre la inserción internacional de pequeños productores bajo estándares socioambientales verificables.

El estudio está integrado con el Plan de Desarrollo “Creando oportunidades 2021-2025” de Ecuador. En cuanto al objetivo 1, esta investigación aboga por el crecimiento integral y el apoyo de las oportunidades laborales y mejora las condiciones laborales de los agricultores locales mediante la adopción de los principios del comercio justo. En relación con el Objetivo 3, el estudio respalda la productividad y la competitividad del sector agrícola, en particular en el cultivo de la papa, mediante la adopción de una estrategia de economía circular que promueve métodos sostenibles y responsables.

Por último, el Objetivo 8, la investigación apunta a crear nuevas perspectivas y bienestar para las regiones rurales, con un enfoque en la incorporación y el avance de las comunidades y nacionalidades en la provincia de Carchi, apoyando así el

progreso integral y equitativo de estas sociedades (Secretaría Nacional de Planificación, 2021).

La línea de investigación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC) “Negociación comercial internacional y gestión de procesos aduaneros” influye en este estudio, pues profundiza en cómo las prácticas de comercio justo pueden mejorar las capacidades de los agricultores locales para negociar precios y condiciones ventajosas en los mercados internacionales. En lo que respecta a la gestión de los procesos aduaneros, el análisis evalúa los obstáculos y las oportunidades en el marco aduanero, con el objetivo de perfeccionar los procedimientos para facilitar el comercio exterior de la papa, reducir los gastos y el tiempo y garantizar el cumplimiento de la normativa mundial.

Entre los principales beneficiarios se encuentran los agricultores de la provincia de Carchi, que pueden aprovechar la aplicación de estrategias basadas en el comercio justo para fortalecer su acceso a la comercialización internacional con precios equitativos para sus productos y métodos agrícolas responsables. Además, la comunidad agrícola en general se beneficiará al fortalecer su economía local y mejorar sus niveles de vida. Por lo tanto, este estudio tiene el potencial de tener un impacto sustancial en el bienestar y el progreso de la región del Carchi. Así mismo, los beneficiarios indirectos son los comerciantes, exportadores, organizaciones de la sociedad civil y consumidores conscientes. Al comprender mejor los desafíos y oportunidades asociados con el comercio justo en la comercialización de la papa carchense, estos actores podrán colaborar de manera efectiva en el diseño e implementación de estrategias que promuevan un comercio equitativo y sostenible.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. Antecedentes de investigación

La revisión sistemática de Meemken (2020), denominada “¿Do smallholder farmers benefit from sustainability standards? A systematic review and meta-analysis” examinaron los impactos económicos de las normas de sostenibilidad, como el comercio justo, en los pequeños agricultores de los países en desarrollo. Mediante una revisión sistemática y un meta análisis de 97 estudios originales, la investigación se centró en indicadores económicos como los precios de producción, los rendimientos, los costos de producción, las ganancias de los agricultores y los ingresos de los hogares para evaluar las ventajas de incorporar prácticas de comercio justo en sus operaciones.

Los resultados revelaron que los agricultores certificados que respetaban los principios del comercio justo recibían precios entre un 20 y un 30% más altos que los de sus homólogos no certificados. Este estudio es pertinente para evaluar los beneficios reales que los pequeños agricultores obtienen al adoptar prácticas de comercio justo, pues indica mejoras notables, aunque no se puede descartar la influencia de otros factores.

Arguello-Guadalupe et al. (2022) realizaron un artículo titulado “Estrategias de comercio justo para los pequeños agricultores de las parroquias rurales del cantón de Riobamba”. La investigación abordó los desafíos a los que se enfrentan los pequeños agricultores afiliados que se enfrentan a un entorno comercial imperfecto, particularmente en el mercado mayorista de los centros urbanos. La metodología consistió en realizar una encuesta de referencia entre las asociaciones participantes y construir matrices DAFO para cada una de ellas, identificando así sus puntos fuertes, débiles, oportunidades y amenazas.

En consecuencia, se propuso un conjunto de nueve estrategias de comercialización para mejorar los retornos económicos de los pequeños agricultores de las parroquias rurales del cantón de Riobamba. El estudio se centra principalmente en explorar las estrategias de comercialización, particularmente en el contexto de mejorar la

comercialización de la papa en Carchi, que son pertinentes para el desarrollo de los pequeños agricultores asociados.

Alcocer et al. (2020) son autores del artículo “Los sistemas productivos locales en el comercio justo”. Un estudio en el área rural de Ecuador”, donde examinaron la interacción entre los sistemas productivos y las prácticas de comercio justo. La metodología abarcó el estudio de los sistemas de producción locales y el comercio justo como mecanismo para la comercialización directa a los consumidores finales, además de realizar encuestas entre 40 productores agrícolas de la Asociación.

Los resultados pusieron de relieve el vínculo entre los sistemas productivos locales y la tradición del comercio justo en la región, haciendo hincapié en la importancia de la producción agrícola basada en los sistemas tradicionales para el establecimiento de los principios del comercio justo. El estudio aboga por que las iniciativas de comercio justo integren las prácticas tradicionales para facilitar su asimilación en los sistemas de producción nacionales, subrayando así su relevancia en el panorama actual de la investigación.

El estudio realizado por Mata (2020) se tituló “Los sistemas productivos locales en el comercio justo. Un estudio en el área rural de Ecuador” examinó el proceso de comercio justo desde la perspectiva de los principios del comercio justo, enfatizando la importancia de que las empresas y los productores comprendan estos principios. Empleando el método dialéctico-materialista como metodología, el estudio descubrió contradicciones en el proceso de comercialización y exploró nuevos patrones y mecanismos para el comercio justo.

Los hallazgos subrayaron la importancia del comercio justo como una opción preferible que ofrece más ventajas a los pequeños productores del sector agrícola. La investigación hizo hincapié en los beneficios económicos y sociales obtenidos mediante la aplicación del comercio justo, que beneficia especialmente a los pequeños agricultores.

La investigación aporta desde un plano teórico y metodológico. Teóricamente, profundiza en la comprensión de los principios del comercio justo aplicados a los

sistemas productivos rurales del Ecuador, destacando su potencial transformador sobre las condiciones socioeconómicas de los pequeños productores agrícolas. Metodológicamente, el uso del enfoque mixto permite una aproximación crítica que revela tensiones estructurales en la cadena productiva, lo cual resulta útil para sustentar el diseño de estrategias en esta investigación.

La publicación de Sterie e Ion (2022) se tituló “Enfoques para implementar prácticas de comercio justo para los pequeños agricultores” y se centró en la integración de las prácticas de comercio justo a nivel nacional dentro de la Unión Europea, destacando las ventajas para las partes interesadas involucradas. La investigación utilizó un análisis mixto de las áreas y producciones de los siete productos agrícolas principales, junto con cálculos de indicadores estadísticos como la desviación estándar, el coeficiente de variación y la tasa de crecimiento.

Los resultados revelaron que en toda la Unión Europea, 16 países tenían organizaciones nacionales de Comercio Justo, y Alemania ocupó el segundo lugar en términos de comercio minorista de productos de Comercio Justo en 2017. Además, se reconoció la importancia de la certificación en Europa debido al alto nivel de vida en estos países, lo que despertó el interés de los clientes por comprar productos con esta etiqueta. El estudio destacó los beneficios de las certificaciones dentro del comercio justo, pues inciden en la comercialización de los productos y el establecimiento de precios justos para los agricultores, contribuyendo así a la búsqueda continua de oportunidades para la comercialización internacional de papa.

La investigación de Niama et al. (2021) con el título “Comercio justo: la dinámica intermedia entre productor y consumidor”, se centró en examinar la importancia del comercio justo como una opción sostenible para los pequeños productores agrícolas y artesanales, destacando la inclinación de los consumidores internacionales hacia los productos que llevan esta etiqueta debido a su responsabilidad compartida a la hora de abordar el cambio climático y la pobreza.

La metodología incluyó un análisis bibliográfico para identificar las partes interesadas en el proceso comercial y los factores que influyen en la comercialización, como el plan estratégico, las estructuras legales y el segmento de mercado. El estudio

identificó tres dimensiones específicas dentro del contexto del comercio justo en Ecuador (competencia, conflicto y asociatividad), donde la competencia entre las organizaciones pioneras de la economía popular y solidaria y las organizaciones que intentaban imitar el modelo para obtener mayores ganancias surgió como un aspecto notable.

También se observaron conflictos entre las organizaciones que certificaban el Comercio Justo, los importadores y las organizaciones que emitían certificados, dado que sus intereses son desiguales. El aporte principal fue visualizar las dinámicas del mercado a través de las interacciones, conflictos, asociaciones y el papel del Estado en la gestión y control de la aplicación del comercio justo en Ecuador.

El estudio realizado por Maestre et al. (2022) titulado “El comercio justo en las cooperativas bananeras del Magdalena (Colombia): una estrategia para reducir la pobreza entre los pequeños productores”, aclaró los enfoques para aliviar la pobreza en las regiones rurales mediante la integración del comercio justo. Empleando una metodología de estudio de caso, la investigación analizó el establecimiento, el crecimiento y el progreso de las cooperativas de productores de banano. Se utilizó un enfoque interdisciplinario que abarcó encuestas, entrevistas y visitas de campo.

Los resultados demostraron que, de las seis cooperativas de comercio justo examinadas, cuatro fueron creadas por pequeños productores que colaboraban como un colectivo, mientras que las dos restantes se ajustaron a las demandas del mercado; las seis respondieron a la creciente demanda internacional de productos, y la certificación de comercio justo desempeñó un papel fundamental a la hora de impulsar los precios y generar interés en los mercados internacionales. La investigación evaluó la cooperación, la asociación y la integración del comercio justo como factores para mitigar la desigualdad derivada de la pobreza en los sectores rurales, una circunstancia que también prevalece en Ecuador, particularmente entre los productores de papa de Carchi.

La investigación de Ayala et al. (2024) titulada “Comercio justo, eje central del desarrollo en productores locales y exportadores de cacao *Theobroma cacao* L. en el cantón Quevedo”, se realizó en Ecuador provincia de Los Ríos y tuvo como premisa

analizar el impacto del comercio justo en el desarrollo de productores y exportadores de cacao. Los resultados expusieron un impacto positivo en precios tanto locales como internacionales, un alto interés por parte de los productores y beneficios potenciales al implementar medidas que motivan la equidad y sostenibilidad. Sin embargo, se destaca que la educación es clave para la participación activa y desarrollo pleno en tema de comercio justo.

Los resultados pusieron de relieve que las organizaciones se enfrentan a desafíos como las dinámicas regulaciones de comercio justo, la certificación múltiple de los productos, los impactos del cambio climático y las nuevas directrices europeas sobre la seguridad de los productos orgánicos. El estudio es importante debido a los desafíos análogos en la producción y la comercialización, lo que subraya el carácter imperativo de la implementación del comercio justo para impulsar las exportaciones de productos. Además, aclara los aspectos adversos pertinentes al contexto de Carchi (Ecuador).

Garza (2020) llevó a cabo el estudio “La implementación de prácticas de comercio justo en el comercio internacional para el desarrollo de la producción rural de arroz” en el que exploró la integración del comercio justo en la comercialización mundial del arroz para fomentar la inclusión, la equidad y la sostenibilidad de los pequeños productores. Empleando una metodología documental, la investigación rastreó la evolución histórica del comercio internacional, la evolución de los conceptos de comercio justo en Colombia y la correlación entre el comercio justo y los pequeños agricultores colombianos.

Los hallazgos destacaron la importancia de los principios del comercio justo en el mercado internacional del arroz, enfatizando las posibles ventajas para los productores marginados y el impacto sustancial en el progreso de la comunidad. El comercio justo en la comercialización del arroz tiene como objetivo mejorar los medios de vida de los agricultores y elevar el precio de venta del producto. Por lo tanto, existe un interés investigador en utilizar prácticas de comercio justo para la comercialización internacional de papas de la provincia de Carchi.

Pucuna (2022) realizó un estudio titulado “Alternativas de comercialización internacional para el sector de la acuicultura de la provincia de Carchi y la promoción de las exportaciones”, que se centró en establecer alternativas de comercialización internacional para la producción acuícola en la provincia mediante un enfoque mixto y descriptivo, que incluyó entrevistas con propietarios de empresas del sector.

Los hallazgos identificaron a los Estados Unidos como el principal mercado objetivo según el perfil de oportunidades y amenazas ambientales (POAM) y los acuerdos comerciales. Además, el estudio identificó una oportunidad de mercado basada en las tendencias de consumo, los precios de venta y la cadena de comercialización, lo que beneficiaba a los pequeños agricultores de Carchi.

2.2. Marco teórico

Previo a definir los términos de interés de la investigación se detallan las teorías que sustentan y guían el proceso de desarrollo.

2.2.1. Teorías del comercio internacional

Suriaga e Hidalgo (2021) clasifican las teorías del comercio internacional en teorías tradicionales y nuevas, y abarcan modelos como la ventaja absoluta, la ventaja comparativa, la teoría de Heckscher-Ohlin, la teoría del costo de oportunidad y la competencia monopolística. Estas teorías destacan que los países se especializan en producir bienes de manera eficiente, lo que genera beneficios comerciales mutuos al exportar bienes utilizando factores de producción abundantes e importar bienes que requieren factores escasos.

Estas teorías ofrecen una base para entender cómo la especialización productiva en la papa, aprovechando factores locales como clima, altitud y saberes ancestrales, generan ventajas comparativas para la provincia del Carchi. Las teorías sustentan la viabilidad de integrar a los pequeños productores a mercados internacionales bajo esquemas de comercio justo, demostrando que, si se alinean eficientemente los factores de producción con los requerimientos del mercado externo, se producen beneficios comerciales mutuos, condiciones más equitativas y sostenibles, y una inserción comercial más justa para las comunidades rurales.

Muñoz (2021) destaca en la Nueva Teoría del Comercio que las economías de escala, la diferenciación de los productos y la competencia imperfecta influyen en los patrones comerciales. Esta teoría sugiere que los países pueden especializarse en la producción de bienes específicos debido a las economías de escala, promoviendo el comercio incluso sin ventajas comparativas. Comprender estas teorías favorece analizar cómo la producción de papa en Carchi se alinea con las tendencias del mercado internacional y las oportunidades de comercio justo, teniendo en cuenta la ventaja comparativa de los posibles destinos de exportación.

2.2.2. Teorías de la sostenibilidad

La teoría del desarrollo sostenible tiene como objetivo armonizar las dimensiones ambiental, económica y social (Olivares y Leyva, 2023). Díaz y Navarrete (2021) subrayan el aspecto intergeneracional de la teoría y enfatizan la importancia de que las acciones actuales no pongan en peligro el bienestar de las generaciones futuras. Se aboga por un enfoque holístico, que reconozca la interconexión de las dimensiones en la toma de decisiones gubernamentales, económicas y políticas.

La teoría del desarrollo sostenible proporciona un marco integral para evaluar cómo el comercio justo puede equilibrar el crecimiento económico de los pequeños productores de papa del Carchi con la protección ambiental y la equidad social. Este enfoque permite analizar de manera articulada los impactos de la comercialización internacional desde una perspectiva que trasciende lo económico, e incluye prácticas agrícolas sostenibles, respeto a los derechos laborales y generación de oportunidades inclusivas.

Según Paredes (2023), la teoría del triple impacto proporciona un marco para ilustrar la conexión entre la sostenibilidad económica, social y ambiental en las empresas. El aspecto económico implica el desempeño financiero, la rentabilidad, la creación de empleo y el crecimiento nacional e internacional. El aspecto social considera la influencia de la empresa en la sociedad, incluida la inclusión, la diversidad, la creación de empleo y los impactos negativos.

En cuanto al medio ambiente, la teoría analiza factores como la gestión de residuos, el uso de los recursos naturales y las prácticas respetuosas con el medio ambiente. El éxito, según la teoría, radica en la capacidad de una empresa para aumentar los beneficios en las tres dimensiones, en lugar de centrarse únicamente en la rentabilidad. Para lograrlo, la gestión, la auditoría, la contabilidad, la presentación de informes y el monitoreo de la sostenibilidad desempeñan funciones básicas (Paredes, 2023).

La teoría permite analizar de forma completa cómo el comercio justo puede mejorar la comercialización internacional de la papa al incluir los tres pilares de la sostenibilidad. En lo económico, orienta la búsqueda de rentabilidad justa para los productores mediante precios equitativos y acceso a mercados; en lo social, promueve la inclusión de grupos tradicionalmente marginados, como mujeres rurales y pequeños agricultores; y en lo ambiental, incentiva el empleo de prácticas de cultivo responsables.

2.2.3. Teoría del comercio justo

Salas et al. (2021) establecen que la teoría del comercio justo surge de la necesidad de abordar las dificultades que encuentran los pequeños productores agrícolas de los países en desarrollo cuando comercian con los países desarrollados. Su objetivo es fomentar un crecimiento económico equitativo a través de relaciones comerciales justas. El comercio justo se ha convertido en un movimiento social centrado en establecer conexiones directas entre los consumidores y los productores, garantizar un apoyo financiero y unos contratos duraderos, al tiempo que defiende valores como la equidad y el trato respetuoso.

Este modelo posibilita a los productores recibir un precio razonable que satisfaga sus necesidades básicas y les permita un nivel de vida digno. Además, el comercio justo crea oportunidades de mercado para los pequeños productores campesinos organizados en cooperativas y microempresas que agregan valor a los productos. Al hacerlo, los sectores tradicionalmente marginados pueden acceder a los mercados y mejorar su bienestar económico y social (Aguilar et al., 2021).

2.2.4. Teoría de la economía popular y solidaria

La Economía Popular y Solidaria (EPS) ha experimentado un crecimiento sin precedentes y se ha convertido en una opción importante para el progreso económico. No fue sino hasta 2008, tras la adopción de la nueva Constitución de Ecuador, que el marco económico fue reconocido oficialmente como social y solidario, abarcando varios tipos de entidades económicas. Este enfoque inclusivo incorpora los sectores cooperativo, asociativo y comunitario, tal como se describe en el artículo 283 de la Constitución (Asamblea Nacional Constituyente, 2021).

Además, en 2011 se aprobó la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, que proporciona una definición de EPS en su primer artículo (Asamblea Nacional Constituyente, 2011). Al mismo tiempo, se crearon organismos públicos para supervisar e impulsar el crecimiento de la EPS. En 2009, el Decreto Ejecutivo 1668 creó el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, con el objetivo de fomentar el desarrollo de las EPS. Además, se creó la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria (SEPS) para supervisar a las instituciones económicas y financieras vinculadas a la EPS (Monge y Yáñez, 2023).

La teoría de la Economía Popular y Solidaria reconoce y valora las formas organizativas comunitarias, asociativas y cooperativas presentes en el sector papero del Carchi. Este enfoque permite analizar cómo la lógica de cooperación, reciprocidad y gestión democrática son una vía efectiva para que los pequeños productores accedan a procesos de comercialización más justos y sostenibles.

Además, esta teoría se vincula con los principios del comercio justo, pues ambos modelos promueven la equidad, la inclusión y el desarrollo local, fortaleciendo el tejido productivo desde una perspectiva solidaria. De esta manera, la investigación puede identificar estrategias que integren la economía solidaria como plataforma para la certificación, exportación y mejora de condiciones socioeconómicas en las comunidades agrícolas.

2.2.5. Teoría de la demanda recíproca

Según Apolinario et al. (2021) la teoría del intercambio social postula que una relación de intercambio se forma cuando las naciones logran un equilibrio en el que sus

exportaciones totales cubren el total de las importaciones, alineando así la oferta y la demanda. Esta teoría es más aplicable cuando los países tienen un tamaño económico similar, pues la demanda influye significativamente en los precios de mercado.

En casos de disparidad económica, la nación más pequeña se beneficia más debido a que la relación comercial se inclina a su favor. Esta teoría es relevante para el comercio justo, dado que considera las características económicas de los países en el intercambio de productos y, en particular, favorece la participación de los países en desarrollo con productos cooperativos.

La teoría de la demanda recíproca explica cómo el equilibrio en el intercambio comercial entre países depende de la complementariedad entre lo que se exporta y lo que se importa. En el caso de la papa producida en Carchi, esta teoría justifica la inserción del producto en mercados internacionales donde exista una demanda real insatisfecha, especialmente en países industrializados que requieren materia prima agrícola.

Desde la lógica del comercio justo, esta teoría refuerza la necesidad de establecer relaciones comerciales equilibradas, en las que los pequeños productores no solo logren colocar su producto, sino que reciban un valor justo por él, contribuyendo así a corregir las asimetrías comerciales que históricamente han perjudicado a los países en desarrollo.

2.2.6. Teoría de las capacidades dinámicas

Según Rueda et al. (2022), las capacidades dinámicas corresponden a las habilidades y competencias gerenciales y empresariales de los gerentes y emprendedores. Este concepto está vinculado a un modelo híbrido que combina aspectos del capitalismo gerencial y empresarial. En el contexto de la teoría de las capacidades dinámicas, las empresas son vistas como organizaciones con estrategias y capacidades específicas, y estas capacidades sustentan las actividades de producción.

Según Cadrazco et al. (2021), los gerentes y emprendedores facilitan el crecimiento y mejora de las capacidades empresariales, y su liderazgo y visión estratégica desempeñan un papel clave en el éxito de la empresa. La teoría subraya la importancia del gerente empresarial como innovador, estratega y administrador de recursos.

Con respecto al comercio justo, la teoría de las capacidades dinámicas se vincula, pues las organizaciones o cooperativas que poseen capacidades dinámicas son eficaces a la hora de implementar los principios del comercio justo. Por ejemplo, al desarrollar productos y procesos sostenibles, obtener precios justos, inclusión y normas que aseguren los derechos de los trabajadores para el trabajo digno y que favorezca la calidad de vida.

En el contexto del Carchi, esta teoría permite comprender cómo las asociaciones de productores de papa pueden fortalecer sus capacidades internas, como la toma de decisiones colectivas, la implementación de prácticas sostenibles y la búsqueda de certificaciones, para responder a las exigencias del comercio internacional bajo principios de comercio justo. Además, orienta el diseño de estrategias que potencien el liderazgo, la capacitación y la transformación organizativa, elementos clave para acceder a nuevos mercados, negociar condiciones más equitativas y asegurar un crecimiento competitivo y sostenible.

2.2.7. Teoría de la justicia distributiva

La teoría de la justicia distributiva postula que es responsabilidad del Estado garantizar una distribución equitativa de la propiedad dentro de la sociedad, garantizando así a todas las personas el acceso a un cierto nivel de recursos materiales. Esto facilita el desarrollo de las habilidades de las personas y la obtención del mérito necesario para adquirir más bienes y servicios. Al mismo tiempo, sirve para disminuir las disparidades sociales y económicas, fomentando un sistema de comercio más justo e imparcial (González y Gelabert, 2025).

En esencia, la justicia distributiva tiene como objetivo garantizar que todos los miembros de la sociedad tengan las mismas oportunidades para prosperar, sin las desigualdades iniciales o las circunstancias personales que puedan impedir su éxito.

Este concepto actúa como complemento o base para la promoción del comercio justo, pues ofrece vías para el progreso de las comunidades rurales.

2.2.8. Comercio Justo

2.2.8.1. Características e impacto del Comercio Justo en la comercialización

Para la World Fair Trade Organization (WFTO) (2020) el comercio justo constituye una sociedad comercial que se basa específicamente en el diálogo, la transparencia y el respeto, orientada a mayor equidad en el comercio internacional. Desde la literatura, Navarro (2024) lo conceptualiza como operaciones comerciales justas enfocadas en apoyar a productores que han sido marginados principalmente en países en desarrollo fortaleciendo su acceso al mercado y asegurando precios razonables junto a estabilidad en ingresos.

El comercio justo representa una iniciativa social y económica que se esfuerza por establecer relaciones comerciales justas y éticas entre productores y consumidores a escala mundial (Aguilar et al., 2021). Se centra en garantizar condiciones comerciales equitativas para los productores, en particular los de los países en desarrollo, mediante la promoción de precios justos, condiciones de trabajo decentes, el respeto ambiental y el crecimiento sostenible (Argüello et al., 2022).

El movimiento surgió en la posguerra entre los años 1940–50, con iniciativas “Trade not Aid”; en los 1960–70 se consolidaron las tiendas solidarias y redes europeas; en los 1980–90 aparecieron los sellos de certificación (p. ej., Max Havelaar) y se institucionalizaron estándares; entre 2000–2010 se expandieron a cadenas globales (café, cacao, banano) y surgió la Prima como instrumento comunitario; desde 2015, el enfoque incorporó salario e ingreso digno y debida diligencia en derechos humanos y ambiente, consolidando puentes con ODS y compras responsables (Montoya, 2020).

El comercio justo se esfuerza por desafiar y transformar las disparidades y prácticas injustas que prevalecen en el comercio tradicional, respaldando una distribución más equitativa de los beneficios comerciales y una mayor conciencia de las circunstancias de producción y comercio en toda la cadena de suministro (Moreno y Sani, 2022).

El comercio justo se caracteriza por varios atributos clave que lo diferencian de las prácticas comerciales convencionales. Estos atributos abarcan el establecimiento de asociaciones comerciales basadas en la equidad, la transparencia y el respeto mutuo entre productores y consumidores (Quezada, 2022). Además, el comercio justo se dedica a ofrecer precios equitativos a los productores, garantizando su capacidad para cubrir los gastos de producción y garantizar un ingreso respetable.

A través de este enfoque, se fomenta la promoción de condiciones de trabajo seguras y dignas, el fomento del desarrollo sostenible dentro de las comunidades de productores y la promoción de una mayor conciencia sobre las injusticias del comercio internacional (Politakis, 2023). La importancia del comercio justo radica en su capacidad para abordar las desigualdades inherentes al sistema de comercio mundial y promover un modelo más inclusivo, ético y sostenible que beneficie tanto a los productores como a los consumidores (Niama et al., 2021).

Varios factores limitan la implementación del comercio justo, como la dinámica de poder desigual, la pobreza persistente en las zonas rurales, la infraestructura de comercialización limitada, la demanda restringida de productos agrícolas, la financiación inadecuada para cubrir los gastos de obtención y mantenimiento de las certificaciones de comercio justo y la información insuficiente para los productores y los consumidores (Lozano y Guijarro, 2020). En consecuencia, participar en operaciones comerciales puede convertirse en un obstáculo más que en un beneficio para los agricultores.

El Comercio Justo establece un marco para garantizar precios justos y mejorar la calidad de vida de los pequeños productores, como se señala en estudios anteriores (Joseph et al., 2021). Por ejemplo, Kossmann (2021) destaca que el reconocimiento de la certificación de comercio justo en productos agrícolas aumenta la disposición de los consumidores a pagar precios más altos, lo que mejora las intenciones de compra. Este hallazgo es pertinente para esta investigación, ya que respalda la idea de que aplicar certificaciones de comercio justo en la papa producida en el Carchi puede traducirse en mejores ingresos para los agricultores al acceder a mercados diferenciados.

Asimismo, Sterie e Ion (2022) indican que los productos etiquetados con sellos de comercio justo en Europa occidental tienen mayor valor, ya que representan principios como equidad, justicia y cooperativismo. Este aporte es relevante porque justifica la orientación del presente estudio hacia mercados europeos como destinos estratégicos para la papa del Carchi, donde se valora el comercio ético y se paga un sobreprecio por productos certificados.

Por otro lado, Unicef (2021) advierte sobre la alta prevalencia de trabajo infantil en las economías en desarrollo, lo cual refuerza la importancia de adoptar los principios del comercio justo en la provincia del Carchi. Incorporar criterios que prohíban la explotación infantil no solo responde a estándares éticos internacionales, sino que también incrementa la credibilidad y aceptación de los productos en mercados responsables.

En India, la Alianza de Comercio Justo de Kerala (FTAK) ha sido un modelo exitoso para pequeños agricultores de café, anacardos y especias, ha facilitado el acceso a mercados globales y ha mejorado los ingresos de los agricultores a través de prácticas de comercio justo, abordando temas como la seguridad alimentaria y la sostenibilidad de los cultivos (Joseph et al., 2021). Otro estudio sobre la compra de arroz basmati en India destaca que el comercio justo supera a los sistemas convencionales en sostenibilidad, ofreciendo mejores resultados económicos, sociales y ambientales (Fridell et al., 2023).

El movimiento se ha expandido a nivel mundial, con una presencia notable en América Latina y el Caribe, donde están registradas un gran número de organizaciones de productores (Sterie e Ion, 2022). En la Amazonía peruana, las iniciativas de comercio justo han tenido un impacto significativo en los productores agrícolas locales. Un estudio reveló que el 51% ha adoptado acciones socialmente responsables, fortaleciendo el desarrollo sostenible y la responsabilidad social y fomentando la confianza y una competencia sana entre los agricultores (Barro et al., 2023).

En el sur de Bolivia, las prácticas de comercio justo se han vinculado a la producción de quinua, alineándose con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Estas

iniciativas han empoderado a los productores locales al proporcionarles acceso a los mercados mundiales, mejorando así la sostenibilidad ambiental y las condiciones económicas. Además, el sistema de comercio justo ha facilitado la exportación de productos orgánicos, contribuyendo al alivio de la pobreza y al desarrollo de tecnologías ambientalmente racionales (Stöcker et al., 2024).

En Brasil, el comercio justo se ha integrado en las organizaciones rurales, fomentando la innovación social y los modelos de desarrollo colaborativo. La formación de cooperativas y la certificación de comercio justo han llevado al aprendizaje colectivo y a la mejora de las prácticas de gestión entre los productores rurales. Estos cambios han fortalecido la posición de los pequeños agricultores y han mejorado su capacidad para adaptarse a las nuevas demandas del mercado (Silva et al., 2022).

En Ecuador, el comercio justo ha sido fundamental para reducir la pobreza, en las provincias de Los Ríos, Guayas y Manabí, se ha asociado con un aumento de los ingresos de los productores de cacao, en particular mediante precios mínimos y primas monetarias, que mejoran la estabilidad financiera (Ayala et al., 2024). En otras palabras, se han comprobado los beneficios del comercio justo en el ámbito nacional. Por esta razón, el presente estudio aborda el caso de la papa, el segundo cultivo agrícola más importante del país después del maíz (Basantes et al., 2020).

2.2.8.2. Principios del comercio justo en el contexto de la comercialización internacional de papa

Acorde a la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2024) los principios del comercio justo son 10:

- Generar oportunidades para productores con desventaja las iniciativas de comercio justo tienen como objetivo crear oportunidades para los productores desfavorecidos al facilitar el acceso al mercado y brindar el apoyo necesario para su crecimiento económico (Argüello et al., 2022).
- Transparencia y responsabilidad la transparencia y la rendición de cuentas son aspectos necesarios para el comercio justo, pues requieren que todas las partes involucradas en la cadena de suministro operen con apertura y claridad,

lo que incluye divulgar las prácticas comerciales y garantizar condiciones laborales justas (Cuenca et al., 2022).

- Prácticas comerciales justas implican la implementación de políticas que promuevan el respeto y la equidad en todas las transacciones comerciales, como los contratos equitativos y la eliminación de las conductas de explotación (Aguilar et al., 2021).
- Precios justos garantizan que los productores reciban una compensación adecuada por su trabajo, cubriendo los costos de producción y permitiendo un nivel de vida digno (Cortes, 2023).
- Garantizar ausencia de trabajo infantil ni forzoso, es un objetivo clave de las organizaciones de comercio justo, pues requiere un monitoreo continuo de las cadenas de suministro para salvaguardar los derechos de los trabajadores y brindar acceso a la educación y a condiciones de vida seguras para todos los empleados, especialmente para los niños (Quesada et al., 2023).
- Compromiso de no discriminar aboga por la promoción de la igualdad de oportunidades y por evitar la discriminación basada en diversos factores como la raza, el género, la religión, la discapacidad, la orientación sexual o cualquier otra característica. Es imperativo que las organizaciones garanticen que todos los empleados sean tratados con dignidad y respeto, fomentando un entorno laboral inclusivo y justo (Quesada et al., 2023).
- Garantizar condiciones de trabajo adecuadas implica proporcionar un entorno de trabajo seguro, saludable y respetuoso. Esto incluye mantener un lugar de trabajo libre de riesgos, suministrar el equipo de protección adecuado y garantizar períodos de descanso y horas de trabajo razonables. Además, los empleados deben tener acceso a beneficios fundamentales como la atención médica y los seguros (Vera, 2023).
- Permitir el desarrollo de capacidades, no solo apunta a lograr condiciones económicas y laborales justas, sino también al crecimiento personal y profesional de los productores y trabajadores. Esto se logra a través de programas educativos, capacitación e iniciativas que mejoran sus habilidades, conocimientos y capacidad para administrar y hacer crecer sus negocios de manera sostenible (Mendoza et al., 2020).

- Promoción de comercio justo involucra crear conciencia y educar a los consumidores sobre el impacto de seleccionar productos que cumplan con los principios de equidad y justicia. También abarca obtener la certificación, el etiquetado de los productos y la organización de campañas y eventos que muestren las historias y los esfuerzos de los productores y las comunidades beneficiarias (Ramírez S. , 2021).
- Respetar el medio ambiente: engloba emplear métodos agrícolas ecológicos, gestionar responsablemente los recursos naturales, mermar las emisiones de carbono y mitigar la contaminación generada por actividades agrícolas (Campos y Simbaña, 2021).

En la revisión teórica no se identificaron investigaciones donde el comercio justo se aplique en la comercialización internacional de papa, pero sí en otros productos agrícolas como banano, café, arroz, cacao, así como textiles y artesanías (Bautista et al., 2023; Quesada et al., 2023; Ayala et al., 2024; Campos y Simbaña, 2021; Castillo y Guarniz, 2022; Cortes, 2023; Garza, 2020; Herreros y Ortiz, 2022; Maestre et al., 2022; Narvárez, 2022; Ramírez, 2021). No obstante, al ser un modelo puede aplicarse a cualquier producto, solo debe considerarse la organización, la disposición a transformarse, el nivel de compromiso, infraestructura, economía, e incluso las prácticas tradicionales (Alcocer et al., 2020).

2.2.8.3. Criterios de cumplimientos de los principios del comercio justo

En la Tabla 1 se detallan los criterios para cumplir la aplicación de los principios del Comercio Justo establecidos por la World Fair Trade Organization:

Tabla 1

Criterios de cumplimiento de los principios del comercio justo

N	Principio	Criterio
1	Generar oportunidades para productores con desventaja	<ul style="list-style-type: none"> • Misión • Responsabilidad de alta gerencia • Enfoque en productores económicamente marginados • Compromiso con la mejora de las condiciones • Reinvertir las ganancias • Organización y gobernanza
2	Transparencia y responsabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Transparencia • Comunicación y retroalimentación • Toma de decisiones participativa

		<ul style="list-style-type: none"> • Etiquetado de productos y declaraciones • Declaraciones bien fundamentadas por miembros de las redes de comercio justo
3	Prácticas comerciales justas	<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdos comerciales • Respetar los acuerdos • Pago • Prepago • Uso de prepagos • Problemas de calidad y compensación • Relaciones a largo plazo • Competencia desleal • Identidad cultural • Política de suministro • Escala de salario digno local • Costo del producto • Proporción equitativa del precio al consumidor
4	Precios justos	<ul style="list-style-type: none"> • El proceso de negociación justa • Información y capacitación • Salario mínimo • Salarios dignos locales • Pagos justos para sus productores • Precios justos para proveedores de productos de comercio justo
5	Garantizar ausencia de trabajo infantil ni forzoso	<ul style="list-style-type: none"> • No hay niños empleados • Protección de trabajadores jóvenes • Participación de los hijos e hijas de productores en la producción • No hay trabajo forzado y trata de personas • No a la discriminación • Igualdad salarial hombres / mujeres • Selección equitativa de Productores / Proveedores • Política de género
6	Compromiso de no discriminar	<ul style="list-style-type: none"> • Empoderar a las mujeres • Violencia / acoso sexual en su organización • Posición de las mujeres en la comunidad • Trabajo y familia • Mujeres embarazadas y madres primerizas • Libertad de Asociación • Apoyar a la organización de trabajadores • Evaluación y Gestión de Riesgo de Salud y Seguridad • Capacitación en Salud y Seguridad e involucramiento de los Trabajadores/as
7	Garantizar condiciones de trabajo adecuadas	<ul style="list-style-type: none"> • Condiciones de Seguridad: • Prácticas de Salud y Seguridad de los Productores/as • Horas de Trabajo • Seguridad Social Mínima • Seguridad Social Adicional • Pago a Trabajadores/as: • Empleo Estable • Plan de Capacitación
8	Permitir el desarrollo de capacidades	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyo a los Proveedores de Comercio Justo • Desarrollo de Capacidades de las redes de comercio justo y organizaciones de apoyo al comercio justo. • Promoción de Comercio Justo
9	Promoción de comercio justo	<ul style="list-style-type: none"> • Incidencia sobre temas de Comercio Justo e involucramiento en la Organización Mundial del Comercio Justo. • Cumpliendo con sus afirmaciones • Sistema de Membresía creíble y afirmaciones por las Redes de Comercio Justo:

10	Respetar el medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Requisitos para el Sistema de membresía • Cumplir con los requisitos ambientales legales: • Minimizar los Impactos • Los productores/as minimizan los Impactos: • Capacitación y Apoyo en asuntos medioambientales • Embalaje y Transporte
----	----------------------------	---

Nota: Elaboración propia con datos de El Manual de Comercio Justo de WFTO (World Fair Trade Organization [WFTO], 2020).

2.2.8.4. Dimensiones del comercio justo y los pequeños agricultores

La educación sobre el consumo sostenible y la promoción del comercio justo se consideran bienes públicos porque no son excluyentes ni contradictorios; por lo tanto, deben ser accesibles para todos y ser utilizados por todos (Aguilar et al., 2021). En consecuencia, el comercio justo abarca dimensiones a nivel individual, colectivo y social (Niama et al., 2021). La Tabla 2 describe las características, los productores y los beneficiarios de estas dimensiones. Es importante reconocer que la naturaleza multifacética explica la amplia gama de organizaciones que participan en el comercio justo.

Tabla 2

Dimensiones del Comercio Justo

Dimensiones	Naturaleza	Productores	Beneficiarios
Comercio-bien material	Bien privado	Pequeños productores agropecuarios artesanales y	Consumidores de la ciudad
Equidad-característica justa	Bien de asociación	Organizaciones	Productores y consumidores
Educación – regulación	Bien público	Organizaciones de Economía Popular y Solidaria (OEPS)	Consumidores y productores

Nota: Tomado de Comercio justo: La dinámica intermedia entre el productor y el consumidor (Niama et al., 2021, pp.190-191).

Los aspectos fundamentales del comercio justo incluyen la transparencia, la equidad, la participación y la sostenibilidad. La transparencia garantiza que los pequeños agricultores reciban un precio justo por sus productos y que las condiciones de intercambio sean transparentes y equitativas. La equidad se logra cuando los pequeños agricultores tienen el mismo acceso a los mercados y las oportunidades que los grandes productores, además de recibir asistencia y capacitación para mejorar su productividad y competitividad.

La participación permite a los pequeños agricultores participar activamente en las decisiones que afectan a sus empresas y comunidades. Por último, la sostenibilidad en el comercio justo debe alinearse con el bienestar ambiental y social, sin comprometer el bienestar de las generaciones futuras (Andrade et al., 2024).

2.2.8.5. Requisitos para la obtención de la certificación Fairtrade en la comercialización de papa.

Para obtener la certificación Fairtrade, los productores y comerciantes deben cumplir con una serie de requisitos establecidos por la Organización Mundial de Comercio Justo. Estos requisitos incluyen la creación de oportunidades para productores en desventaja económica; transparencia y rendición de cuentas; relaciones comerciales justas; pago de un precio justo; respeto a las normas contra el trabajo infantil y explotación laboral; compromiso con la equidad de género, la no discriminación y libertad de asociación; condiciones de trabajo y prácticas saludables; desarrollo de capacidades; promoción del Comercio Justo; y respeto por el medio ambiente.

Además, los productores deben aceptar auditorías y cumplir con los estándares de Fairtrade, que incluyen la certificación de la organización, la presentación de documentación de soporte, la realización de una auditoría por parte de un organismo de certificación independiente y la evaluación y presentación de resultados. Estos requisitos garantizan que los productores y comerciantes que obtienen la certificación Fairtrade cumplan con los estándares de comercio justo, lo que beneficia a los pequeños productores y a las comunidades rurales (Lozano y Guijarro, 2020).

En Ecuador FLOCERT es la principal institución que otorga la certificación, para ello audita a las organizaciones que cumplen con los estándares de comercio justo establecidos por Fairtrade International, esto con el fin de promover condiciones comerciales más justas y sostenibles. (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2020a).

Es clave distinguir entre sistemas: Fairtrade International (certificación de producto u organización, auditada por FLOCERT) y el sistema de garantía WFTO (enfoque organizacional y de cadena). Ambos convergen en principios, pero difieren en alcance

y verificación; esta investigación prioriza la ruta Fairtrade por su encaje con productos agrícolas y los mecanismos de Precio Mínimo y Prima aplicables a papa.

2.2.8.6. Comercio Justo en Latinoamérica y Ecuador

El comercio justo ha facilitado que los agricultores obtengan bienestar social y económico, así como la inclusión laboral sin discriminación y en condiciones adecuadas (Monge y Yáñez, 2023). En este contexto, el comercio justo es una alternativa para fomentar la producción agrícola local, sostenible y sustentable. A la vez la certificación de comercio justo facilita la comercialización internacional de los productos agrícolas para alcanzar mayores precios de venta (Aguilar et al., 2021).

El desenvolvimiento social y económico de las comunidades a nivel de Latinoamérica y en Ecuador es un tema que involucra diversos aspectos y desafíos. En Latinoamérica, la cooperación y la integración comunitaria son fundamentales para promover la cohesión social y el bienestar de sus habitantes. Organizaciones como Ayuda en Acción trabajan en proyectos que buscan incluir a ciudades y comunidades en un enfoque solidario y participativo, contribuyendo así al crecimiento sostenible de la región (Corresponsables, 2024).

Las plantaciones de banano certificadas como de comercio justo en América Latina por Fairtrade International cumplen con estrictos criterios sociales y ambientales. Los empleados reciben salarios justos, beneficios de salud y un entorno de trabajo seguro, con la prohibición del trabajo infantil (Maestre et al., 2022). En Colombia, numerosos productores de café han cosechado los beneficios del comercio justo a través de un precio garantizado para su café, junto con el acceso a financiación y apoyo técnico.

Esto se ha traducido en una mejora de los niveles de vida y en el empoderamiento de la comunidad (Herreros y Ortiz, 2022). En Perú, las cooperativas de tejedores textiles con lana de alpaca y algodón orgánico han conservado su patrimonio artesanal al alcanzar precios justos que benefician su economía familiar (Castillo y Guarniz, 2022). En Guatemala, las comunidades indígenas manufacturan artesanías textiles y de cerámica y se han beneficiado de implementar comercio justo al acceder a nuevos mercados y obtener ingresos justos por su trabajo (Sippert, 2022).

Alcocer et al. (2020) determinaron que en Ecuador el 62,5% de los agricultores considera que comercio justo y los sistemas productivos orgánicos se vinculan con mayores ganancias en sus productos, acceso a financiamiento e ingreso mercados internacionales. Por su parte, Monge y Yáñez (2023) manifiestan que las Organizaciones de Economía Popular y Solidaria (OEPS) emplean certificaciones de comercio justo con enfoque económico y social.

A escala económica destacan: Fairtrade, Símbolo de Pequeños Productores (SPP) y Guaranteed Fair Trade. Socialmente se presentan las certificaciones: BCS ÖKO Garantie, Naturland Fair, Fair for Life y Global GAP. En el caso particular del sector agropecuario se emplean popularmente certificaciones Fairtrade, SPP, BCS, y Fair for Life y Naturland Fair.

2.2.9. Comercialización internacional

La comercialización internacional es un proceso empresarial que incluye la venta y distribución global de bienes y servicios. Requiere una planificación minuciosa y maniobras estratégicas para adaptarse a las diversas culturas, regulaciones y situaciones de mercado de los países objetivo (Suriaga e Hidalgo, 2021). El ámbito de la comercialización internacional abarca diversas actividades, como el análisis de mercado, la modificación de productos, las estrategias de precios, las tácticas promocionales y la distribución global (Pucuna, 2022).

El establecimiento de una presencia exitosa en el mercado global ofrece a las empresas vías para el crecimiento, la expansión, la diversificación y la exploración de nuevas bases de clientes y mercados (Muñoz, 2021). Montenegro (2020) destaca que la comercialización internacional también implica hacer frente a desafíos como la competencia global, las fluctuaciones de los tipos de cambio, las barreras comerciales y las disparidades culturales. Por lo tanto, un enfoque estratégico y una comprensión integral de los mercados internacionales son necesarias para lograr el éxito en este entorno tan competitivo y dinámico.

La comercialización internacional se distingue por su adaptabilidad a diversos mercados, la diversificación de la base de clientes y la gestión adecuada de la

logística global. Requiere una comprensión profunda de las regulaciones del comercio internacional y la capacidad de discernir las oportunidades y amenazas en entornos variados y cambiantes (Alonso, 2021).

Raffo y Hernández (2021) establecen que la comercialización internacional es la base para las empresas que requieren ampliar su alcance y mejorar sus flujos de ingresos. Facilita el acceso a los mercados, la diversificación del riesgo, el aprovechamiento de las economías de escala y la mejora de la competitividad. Además, fomenta la innovación y el intercambio de conocimientos, fomentando así el crecimiento sostenible de las empresas en un entorno globalizado. Este paradigma se extiende a las organizaciones, asociaciones y cooperativas que buscan posicionar sus productos en los mercados internacionales.

Los principales obstáculos para la comercialización internacional incluyen las barreras arancelarias y no arancelarias, los obstáculos culturales y lingüísticos, la volatilidad de los tipos de cambio, la competencia mundial, las complejidades logísticas y los riesgos políticos. La superación de estos desafíos requiere una planificación estratégica sólida, una gestión de riesgos eficiente y una adaptación continua a la dinámica de los mercados internacionales (González y Lechuga, 2020).

2.2.9.1. El comercio justo y su relación con la comercialización internacional de papa
El comercio justo es una metodología comercial destinada a mejorar las condiciones laborales justas, la mejora de los ingresos y la sostenibilidad para los productores y trabajadores de los países en desarrollo. Si bien las investigaciones anteriores no mencionaron explícitamente la papa como un producto de comercio justo, hubo una presencia notable de otros productos agrícolas como el café, el cacao y el plátano.

Estos productos básicos ejemplifican cómo el comercio justo incide positivamente en la comercialización mundial al ofrecer precios equitativos, abogar por técnicas agrícolas sostenibles y mejorar los medios de vida de los agricultores (Aguilar et al., 2021). Si bien la literatura existente no hace hincapié en la papa, su incorporación podría beneficiar en gran medida a los grupos de productores, al igual que los impactos observados en otros productos agrícolas en diferentes países.

Estudios recientes como Alcocer et al. (2020), Arguello-Guadalupe et al. (2022), Campos y Simbaña (2021), Monge y Yáñez (2023) y Moreno y Sani (2022) arrojan luz sobre la influencia del comercio justo en Ecuador, particularmente en la industria agrícola. Estas investigaciones subrayan que, gracias a las prácticas de comercio justo, los agricultores ecuatorianos han registrado aumentos en los precios de sus productos y mejoras en las condiciones del mercado. Esta situación ha permitido el acceso a mercados mundiales y promover un crecimiento equitativo y sostenible en sus localidades.

Minda y Terán (2023) y Melo (2023) revelan que la comercialización de papa se enfrenta a varios desafíos, en particular las fluctuaciones de precios y las condiciones climáticas desfavorables que afectan a la productividad. Además, la presencia de intermediarios en la cadena de suministro eleva el precio final al por menor, y los agricultores no reciben una compensación justa por su trabajo.

A pesar de estos obstáculos, existe potencial para exportar papas, ya sea como productos frescos o en formas procesadas, como alimentos congelados, hojuelas y otros derivados (Triveño, 2024). Estas oportunidades podrían aprovecharse mediante la implementación de los principios de comercio justo, que potenciarían las condiciones de los productores y facilitarían la entrada en los mercados mundiales.

En un cultivo perecible y volátil como la papa, el Comercio Justo permite: estabilizar ingresos con precio mínimo y prima; ordenar la calidad (calibres, defectos, mermas) y la trazabilidad por lote; fortalecer contratos y pre-financiamiento para reducir dependencia de intermediarios; alinear y trabajo decente en centros de acopio y empaque; incorporar prácticas ambientales (uso racional de insumos, manejo de residuos, suelo y agua); y articular logística (frío si aplica, embalaje y etiquetado) a requisitos de mercado destino.

2.2.9.2. Investigación de mercados internacionales

La investigación de mercados internacionales favorece comprender las oportunidades y los comportamientos de los mercados en territorios extranjeros. Este método implica

la recopilar y analizar datos para respaldar las decisiones estratégicas en la expansión internacional de una empresa (Soledispa et al., 2021).

El proceso se lleva a cabo de manera sistemática y objetiva, e implica el establecimiento de objetivos claros, la identificación de los posibles países objetivo y la ejecución de investigaciones primarias o secundarias para obtener la información pertinente (López et al., 2020).

La investigación de mercado internacional difiere de la investigación nacional debido a su énfasis en los mercados extranjeros, la necesidad de adaptarse a los diversos entornos culturales y la importancia de comprender las tendencias económicas y políticas en cada país objetivo específico. Es significativo para las organizaciones que buscan ampliar su presencia global y tomar decisiones bien informadas dentro de un panorama empresarial internacional cada vez más competitivo (López et al., 2020).

2.2.9.3. Acuerdos comerciales de Ecuador que favorecen la comercialización de papa

Ecuador ha establecido pactos comerciales notables para la comercialización mundial de productos agrícolas, como la papa. Uno de los acuerdos clave es el Acuerdo Comercial Multipartidista de 2023 con la Unión Europea, que ha permitido la liberalización inmediata del 99,7% del suministro agrícola exportable histórico de Ecuador. Este acuerdo ha simplificado la exportación de productos agrícolas ecuatorianos a la Unión Europea con aranceles preferenciales, mejorando así la accesibilidad y la competitividad de estos productos en el mercado europeo (Comité de Comercio Exterior, 2022).

Además, este acuerdo ha fomentado la ampliación de los mercados de exportación, generando perspectivas de expansión y progreso para los productores agrícolas del país (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2022). También se destaca el acuerdo comercial con China (Tratado de Libre Comercio), con el objetivo de mejorar el acceso de Ecuador al mercado, fomentar la competitividad y fomentar el crecimiento económico.

Del mismo modo, facilita la reducción de los aranceles sobre los materiales, equipos y maquinaria esenciales, en apoyo de las empresas ecuatorianas. Cabe destacar que este acuerdo beneficia particularmente a la industria agrícola al promover las exportaciones de productos agrícolas que China enfrenta una escasez; este mercado objetivo comprende alrededor de 1.400 millones de consumidores (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2023).

2.3. Marco legal

2.3.1. Leyes y normativas del Comercio Justo y agricultura

En la Tabla 3 se detallan las leyes y normativas del Comercio que consideran documentos internacionales como la declaración sobre los principios y valores del comercio justo, así como el documento máximo del Ecuador como es su Constitución Nacional. También se consideran leyes y acuerdos internos.

Tabla 3

Marco legal del Comercio Justo

Nombre de la Ley	País	Objetivo
Declaración sobre los Principios y Valores del Comercio Justo	Internacional	Instituye los principios y valores del Comercio Justo, que abarcan conceptos como la equidad, la sostenibilidad, la transparencia y el compromiso (World Fair Trade Organization [WFTO], 2020).
Constitución de la Republica del Ecuador	Ecuador	El artículo 276 prioriza el establecimiento de un sistema económico equitativo por parte del Gobierno. Además, el artículo 416 aboga por la promoción de un marco novedoso de comercio e inversión basado en la justicia y la solidaridad (Asamblea Nacional Constituyente, 2021).
Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria	Ecuador	Reconoce el comercio justo como modelo de acuerdo económico y establece directrices para su promoción y mejora (Asamblea Nacional Constituyente, 2011). Defiende el derecho de las personas y las comunidades a garantizar el acceso a alimentos sanos, abundantes y nutritivos producidos localmente, al tiempo que honra su patrimonio cultural y sus costumbres.
Ley orgánica de Agrobiodiversidad, Semillas y Fomento de Agricultura Sustentable	Ecuador	Además, considera de interés público la conservación del medio ambiente, los ecosistemas, la biodiversidad y el legado genético del país (Asamblea Nacional Constituyente, 2017b).
Ley de Fomento y Desarrollo Agropecuario	Ecuador	Establecer condiciones para aumentar la inversión, utilizar eficazmente los recursos y generar ingresos para la reinversión y la mejora de la capacidad productiva del país (Consejo Supremo de Gobierno, 1994).
Acuerdo No. 003-2017 – Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo	Ecuador	Delimita los objetivos, las tácticas y las iniciativas para fomentar el comercio justo en la nación (Asamblea Nacional Constituyente, 2017a).

Nota: Elaboración propia con base en Constitución de la República del Ecuador (2008); Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria (2011); Ley Orgánica de Agrobiodiversidad, Semillas y Fomento de la Agricultura Sustentable (2017); Ley de Fomento y Desarrollo Agropecuario (1994); Acuerdo No. 003-2017 – Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo; World Fair Trade Organization (2020).

2.3.2. Certificaciones del Comercio Justo

En la Tabla 4 se detallan las principales certificaciones del comercio justo que constan en la Guía Internacional de sellos de Comercio Justo. Estas certificaciones avalan que las operaciones en la producción cumplan con los lineamientos para asegurar beneficios sociales y económicos.

Tabla 4

Certificaciones del Comercio justo

Certificado	Aplicación	Objetivo
ATES	Turismo	Se concentra en generar efectos económicos positivos a nivel local. Además, aboga por un intercambio más compasivo entre los turistas y las comunidades locales.
Biopartenaire	Mercado francés	Hace hincapié en las cadenas de valor guiadas por los estándares de certificación ecológica y la utilización sostenida de los recursos humanos.
Fair for life	Operación diversos sectores	Encarna por completo la esencia del comercio justo y está diseñado para los pequeños productores a nivel profesional. Sirve como punto de referencia, garantizando así que los productos cumplan con los criterios internacionales de comercio justo, que abarcan los precios justos, la observancia de los derechos laborales, las metodologías sostenibles y las inversiones en las comunidades locales.
Fairtrade	Agricultura	Significa que un producto se ha fabricado y comercializado de acuerdo con los principios del comercio justo.
Fair Trade Certified	Operaciones en diversos sectores	Fusiona los principios de la agricultura orgánica y el comercio justo en beneficio de los agricultores.
Naturland	Agricultura, Textiles, otros	Fomenta el avance de los pequeños productores y las cooperativas, centrándose en la sostenibilidad y la paridad.
Fair	Agricultura	Comprende una red de entidades de comercio justo que certifican a las asociaciones y organizaciones que llevan a cabo actividades basadas en los principios del comercio justo.
Símbolo de Pequeños Productores (SPP)		
Guaranteed Fair Trade	Operaciones en diversos sectores	

Nota: Elaboración propia con datos de Guía Internacional de sellos de Comercio Justo (Lozano y Guijarro, 2020).

2.3.3. Acuerdos de la World Fair Trade Organization

Los acuerdos de la OMC son tratados internacionales que reglamentan el comercio entre países miembros y presentan el fin de garantizar que el comercio fluya libre entre los países. Además, integran bienes, servicios y propiedad intelectual. Los principales acuerdos de la WFTO se detallan en la Tabla 5:

Tabla 5

Acuerdos de la World Fair Trade Organization

Acuerdo	Descripción
Aranceles: Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio	Estandariza el comercio de bienes, estableciendo directrices para reducir los aranceles y las barreras comerciales.
Agricultura: Acuerdo sobre la Agricultura	Mejora el acceso a los mercados agrícolas al disminuir los subsidios agrícolas y los impedimentos comerciales.
Normas y seguridad: Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias	Garantiza el cumplimiento de las medidas sanitarias y fitosanitarias.
Servicios: Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios	Refuerza la transparencia, garantiza el acceso al mercado y fomenta el comercio de servicios.
Propiedad intelectual: Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio	Protege los derechos de propiedad intelectual de una manera que estimula la innovación y la transferencia de tecnología.
Antidumping, subvenciones y salvaguardias:	<ul style="list-style-type: none"> • Permite a los gobiernos abordar los casos de dumping que causan un daño legítimo. • Se esfuerza por eliminar los subsidios que distorsionan el comercio y crean ventajas injustas para las empresas de otros países. • Simplifica el proceso para que los países miembros protejan temporalmente sus industrias y, al mismo tiempo, se ajusten a los niveles de competitividad internacional. • Garantiza que los reglamentos y normas técnicas no obstaculicen el comercio, enfatizando la importancia de sistemas simples, transparentes y predecibles.
Obstáculos no arancelarios:	<ul style="list-style-type: none"> • Los gobiernos deben proporcionar información a los comerciantes para asegurarse de que comprenden los procedimientos. • Establece un sistema de valoración aduanera justo, coherente e imparcial. • Promueve la transparencia y la eficiencia al verificar la calidad, la cantidad y el precio de los productos antes de la exportación para evitar demoras en el comercio. • Se establecen criterios para determinar el origen del producto, lo que facilita el comercio internacional y los ajustes en las preferencias arancelarias. • Desalienta las medidas de inversión que distorsionan el comercio internacional, promoviendo inversiones justas y no discriminatorias.
Acuerdos plurilaterales	<ul style="list-style-type: none"> • Estandariza el comercio de aeronaves civiles y sus piezas, así como la contratación pública por parte de los gobiernos.
<ul style="list-style-type: none"> • Medidas antidumping • Acuerdo sobre Subvenciones y Medidas Compensatorias • Salvaguardias: 	
<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio • Acuerdo sobre Procedimientos para el Trámite de Licencias de Importación • Normas para la valoración en aduana de las mercancías • Inspección Previa a la Expedición • Normas de Origen • Medidas en materia de Inversiones relacionadas con el Comercio 	
<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdo sobre el Comercio de Aeronaves Civiles 	

Nota: Elaboración propia con datos de Entender la OMC: Los acuerdos (Organización Mundial del Comercio, 2024).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Descripción del área de estudio/grupo de estudio

El área de estudio correspondió a la provincia del Carchi, territorio andino de vocación agropecuaria ubicado en el extremo norte del Ecuador, cuya altitud predominante en pisos templado-fríos y la presencia de suelos jóvenes de origen volcánico favorecen sistemas de producción de papa de ciclo corto con alta intensidad de uso del suelo.

Esta delimitación se justificó por la concentración real de la actividad papera y la trayectoria productiva de los actores locales; la presencia de organizaciones de base que permiten el levantamiento de información primaria y la implementación posterior de estrategias; y la pertinencia de intervenir un territorio con barreras comerciales y organizativas identificadas, pero con potencial de mejora bajo principios de comercio justo. Carchi ofrece heterogeneidad agroecológica suficiente para captar variabilidad productiva de la papa, densidad asociativa para el trabajo de campo y relevancia estratégica para ensayar mecanismos de acceso a mercados más justos desde estructuras locales.

En este contexto operan asociaciones de productores con dispersión cantonal y parroquial (MAG, 2024), que abastecen principalmente mercados nacionales mediante esquemas tradicionales de comercialización; la estructura organizativa existe, pero requiere fortalecimiento para articularse a canales diferenciados.

La población objetivo se obtuvo de una base de datos del Ministerio de Agricultura y Ganadería con la existencia de 40 asociaciones productoras de papa en Carchi con un total de 754 socios. Sin embargo, para efectos operativos la población de estudio se acotó a 206 socios activos pertenecientes a 10 asociaciones que pudieron ser contactadas en 2024. La unidad de análisis fue el productor asociado.

Los 206 socios son una población finita por ello, se empleó la fórmula para investigaciones cuantitativas obteniéndose una representación muestral de 134 socios.

$$n = \frac{\frac{Z^2 * p(1 - p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{Z^2 * p(1 - p)}{e^2 N}\right)}$$

Donde:

N=población total (206)

z=nivel de confianza 95% (1,96)

p=probabilidad de apareamiento del fenómeno 50% (0,5)

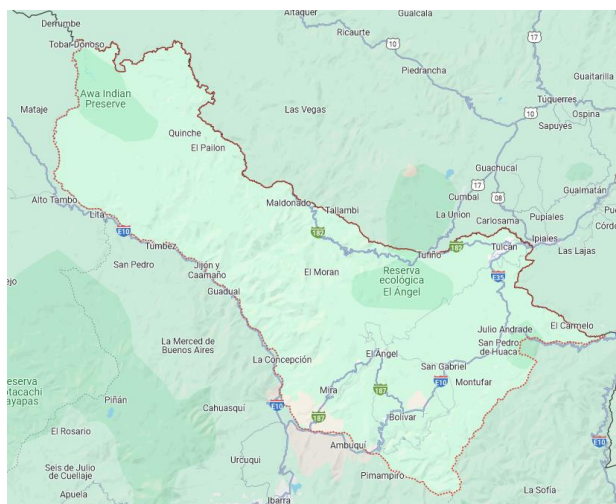
e=margen de error 5% (0,05)

$$n = \frac{\frac{1,96^2 * 0,5(1 - 0,5)}{0,05^2}}{1 + \left(\frac{1,96^2 * 0,5(1 - 0,5)}{0,05^2(206)}\right)} = 134 \text{ encuestas}$$

La selección de los socios fue mediante un método de muestreo no probabilístico por conveniencia considerando agricultores con cultivo de papa vigente en el ciclo 2024 y aceptación del consentimiento informado; se excluyeron socios inactivos, quienes no sembraron papa en el periodo de referencia o registros con cuestionarios incompletos en más del 20% de los ítems.

Figura 1

Ubicación de área de estudio (provincia del Carchi)



Fuente: Mapa Carchi de Google maps (2024)

3.2. Enfoque y tipo de investigación

La investigación se desarrolló bajo un enfoque mixto, empleándose herramientas cuantitativas para medir aspectos como los precios y la producción de papa, los volúmenes de comercialización, indicadores económicos, la participación de mercado y datos demográficos de los agricultores. En el ámbito cualitativo, se analizaron

normativas laborales, políticas de equidad, prácticas de cultivo, estructuras organizativas y el nivel de conocimiento sobre el comercio justo.

La metodología de investigación fue de tipo descriptiva, analítica, de campo y propositiva, pues incluyó descripciones detalladas de fuentes primarias y secundarias, como artículos, libros e informes. Así mismo, se analizó el mercado potencial mediante un análisis PESTEL, se centró en la caracterización del sector papero, el análisis de prácticas comerciales, la evaluación de condiciones actuales y el diagnóstico de capacidades relacionadas con la aplicación del comercio justo en las asociaciones de productores de papa y su comercialización internacional.

La investigación de campo consistió en un trabajo directo con los agricultores, observación de procesos, recolección de datos in situ e interacción con las asociaciones. Así mismo, la investigación propositiva se aplicó en el desarrollo de estrategias para el fortalecimiento del conocimiento del comercio justo en las actividades agrícolas y comercialización internacional del producto, siendo la base los datos recopilados del contexto carchense.

3.3. Definición y operacionalización de variables

3.3.1. Definición de variables

Variable independiente - Comercio justo: implica intercambios basados en el diálogo, la transparencia y la confianza para promover la justicia en los negocios y apoyar el desarrollo sostenible de los pequeños agricultores y productores a fin de mejorar las condiciones comerciales y defender sus derechos (Aguilar et al., 2021).

Variable dependiente - Comercialización internacional: Los sistemas de comercialización internacional evolucionan con el tiempo y se adaptan a diversos factores, como los medios de intercambio, la demanda y la oferta, con el objetivo de generar beneficios adicionales que vayan más allá de las necesidades. El intercambio internacional de bienes y servicios se expande a través de los medios de transporte (Suriaga e Hidalgo, 2021).

En la Tabla 6 y 7 se muestra la operacionalización de las variables donde se detalla variable, dimensión, indicador, ítem, técnicas, instrumentos y fuentes, mismos que se emplearon para extraer información durante la investigación.

3.3.2. Operacionalización de variables

Tabla 6

Operacionalización variable independiente

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Técnica	Instrumento	Fuente	
Variable independiente: Comercio Justo	Condiciones laborales justas	• Pago justo	5. ¿Cómo evalúa usted los precios actuales de la papa en comparación con los costos de producción?	Encuesta estructurada	Cuestionario	Agricultores	
			6. ¿Qué factores afectan el precio de la papa?				
		• Cumplimiento de normas laborales	7. ¿Considera que las normas laborales están siendo cumplidas en su actividad como productor de papa?	Encuesta estructurada	Cuestionario	Agricultores	
			• Políticas de equidad				8. ¿Qué políticas tiene implementadas su empresa o comunidad para promover la igualdad y evitar la discriminación en el ámbito laboral?
	• Condiciones laborales	9. ¿Cómo son las condiciones laborales en su trabajo?	Encuesta estructurada	Cuestionario	Agricultores		
	Prácticas ambientales sostenibles	• Condiciones de cultivo sostenible	14. ¿Ha participado usted o su personal en capacitaciones relacionadas con el cultivo de papa y prácticas agrícolas sostenibles?	Encuesta estructurada	Cuestionario	Agricultores	
			• Conservación de recursos naturales	10. ¿Qué medidas toma usted o su comunidad para conservar los recursos naturales durante el cultivo de la papa?	Encuesta estructurada	Cuestionario	Agricultores
			• Prácticas orgánicas	11. ¿Usted tiene conocimiento sobre prácticas de cultivo orgánico? 12. ¿Ha considerado la posibilidad de adoptar prácticas de cultivo orgánico en su producción de papa?	Encuesta estructurada	Cuestionario	Agricultores

		13. ¿Cuáles serían los obstáculos para implementar prácticas de cultivo orgánico en su producción?			
	• Gestión ambiental	15. ¿Tiene certificaciones ambientales? 16. ¿Qué tipo de certificaciones ambientales tiene?	Encuesta estructurada	Cuestionario	Agricultores
Desarrollo comunitario	• Organización comunitaria	17. ¿Qué tipo de organización comunitaria existe en su área de producción de papa? 18. ¿Qué ventajas tiene al pertenecer a esta organización comunitaria de productores?	Encuesta estructurada	Cuestionario	Agricultores
	• Conocimiento del comercio justo	19. ¿Está familiarizado con el concepto de comercio justo y las prácticas asociadas a este enfoque? 20. ¿Cree usted que la implementación de prácticas de comercio justo podría beneficiar a usted o su comunidad de productores de papa? 21. ¿Estaría dispuesto a adoptar medidas adicionales para promover el comercio justo en su actividad como productor de papa?	Encuesta estructurada	Cuestionario	Agricultores
		4. ¿Usted tiene conocimiento sobre el comercio justo? 11. ¿Cómo podría el sector privado contribuir al desarrollo de cadenas de valor más eficientes? 13. ¿Cómo podría apoyar la academia para facilitar la exportación y la implementación de comercio justo?	Entrevista en profundidad	Cuestionario	Representante de asociaciones de cultivo de papa
		1. ¿Conoce el termino comercio justo? En caso de ser positivo ¿Cuál es su importancia para los agricultores, ¿qué realiza el GAD para			GAD provincial

promoverlo y cuáles han sido los desafíos para su implementación?

2. ¿Desde el GAD existen capacitaciones sobre el comercio justo?

3. ¿Cómo podría el GAD contribuir al desarrollo de cadenas de valor más eficientes para productos de comercio justo?

4. ¿Existen programas de certificación de comercio justo ofrecidos por el GAD?

5. ¿Existen programas de financiamiento municipales para apoyar la exportación bajo comercio justo? En caso de ser negativo ¿Cuáles son los limitantes?

6. ¿Desde el GAD se genera asistencia técnica para la comercialización internacional de productos como la papa? ¿Cómo se realiza esta?

• Beneficios sociales	2 ¿Qué opciones de financiamiento ha utilizado para su producción de papa?	Encuesta estructurada	Cuestionario	Agricultores
	6. ¿Ha tenido acceso a programas de financiamiento gubernamentales para apoyar la exportación? En caso de ser positivo ¿Cómo fue su experiencia?	Entrevista en profundidad	Cuestionario	Representante de asociaciones de cultivo de papa
	12. ¿Ha tenido acceso a financiamiento o seguros por parte del sector privado? Si no, ¿cómo debería mejorarse este acceso?			GAD provincial

Tabla 7

Operacionalización variable dependiente

Variable	Dimensión	Indicador	Ítem	Técnica	Instrumento	Fuente
Variable dependiente: Comercialización Internacional	Investigación de Mercados	• Precios internacionales	- Precio de la papa en los últimos 5 años	Análisis PESTEL	Ficha de análisis	Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAG] Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca de Ecuador [MPCEIP]
			- Precio de la papa en países vecinos			
		- Demanda de la papa en el mercado nacional e internacional en los últimos 5 años	Análisis PESTEL	Ficha de análisis	Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAG] Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca de Ecuador [MPCEIP]	
		• Demanda global	1. ¿Cuál es su volumen de producción actual y qué porcentaje se destina a mercados locales, nacionales e internacionales? 2. ¿Qué barreras específicas (técnicas, logísticas, financieras) afectan su comercialización? 3. ¿Qué experiencia tiene en exportación de papa? En caso de no tener ninguna experiencia ¿Cuáles han sido los obstáculos?	Entrevista en profundidad	Cuestionario	Representante de asociaciones de cultivo de papa GAD provincial
		• Tendencias de consumo	- Tendencia reciente en los hábitos de consumo de los clientes en relación con los productos de papa	Análisis PESTEL	Ficha de análisis	Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAG] Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca de Ecuador [MPCEIP]

	<ul style="list-style-type: none"> • Mercados potenciales 	<p>- Mercados potenciales para la comercialización internacional de la papa</p> <p>4. ¿Cuáles son los principales mercados de destino para su producción de papa?</p> <p>- Tasa de crecimiento de la demanda local</p> <p>- Participación en el mercado local e internacional</p>	<p>Análisis PESTEL</p> <p>Encuesta estructurada</p> <p>Análisis PESTEL</p>	<p>Ficha de análisis</p> <p>Cuestionario</p> <p>Ficha de análisis</p>	<p>Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAG]</p> <p>Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca de Ecuador [MPCEIP]</p> <p>Agricultores</p> <p>Trade Map</p> <p>Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAG]</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis competitivo 	<p>1. ¿Cuáles son los principales canales de comercialización que utiliza para vender su producción de papa?</p> <p>3. ¿Qué tecnologías ha implementado en su cultivo de papa?</p> <p>22. ¿Cuáles considera usted son los principales desafíos para exportar papa hacia otros mercados?</p>	<p>Encuesta estructurada</p>	<p>Cuestionario</p>	<p>Agricultores</p>
		<p>7. ¿Considera importante contar con asistencia técnica en comercio exterior desde el gobierno? ¿Qué tipo de asistencia sería más útil?</p>	<p>Entrevista en profundidad</p>	<p>Cuestionario</p>	<p>Representante de asociaciones de cultivo de papa</p> <p>GAD provincial</p>
Regulaciones comerciales	<ul style="list-style-type: none"> • Acuerdos comerciales 	<p>- Acuerdos comerciales que afecten la exportación o importación de productos de papa</p>	<p>Análisis PESTEL</p>	<p>Ficha de análisis</p>	<p>Organización Mundial del Comercio [OMC]</p> <p>Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca de Ecuador [MPCEIP]</p>

	<p>23. ¿Usted tiene experiencia respecto a acuerdos comerciales que afecten la exportación de productos de papa?</p> <p>24. ¿Qué experiencia tiene su comunidad respecto a acuerdos comerciales que afecten la exportación de productos de papa?</p> <p>25. ¿Usted tiene experiencia respecto a acuerdos comerciales que afecten la importación de productos de papa?</p> <p>26. ¿Qué experiencia tiene su comunidad con respecto a acuerdos comerciales que afecten la importación de productos de papa?</p>	Encuesta estructurada	Cuestionario	Agricultores
<ul style="list-style-type: none"> • Barreras arancelarias 	<p>9. ¿Existen acuerdos comerciales favorables para la exportación de papa?</p> <p>- Barreras arancelarias que afectan o benefician la comercialización internacional de papa</p> <p>- Políticas o mecanismos de importación o exportación que afectan a los agricultores locales de papa</p>	Entrevista en profundidad	Cuestionario	Representante de asociaciones de cultivo de papa GAD provincial Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca de Ecuador [MPCEIP]
<ul style="list-style-type: none"> • Políticas de Importación o exportación 	<p>- Requisitos fitosanitarios para importar o exportar papa</p> <p>- Procedimientos y documentación aduanera requerida para exportación</p>	Análisis PESTEL	Ficha de análisis	Ministerio de Producción Comercio Exterior, Inversión y Pesca [MPCEIP] Ministerio de Agricultura y Ganadería [MAG] Organización Mundial del Comercio [OMC] SENAE

8. ¿Cómo podría el gobierno facilitar la simplificación de trámites de exportación para los pequeños y medianos exportadores?	Entrevista en profundidad	Cuestionario	Representante de asociaciones de cultivo de papa GAD provincial
10. ¿Tiene alianzas comerciales internacionales para facilitar la exportación? En caso de ser positivo ¿Cuáles son y en qué consisten?	Entrevista en profundidad	Cuestionario	Representante de asociaciones de cultivo de papa GAD provincial
5. ¿Qué tipo de políticas públicas o marcos regulatorios considera necesarios para apoyar la exportación de papa?	Entrevista en profundidad	Cuestionario	Representante de asociaciones de cultivo de papa GAD provincial

3.4. Procedimientos

Objetivo 1: Situación actual de la comercialización de papa de la provincia del Carchi.

Se realizó un cuestionario para la encuesta que se aplicó a los agricultores de papa de la provincia. El mismo se validó con expertos para determinar su pertinencia. Al obtener el instrumento se estableció contacto con las asociaciones registradas en el Ministerio de agricultura para obtener su autorización y aplicar posteriormente la encuesta. Este proceso se ejecutó digitalmente con Google Forms o físicamente en la asociación, esto dependió de la ubicación.

Al obtener información sobre la comercialización de papa a nivel local se emitió un análisis sobre precios, cantidad y temporadas de producción, compradores, competencia, apertura hacia la comercialización internacional y limitantes para el proceso. Para el análisis de empleo estadística descriptiva.

Objetivo 2: Mercado internacional y la demanda existente de papa bajo principios del comercio justo.

Se desarrolló una revisión bibliográfica sobre el mercado internacional potencial para la exportación de la papa, así como sus derivados, la demanda, los requisitos; todo bajo un contexto de comercio justo.

Objetivo 3: Estrategias integrando los principios del comercio justo como alternativa de mejora para la comercialización internacional de papa desde la provincia del Carchi

Se diseñaron estrategias integrando los principios del comercio justo como alternativa de mejora para la comercialización internacional de papa desde la provincia del Carchi, esto a partir de la información recopilada en las fases anteriores. Para ello, se consideraron casos de éxito en materia similar para identificar factores de cambio y limitaciones. Las estrategias se emitieron en un formato que facilite su comunicación hacia los agricultores.

3.5. Consideraciones bioéticas

Las consideraciones bioéticas se relacionaron directamente con la autorización de participar en la investigación por parte de los agricultores de la provincia del Carchi, además de emplear la información recopilada de forma ética y con fines educativos.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el presente apartado se exponen y discuten los resultados obtenidos a partir del trabajo de campo con encuestas y entrevistas y el análisis documental, con el fin de dar respuesta a los objetivos específicos planteados en esta investigación. En primer lugar, se analiza la situación actual de la comercialización de papa en la provincia del Carchi, considerando aspectos como los canales de venta, condiciones laborales, niveles de organización y acceso a mercados.

Posteriormente, se aborda la identificación del mercado internacional potencial y la demanda existente de papa, incorporando los principios del comercio justo como criterio transversal. Los hallazgos permiten comprender las limitaciones estructurales y las oportunidades estratégicas del sector papero, generando insumos para el diseño de estrategias orientadas a la comercialización equitativa y sostenible desde el territorio.

4.1. Analizar la situación actual de la comercialización de papa de la provincia del Carchi.

4.1.1. Descripción general de la muestra

La muestra estuvo conformada por 148 productores de papa, de los cuales 134 pertenecen a asociaciones registradas en la base de datos del MAG, mientras que se incluyeron 14 encuestas adicionales a agricultores no asociados que aportaron información valiosa desde una perspectiva externa a las organizaciones formales.

En cuanto a la experiencia en el cultivo, el 51,4% de los encuestados cuenta con entre 11 y 20 años en esta actividad, lo que refleja una sólida trayectoria agrícola. Territorialmente, la mayor concentración se ubica en los cantones de Montúfar (33,8%) y Tulcán (29,1%). A nivel parroquial, destacan San Gabriel (20,9%), La Libertad (15,5%) y Huaca (14,2%). En relación con las variedades cultivadas, la más representativa es la variedad Súper, reportada por el 71,6% de los productores. En términos de volumen, el 48% indicó producir más de 500 quintales mensuales, mientras que el 25% produce entre 50 y 200 quintales.

4.1.1. Comercialización de papa en Carchi

En relación con los canales de comercialización utilizados por los productores de papa en la provincia del Carchi, en la Figura 2 se observa una marcada preferencia por mecanismos tradicionales. En esta respuesta hay más de 148 respuestas dado que se podía elegir más de una opción. El 57% de los agricultores comercializa mediante intermediarios o mayoristas su producción, mientras que 43% lo hace a través de mercados locales.

Es importante destacar que ninguno de los encuestados reportó utilizar acuerdos con supermercados, participación en ferias agrícolas especializadas ni exportación a mercados internacionales, lo cual evidencia una limitada diversificación de canales y una dependencia significativa de esquemas informales o tradicionales de comercialización.

Figura 2

Canales de comercialización empleados en el Carchi



Respecto a los destinos de venta de la producción de papa, los resultados reflejan una clara orientación hacia el mercado nacional. El 63% de los productores manifestó vender su producción en mercados nacionales ubicados en grandes ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca y Riobamba, mientras que el 37% indicó destinarla al consumo local dentro de su propia comunidad o cantón de origen (Figura 3). Cabe señalar que, al tratarse de una pregunta de respuesta múltiple, los porcentajes superan el total de la muestra.

Estos datos evidencian que, aunque existe una fuerte presencia en mercados urbanos a nivel nacional, la comercialización sigue estando anclada principalmente al ámbito interno, sin incursión significativa en mercados internacionales, lo cual limita las posibilidades de escalamiento y el acceso a esquemas de comercio justo.

Figura 3

Principales mercados destino



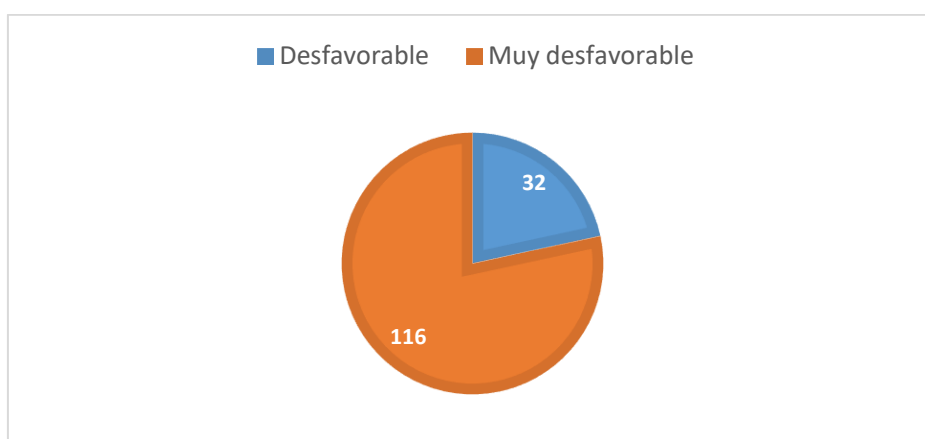
Es importante señalar que, al momento de aplicar las encuestas a los productores de papa de la provincia del Carchi, se presentó una coyuntura particular, el precio de la papa en finca se encontraba en niveles bajos, por debajo del costo de producción, lo que generó pérdidas económicas generalizadas en el sector. Cabe destacar que el precio de la papa en Ecuador presenta una alta volatilidad, con marcadas fluctuaciones según la temporada, el clima, la oferta nacional y las condiciones del mercado. En ciertas épocas, los precios pueden elevarse considerablemente, mientras que en otras caen drásticamente, como fue el caso durante la recolección de datos. Por tanto, los resultados reflejan no solo la percepción estructural del sector, sino también el impacto inmediato de una fase crítica del ciclo comercial.

La evaluación de los precios de la papa por parte de los productores encuestados fue unánimemente negativa. según la Figura 4 el 78% calificó los precios como muy desfavorables, mientras que el 22 los consideró desfavorables. Ningún productor percibió los precios como regulares o favorables. Esta percepción está relacionada con la coyuntura del período en el que se realizó el levantamiento de datos, donde los precios de la papa se encontraban particularmente bajos, sin cubrir siquiera los costos de cultivo.

En consecuencia, los agricultores enfrentaban pérdidas económicas directas y un margen de ganancia igual a 0%, lo que compromete seriamente la sostenibilidad económica de la actividad. Si bien los precios pueden experimentar variaciones estacionales, la falta de estabilidad y el predominio de precios por debajo del umbral de rentabilidad constituyen una amenaza estructural para los productores y una barrera para avanzar hacia esquemas más justos y sostenibles de comercialización.

Figura 4

Evaluación de precios de papa



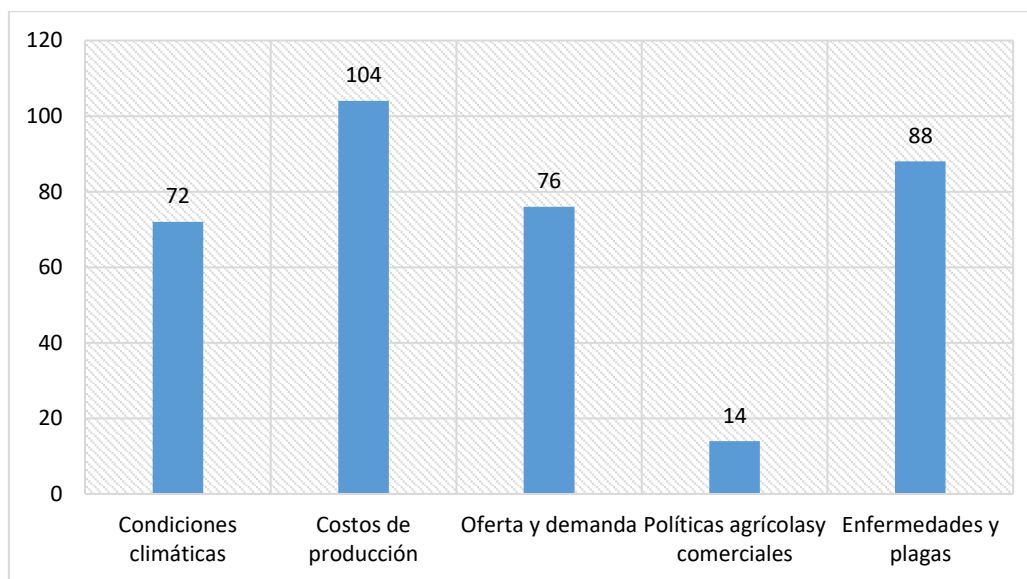
Según los agricultores encuestados, los principales factores que inciden negativamente en el precio de la papa están relacionados con elementos productivos y contextuales. Es importante señalar que en esta pregunta se permitía seleccionar más de una opción por encuestado, por lo que el total de menciones supera el número de participantes. El costo de producción tuvo 104 menciones, posicionándose como la causa principal de presión sobre los márgenes de ganancia. Le siguen las enfermedades y plagas del cultivo, con 88 menciones, y la dinámica de la oferta y la demanda, con 76 menciones, factores que afectan tanto la disponibilidad del producto como la estabilidad de los precios en el mercado (Figura 5).

Asimismo, las condiciones climáticas fueron identificadas por 72 menciones como un factor de impacto considerable, dado que alteran directamente el rendimiento del cultivo. Por último, solo 14 encuestados seleccionaron las políticas agrícolas y comerciales como un factor determinante, lo cual sugiere que los productores perciben que los costos productivos superan los beneficios derivados de la

intervención estatal (Figura 5). Cabe mencionar que entre los costos más relevantes se encuentran los insumos fitosanitarios, como los químicos para el control de plagas, que se relacionan directamente con uno de los factores más señalados por los agricultores.

Figura 5

Factores que afectan el precio de la papa



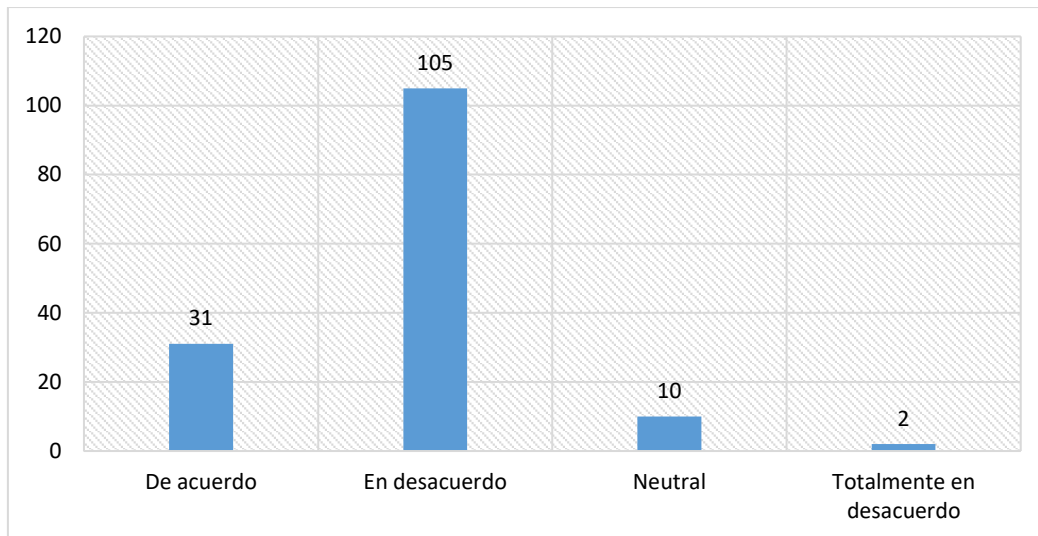
4.1.2. Condiciones laborales y organizativas

Los resultados revelan una percepción mayoritariamente negativa respecto al cumplimiento de las normas laborales en la producción de papa en la provincia del Carchi. Según la Figura 6, 105 agricultores manifestaron estar en desacuerdo con que se cumplen estas normativas en su entorno laboral, y 2 encuestados expresaron un total desacuerdo, lo que indica situaciones de precariedad o informalidad laboral.

En contraste, apenas 31 encuestados estuvieron de acuerdo y 10 se mantuvieron en una postura neutral frente al tema. Estos datos reflejan una debilidad estructural en las condiciones de trabajo del sector agrícola, lo cual constituye una barrera crítica para la implementación de modelos basados en comercio justo, los cuales exigen el respeto y cumplimiento de los derechos laborales como uno de sus pilares fundamentales.

Figura 6

Cumplimiento de normas laborales

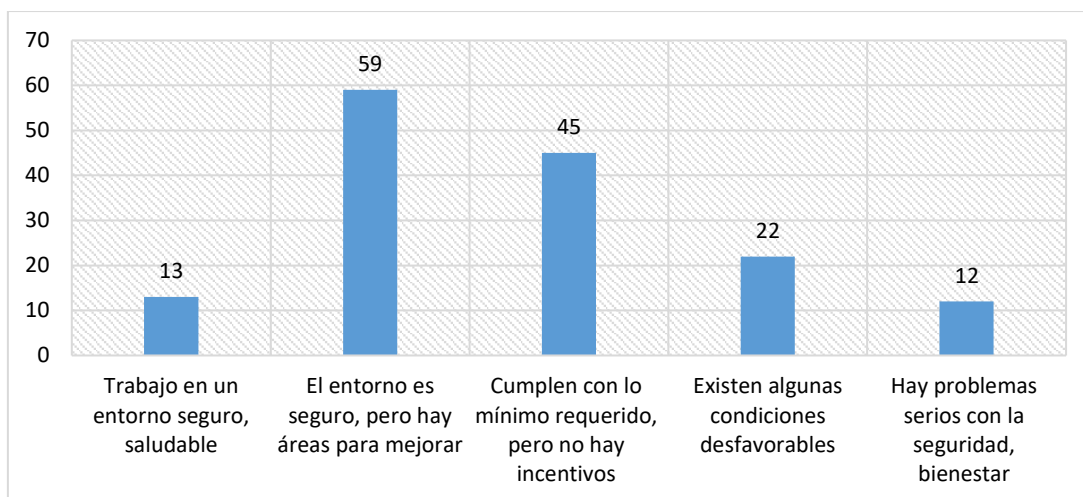


Al profundizar en las condiciones laborales reportadas por los agricultores, se observa una situación mayormente intermedia, con áreas que requieren atención y mejora. En la Figura 7 se observa que el grupo más numeroso el 39% indicó que el entorno de trabajo es seguro, pero reconocen que existen áreas que podrían optimizarse. Por su parte, el 30% de los productores señalaron que se cumplen únicamente los requisitos mínimos, sin ofrecer incentivos ni beneficios adicionales.

Además, el 15% identificó las condiciones desfavorables, como la falta de seguridad o bienestar. En contraste, solo el 9% expresó que trabajan en un entorno seguro, saludable y con buenas oportunidades de desarrollo, mientras que el 8% advirtió sobre problemas serios en cuanto a seguridad y condiciones generales de trabajo. Estos datos evidencian que, aunque no se reportan situaciones críticas de forma generalizada, predomina un escenario laboral con deficiencias estructurales, lo cual limita el bienestar del trabajador agrícola y representa un obstáculo para cumplir con los principios del comercio justo, que exigen condiciones dignas y equitativas.

Figura 7

Condiciones laborales en cultivo de papa



Los resultados muestran una clara ausencia de políticas institucionales o comunitarias orientadas a promover la igualdad y prevenir la discriminación en el contexto agrícola de producción de papa. Según la Figura 8, de los encuestados, el 94% de los productores afirmó no contar con ninguna política, programa o medida implementada en sus comunidades, asociaciones o unidades productivas.

Apenas 6% de los agricultores indicó la existencia de códigos de conducta y procedimientos de quejas, lo cual representa un esfuerzo muy limitado frente a las necesidades del entorno. Esta situación refleja una debilidad en la gobernanza organizativa del sector y una brecha significativa frente a los principios del comercio justo, que promueven entornos laborales equitativos, inclusivos y con mecanismos efectivos de protección frente a situaciones de abuso o discriminación.

Figura 8

Políticas para promover igualdad



La mayoría de los agricultores encuestados reportó pertenecer a alguna forma de organización comunitaria. En la Figura 9, se observa que el 91% indicó que existe una asociación de productores de papa en su zona, lo que evidencia una estructura organizativa ampliamente presente en el territorio. No obstante, el 9% de los encuestados afirmó que no existe ningún tipo de organización en su comunidad, a pesar de encontrarse en los mismos sectores donde otros reportaron lo contrario.

Esta discrepancia sugiere posibles problemas de comunicación o falta de visibilidad por parte de las asociaciones, lo cual puede limitar su capacidad de convocatoria, representación y articulación con nuevos productores. A pesar de su presencia mayoritaria, estas organizaciones requieren fortalecimiento en aspectos de inclusión, difusión y funcionamiento interno, especialmente si se busca que actúen como vehículos para la implementación de estrategias de comercio justo y desarrollo rural sostenible.

Figura 9

Tipo de organización existente



Los siguientes son los nombres de las asociaciones detectadas en las encuestas.

- Asociación “Esfuerzo y Progreso”
- Asociación Agropecuaria “Nuestra Señora Dolorosa”
- Consejo De Comunas Campesinas del Cantón Montufar C.C.M
- Asociación De Trabajadores Agrícolas Autónomos “30 de agosto”
- Asociación De Promotores Agropecuarios Del Norte “ASOPRANOR”
- Corporación Agropecuaria “Sembrando El Futuro”
- Asociación Agropecuaria “Delicia del Campo”
- Asociación Agropecuaria "Sembrando un Futuro"
- Asociación Agropecuaria “Emprendedores en Acción Taya”
- Asociación Agropecuaria “Nuevo Amanecer 20 de Julio”
- Asociación Agropecuaria “San Luis”

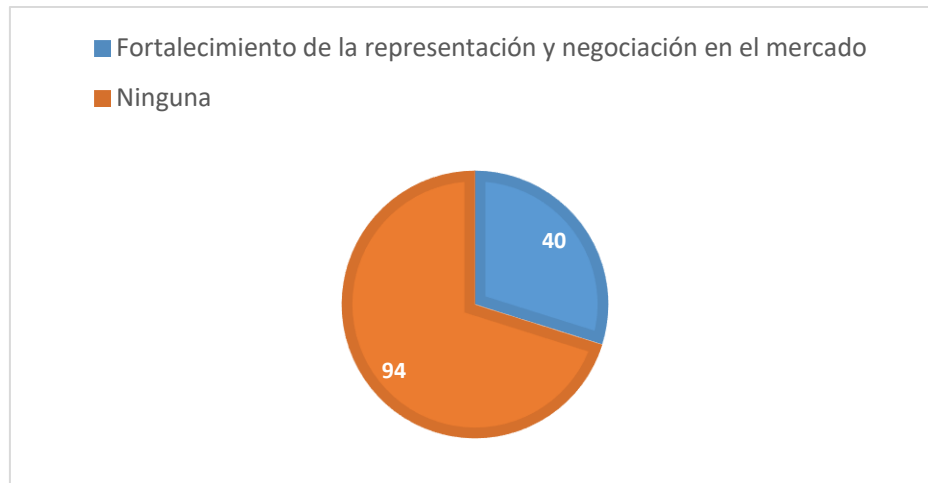
De los 134 afiliados anteriores, el 70% afirmó no percibir ninguna ventaja derivada de su participación en estas organizaciones. Este resultado pone en evidencia una posible falta de funcionalidad, beneficios tangibles o liderazgo efectivo dentro de las asociaciones.

Por otro lado, en la Figura 10 se detalla que solo el 30% identificó como ventaja el fortalecimiento de la representación y la capacidad de negociación en el mercado, lo que muestra un potencial subutilizado para incidir en condiciones comerciales más justas y equitativas. Estos datos refuerzan la necesidad de reformar o revitalizar las estructuras organizativas existentes, dotándolas de mayor capacidad operativa, transparencia y orientación estratégica hacia el bienestar de sus miembros. El

fortalecimiento de estas asociaciones es clave si se desea avanzar hacia modelos de comercialización sostenibles y con enfoque de comercio justo.

Figura 10

Ventajas de pertenecer a la asociación



4.1.3. Conocimiento y percepción del comercio justo

Los resultados evidencian un bajo nivel de conocimiento sobre el comercio justo entre los productores de papa, pues el 95% manifestó no estar familiarizados con el concepto ni con sus prácticas asociadas, mientras que solo el 5% afirmó conocerlo (Figura 11). Esta escasa familiarización representa una barrera significativa para la adopción de modelos comerciales más justos y sostenibles, dado que el desconocimiento impide valorar sus principios, beneficios y requisitos. La situación resalta la necesidad urgente de procesos de capacitación y sensibilización dirigidos a los productores, que permitan introducir el enfoque de comercio justo como una alternativa viable para mejorar las condiciones económicas, sociales y laborales del sector agrícola local.

Figura 11

Conocimiento de comercio justo



Entre los pocos productores que manifestaron conocer el concepto de comercio justo (8 en total), la percepción fue unánimemente positiva respecto a su posible impacto en la producción y comercialización de papa. Según la Figura 12, el 63% de los agricultores indicó estar de acuerdo con que su implementación beneficiaría a sus operaciones y comunidades, mientras que el 37% se mostró totalmente de acuerdo. Esta respuesta revela que, aunque el nivel de conocimiento es muy limitado, quienes conocen el comercio justo reconocen su potencial como estrategia para mejorar las condiciones económicas y sociales del sector. Este hallazgo sugiere que la principal barrera no es el rechazo, sino la falta de información y formación, lo que refuerza la importancia de diseñar programas de capacitación y promoción sobre este enfoque.

Figura 12

Beneficia aplicar comercio justo



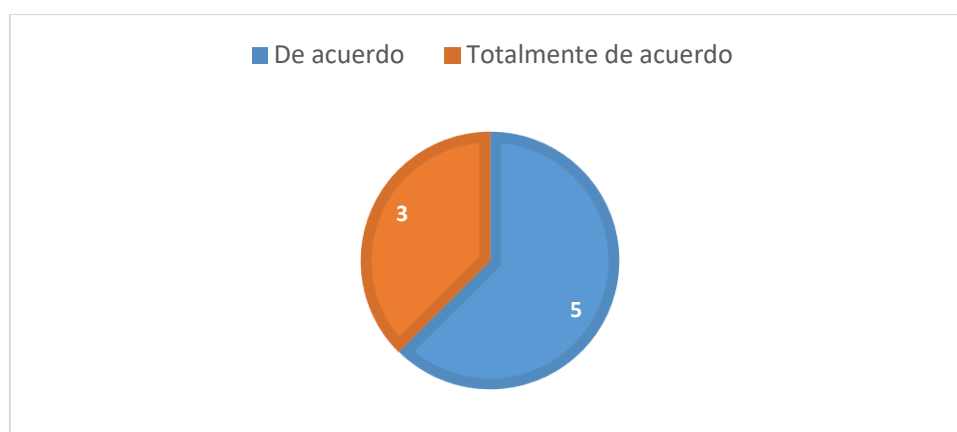
Los 8 productores que afirmaron conocer el comercio justo también manifestaron una disposición completamente positiva a adoptar medidas adicionales para incorporarlo en sus actividades agrícolas. En la Figura 13 se observa que el 63% de ellos se

declararon de acuerdo y 38% totalmente de acuerdo con asumir acciones que promuevan este modelo. Esta actitud reafirma que, una vez comprendido el concepto, existe una alta receptividad y motivación para aplicarlo, lo cual representa una oportunidad clara para las instituciones públicas o privadas interesadas en fomentar el comercio justo en el sector agrícola.

No obstante, esta predisposición favorable se encuentra restringida por el bajo nivel de conocimiento general entre los productores, lo que hace urgente implementar procesos de formación, acompañamiento técnico y fortalecimiento organizativo para permitir su adopción real y efectiva en el territorio.

Figura 13

Disposición a adoptar medidas adicionales



4.1.4. Barreras para la exportación (acceso a mercados más justos)

Los productores encuestados manifestaron que hay una serie de barreras para incursionar en mercados internacionales. Los desafíos que resaltan son el cumplimiento de requisitos de calidad y la falta de información sobre mercados con el 27% cada una (Figura 14). Este panorama refleja una preocupación por las exigencias técnicas que solicita el comercio exterior. Así como una clara debilidad en el acceso a inteligencia de mercados y canales de comercialización global.

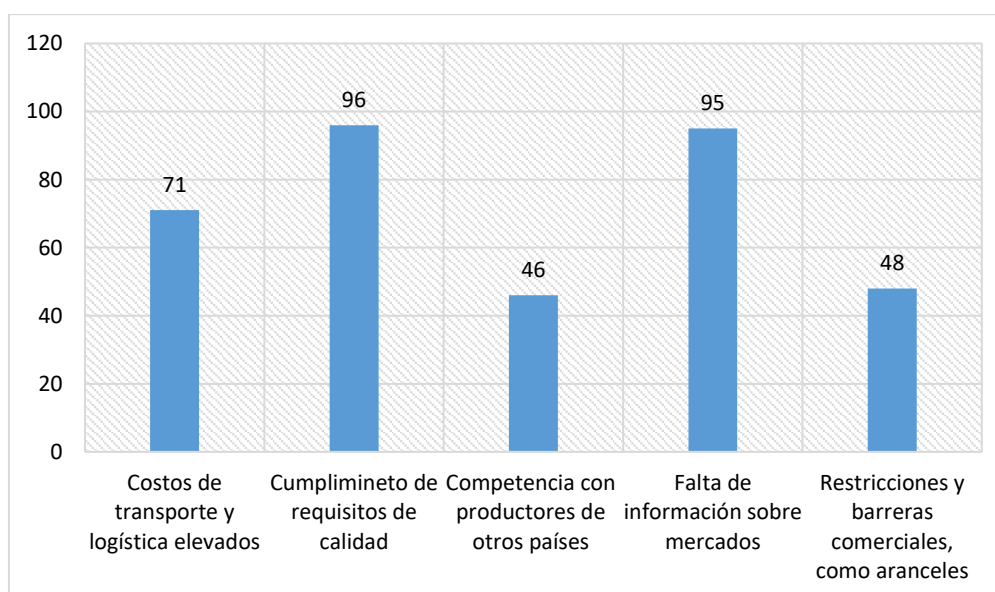
El 20% de productores señalaron los altos costos de transporte y logística, esta limitante es de tipo estructural, esto dado que generalmente las instalaciones como

carreteras en el área rural son deficientes y dificultan el transporte de productos. También se reportaron como obstáculos las restricciones comerciales, como aranceles y normas fitosanitarias y la competencia con productores de otros países con 13% de frecuencia cada una (Figura 14).

En conjunto, estos factores revelan que, si bien existe producción con potencial, las condiciones actuales no favorecen un proceso de comercialización internacional eficiente, y se requiere una intervención coordinada en aspectos logísticos, técnicos, informativos y normativos para mejorar la competitividad del sector. Esto con cooperación de instituciones públicas, privadas y academia.

Figura 14

Principales desafíos para exportación



Uno de los hallazgos más relevantes del estudio es que ninguno de los productores encuestados (100%) ha tenido experiencia directa con acuerdos comerciales que afecten la exportación o importación de papa, ni a nivel individual ni a través de sus organizaciones comunitarias. Esta situación evidencia una desconexión total del sector con los marcos regulatorios y oportunidades que brindan los tratados comerciales, lo que limita el acceso a beneficios como reducción de aranceles, acceso preferencial a mercados o mecanismos de protección frente a la competencia externa.

La ausencia de experiencias con acuerdos comerciales, tanto en exportación como en importación, revela una debilidad institucional y formativa en torno al comercio internacional. Esta carencia, sumada a la falta de información sobre mercados externos y los desafíos logísticos y normativos ya identificados, refuerza la necesidad de programas de capacitación específicos sobre comercio exterior agrícola, así como el fortalecimiento de las capacidades organizativas que permitan a los productores aprovechar de manera estratégica los instrumentos del comercio justo y global.

4.1.5. Información complementaria

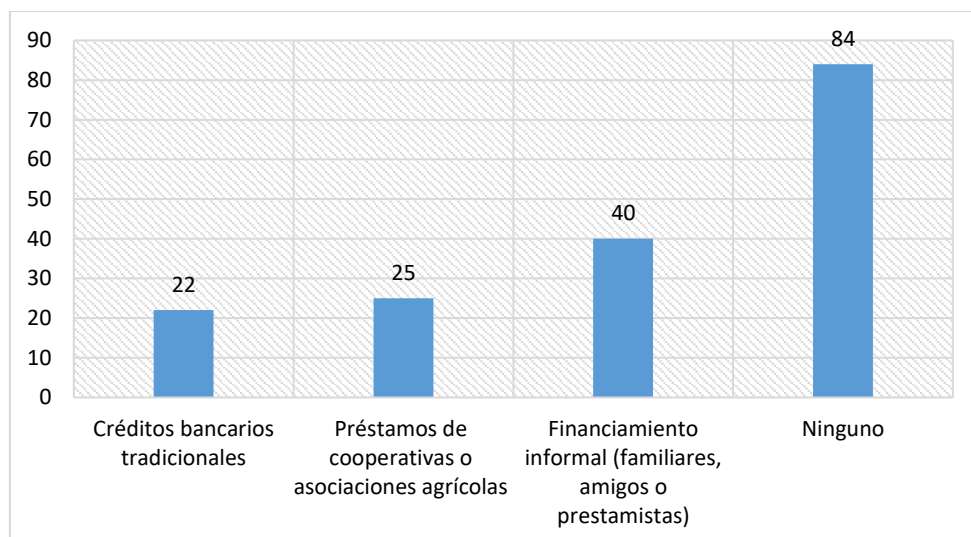
- *Opciones de financiamiento.*

Los resultados muestran que el acceso al financiamiento formal es limitado entre los productores de papa de la provincia del Carchi. La mayoría de los encuestados, el 49% de los agricultores manifestó que no recurre a ninguna fuente externa de financiamiento, optando por reinvertir directamente las ganancias obtenidas por la venta de la papa u otros productos. Este patrón refleja una fuerte dependencia del capital propio y una posible aversión al endeudamiento formal, posiblemente motivada por la falta de garantías, trámites burocráticos o desconfianza en las instituciones.

En la Figura 15 se detalla que en cuanto a quienes sí acceden a financiamiento, la mayoría lo hace de manera informal: el 23% recurre a familiares, amigos o prestamistas, superando a quienes acceden a créditos a través de cooperativas o asociaciones agrícolas (15%) y entidades bancarias tradicionales (13%). Esta distribución evidencia que el financiamiento informal supera al institucional, lo que puede generar condiciones financieras menos favorables, con mayores riesgos y sin acompañamiento técnico. La situación demanda el fortalecimiento de mecanismos de financiamiento rural inclusivos, accesibles y adaptados a las realidades del pequeño y mediano productor agrícola, en línea con los principios del comercio justo y el desarrollo sostenible.

Figura 15

Opciones de financiamiento para cultivos



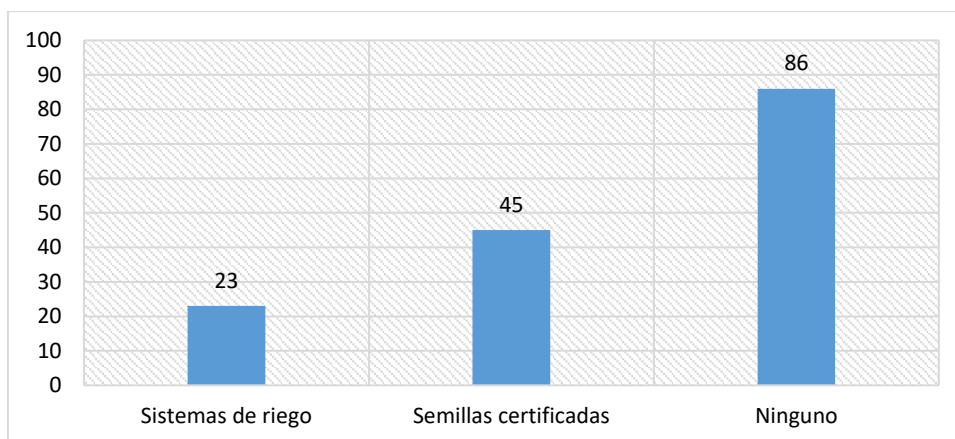
- *Tecnologías implementadas.*

Los datos recopilados reflejan una baja adopción de tecnologías agrícolas, el 56% no utiliza estos métodos en sus procesos de cultivo, lo que evidencia una fuerte dependencia de prácticas tradicionales y una limitada modernización del sector. Entre quienes sí emplean tecnología, el 29% utilizan semillas certificadas o genéticamente mejoradas, y el 15% implementan sistemas de riego tecnificado, lo que representa avances puntuales, pero aún insuficientes frente a los desafíos productivos y comerciales del cultivo (Figura 16).

Esta escasa incorporación de herramientas tecnológicas puede estar relacionada con falta de acceso a financiamiento, desconocimiento técnico o ausencia de acompañamiento institucional, y limita tanto la productividad como la calidad del producto final. Además, constituye un obstáculo para alcanzar estándares exigidos por mercados diferenciados, como los que exigen certificaciones de buenas prácticas o comercio justo. Por tanto, se hace necesario promover políticas de transferencia tecnológica y asistencia técnica especializada, con enfoque inclusivo y territorial.

Figura 16

Tecnologías aplicadas en cultivo

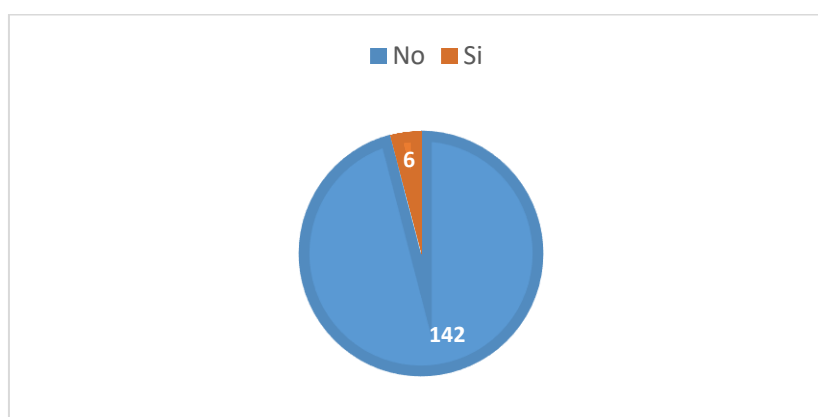


- *Prácticas de cultivo orgánico y certificaciones ambientales.*

Los resultados de la encuesta muestran que el conocimiento sobre prácticas de cultivo orgánico es extremadamente bajo entre los productores de papa en la provincia del Carchi. en la Figura 17 se observa que el 96% de los encuestados indicó no tener conocimiento sobre estas prácticas, mientras que solo un 4% manifestó estar familiarizado con ellas. Esta situación refleja una clara brecha formativa y de acceso a información técnica, que limita la posibilidad de transición hacia modelos agrícolas más sostenibles y alineados con las exigencias de mercados diferenciados.

Figura 17

Conocimiento sobre cultivo orgánico

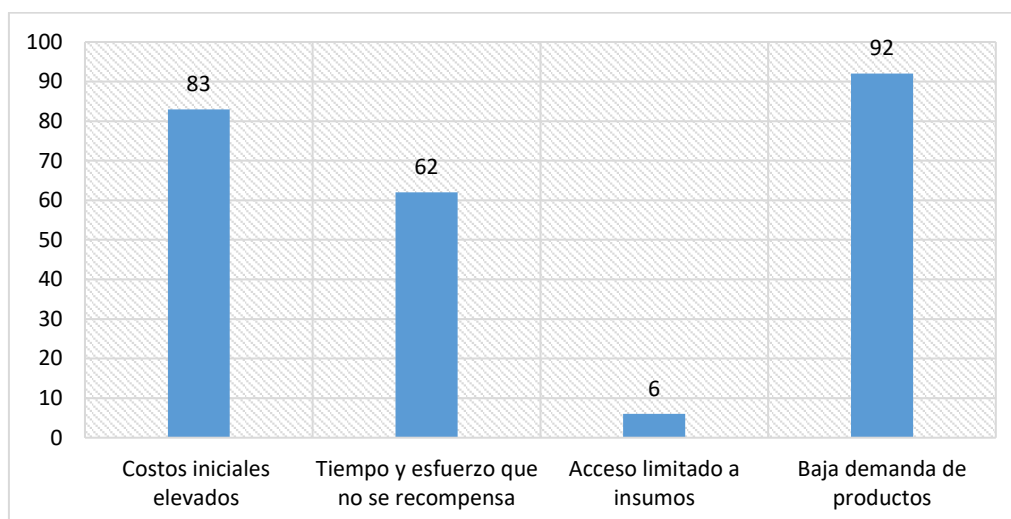


Entre los productores que han considerado la posibilidad de aplicar prácticas de cultivo orgánico, se identifican diversas barreras que dificultan su adopción efectiva. Según la Figura 18 el obstáculo más mencionado fue la baja demanda de productos orgánicos en la zona, reportado por el 38% de los encuestados, lo cual sugiere una limitada valorización del producto orgánico a nivel local o regional, desincentivando la inversión en este tipo de prácticas.

En segundo lugar, el 34% señaló los altos costos iniciales como un impedimento relevante, lo que refleja una percepción de riesgo financiero elevado ante la falta de apoyo técnico o subsidios. Por su parte, el 26% manifestó que el tiempo y esfuerzo requeridos no se ven recompensados económicamente, lo cual evidencia una falta de incentivos claros para el cambio de sistema productivo. Solo un 2% indicó problemas de acceso a insumos orgánicos, lo que, aunque menos frecuente, sugiere que la logística de abastecimiento también puede ser un factor limitante.

Figura 18

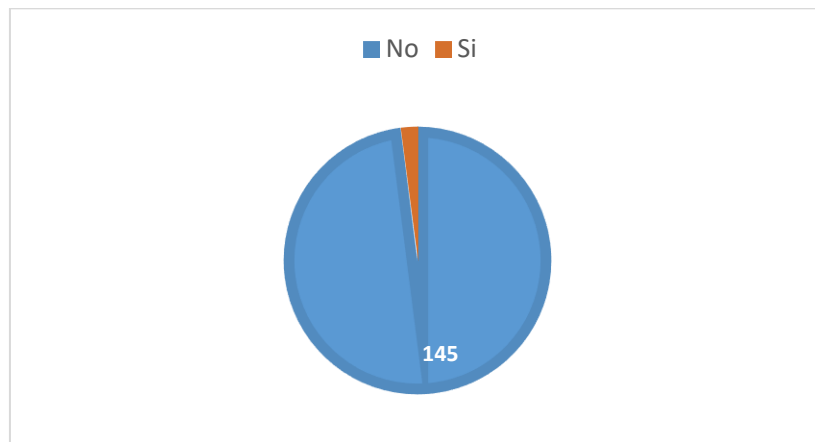
Obstáculos para aplicar cultivo orgánico



Respecto a la posesión de certificaciones ambientales es prácticamente nula. Acorde a lo mostrado en la Figura 19, solo el 2% de los encuestados indicó contar con algún tipo de certificación ambiental, específicamente de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA). El 98% restante carece de cualquier tipo de certificación, lo cual refleja una baja vinculación con estándares técnicos reconocidos a nivel nacional o internacional. Esta ausencia de certificación representa una limitación crítica para acceder a mercados exigentes, incluyendo aquellos que operan bajo esquemas de comercio justo, donde se valoran aspectos como sostenibilidad, seguridad alimentaria y manejo responsable de los recursos naturales.

Figura 19

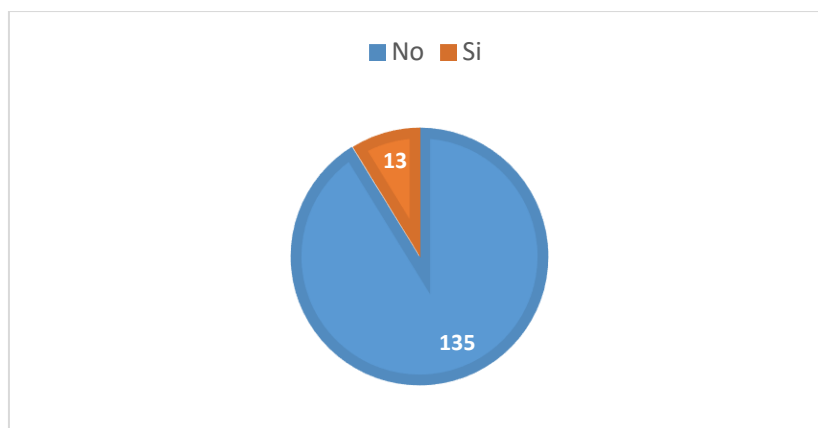
Tenencia de certificaciones en cultivo



Referente a las capacitaciones en cultivo de papa y prácticas agrícolas sostenibles, los resultados reflejan una baja participación, pues solo el 9% indicó haber accedido a este tipo de espacios (Figura 20). La situación evidencia una debilidad estructural en la oferta de servicios de capacitación, actualización y guía en cultivos y sostenibilidad, y destaca la necesidad urgente de articular políticas públicas, programas institucionales y alianzas estratégicas para garantizar el acceso efectivo a procesos de capacitación inclusivos, pertinentes y sostenidos en el tiempo.

Figura 20

Capacitaciones prácticas sostenibles



4.2. Mercado internacional potencial y la demanda existente bajo principios del comercio justo.

4.2.1. Precios nacionales

Para establecer un análisis comparativo y contextual sobre el mercado potencial de exportación, se consideraron los precios mayoristas de la papa registrados durante el mes de marzo en los últimos cinco años, coincidiendo con el período de levantamiento de la información en campo. Los precios reportados en los 5 años anteriores revelan una fuerte volatilidad del mercado.

Tabla 8

Precios de la papa en mercado nacional 2021-2025

Fecha	Azuay	Guayas	Pichincha
Marzo 2025	16,57 USD	18,17 USD	12,24 USD
Marzo 2024	28,50 USD	25,06 USD	21,67 USD
Marzo 2023	20,00 USD	19,54 USD	12,90 USD
Marzo 2022	35,00 USD	29,35 USD	27,83 USD
Marzo 2021	24,22 USD	23,15 USD	19,44 USD

Nota: Elaboración propia con datos de Ministerio de Agricultura y Ganadería (2021, 2022, 2023, 2024, 2025).

Como se ha evidenciado (Tabla 8) en el análisis de precios mayoristas, si bien hubo picos elevados en 2022, en 2025 se observa una marcada caída. Sin embargo, es importante destacar que estos precios corresponden a mercados de grandes ciudades, mientras que en el mercado local del Carchi las condiciones son aún más desfavorables para los productores. En abril de 2024, el precio por quintal de papa osciló entre 10 y 12 dólares, muy por debajo del costo promedio de producción

estimado en 17 dólares, lo que implica pérdidas económicas para los agricultores (Argenpapa, 2024).

Esta situación se agrava por una serie de factores estructurales y coyunturales: la presencia de plagas y enfermedades en el cultivo, condiciones climáticas adversas, el ingreso irregular de papa colombiana por contrabando en la frontera norte, así como la ausencia de regulación en la producción nacional, dado que en Ecuador no se requiere licencia para cultivar papa (Argenpapa, 2024). Esto último ha generado una sobreoferta descontrolada, que presiona a la baja los precios en el mercado interno.

A modo ilustrativo, en marzo de 2025 en Carchi, los precios en finca llegaron a 2 dólares por quintal en la categoría más baja (cuarta) y 5 dólares en la papa de calidad media, según datos de IC-Play (2025). Esta tendencia confirma que el agricultor es el eslabón más vulnerable de la cadena de comercialización, pues los precios que recibe en finca son considerablemente inferiores a los mayoristas, concentrando la rentabilidad en manos de los intermediarios.

Este escenario refuerza la necesidad de explorar mercados internacionales más estables y justos, donde se reconozca el valor real del producto y se puedan implementar mecanismos de comercio justo que aseguren márgenes sostenibles y condiciones dignas para los productores.

4.2.2. Precios internacionales

En el contexto regional, tanto Colombia como Perú enfrentan problemas estructurales similares a los del mercado ecuatoriano, especialmente en cuanto a la volatilidad de precios y el rol dominante de los intermediarios.

En Colombia, la reducción sostenida de los precios de la papa ha sido una constante desde inicios de 2024. Según la Federación Colombiana de Productores de Papa (2023), en enero el precio promedio de las variedades blancas fue de 2095,02 pesos (0,52 dólares estadounidenses) por kilogramo, y desde entonces ha experimentado una caída mensual promedio de -11,4%, alcanzando su punto más bajo en julio con 1003,04 pesos (0,25 dólares estadounidenses) por kilogramo.

Aunque este valor sigue siendo superior a mínimos históricos, se encuentra muy por debajo de los niveles esperados por los productores. La menor cotización registrada en los últimos cinco años fue en noviembre de 2020, con un precio de 465,49 pesos (0,12 dólares estadounidenses) por kilogramos, a raíz de las restricciones impuestas por la pandemia de COVID-19.

Diversos factores han contribuido a esta crisis en el sector papero colombiano: condiciones climáticas adversas, baja demanda, y la especulación ejercida por intermediarios, quienes además comercializan papa importada, especialmente precocida desde Europa y Norteamérica, a precios más bajos que la producción nacional, distorsionando el mercado y afectando la rentabilidad del agricultor (Infobae, 2020).

En Perú, la situación no dista mucho. Aunque se han registrado aumentos en los precios durante el año 2024, los ingresos adicionales generados por el alza de precios no llegan al productor, sino que se concentran en los intermediarios, manteniendo la asimetría en la cadena de valor agrícola (Infobae, 2024).

Este panorama regional reafirma que los mercados tradicionales en países vecinos presentan limitaciones estructurales similares a las de Ecuador. Por tanto, la búsqueda de mercados internacionales alternativos con mayor estabilidad de precios, mejores condiciones contractuales y esquemas de comercio justo, se presenta como una estrategia necesaria para garantizar la sostenibilidad de la producción de papa en la provincia del Carchi.

4.2.3. Demanda nacional

A nivel nacional, la demanda de papa en Ecuador se concentra principalmente en la región Sierra, donde históricamente se ha desarrollado la mayor productividad, destacando provincias como Carchi, Chimborazo, Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua (Vásconez, 2024). Sin embargo, según Cobos (2019), el consumo per cápita en el país es de apenas 24 a 30 kg anuales, una cifra baja en comparación con países vecinos como Perú y Bolivia, donde el consumo alcanza entre 60 y 80 kg anuales.

En términos de estructura comercial, las empresas más destacadas en la comercialización de papa se ubican en Pichincha, Guayas y Azuay, entre las que se encuentran Agrorefugio Cía. Ltda., Agrícolas PRI S.A., Agropecuaria Zhical Cía. Ltda. e Intertropical S.A. Pese a ello, la producción nacional no logra abastecer totalmente la demanda industrial, dado que muchas de las variedades requeridas para productos como bastones y chips poseen características específicas que no siempre se encuentran en el cultivo local. Esto limita la competitividad de la producción nacional, especialmente frente a países vecinos con menores costos de mano de obra e insumos, lo cual favorece su capacidad de exportación (Cobos, 2019).

El Ministerio de Agricultura y Ganadería (2020) ha identificado oportunidades de diferenciación para la exportación ecuatoriana, especialmente en las variedades desarrolladas por el Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias de Ecuador [INIAP], como Yana Shungo y Puka Shungo, caracterizadas por su color morado y rosado distintivo, y adecuadas para la elaboración de hojuelas o chips de colores, lo que podría permitir el ingreso a nichos de mercado con propuestas innovadoras.

4.2.4. Demanda internacional

En el plano internacional, entre 2015 y 2019, el comercio mundial de papa experimentó un crecimiento del 32,6% en valor y del 39,3% en volumen, con una tasa anual promedio del 7,3%, alcanzando los US\$15.349 millones en exportaciones. Sin embargo, en 2020, la pandemia de COVID-19 provocó una contracción del 7,9% en volumen exportado (21.090 mil toneladas), aunque el valor se mantuvo relativamente resiliente (Bolsa Mercantil de Colombia, 2022).

Sin embargo, desde 2021 la demanda global de papa ha mostrado un crecimiento sostenido. Según Mordor Intelligence (2025), el mercado mundial creció de 111,83 mil millones de dólares en 2023 a una proyección de 115,74 mil millones en 2024, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 3,5%, estimándose que alcanzará los 137,46 mil millones de dólares en 2029. Este crecimiento ha sido impulsado por el aumento del consumo en países en desarrollo y la expansión de la industria de alimentos procesados.

Globalmente la papa mantiene su relevancia como uno de los alimentos básicos más importantes, tanto por su aporte nutricional como por su versatilidad productiva y comercial. El consumo promedio global se sitúa en aproximadamente 30 kg por persona al año, aunque esta cifra varía significativamente según la región. Por ejemplo, en Europa del Este el consumo per cápita supera los 90-100 kg, mientras que el promedio de toda Europa se ubica en 83,4 kg por habitante. En contraste, Asia, donde la papa ha ganado espacio como alimento clave, mantiene un consumo medio cercano a los 30 kg anuales (Mordor Intelligence, 2025; Anisimov, 2021).

La región Asia-Pacífico lidera tanto en producción como en consumo, con China e India como principales actores. Esta tendencia ha sido impulsada por la urbanización, el crecimiento de la clase media y los cambios en los hábitos alimentarios, que han elevado la demanda de productos derivados de papa, especialmente los de consumo rápido y procesado (Mordor Intelligence, 2025; Pieterse, 2024). En este contexto, la papa también representa un elemento estratégico para la seguridad alimentaria, especialmente en países en desarrollo, que actualmente generan cerca del 60% de la producción mundial (Centro Internacional de la Papa de Perú, 2025).

Un patrón emergente a nivel global es la transición del consumo de papa fresca hacia productos procesados. Actualmente, menos del 50% de las papas se consumen frescas, mientras que la mayoría se transforman en patatas fritas, chips, harina y productos congelados. En Estados Unidos, por ejemplo, el consumo de papa procesada alcanzó 14 millones de toneladas métricas en 2020, dominando el mercado. Aunque en China todavía se consume fresca el 60% de la producción, se observa un crecimiento sostenido en la demanda de productos procesados. Lo mismo ocurre en India, donde el auge de alimentos precocinados ha impulsado la demanda de papa congelada procesada (Pieterse, 2024).

Esta transformación en los patrones de consumo también ha sido resaltada por Mickiewicz et al. (2022), quienes destacan el crecimiento del mercado de productos derivados de la papa como reflejo de su consolidación como alimento básico a nivel global. Este cambio no solo tiene implicaciones comerciales, sino que también posiciona a la papa como un recurso clave para mejorar la calidad de vida y enfrentar desafíos relacionados con la seguridad alimentaria mundial.

Por otro lado, en términos de destino de la producción, aproximadamente el 64% de la cosecha mundial se destina al consumo humano, un 12% se utiliza como alimento animal y el 21% restante para semillas y otros usos (Anisimov, 2021), reflejando la versatilidad de este cultivo y su creciente integración en distintas industrias.

4.2.5. Características de la producción en el país

La papa es un cultivo de alto impacto económico y social en Ecuador. Según datos oficiales, en 2021 el cultivo aportó con el 2,3% al valor agregado bruto agropecuario del PIB nacional y generó 82.999 empleos. De este total, el 76% corresponde a productores y sus familias, el 21% a trabajadores remunerados ocasionales, y el 3% a personal permanente. La fuerza laboral está compuesta por 53% hombres y 47% mujeres, con una edad promedio de 54 años, y una mayoría con educación primaria (61%).

En cuanto a identidad étnica, el 58% se identifican como mestizos. A nivel productivo, el uso de semilla común es predominante (80%), mientras que apenas el 4% utiliza semilla certificada. A pesar de estas limitaciones, el rendimiento promedio nacional alcanza las 23,99 toneladas por hectárea, superior al de países como Perú (17,13 t/ha) (Gobierno del Encuentro, 2022).

Aunque Ecuador tiene capacidad productiva suficiente para abastecer su mercado interno, donde el 80% de la producción se destina al consumo y el 20% a semilla o se desperdició, en 2022 se importaron 13 millones de dólares en productos derivados de papa, un incremento del 49% respecto a 2020 (Gobierno del Encuentro, 2022). Pese a la importancia del cultivo, la participación de la papa en las exportaciones agropecuarias no petroleras es apenas del 0,01%. En 2021 se exportaron 539 toneladas, generando 856 mil dólares, con destinos principales como Estados Unidos (276 mil USD), Eslovenia, Maldivas, Países Bajos y Luxemburgo (OEC, 2024).

No obstante, el país se ubica en la posición 86 entre 155 países exportadores de papa, lo que demuestra un bajo nivel de inserción internacional. Las instituciones como el MAG, Centro Internacional de Papa, INIAP, Conpapa e Inalproces han

planteado fortalecer la exportación del producto, pero los avances han sido limitados. La falta de logística, conocimiento técnico y capacitación en procesos de exportación continúa siendo una barrera para los pequeños productores. Se requiere motivar a las comunidades rurales a innovar y cumplir con los estándares exigidos por los mercados internacionales, una tarea difícil pero clave para su inclusión en la competencia global (El Comercio, 2021).

4.2.6. Presencia de la producción carchense en mercados internacionales

El crecimiento sostenido de la demanda global de papa, contrasta con la realidad de asociaciones locales carchenses como Improalpa, donde se enfrentan barreras estructurales para acceder a estos mercados. A pesar de tener más de 5 años de experiencia en el rubro, esta asociación tomó la decisión estratégica de migrar de la comercialización directa de papa a la producción de almidón, un producto con mayor valor agregado, cuya venta se realiza en el mercado nacional en ciudades grandes y sectores como la industria alimentaria, cosmética, farmacéutica y agropecuaria (Jurado, comunicación personal, 2 de abril de 2025).

Este giro responde a una lógica económica clara: la comercialización de papa fresca no es rentable en el contexto actual, debido a los precios bajos en finca, la falta de apoyo técnico y económico, y la competencia con papa importada a bajo costo (Jurado, comunicación personal, 2 de abril de 2025). Esta misma realidad ha sido señalada en el contexto nacional por Cobos (2019), quien advierte que la papa transformada representa una mejor oportunidad frente a una cadena de valor donde la ganancia se concentra en los intermediarios y la producción nacional no abastece las necesidades industriales específicas.

Desde la asociación, se identifican barreras técnicas y financieras específicas que han limitado los intentos de internacionalización. Por ejemplo, negociaciones con compradores en México y Brasil no se concretaron debido a condiciones financieras inadecuadas, como los plazos de pago de hasta 120 días, inviables para una estructura que funciona con pagos inmediatos al productor (Jurado, comunicación personal, 2 de abril de 2025). Esta falta de alineación entre condiciones locales de operación y exigencias internacionales se suma a la escasa formación sobre

exportación, la falta de contactos comerciales y la débil cooperación entre actores del sector.

4.2.7. Mercados exportadores potenciales

El análisis del comercio internacional de papa revela que el valor de las exportaciones está fuertemente influenciado por el nivel de transformación del producto. En el año 2021, el valor global de exportaciones de papa alcanzó los US\$14.242 millones, lo que representó una recuperación del 4,9% respecto a 2020, aunque aún un 7,2% inferior a los niveles pre pandemia de 2019. Esta recuperación parcial se vio impulsada principalmente por el crecimiento del comercio de papa procesada, que en 2021 representó el 68% del valor total exportado, compensando la caída en el volumen total exportado (Bolsa Mercantil de Colombia, 2022).

Según la Bolsa Mercantil de Colombia (2022) en términos de exportación en volumen, los principales exportadores globales de papa son Bélgica, Países Bajos y Estados Unidos, concentrando en conjunto el 60% del mercado mundial en 2021, aplicando un modelo de doble vía, en el que exportan e importan simultáneamente para abastecer y mantener activa su industria procesadora. En términos de papa fresca lideran Bélgica, Países Bajos e Italia (Figura 21).

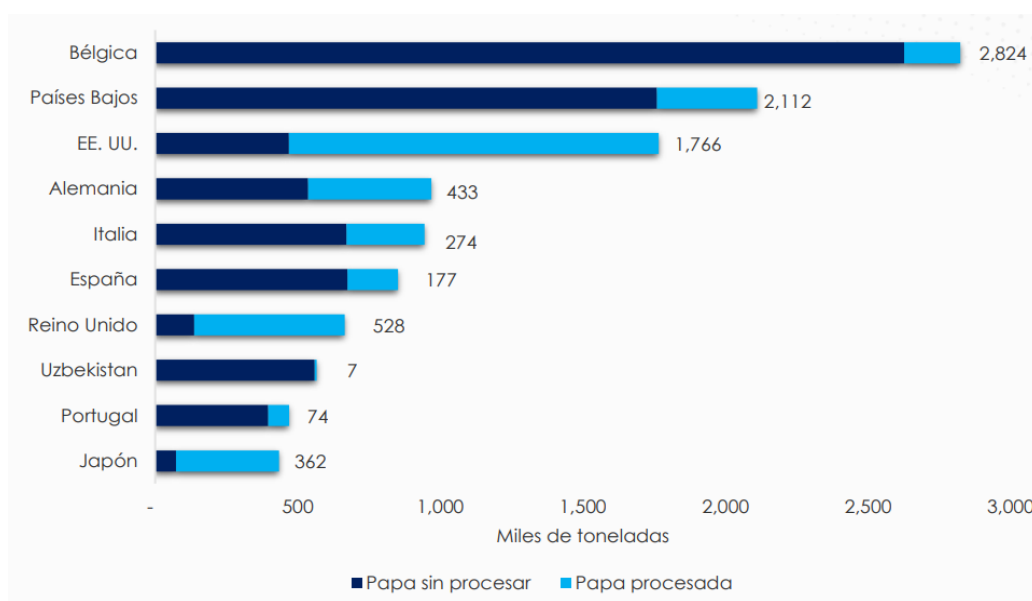
En términos de papa procesada lidera Estados Unidos, Reino Unido y Alemania. Este fenómeno se explica por las necesidades específicas de la industria alimentaria, en particular las cadenas internacionales de comida rápida (como KFC, McDonald's y Burger King), que importan papa procesada industrialmente desde Canadá y Países Bajos. Estos países agregan valor a través de procesos como lavado, pelado, moldeado, pre fritura y congelación, antes de exportarla en forma de bastones listos para cocinar (Conpapa, 2021).

Aunque China e India encabezan la producción mundial de papa, su volumen se destina casi en su totalidad al consumo interno, lo que limita su rol como exportadores. Por tanto, los mercados más atractivos para exportación, desde la perspectiva de Ecuador, se relacionan con países que cuentan con industrias procesadoras consolidadas y altos niveles de importación complementaria, como Bélgica, Países Bajos, Canadá y Alemania. Estos destinos representan una oportunidad estratégica, especialmente si se apunta a variedades diferenciadas o a productos con valor

agregado, como el almidón de papa, hojuelas o chips especiales, donde Ecuador podría competir con propuestas innovadoras como las variedades INIAP Yana Shungo y Puka Shungo.

Figura 21

Principales importadores internacionales de papa (procesada y sin procesar)



Nota: Reproducido de *Análisis de producto papa* (p. 10), por Bolsa Mercantil de Colombia, 2022.

4.2.8. Análisis PESTEL para selección de mercado potencial

Se realizó un análisis PESTEL con matriz POAM para determinar el país de destino de las exportaciones de papa desde Carchi bajo el comercio justo. Se consideraron las condiciones políticas y legales, económicas, sociales, tecnológicas y ecológicas, siendo un elemento influyente la presencia y nivel de aplicación de comercio justo para productos comercializados en el país destino. Los países seleccionados son los principales importadores de papa fresca y procesada estos son: Bélgica, Países Bajos, Italia, Estados Unidos y Alemania.

4.2.8.1. Político

Barreras arancelarias para la exportación de papa desde Ecuador

La Tabla 9 establece las principales barreras arancelarias que impactan la exportación de papa ecuatoriana hacia Bélgica, Países Bajos, Italia, Estados Unidos y Alemania, también se consideró la posible influencia del comercio justo en el acceso a estos mercados.

Tabla 9

Barreras arancelarias para la exportación de papa

País de Destino	Barreras Arancelarias Principales	Influencia Comercio Justo
Bélgica	Arancel 0% sobre papa fresca (partida 0701); gracias al Acuerdo Comercial Ecuador-Unión Europea ^{a,b}	No afecta arancel; incide en acceso a nichos premium sostenibles
Países Bajos	Arancel 0% por Acuerdo Comercial Ecuador-UE ^{a,b}	Igual que Bélgica: comercio justo facilita acceso, pero no modifica arancel
Italia	Arancel 0% por Acuerdo Comercial Ecuador-UE ^{a,b}	Igual que Bélgica: certificaciones preferidas, no impactan arancel
Alemania	Arancel 0% por Acuerdo Comercial Ecuador-UE ^{a,b}	Comercio justo promueve mejores condiciones, pero no implica reducción arancelaria
Estados Unidos	No hay acuerdo comercial preferencial vigente; arancel estándar del 10% aproximado para papa fresca ^c	Comercio justo no influye en arancel, pero contribuye al posicionamiento de producto ético

Nota: Elaboración propia con datos de ^a Delegación de la Unión Europea en Colombia y Ecuador (2017); ^b Castillo (2024); ^c El Universo (2025).

Cabe destacar que la Unión Europea (Bélgica, Países Bajos, Italia, Alemania), desde la vigencia del Acuerdo Comercial Multi partes con la UE, las exportaciones de papa fresca (partida 0701) desde Ecuador ingresan sin arancel (0%), eliminando así una barrera arancelaria significativa. El comercio justo no repercute en los aranceles, pero sí favorece el acceso a compradores y nichos que valoran la sostenibilidad social y ambiental.

Respecto a Estados Unidos, Ecuador no posee actualmente un acuerdo que elimine o reduzca aranceles para la papa fresca, con lo cual aplica un arancel estándar (alrededor de 10%) que reduce la competitividad. En ninguno de los mercados analizados las certificaciones de comercio justo modifican los aranceles aplicables, pero sí pueden influir positivamente en oportunidades de acceso y en la apertura de mercados diferenciados.

Barreras no arancelarias en la exportación de papa desde Ecuador

A continuación, se presenta la Tabla 10 que resume las principales barreras no arancelarias que impactan la exportación de papa ecuatoriana a Bélgica, Países Bajos, Italia, Estados Unidos y Alemania, así como la posible influencia del comercio justo en estas:

Tabla 10

Barreras no arancelarias en la exportación

País de Destino	Barreras No Arancelarias Principales	Influencia de Comercio Justo
Bélgica	<ul style="list-style-type: none"> • Requisitos fitosanitarios y cuarentenarios • Trazabilidad • Certificación de calidad e inocuidad • Normas de empaque y etiquetado ^{a,b} • Exigencias estrictas de salud vegetal 	Certificaciones de Comercio Justo pueden facilitar acceso a nichos premium; no eliminan controles.
Países Bajos	<ul style="list-style-type: none"> • Certificación GLOBALG.A.P. u orgánica • Registro de exportadores ^a 	Preferencia por comercio justo, pero no exime requisitos regulatorios.
Italia	<ul style="list-style-type: none"> • Controles sanitarios a residuos de pesticidas • Normativas europeas sobre trazabilidad • Certificados fitosanitarios obligatorios ^a • Altos estándares de calidad y sostenibilidad ambiental 	La certificación Fairtrade u orgánica es valorada, pero no reduce controles oficiales.
Alemania	<ul style="list-style-type: none"> • Auditorías externas • Etiquetado obligatorio ^a • Normativas de la FDA 	Comercio justo impulsa aceptación del producto en nichos sostenibles
Estados Unidos	<ul style="list-style-type: none"> • Certificados fitosanitarios • Requisitos de empaques y etiquetas específicos • Límites de residuos de plaguicidas ^c 	Comercio justo reconocido por algunos compradores, pero sin efecto en requisitos legales

Nota: Elaboración propia con datos de ^a Delegación de la Unión Europea en Colombia y Ecuador (2017); ^b Castillo (2024); ^c Jimenez et al. (2025)

Se debe destacar que todos los destinos imponen requisitos fitosanitarios y sanitarios, controles estrictos para prevenir la entrada de plagas o enfermedades agrarias. Esto implica inspecciones, certificados fitosanitarios y, a veces, tratamientos postcosecha. Además, la Unión Europea exige trazabilidad de origen, registro de exportadores, cumplimiento de estándares como GLOBALG.A.P., y certificaciones de inocuidad y calidad (Delegación de la Unión Europea en Colombia y Ecuador, 2017).

Otro detalle son las etiquetas, envases y tolerancias de residuos químicos que deben cumplir normas específicas dependiendo del país. Alemania y otros países de la UE suelen realizar auditorías externas sobre los procesos productivos, ambientales y sociales (Your Europe, 2025). En Estados Unidos la Food and Drug Administration

(FDA) regula estrictamente la entrada de productos frescos con controles sanitarios y requisitos de empaques y etiquetas específicos (Jimenez et al., 2025).

En la Unión Europea y Estados Unidos, los productos con Fairtrade pueden beneficiarse de mejor posicionamiento y preferencia en determinados canales, pero no están exentos de las barreras técnicas o regulatorias que rigen el ingreso de alimentos frescos. Las barreras no arancelarias constituyen desafíos determinantes para la exportación de papa ecuatoriana, resaltando la importancia de la adaptación a normas internacionales y la búsqueda de valor agregado a través de certificaciones y prácticas responsables.

Políticas de apoyo al comercio justo para empresas ecuatorianas exportadoras

A continuación, se muestra la Tabla 11 que sintetiza las principales políticas de apoyo existentes para empresas ecuatorianas que exportan papa certificada bajo estándares de comercio justo hacia los mercados de Bélgica, Países Bajos, Italia, Estados Unidos y Alemania:

Tabla 11

Políticas de apoyo a empresas ecuatorianas exportadoras

País de Destino	Políticas de Apoyo Principales	Influencia de Comercio Justo	Comentarios de Adicionales
Bélgica	Asistencia técnica y financiera por parte de instituciones estatales ecuatorianas (Pro Ecuador, Agrocalidad); acceso preferencial por Acuerdo Comercial UE-Ecuador; promoción de certificaciones Fairtrade y orgánicas; capacitación exportadora.	Facilita la entrada a nichos premium sostenibles, no afecta aranceles.	Programas de formación y financiamiento específicos para exportadores certificados.
Países Bajos	Programas de promoción y capacitación para exportadores certificados; apoyo en certificación y cumplimiento de estándares; beneficios de Acuerdo Comercial UE-Ecuador; asistencia técnica a pequeños productores.	Preferencia en canales de comercio justo; acceso a mercados diferenciados.	Incentivos para organizaciones exportadoras con certificación Fairtrade.
Italia	Facilitación de exportación mediante programas gubernamentales; cooperación con redes europeas de comercio justo; acompañamiento en certificación y trazabilidad; apoyo de Pro Ecuador.	Mejora posicionamiento en nichos éticos y sostenibles.	Enfoque en asociaciones y cooperativas certificadas.
Estados Unidos	Capacitación en exportación y normativa; apoyo financiero a proyectos agroindustriales; asistencia en certificación y sustentabilidad. No existen acuerdos preferenciales para papa.	No reduce barreras arancelarias, pero mejora percepción y posicionamiento del producto.	Énfasis en documentación y requisitos de seguridad alimentaria.
Alemania	Apoyo en formación técnica y comercialización; promoción de altos	Clave para acceso y sostenibilidad en	Alianzas comerciales estratégicas

estándares sociales y ambientales; mercados promovidas por
 facilidades a cooperativas certificadas; exigentes. entidades públicas y
 acompañamiento para certificación privadas.
 Fairtrade.

Nota: Elaboración propia con datos de Anuario de exportaciones del sector asociativo y comercio justo 2021 (Pro Ecuador, 2022).

Acuerdos comerciales y tratados que benefician a la exportación de papa ecuatoriana

En la Tabla 12 se sintetizan los principales acuerdos comerciales y tratados aplicables a la exportación de papa desde Ecuador hacia Bélgica, Países Bajos, Italia, Estados Unidos y Alemania, indicando sus beneficios para las empresas exportadoras:

Tabla 12

Acuerdos comerciales que benefician a la exportación de papa ecuatoriana

País de Destino	Acuerdo/Tratado	Beneficio Clave para Ecuador
Bélgica	Acuerdo Comercial Multi partes Ecuador-UE ^a	Acceso arancelario 0% para papa fresca, estabilidad y previsibilidad comercial; incluye medidas de apoyo a MIPYMES y gremios con prácticas sostenibles.
Países Bajos	Acuerdo Comercial Multi partes Ecuador-UE ^a	Exoneración de aranceles para la papa (partida 0701), impulso a cadenas de comercio justo; apertura a nichos premium europeos.
Italia	Acuerdo Comercial Multi partes Ecuador-UE ^a	Eliminación de barreras arancelarias, fortalecimiento de acceso para empresas certificadas bajo comercio justo.
Alemania	Acuerdo Comercial Multi partes Ecuador-UE ^a	Libre acceso arancelario, promoción del desarrollo sostenible y comercio responsable, especial énfasis en estándares sociales y ambientales.
Estados Unidos	Negociaciones Bilaterales y Acuerdos en Proceso ^{b,c}	Actualmente arancel estándar (10%), pero en discusión reducción de aranceles mediante negociaciones comerciales

Nota: Elaboración propia con datos de ^a Delegación de la Unión Europea en Colombia y Ecuador (2017); ^b El Universo (2025); ^c Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2020b).

4.2.8.2. Económico

Balanza comercial

Los valores presentados en la balanza comercial están expresados en miles de dólares estadounidenses. Por tanto, por ejemplo, una cifra de 600.972 equivale a 600,97 millones de dólares. Esta conversión se aplica en todo el análisis para facilitar la interpretación económica.

Balanza comercial Ecuador- Bélgica

La evolución positiva de la balanza comercial entre Ecuador y Bélgica en el periodo 2020-2024 refleja una relación comercial progresivamente favorable para Ecuador, pasando de un superávit de 101 millones de dólares en 2020 a más de 476 millones en 2024 (Tabla 13). Este saldo positivo sostenido indica que Ecuador ha incrementado su capacidad de exportar hacia este mercado europeo, lo cual es una señal alentadora para productos como la papa, especialmente si se ofrece en formas de mayor valor agregado (papa procesada, chips, almidón, etc.). Este superávit muestra que existen condiciones comerciales estables y receptivas en Bélgica, lo cual favorece el posicionamiento de nuevos productos ecuatorianos siempre que cumplan con los estándares del mercado.

Además, el hecho de que las importaciones ecuatorianas desde Bélgica se mantengan relativamente estables mientras las exportaciones aumentan significativamente sugiere que hay una mayor aceptación de productos ecuatorianos, lo que puede facilitar la apertura de líneas específicas como la exportación de papa bajo principios de comercio justo.

Esta tendencia también podría incentivar políticas públicas y empresariales de fomento a la diversificación exportadora hacia este destino, considerando que Bélgica es uno de los principales importadores y procesadores de papa del mundo. La balanza comercial favorable apoya las exportaciones en general y constituye una oportunidad estratégica para insertar productos no tradicionales como la papa ecuatoriana en un mercado altamente competitivo y especializado.

Tabla 13

Balanza comercial Ecuador – Bélgica

Ecuador – Bélgica	2020	2021	2022	2023	2024
Exportaciones	221.239	240.615	272.742	290.149	600.972
Importaciones	120.232	137.770	145.804	120.218	124.655
Balanza comercial	101.007	102.845	126.938	169.931	476.317

Nota: Los valores están en miles de dólares estadounidenses. Elaboración propia con base en Lista de mercados importadores/exportadores para un producto exportado por Ecuador (Trade Map, 2025).

Balanza comercial Ecuador- Países Bajos

Durante el periodo 2020–2024, Ecuador ha sostenido una balanza comercial altamente favorable con los Países Bajos, pasando de un superávit de 441,3 millones de dólares en 2020 a 906,7 millones en 2024. Este crecimiento refleja una expansión continua en las exportaciones ecuatorianas hacia este mercado europeo, con un incremento de casi el doble en cinco años (de \$565,6 millones a \$1.133,7 millones), lo que evidencia una fuerte demanda por productos ecuatorianos (Tabla 14).

Esta tendencia es un indicador clave de que los Países Bajos representan un destino accesible y consolidado para la oferta exportable del país, lo cual crea un entorno favorable para diversificar productos exportados, incluyendo alternativas con valor agregado como la papa procesada, que es especialmente demandada en este país con alta capacidad industrial alimentaria.

Por otro lado, aunque las importaciones ecuatorianas desde los Países Bajos también crecieron (de \$124,4 millones a \$227 millones), el ritmo fue significativamente menor en comparación con el aumento de exportaciones (Tabla 14). Esto refuerza el superávit sostenido y demuestra una balanza comercial estructuralmente ventajosa para Ecuador.

Dado que los Países Bajos son uno de los principales importadores y re exportadores de productos agrícolas dentro de Europa, especialmente en el rubro de papa fresca y transformada, esta relación comercial positiva facilita la inserción de productos ecuatorianos como la papa, siempre que se cumplan los estándares técnicos, sanitarios y ambientales exigidos por el mercado neerlandés y europeo en general.

Tabla 14

Balanza comercial Ecuador – Países Bajos

Ecuador – Países Bajos	2020	2021	2022	2023	2024
Exportaciones	565.615	684.869	722.868	852.856	1.133.698
Importaciones	124.359	153.764	325.567	185.718	227.011
Balanza comercial	441.256	531.105	397.301	667.138	906.687

Nota: Los valores están en miles de dólares estadounidenses. Elaboración propia con base en Lista de mercados importadores/exportadores para un producto exportado por Ecuador (Trade Map, 2025).

Balanza comercial Ecuador – Italia

La balanza comercial entre Ecuador e Italia es desfavorable para las exportaciones ecuatorianas. Mientras que en 2020 y 2021 Ecuador registró superávits de 264,3 millones y 117,2 millones respectivamente, a partir de 2022 se observa una balanza negativa, alcanzando un déficit de -100,8 millones de dólares en 2024. Este cambio se explica principalmente por el fuerte incremento en las importaciones desde Italia (que pasaron de \$248,3 millones en 2020 a \$847,5 millones en 2024), en contraste con un crecimiento más lento de las exportaciones ecuatorianas (Tabla 15). Este desequilibrio comercial puede indicar mayores barreras o menor competitividad de los productos ecuatorianos en el mercado italiano.

Este déficit sostenido en los últimos tres años limita las condiciones favorables para posicionar nuevos productos como la papa ecuatoriana, pues refleja un entorno comercial donde Ecuador está en desventaja estructural. Además, el alto volumen de importaciones podría implicar una mayor competencia interna en Ecuador para productos similares o sustitutos, lo que también puede afectar a los productores nacionales.

Si bien Italia cuenta con una demanda relevante de alimentos y productos agrícolas, el escenario comercial actual sugiere que el acceso al mercado italiano puede requerir esfuerzos adicionales en diferenciación, certificaciones, negociación de condiciones logísticas o aprovechamiento de tratados, si se desea insertar con éxito un producto como la papa bajo estándares de comercio justo.

Tabla 15

Balanza comercial Ecuador – Italia

Ecuador – Italia	2020	2021	2022	2023	2024
Exportaciones	512.551	550.107	603.835	629.334	746.691
Importaciones	248.264	432.943	785.919	819.926	847.512
Balanza comercial	264.287	117.164	-182.084	-190.592	-100.821

Nota: Los valores están en miles de dólares estadounidenses. Elaboración propia con base en Lista de mercados importadores/exportadores para un producto exportado por Ecuador (Trade Map, 2025).

Balanza comercial Ecuador – Alemania

La balanza comercial entre Ecuador y Alemania muestra un comportamiento inicialmente deficitario, con saldos negativos entre 2020 y 2023, alcanzando su punto más crítico en 2022 con un déficit de -325,7 millones de dólares. Este escenario se revierte en 2024, cuando Ecuador registra un superávit de 169,5 millones, impulsado por un notable incremento en las exportaciones (de \$415,8 millones en 2023 a \$788,3 millones en 2024) y una ligera disminución en las importaciones (Tabla 16). Este cambio marca una mejora significativa en la relación comercial, lo que puede interpretarse como una apertura creciente del mercado alemán hacia productos ecuatorianos o un mayor dinamismo de la oferta exportable nacional.

Esta recuperación del saldo comercial favorece la consideración de Alemania como destino potencial para productos como la papa, especialmente si se comercializa en presentaciones de valor agregado bajo principios de comercio justo, ya que Alemania es un mercado altamente regulado, con alta conciencia social y ambiental.

No obstante, dado su historial como importador neto en esta relación, podrían persistir ciertas barreras estructurales o competitivas que es necesario superar, como requisitos técnicos y logísticos exigentes. En todo caso, el giro hacia un superávit en 2024 representa una ventana de oportunidad estratégica para fortalecer la presencia de Ecuador en este mercado.

Tabla 16

Balanza comercial Ecuador – Alemania

Ecuador – Alemania	2020	2021	2022	2023	2024
Exportaciones	398.928	363.544	340.406	415.769	788.341
Importaciones	485.163	578.549	666.087	632.149	618.886
Balanza comercial	-86.235	-215.005	-325.681	-216.380	169.455

Nota: Los valores están en miles de dólares estadounidenses. Elaboración propia con base en Lista de mercados importadores/exportadores para un producto exportado por Ecuador (Trade Map, 2025).

Balanza comercial Ecuador – Estados Unidos

Entre 2020 y 2022, la relación comercial entre Ecuador y Estados Unidos fue ampliamente favorable para Ecuador, con superávits que alcanzaron su punto más

alto en 2022 con 1.234,9 millones de dólares. Sin embargo, esta tendencia se revirtió de forma abrupta en los años siguientes: en 2023 y 2024 se registraron déficits de -884,1 millones y -1.108,8 millones respectivamente. Esta caída responde tanto a la disminución en las exportaciones (de \$9.803 millones en 2022 a \$7.024 millones en 2024) como al mantenimiento de altos niveles de importaciones desde EE.UU., lo que refleja un deterioro de la posición comercial ecuatoriana en esta relación bilateral (Tabla 17).

Este cambio desfavorable en la balanza comercial podría restringir las oportunidades para introducir nuevos productos como la papa, especialmente si se consideran las recientes políticas proteccionistas de EE.UU., como la imposición de un arancel general del 10% en 2025 a productos agrícolas de países latinoamericanos.

Aunque Estados Unidos es un mercado con alta demanda de papa procesada, las condiciones actuales sugieren que su acceso sería más complejo y costoso para Ecuador. Por tanto, si bien sigue siendo un mercado atractivo por su tamaño y consumo, la evolución negativa del saldo comercial, sumada a barreras arancelarias crecientes, lo posiciona como una opción menos favorable en comparación con destinos europeos con mejor desempeño comercial reciente.

Tabla 17

Balanza comercial Ecuador – Estados Unidos

Ecuador – Estados Unidos	2020	2021	2022	2023	2024
Exportaciones	4.786.401	6.402.850	9.803.755	7.402.717	7.024.330
Importaciones	3.977.717	5.681.096	8.568.789	8.286.773	8.133.108
Balanza comercial	808.684	721.754	1.234.966	-884.056	-1.108.778

Nota: Los valores están en miles de dólares estadounidenses. Elaboración propia con base en Lista de mercados importadores/exportadores para un producto exportado por Ecuador (Trade Map, 2025).

PIB general y per cápita

El análisis del PIB general y per cápita permite identificar el nivel de desarrollo económico y la capacidad de consumo en los países evaluados. Estados Unidos destaca con el PIB más alto en 2024 (26,9 billones USD) y el mayor ingreso per cápita

(79.305 USD), lo que sugiere una gran capacidad de demanda interna, especialmente de productos procesados como la papa congelada o en snacks (Tabla 18).

Sin embargo, la reciente caída en la balanza comercial bilateral y la imposición de un arancel del 10% en 2025 limitan su conveniencia como destino, dado que incrementan los costos de acceso y reducen la competitividad de los productos ecuatorianos. Aunque el mercado estadounidense es amplio, su complejidad normativa y entorno menos favorable debilitan su posición relativa frente a otros destinos.

Por su parte, Alemania y los Países Bajos presentan condiciones económicas estables y altamente favorables. Alemania cuenta con un PIB de 4,3 billones USD y un ingreso per cápita de 50.830 USD en 2024, lo que la convierte en una potencia con capacidad de pago y fuerte interés por productos sostenibles y con certificaciones. Además, tras varios años de déficit, en 2024 la balanza comercial se volvió superavitaria para Ecuador, lo cual representa una oportunidad de reposicionamiento (Tabla 18).

No obstante, el país con mejor perfil económico relativo es Países Bajos, que no solo muestra un PIB per cápita superior (63.030 USD), sino también una balanza comercial históricamente positiva y creciente para Ecuador, duplicando su superávit en los últimos cinco años. Además, su rol como centro logístico y agroindustrial europeo fortalece su atractivo como mercado receptor.

Italia y Bélgica, aunque mantienen economías importantes (PIB de 2,19 y 0,61 billones USD respectivamente en 2024), presentan limitaciones. En el caso italiano, el PIB per cápita es el más bajo del grupo (37.180 USD) y su balanza comercial con Ecuador se ha tornado negativa desde 2022, lo que indica menor apertura o competencia más fuerte para productos ecuatorianos. Bélgica, si bien tiene un PIB per cápita alto (51.810 USD) y una balanza muy favorable para Ecuador, es un mercado más pequeño en términos absolutos.

Sin embargo, su papel como importador y transformador clave de papa en Europa le otorga relevancia estratégica. En conjunto, considerando todos los indicadores económicos, los Países Bajos se perfilan como el destino más conveniente para exportar papa desde Ecuador, al combinar alta capacidad de consumo, entorno favorable de comercio y un ecosistema logístico ideal para productos agrícolas.

Tabla 18*PIB general anual y per cápita*

País	PIB	2020	2021	2022	2023	2024
Bélgica	PIB ^a	463.751	506.047	563.711	596.203	613.984
	PIB per cápita ^b	40.190	43.680	48.260	50.610	51.810
Países Bajos	PIB ^a	816.463	891.550	993.820	1 067.599	1.134.115
	PIB per cápita ^b	46.810	50.850	56.140	59.720	63.030
Italia	PIB ^a	1.670.012	1.842.507	1.998.073	2.131.390	2.192.182
	PIB per cápita ^b	28.100	31.160	33.860	36.130	37.180
Alemania	PIB ^a	3.449.620	3.676.460	3.953.850	4.185.550	4.305.260
	PIB per cápita ^b	41.480	44.190	47.180	49.520	50.830
Estados Unidos	PIB ^a	18.710.664	20.009.003	24.677.358	25.629.842	26.971.759
	PIB per cápita ^b	56.475	60.186	73.824	76.050	79.305
Ecuador	PIB ^a	87.000	89.703	109.167	109.909	112.009
	PIB per cápita ^b	4.968	5.052	6.148	6.190	6.230

Nota: ^a Valores en millones de dólares estadounidenses (USD). ^b Valores en USD por habitante. Elaboración propia con base en Datos macro (2025a, 2025b, 2025c, 2025d, 2025e, 2025f).

Tasa de inflación

La inflación es un indicador clave para evaluar la estabilidad macroeconómica de un país. Un entorno con inflación moderada o controlada garantiza condiciones más predecibles para el comercio exterior, estabilidad en los precios relativos y un mayor poder adquisitivo sostenido. En este contexto, Italia y Ecuador presentan los niveles de inflación más bajos y estables al cierre de 2024, con tasas de 1,0% y 1,5% respectivamente. En el caso italiano, la inflación muestra una fuerte corrección tras un pico en 2022 (8,2%), lo que sugiere una recuperación económica con menor presión sobre los precios (Tabla 19). En Ecuador, la inflación ha permanecido moderada durante todo el quinquenio, favoreciendo la planificación exportadora desde una economía sin distorsiones inflacionarias graves.

Alemania y Estados Unidos, por su parte, también muestran signos de estabilidad hacia 2024 con tasas inflacionarias del 2,3% y 2,9%, respectivamente, tras picos en 2022 (6,9% y 8%). Esta trayectoria descendente fortalece la previsibilidad económica en estos mercados. Alemania, en particular, combina esta estabilidad con un giro favorable en su balanza comercial con Ecuador, lo que refuerza su atractivo como socio comercial. En contraste, Países Bajos y Bélgica cerraron 2024 con inflaciones del 3,3% y 3,1%, todavía por encima de los estándares europeos ideales (cerca del 2%), y además con una inflación acumulada más elevada durante el quinquenio, lo

que podría haber afectado temporalmente el poder de compra real de los consumidores (Tabla 19).

En conjunto, los países con entornos más estables en términos inflacionarios al cierre del periodo analizado, especialmente Italia, Alemania y Ecuador, ofrecen mejores condiciones para la previsibilidad comercial. Sin embargo, al cruzar este dato con otros factores económicos como balanza comercial, PIB per cápita y estructura logística, Alemania resalta como un destino atractivo y en recuperación, mientras que Italia, pese a su baja inflación, mantiene un déficit comercial sostenido con Ecuador, lo que puede limitar el acceso. Por tanto, aunque la inflación en sí favorece a Italia, Alemania y los Países Bajos presentan un equilibrio más competitivo al combinar estabilidad de precios con condiciones comerciales más abiertas para la papa ecuatoriana.

Tabla 19

Tasa de inflación anual

País	2020 (%)	2021 (%)	2022 (%)	2023 (%)	2024 (%)
Bélgica	0,7	2,4	9,6	4	3,1
Países Bajos	1,9	5,7	9,6	8,0	3,3
Italia	-0,1	1,9	8,2	5,6	1
Alemania	0,6	1,7	6,9	6,4	2,3
Estados Unidos	1,2	4,7	8	4,1	2,9
Ecuador	-0,3	0,1	3,5	2,2	1,5

Nota: Elaboración propia con base en Grupo Banco Mundial (2025a, 2025b, 2025c, 2025d, 2025e, 2025f).

Moneda y sistema cambiario

Desde la perspectiva del sistema cambiario y la moneda oficial, el análisis muestra una clara distinción entre Estados Unidos y los países de la Eurozona (Bélgica, Países Bajos, Italia y Alemania). Estados Unidos representa una ventaja técnica importante para Ecuador, al compartir la misma moneda, lo cual elimina el riesgo cambiario, reduce los costos de transacción y facilita la contabilidad y la planificación financiera en las exportaciones (Tabla 20).

Esta paridad directa de moneda otorga mayor simplicidad y certidumbre en las negociaciones, aunque también implica la desventaja de no poder beneficiarse de

ajustes cambiarios que podrían mejorar la competitividad del producto si se operara en una moneda débil frente al dólar.

Por otro lado, los países europeos operan bajo un sistema de tipo de cambio flotante con el euro como moneda común, lo que introduce una barrera potencial vinculada a la volatilidad euro/dólar, especialmente porque Ecuador basa todas sus operaciones en dólares. Aunque exportar a la Eurozona permite transar en una moneda fuerte, estable y ampliamente aceptada, cualquier apreciación del euro encarece el producto ecuatoriano para los compradores europeos si los pagos se exigen en euros, afectando su competitividad.

No obstante, existe una ventaja estratégica en el hecho de que Bélgica, Países Bajos, Italia y Alemania comparten la misma moneda, lo que facilita acuerdos multilaterales dentro del bloque europeo y permite que Ecuador aproveche economías de escala y condiciones comunes para entrar simultáneamente en varios mercados. En este sentido, aunque Estados Unidos ofrece mayor comodidad operativa, la zona euro representa una oportunidad más amplia si se gestiona adecuadamente el riesgo cambiario.

Tabla 20

Ventajas y desventajas de la moneda oficial respecto a Ecuador

País	Moneda Oficial	Ventajas para Ecuador	Desventajas para Ecuador
Bélgica	Euro (EUR)	<ul style="list-style-type: none"> Operar con una moneda fuerte y estable reduce riesgo cambiario Estabilidad macroeconómica Transacciones en euros simplificadas si el importador acuerda pagos directos. 	<ul style="list-style-type: none"> Posible apreciación del euro aumenta el costo para los compradores Volatilidad respecto al dólar estadounidense, moneda de referencia en Ecuador. Riesgo de variación euro/dólar
Países Bajos	Euro (EUR)	<ul style="list-style-type: none"> Mismas ventajas que Bélgica Uniformidad monetaria facilita acuerdos regionales UE. 	<ul style="list-style-type: none"> Puede impactar competitividad si el euro se aprecia.
Italia	Euro (EUR)	<ul style="list-style-type: none"> Misma zona monetaria que Bélgica y Países Bajos, simplifica operaciones paneuropeas. Acceso a una economía estable 	<ul style="list-style-type: none"> Riesgos de tipo de cambio frente al dólar similares a otros países UE.
Alemania	Euro (EUR)	<ul style="list-style-type: none"> Facilita negociación con múltiples países de la UE simultáneamente. 	<ul style="list-style-type: none"> Competitividad puede bajar si el euro está fuerte versus el dólar y el

Estados Unidos	Dólar estadounidense (USD)	<ul style="list-style-type: none"> Ecuador usa el dólar estadounidense, eliminando el riesgo cambiario en transacciones Facilidad de operación financiera y contable. 	<ul style="list-style-type: none"> importador exige pagos en euros. Sin ventaja de flexibilidad cambiaria para mejorar precios frente a mercados no dolarizados Fluctuaciones del dólar afectan la competitividad global.
----------------	----------------------------	---	--

Nota: Elaboración propia con base en Swissinfo (2021); Unión Europea (2025); Ubide (2025); Vallejo et al. (2023).

4.2.8.3. Social

Tasa de desempleo y poder adquisitivo

La tasa de desempleo refleja el nivel de ocupación y, por tanto, el poder adquisitivo de la población, un aspecto clave al evaluar la demanda potencial de productos como la papa, especialmente cuando se comercializa con valor agregado o bajo principios de comercio justo. En este contexto, los Países Bajos destacan por presentar las tasas de desempleo más bajas del grupo, con 3,5% en 2022, un mínimo de 2,6% en 2023, y un repunte moderado a 3,6% en 2024, manteniéndose dentro de un rango que indica pleno empleo (Tabla 21).

Esta estabilidad laboral sugiere una población con ingresos estables y capacidad de consumo sostenida, condiciones óptimas para la inserción de nuevos productos alimentarios. Por su parte, Italia muestra una tendencia positiva con una reducción del desempleo del 7,9% en 2022 al 6,5% en 2024, lo cual es una señal de recuperación, aunque sigue siendo más elevado en comparación con otras economías europeas.

Alemania y Bélgica presentan tasas convergentes hacia el 6% en 2024, lo que, aunque moderado, representa una estabilidad aceptable dentro del contexto europeo. Sin embargo, el caso de Estados Unidos es preocupante, pasa de un desempleo controlado en 2022 (3,6%) a niveles alarmantes en 2024 (9%), reflejando una crisis económica o fuerte inestabilidad estructural (Tabla 21). Este deterioro del mercado laboral estadounidense reduce el atractivo del país como destino exportador, dado que el consumo interno se vería afectado, sobre todo en categorías no esenciales.

En contraste, los países europeos, especialmente los Países Bajos, seguidos por Alemania y Bélgica, ofrecen mejores condiciones en términos de estabilidad

ocupacional, lo cual respalda su posición como mercados estratégicos para la exportación de papa ecuatoriana, asegurando una base sólida de consumidores con capacidad adquisitiva.

Tabla 21

Tasa de desempleo en los últimos 3 años

País	2022 (%)	2023 (%)	2024 (%)
Bélgica	5,8	5,6	6
Países Bajos	3,5	2,6	3,6
Italia	7,9	7,1	6,5
Alemania	5,3	5,7	6
Estados Unidos	3,6	8	9

Nota: Elaboración propia con base en Datos macro (2025g); EURES Servicios europeos de Empleo (2025); Datos macro (2025h); Statista (2025a); Datos macro (2025i).

Esperanza de vida y factores determinantes

Bélgica: En 2025, la esperanza de vida en Bélgica es de aproximadamente 82.5 años, manteniéndose estable y ligeramente por encima del promedio europeo (Sciensano, 2024). Los principales factores que explican esta longevidad son la amplia cobertura del sistema sanitario público, los buenos niveles de ingresos, la calidad de las infraestructuras y un entorno urbano desarrollado.

Sin embargo, persisten desafíos relacionados con diferencias regionales, envejecimiento de la población y el impacto de estilos de vida (como dieta, actividad física y tabaquismo) (Rivero, 2025). Otavova et al. (2022) destaca que, aunque la longevidad ha crecido en las últimas décadas, el envejecimiento va acompañado de un aumento de años vividos con alguna forma de discapacidad en la edad más avanzada, especialmente entre mujeres.

La alta esperanza de vida en Bélgica evidencia un mercado con una población envejecida, pero con buena calidad de vida y acceso a salud, lo cual genera oportunidades para exportar productos como la papa si se orientan a necesidades específicas de este grupo, como alimentos funcionales, naturales y sostenibles. La demanda potencial puede ser captada mediante estrategias que destaquen la

trazabilidad, la calidad nutricional y el impacto social del comercio justo, factores altamente valorados en segmentos de consumidores mayores y conscientes.

Países Bajos: La esperanza de vida estimada para 2025 es de 83.1 años (World Health Organization, 2025). Este país sobresale por su sistema de salud universal, altos estándares de vida y un entorno físico que motiva la actividad, con una cultura del ciclismo y espacios verdes accesibles (Bello, 2023). Entre los factores más influyentes están; una alimentación equilibrada con alta presencia de productos frescos, el acceso a atención preventiva y tratamientos médicos avanzado, educación y conciencia sobre hábitos saludables, buen balance entre vida laboral y personal. No obstante, existen diferencias regionales y sociales que también impactan la calidad y los años de vida saludable (Nusselder et al., 2022).

El contexto neerlandés presenta un perfil de consumidor activo, educado y con alta conciencia sobre salud, lo cual resulta ideal para exportaciones de papa ecológica, orgánica o con sello de comercio justo. La estabilidad sanitaria y los hábitos de consumo equilibrados fortalecen el posicionamiento de alimentos naturales y sostenibles, y elevan el potencial de diferenciación en un mercado de alta exigencia.

Italia: Muestra una de las esperanzas de vida más altas del mundo, alcanzando 84.3 años en 2025 (Organization for Economic Co-operation and Development, 2025). La longevidad italiana se explica por una combinación de factores; la dieta mediterránea (rica en frutas, vegetales y aceite de oliva), las condiciones climáticas favorables, los bajos niveles de consumo de alcohol en comparación con otros países europeos, la cohesión familiar, estilos de vida activos y la calidad del sistema sanitario. Aunque la genética también aporta, los estudios destacan que el estilo de vida tiene un peso mucho mayor en la longevidad poblacional italiana (Bello, 2023).

El perfil demográfico italiano revela una población longeva y orientada a la alimentación saludable, lo cual podría facilitar la aceptación de productos como la papa si se adaptan a los patrones del consumo mediterráneo. Sin embargo, dado el creciente envejecimiento, los productos deben ser adecuados a necesidades nutricionales específicas y, preferiblemente, posicionados en mercados gourmet o tradicionales que valoren la procedencia y calidad.

Alemania: La esperanza de vida proyectada para 2025 es de 82.2 años (Jones, 2023). Este valor recupera el nivel previo a la pandemia e ilustra una tendencia positiva sostenida por la eficiencia de su sistema sanitario, estabilidad económica y políticas sociales orientadas a la salud. Los factores relevantes son; infraestructura médica avanzada, alta cobertura de seguros médicos y programas de prevención (Jsilionis et al., 2023).

Sin embargo, se registran diferencias considerables dentro del país; por ejemplo, las áreas con mayor nivel socioeconómico presentan una longevidad significativamente superior en comparación con las regiones más desfavorecidas, donde la brecha puede superar los cuatro años (Deutsche Welle, 2023).

La estructura demográfica alemana permite inferir una demanda consolidada para productos sostenibles y con atributos saludables, como la papa con valor agregado. El interés por la trazabilidad y el respeto al medio ambiente, junto con un entorno económico estable, fortalecen la posibilidad de inserción para la producción ecuatoriana en segmentos que privilegian calidad y origen.

Estados Unidos: Para 2025, la esperanza de vida se estima en 79.4 años (McAllister, 2025), situándose por debajo de las principales economías europeas. Este nivel, aunque ha mejorado en décadas recientes, enfrenta retos significativos como; disparidades socioeconómicas y raciales que afectan el acceso a la salud, epidemias de enfermedades crónicas (obesidad, diabetes, enfermedades cardiovasculares), alto consumo de alimentos ultra procesados, niveles elevados de violencia y acceso a armas de fuego y sistema de salud fragmentado (costos importantes que limitan el acceso universal) (Ho, 2022). Aun así, los avances en medicina, prevención y tratamiento contribuyen a una mejora gradual, pero persistente, en la tasa de supervivencia global del país.

Aunque Estados Unidos tiene una población numerosa y avances médicos significativos, las desigualdades estructurales limitan su atractivo como mercado prioritario para exportaciones diferenciadas como la papa con certificaciones sociales o ambientales. La demanda existe, pero está fragmentada y sujeta a fuertes diferencias regionales y de acceso, por lo que la estrategia de entrada debería ser altamente focalizada si se opta por este destino.

Comportamiento, gustos y preferencias

Bélgica: El consumidor belga muestra un creciente interés por productos agrícolas saludables y sostenibles. En frutas y verduras como la papa, existe una inclinación progresiva hacia la compra de productos orgánicos, 6 de cada 10 consumidores compran sus productos orgánicos en supermercados solo 5% compra directo a productores. Es decir, la mayoría de las compras de productos orgánicos se realiza en supermercados, facilitando el acceso, aunque el número de tiendas especializadas va en aumento (Embajada de España en Bruselas, 2021).

Los consumidores valoran los productos frescos y ecológicos, mientras que la nacionalidad del producto es relevante, dado que existe preferencia por lo local, pero no se descartan productos importados de calidad. Los sellos de comercio justo y certificaciones orgánicas ganan importancia, aunque su influencia es más notoria en nichos premium o grupos socialmente conscientes (Pekic, 2025).

El mercado belga ofrece una oportunidad concreta para la exportación de papa ecuatoriana diferenciada, especialmente si se orienta hacia segmentos de consumidores sensibles a aspectos éticos y ambientales. Aunque existe una preferencia por productos locales, la apertura hacia productos importados de calidad, junto con el reconocimiento de sellos como el comercio justo, permite posicionar a la papa ecuatoriana en nichos específicos. La clave será entrar a través de supermercados con líneas orgánicas y sostenibles, aprovechando la tendencia creciente en Bruselas y Valonia y ofreciendo certificaciones que respalden el origen y la trazabilidad del producto.

Países Bajos: La cultura del consumo agrícola se caracteriza por ser altamente informada y consciente del impacto ambiental. Existe una clara preferencia por productos frescos y saludables, y el consumo de productos orgánicos ha crecido de forma sostenida: en los últimos dos años aumentó un 42% y muchas cadenas de supermercados han pasado incluso a distribuir opciones orgánicas exclusivas para ciertos vegetales (Rijk Zwaan, 2024).

La producción local es prioritaria, pero la apertura comercial hace que los productos importados también tengan buena aceptación, especialmente si cumplen con estándares de calidad y sostenibilidad (Vegetarisk Forening, 2022). Los

consumidores neerlandeses consideran los sellos de comercio justo y ecológico, valorando la transparencia y trazabilidad en sus decisiones de compra (Government of the Netherlands, 2022).

Los Países Bajos representan un entorno altamente favorable para insertar la papa ecuatoriana, siempre que esta cuente con certificaciones que validen su sostenibilidad y su cumplimiento ético. La alta conciencia del consumidor neerlandés en torno a la trazabilidad, la transparencia y los impactos ambientales convierte al comercio justo en una ventaja competitiva más que simbólica. Además, la estructura comercial abierta y la aceptación de productos importados refuerzan el potencial de penetración en cadenas que ya distribuyen líneas orgánicas, lo cual puede ser una vía estratégica de entrada para la papa ecuatoriana con valor agregado.

Italia: Destaca por su fuerte inclinación hacia la dieta saludable y la sostenibilidad en la compra de productos agrícolas, incluyendo verduras y papa. Una gran parte de la población prefiere productos orgánicos y de origen local, especialmente en categorías como frutas, verduras y huevos, donde el 58% de los compradores opta primero por lo orgánico (European community of Consumer Cooperatives, 2024).

El interés por la sostenibilidad y el origen italiano del producto es alto, lo que impulsa la compra directa a productores locales y en mercados de proximidad, aunque los productos importados de calidad también logran posicionarse (Bioeco, 2024). El consumidor italiano suele mostrar mayor sensibilidad ante sellos ecológicos y de comercio justo, asociando estas certificaciones con calidad y responsabilidad social y ambiental (Rome Business School, 2023).

Italia presenta un entorno exigente, pero con potencial para productos importados como la papa ecuatoriana, siempre que cumpla estándares altos de calidad y sostenibilidad. La marcada preferencia por lo local representa una barrera, pero también una oportunidad para quienes puedan competir por calidad y certificación. La sensibilidad del consumidor italiano hacia sellos de comercio justo puede ser un elemento diferenciador si se logra posicionar el producto como saludable, socialmente responsable y adaptado al patrón de consumo mediterráneo. Sin embargo, la entrada requerirá estrategias de diferenciación claras y una narrativa que conecte con los valores del consumidor italiano.

Alemania: El público alemán tiene una preferencia marcada por productos orgánicos y sostenibles, y el mercado de alimentos ecológicos es uno de los más desarrollados de Europa occidental. La demanda de verduras orgánicas y certificadas por sellos de calidad y sostenibilidad (incluyendo “Bio” y comercio justo) es elevada, especialmente en franjas urbanas y jóvenes (Winterstein y Habisch, 2021).

Muchos consumidores buscan transparencia y confianza en la cadena de suministro, favoreciendo lo nacional y lo regional, aunque también consumen productos importados siempre que cuenten con certificaciones reconocidas. El precio es un factor relevante, pero hay disposición a pagar más por productos con valores éticos y ambientales robustos (euro news, 2021).

Alemania constituye uno de los mercados más exigentes, pero también más receptivos a productos agrícolas certificados, lo que convierte a la papa ecuatoriana bajo esquemas de comercio justo en una propuesta viable. El énfasis alemán en la transparencia, la trazabilidad y los estándares ecológicos es una ventaja si el producto cumple con estos requisitos. Aunque existe preferencia por lo local, el consumidor urbano y joven está dispuesto a pagar más por alimentos sostenibles y con impacto social positivo, lo que posiciona favorablemente a la papa ecuatoriana en canales como tiendas bio y cadenas especializadas.

Estados Unidos: El comportamiento del consumidor agrícola es diverso y segmentado. Existe una tendencia al alza en la compra de productos orgánicos, impulsada por la preocupación por la salud, la accesibilidad en supermercados y la percepción de mayor calidad y seguridad (Pfaff, 2025). Aunque el consumo de productos locales tiene preferencia en ciertos segmentos, los productos importados son comunes y bien aceptados, siempre que cumplan normas sanitarias y cuenten con certificaciones reconocidas (Food and Drug Administration, 2022).

El sello “USDA Organic” tiene gran peso en verduras como la papa, mientras que el comercio justo es valorado por consumidores socialmente responsables y en canales especializados, pero su impacto todavía es limitado frente al volumen total de compras (Agricultural Marketing Service, 2020).

Estados Unidos presenta un panorama mixto para la papa ecuatoriana: aunque hay una tendencia creciente hacia productos saludables y orgánicos, el comercio justo

aún ocupa un espacio reducido y de nicho. La amplitud y segmentación del mercado obliga a estrategias bien enfocadas, apuntando principalmente a consumidores conscientes en tiendas especializadas o cadenas que valoren la sostenibilidad. El cumplimiento con estándares como “USDA Organic” será clave para lograr aceptación, aunque las barreras arancelarias y logísticas actuales disminuyen su conveniencia frente a destinos europeos más abiertos y alineados con las prácticas del comercio justo.

Implementación de comercio justo

Situación de comercio justo

Según el Anuario de Exportaciones del Sector Asociativo y de Comercio Justo 2021, Ecuador se posiciona como el principal proveedor de alimentos con certificación orgánica en la Unión Europea, con Alemania, Países Bajos, Italia, Bélgica, Suecia y Francia como principales destinos. De acuerdo con Agrocalidad, el país cuenta con 4.770 hectáreas certificadas como orgánicas, de las cuales una parte está vinculada a 101 organizaciones de la Economía Popular y Solidaria (EPS) y empresas con sello de comercio justo. Desde 2017, el número de exportadores EPS aumentó de 63 a 70, aunque de las 146 empresas certificadas con sellos de comercio justo, solo 68 pertenecen a la EPS y apenas 29 exportan efectivamente (Pro Ecuador, 2022).

Según la Figura 22, el sello Fairtrade de la Fairtrade International es el más utilizado, presente en el 62% de las empresas certificadas y los sectores más representativos son el banano y otras musáceas (77 empresas) y el cacao (55 empresas). En términos sociales, los principales beneficiarios son artesanos (20.999 hombres y 14.141 mujeres) y agricultores (3.927 hombres y 3.074 mujeres) (Pro Ecuador, 2022).

Figura 22

Sellos de comercio justo en empresas ecuatorianas

SELLOS COMERCIO JUSTO EN ECUADOR				
Sello	Logo	Organizaciones EPS certificadas	Empresas certificadas	Total²
Fairtrade		56	71	127
Fair Trade Certified		17	37	54
Fair for life		-	2	2
Símbolo de Pequeños productores (SPP)		14	-	14
Guaranteed Fair Trade		9	1	10

Nota: Reproducido de Anuario de exportaciones del sector asociativo y comercio justo 2021 (p. 4), por Pro Ecuador, 2022, Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca.

Los principales países destino para productos de comercio justo ecuatorianos incluyen Estados Unidos, Eslovenia y Países Bajos (Figura 23). Se incluyen los países de interés (Estados Unidos, Países Bajos, Italia, Bélgica y Alemania) (Pro Ecuador, 2022). Esto conlleva a establecer que si existe demanda de productos orgánicos; sin embargo, el acompañamiento, capacitación, información, e infraestructura es limitada para productos no convencionales para la exportación, como es el caso de la papa.

Figura 23

Principales países destino de las exportaciones bajo comercio justo

EXPORTACIONES POR PAÍS			
PAÍS / MILES USD	Miles USD FOB 2021	Crecimiento FOB (2021 - 2020)	PRINCIPALES PRODUCTOS
	151.646,88	634,70%	Banano orgánico, banano, rosas y cacao
	23.045,08	-18,66%	Banano
	21.947,17	13,48%	Cacao, banano orgánico, banano y claveles
	18.933,26	162,91%	Banano, claveles, rosas y manteca de cacao
	14.177,51	-2,55%	Fibras de abacá y rosas
	10.144,21	-61,51%	Banano y cacao en grano
	10.068,88	-45,60%	Banano, cacao, banano orgánico y azúcar de caña
	9.429,76	39,48%	Fibras de abacá, quinua convencional y orgánica, y pasta de cacao
	8.879,26	-40,92%	Banano
	7.201,40	70,04%	Banano orgánico, cacao, banano, almidón y fécula
	5.565,30	-65,93%	Cacao, banano, banano orgánico, café y azúcar en caña
	4.480,22	-29,63%	Banano, plátanos, rosas y piñas
	3.942,43	-44,46%	Cacao, fibras de abacá y rosas
	3.772,74	166,83%	Banano, azúcar de caña, fibras de abacá y claveles
	31.358,00	0,90%	-
TOTAL	324.592,09	39,61%	-

Nota: Reproducido de Anuario de exportaciones del sector asociativo y comercio justo 2021 (p. 10), por Pro Ecuador, 2022, Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca.

Además, el informe destaca que los canales de comercialización bajo esquemas de comercio justo, como se muestra en la Figura 24, son más eficientes que los convencionales, al reducir significativamente la intervención de intermediarios, lo cual se traduce en mayores ingresos para los productores. Este modelo podría ser especialmente beneficioso para el sector papero, dado el bajo precio que actualmente reciben los agricultores en finca.

Figura 24

Canales de distribución convencional y de comercio justo



Nota: Reproducido de Anuario de exportaciones del sector asociativo y comercio justo 2021 (p. 19), por Pro Ecuador, 2022, Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca.

A lo largo del anuario no se encontró la papa como producto beneficiario del comercio justo. Asimismo, en las entrevistas realizadas al representante de una asociación local y al GAD municipal de Tulcán, se constató que, si bien existe conocimiento general del concepto de comercio justo, su aplicación en el cultivo de papa es inexistente en la provincia del Carchi. Las razones apuntan al desconocimiento de los estándares, la falta de acompañamiento técnico e institucional, y los desafíos logísticos y económicos para su implementación, lo que impide que los productores accedan a los beneficios sociales, ambientales y económicos que este modelo puede ofrecer.

4.2.8.4. Tecnológico

Cadena de suministro

La evaluación de las cadenas de suministro en los países analizados (Tabla 22) revela diferencias significativas que impactan directamente en las oportunidades y condiciones para exportar papa desde Ecuador. Países Bajos y Bélgica sobresalen por su alto nivel de eficiencia logística y tecnológica, lo que facilita el acceso a sus mercados mediante infraestructuras modernas, puertos marítimos optimizados y procesos estandarizados para productos procesados como la papa congelada.

Su papel como líderes en importación para procesamiento industrial y en el comercio global de semilla de papa convierte a estos países en plataformas estratégicas no solo para consumo interno, sino también para reexportación. Esta fortaleza logística permite que productos extranjeros ingresen con menores restricciones técnicas si cumplen estándares de trazabilidad y calidad, lo que representa una ventaja concreta para productores ecuatorianos que apuesten por papa certificada o con valor agregado.

Por otro lado, Alemania, Italia y Estados Unidos presentan modelos distintos con implicaciones específicas. Alemania combina una sólida red de procesamiento y almacenamiento con un enfoque fuerte en sostenibilidad ambiental, lo cual es coherente con su perfil de consumidor consciente y regulaciones estrictas. En cambio, Italia, aunque presenta una logística más fragmentada, ofrece oportunidades para papa fresca de alta calidad, especialmente en nichos gourmet o regionales, siempre que se adapten a sus regulaciones diferenciadas.

En el caso de Estados Unidos, su cadena de suministro es altamente integrada y tecnificada, pero exige un cumplimiento riguroso de normativas fitosanitarias y estandarización de variedades, lo que puede dificultar el acceso para pequeños exportadores sin escalas de producción industrial. En este contexto, los Países Bajos destacan como el destino más favorable, al combinar una estructura logística avanzada, apertura comercial, experiencia en papa y menor complejidad normativa frente a los demás mercados.

Tabla 22

Características de la cadena de suministro

País	Características de la Cadena de Suministro	Elementos Diferenciadores
Bélgica	Fuerte integración vertical y enfoque en papa procesada (fritas/congeladas); logística avanzada en puertos marítimos; estricto control sanitario.	Gran capacidad de procesamiento, puertos modernos y altos controles.
Países Bajos	Eficiencia logística, desarrollo tecnológico, alta exportación de semilla y producto procesado; enfoque en calidad y trazabilidad.	Uso intensivo de tecnología; papel global en comercio de semilla de papa.
Italia	Más enfocado en la papa fresca y de nicho; logística compleja por fragmentación geográfica; regulaciones regionales diferenciadas.	Mercado fragmentado; valor a la calidad y variedad regional.
Alemania	Extensa red de procesamiento y almacenamiento; mercado grande y estable; prioriza sostenibilidad y certificaciones ambientales.	Incentivos a la sostenibilidad; gran capacidad de almacenamiento.
Estados Unidos	Cadena integrada, gran escala de comercialización nacional e internacional; altos controles fitosanitarios; énfasis en variedades específicas.	Demanda grandes volúmenes; altos requisitos sanitarios; importante mercado procesado.

Nota: Elaboración propia con base en Castillo (2024); Bolsa Mercantil de Colombia (2022); Goffart et al. (2022).

Calidad de la infraestructura logística para la exportación

Bélgica: Destaca por contar con una infraestructura logística altamente desarrollada y orientada al comercio internacional. Sus puertos, especialmente el de Amberes, se consideran entre los más eficientes y modernos de Europa, con conexiones marítimas frecuentes y rápidas hacia el resto del continente. Además, la infraestructura vial y ferroviaria está bien integrada, permitiendo una rápida distribución de productos agrícolas desde los puertos hasta los centros de procesamiento y mercados finales (Food Export Midwest USA, 2024). Esta capacidad facilita la importación y procesamiento de productos agrícolas como la papa, que luego es enviada a otros destinos europeos como producto terminado o semiprocesado.

Gracias a esta infraestructura, Bélgica actúa como un Hub logístico y de distribución clave en Europa occidental, favoreciendo la exportación desde países terceros como Ecuador. Sin embargo, la infraestructura también implica estrictos controles sanitarios, de calidad y trazabilidad dentro y fuera de los puertos, cumpliendo con la normativa de la Unión Europea. Esto puede representar una barrera para exportadores que no estén preparados con la documentación y certificaciones requeridas, pero para aquellos que cumplen, Bélgica ofrece acceso rápido y eficiente a toda la Unión Europea (European Commission, 2020).

La infraestructura belga, altamente eficiente y con un enfoque orientado al comercio agroindustrial, convierte al país en una puerta de entrada estratégica para productos agrícolas como la papa ecuatoriana, especialmente si se exporta en formatos semiprocesados o con valor agregado. El puerto de Amberes, sumado a su red logística interconectada, puede facilitar la redistribución a otros mercados europeos. No obstante, este acceso se condiciona al cumplimiento estricto de estándares técnicos, lo cual obliga a los exportadores ecuatorianos a invertir en trazabilidad, certificaciones sanitarias y logística especializada si desean posicionarse con éxito en este mercado competitivo.

Países Bajos: Poseen una de las infraestructuras logísticas más avanzadas del mundo, con el puerto de Róterdam como el mayor de Europa y punto de entrada principal para productos agrícolas. El país ha invertido significativamente en tecnología, integración intermodal (carretera, tren y agua) y servicios logísticos, permitiendo movimientos eficaces de grandes volúmenes de mercancías perecibles como la papa. El sistema ferroviario complementa la red de carreteras, conectando directamente los puertos con mercados clave en Alemania, Francia y otros países del interior, aumentando la velocidad y reduciendo pérdidas por deterioro en productos frescos (Castelein et al., 2022).

Esta infraestructura favorece la entrada de mercancías desde países terceros, donde la trazabilidad, el control de temperatura y la logística de última milla son aspectos prioritarios (International Freight Forwarder, 2024). La eficiencia y fiabilidad de la infraestructura holandesa les permite operar como plataforma de redistribución hacia toda Europa. No obstante, su sofisticación también se traduce en altos estándares técnicos y de sostenibilidad, lo que obliga a exportadores a cumplir requisitos

sanitarios, de certificación y sostenibilidad ambiental exigentes para poder ingresar y permanecer en el mercado holandés (Wageningen, 2025).

El puerto de Róterdam y la infraestructura intermodal neerlandesa posicionan a los Países Bajos como uno de los destinos más convenientes para la papa ecuatoriana, tanto por su eficiencia en el manejo de perecibles como por su papel de plataforma logística para Europa. Esta ventaja estructural permite reducir tiempos y riesgos de deterioro, clave para productos frescos o mínimamente procesados. Sin embargo, el nivel de exigencia técnica, ambiental y de trazabilidad es alto, por lo que el acceso al mercado dependerá de la capacidad del exportador ecuatoriano para alinearse con los estándares holandeses y europeos en materia de sostenibilidad y calidad.

Italia: La infraestructura logística italiana tiene un desarrollo importante, aunque menos centralizado que el de Bélgica o Países Bajos. Existe una robusta red de puertos, siendo Génova y Trieste los más relevantes para el comercio extracomunitario, y varios corredores terrestres y ferroviarios que facilitan la distribución por el territorio nacional. Sin embargo, la fragmentación geográfica y la existencia de regulaciones regionales diferenciadas pueden hacer más compleja la logística interna, especialmente para la distribución de productos frescos como la papa hacia distintos mercados del país (Reidy, 2025).

El sistema italiano favorece la entrada de productos frescos para consumo directo, por su tradición en la valorización de productos de calidad diferenciada. La presencia de zonas montañosas y la predominancia de producciones agrícolas regionales hacen que la infraestructura responda bien al suministro de nichos y de variedades específicas, pero puede limitar la distribución masiva y rápida en comparación con el modelo holandés o belga (Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, 2025). Las garantías de seguro y apoyo a la internacionalización que ofrece Italia son una ventaja para nuevos exportadores, pero los desafíos logísticos y burocráticos pueden aumentar los tiempos y costos de acceso al mercado.

Italia presenta oportunidades interesantes para exportadores de papa ecuatoriana que trabajen con variedades específicas o productos diferenciados, especialmente en regiones donde se valora lo artesanal y de calidad. Sin embargo, la fragmentación territorial y las regulaciones regionales hacen que la distribución nacional sea más

lenta y costosa, lo cual es una desventaja frente a mercados con infraestructura más homogénea como Bélgica o Países Bajos. Para acceder de forma efectiva al mercado italiano, será necesario establecer alianzas locales y enfocar la estrategia en segmentos gourmet o en cadenas que prioricen calidad sobre volumen.

Alemania: Goza de una de las redes logísticas más extensas y eficientes de Europa, con importantes puertos marítimos como Hamburgo y Bremen, además de una densa red de carreteras y ferrocarriles que cubren eficazmente su vasto territorio. El sistema está diseñado para un flujo ágil de mercancías, tanto para importación como para distribución nacional e internacional (Federal Ministry of Agriculture, Food and Regional Identity, 2024). Esto favorece la entrada de productos importados, incluidos los agrícolas como la papa, y su posterior traslado rápido a los centros de consumo o procesamiento industrial en todo el país.

El enfoque alemán en la sostenibilidad, la innovación y la calidad influye en el funcionamiento de la cadena logística, promoviendo estándares elevados de calidad, eficiencia energética y reducción de emisiones. Este entorno favorece la competitividad, pero también implica que los exportadores deben cumplir exigencias rigurosas en términos de certificaciones ambientales, trazabilidad y responsabilidad social, lo que puede suponer una barrera si no se atienden previamente estos requisitos en el país de origen (European Commission, 2024; Appun, 2021).

La infraestructura alemana proporciona una ventaja considerable para la distribución eficiente de la papa ecuatoriana a gran escala, dado su alcance nacional e internacional. No obstante, su entorno regulatorio centrado en sostenibilidad y cumplimiento técnico exige una preparación avanzada por parte de los exportadores. Alemania puede ser un destino atractivo si se busca posicionar papa con certificaciones ecológicas y de comercio justo, pero su acceso requiere cumplir estándares exigentes que no todos los pequeños productores ecuatorianos pueden alcanzar sin asistencia técnica y apoyo institucional.

Estados Unidos: posee una infraestructura agrícola y de transporte excepcionalmente desarrollada, con una extensa red de puertos marítimos, aeropuertos, carreteras y vías férreas. Los principales puertos en la costa este y oeste son verdaderos Hubs globales, capaces de gestionar grandes volúmenes de

importaciones agrícolas con rapidez y eficiencia (Hoover y Lucy, 2024). La existencia de cadenas logísticas especializadas para productos perecederos permite mantener la frescura y calidad de los productos importados hasta su llegada al consumidor final o al procesamiento industrial (U.S. Department of Agriculture, 2024).

La fortaleza del país en infraestructura logística no solo favorece las importaciones, sino que las convierte en una parte esencial del flujo comercial nacional. Sin embargo, los altos estándares regulatorios, fitosanitarios y de seguridad alimentaria pueden representar desafíos para los exportadores ecuatorianos. Las inversiones en tecnología agrícola y trazabilidad, junto con la preferencia por proveedores confiables y soluciones logísticas sostenibles, hacen que el acceso sea favorable para quienes cumplen exigencias, pero costoso y complejo para quienes no logran los requisitos del sistema estadounidense (Kaufman, 2025).

La infraestructura estadounidense permite el manejo eficiente de grandes volúmenes de productos perecibles como la papa, lo cual es una ventaja para exportadores ecuatorianos con capacidad de abastecimiento regular y cumplimiento normativo. Sin embargo, el acceso está limitado por los estrictos controles sanitarios y logísticos, así como por los costos de cumplimiento técnico y documentación. Para productores pequeños o medianos, ingresar al mercado estadounidense puede ser inviable sin intermediación o alianzas estratégicas. En este contexto, si bien EE. UU. representa una oportunidad por su infraestructura y tamaño de mercado, es menos accesible que los países europeos con modelos logísticos más integradores y estándares más armonizados.

Preservación de producto orgánicos

Bélgica: El mercado de productos orgánicos está en crecimiento y representa una parte limitada pero creciente del total alimenticio. Cerca del 48% de la venta de productos orgánicos se realiza en supermercados e hipermercados, donde cadenas como Delhaize, Colruyt y Carrefour cuentan con marcas propias y secciones dedicadas, incluyendo supermercados exclusivamente orgánicos (euro news, 2021).

Los productos orgánicos están distribuidos en diversas secciones de los supermercados, y en algunos Hipermercados existen áreas 100% orgánicas (Centro

Logístico del Norte, 2023). La selección prioriza productos locales, pero también se importan productos orgánicos no disponibles localmente. Este desarrollo viene acompañado de certificaciones europeas y privadas que garantizan la calidad y autenticidad orgánica, asegurando así una preservación adecuada y estándares claros para el consumidor (Embajada de España en Bruselas, 2021).

Bélgica se posiciona como un mercado emergente pero sólido para productos orgánicos importados como la papa ecuatoriana, especialmente si cuenta con certificaciones reconocidas. Su infraestructura comercial, junto con la creciente presencia de secciones y tiendas especializadas en productos orgánicos, ofrece una plataforma interesante para posicionarse en nichos de consumidores informados y exigentes. No obstante, el predominio de productos locales podría limitar el volumen de exportación, orientando la estrategia hacia la diferenciación por calidad, origen y responsabilidad social, sin perder de vista los estándares europeos exigidos para preservación y autenticidad.

Países Bajos: El mercado orgánico en Países Bajos es muy desarrollado y presenta una amplia oferta en supermercados que se caracteriza por una fuerte orientación a la calidad y trazabilidad. Los productos orgánicos se preservan bajo estrictos controles y certificados que cumplen con la normativa europea, lo que garantiza un alto nivel de fiabilidad en la autenticidad (Zülch et al., 2024).

La infraestructura logística avanzada del país favorece el mantenimiento de la frescura y calidad de los productos agrícolas orgánicos desde la importación hasta la distribución local. Además, el consumidor neerlandés está muy interesado en productos saludables y sostenibles, lo que impulsa la presencia de productos orgánicos frescos bien preservados en los puntos de venta (Immink y Logatcheva, 2022).

Países Bajos se posiciona en el nivel más alto de conveniencia para las exportaciones ecuatorianas de papa orgánica, gracias a su combinación de infraestructura logística eficiente, estándares rigurosos de preservación, y una cultura de consumo altamente orientada a la sostenibilidad y la trazabilidad. Su capacidad para mantener la frescura y calidad del producto durante todo el proceso logístico convierte a este país en un

mercado ideal para ingresar con papa ecológica y de comercio justo. Esta fortaleza logística y normativa, aunque exigente, permite una integración competitiva siempre que se cumpla con los requisitos técnicos y ambientales establecidos.

Italia: En Italia, aunque el mercado orgánico ha crecido, su presencia en supermercados varía según regiones debido a la fragmentación geográfica. La preservación de productos agrícolas orgánicos se garantiza mediante registros y certificaciones nacionales y europeas, pero la distribución tiende a estar más segmentada, con preferencia por productos locales de alta calidad y variedades tradicionales (DeAndreis, 2022).

La infraestructura logística es robusta, pero puede presentar retos en cuanto a rapidez y eficiencia comparado con otros países europeos. En general, los supermercados italianos ofrecen productos orgánicos frescos con estándares que aseguran su conservación, pero la dispersión de canales y la atención al nicho artesanal influyen en la diversidad y accesibilidad del producto (Remondino y Zanin, 2022).

Italia representa una oportunidad para exportadores ecuatorianos que buscan mercados sensibles a la calidad y la autenticidad, especialmente en regiones o cadenas que valoran lo artesanal y ecológico. Sin embargo, su infraestructura más fragmentada y su fuerte orientación hacia lo local limitan su potencial para operaciones a gran escala. Las exportaciones de papa desde Ecuador deberán enfocarse en canales especializados, adaptándose a las particularidades regionales y priorizando certificaciones que aseguren la trazabilidad y la preservación de propiedades orgánicas, lo que convierte a Italia en un mercado atractivo, pero exigente y más selectivo.

Alemania: Alemania tiene un mercado orgánico muy consolidado y creciente, con consumidores exigentes que demandan alta calidad y certificaciones rigurosas. Los supermercados alemanes cuentan con amplias secciones dedicadas a productos orgánicos, con sistemas eficientes para preservar la frescura y calidad (Oficina Económica y Comercial de España en Düsseldorf, 2023).

Además, la infraestructura logística alemana está orientada hacia la sostenibilidad, con innovaciones que reducen el desperdicio y aseguran la trazabilidad, desde la importación hasta la distribución final. Esto garantiza que los productos agrícolas orgánicos mantengan sus propiedades y cumplan con los estrictos estándares ambientales y de seguridad alimentaria vigentes en el país (Centro Alemán de Información para Latinoamérica, 2020).

Alemania se consolida como uno de los destinos más competitivos para productos orgánicos importados, y la papa ecuatoriana puede encontrar aquí un mercado altamente receptivo, siempre que cumpla con las exigencias técnicas, ambientales y de certificación. La infraestructura logística especializada en sostenibilidad y reducción de desperdicio proporciona condiciones óptimas para preservar la calidad del producto durante toda la cadena de distribución.

Esta orientación convierte a Alemania en un mercado de alta exigencia, pero también de alta fidelización, ideal para exportadores que buscan posicionar una papa orgánica trazable, ética y ambientalmente responsable.

Estados Unidos: En Estados Unidos, el mercado de productos orgánicos es grande y en expansión, con numerosos supermercados que dedican amplias áreas a productos orgánicos frescos y procesados. La cadena de suministro se apoya en modernas infraestructuras logísticas con controles rigurosos para asegurar la conservación y calidad de los productos agrícolas orgánicos (Pfaff, 2025).

Las certificaciones USDA Organic y otras normativas garantizan la autenticidad y características de estos productos. Además, la demanda del consumidor estadounidense por alimentos saludables impulsa la innovación en preservación y embalaje, asegurando que los productos orgánicos -incluida la papa- lleguen en óptimas condiciones desde la importación hasta el consumidor final (Organic Trade Association, 2024).

Estados Unidos presenta un entorno favorable para la exportación de papa orgánica ecuatoriana, en tanto el producto cuenta con la certificación USDA Organic y supera las barreras técnicas de ingreso. Su infraestructura logística avanzada y la fuerte

demanda por alimentos saludables crean una ventana de oportunidad para productos bien preservados y claramente diferenciados.

No obstante, el mercado es altamente competitivo y orientado al volumen, lo que puede dificultar la entrada para pequeños exportadores. Para quienes logren cumplir con los requisitos regulatorios y de trazabilidad, el país ofrece un acceso amplio a consumidores interesados en productos sostenibles, aunque el costo de entrada sea elevado en comparación con los países europeos.

Distancia geográfica

El transporte marítimo refrigerado se presenta como la opción más adecuada para la exportación de papa desde Ecuador hacia mercados internacionales, dada su mayor capacidad de carga, menor costo por tonelada y compatibilidad con envíos a gran escala. Al comparar los destinos evaluados, los Países Bajos destacan por su infraestructura portuaria avanzada (Puerto de Róterdam), su proximidad relativa a otros mercados europeos (Alemania, Bélgica), y sus exigentes, pero accesibles estándares logísticos para productos agrícolas.

En términos de costos, los fletes marítimos hacia Países Bajos y Bélgica son de los más competitivos dentro del bloque europeo, con tarifas aproximadas entre 4.000 y 6.000 USD por contenedor de 40 pies, con capacidad de carga de 22 a 26 toneladas. Esta eficiencia permite una reducción del costo unitario por kilogramo, favoreciendo la rentabilidad para pequeños y medianos exportadores. Además, el tiempo estimado de tránsito (18 a 24 días) es razonable considerando la vida útil de la papa bajo condiciones de refrigeración controlada (Tabla 23).

Por su parte, destinos como Alemania e Italia, aunque viables, implican un costo logístico ligeramente superior y tiempos de tránsito más largos, mientras que Estados Unidos, aunque más cercano, exige condiciones fitosanitarias específicas y certificaciones adicionales que podrían representar barreras no arancelarias. En este contexto, Países Bajos se consolida como el destino estratégico más favorable para la exportación marítima de papa desde Carchi, tanto por su ubicación como por sus condiciones logísticas, regulatorias y comerciales.

Tabla 23*Características para flete*

País	Distancia estimada (km)	Tiempo estimado de tránsito marítimo	Costo marítimo (USD/contenedor 40' reefer)	flete aprox.	Capacidad aprox. por contenedor (toneladas)	Principal puerto de llegada
Países Bajos	~9,500 km	18 – 24 días	4,000 – 6,000 USD		22 – 26 t	Puerto de Róterdam
Alemania	~10,000 km	20 – 26 días	4,200 – 6,300 USD		22 – 26 t	Puerto de Hamburgo
Italia	~9,800 km	19 – 25 días	4,500 – 6,500 USD		22 – 26 t	Puerto de Génova o Livorno
Bélgica	~9,500 km	18 – 24 días	4,000 – 6,000 USD		22 – 26 t	Puerto de Amberes
Estados Unidos	~4,300 km	9 – 12 días	3,200 – 4,500 USD		22 – 26 t	Puerto de Miami o Nueva York

Nota: Elaboración propia con base en Geodatos (2025); Maersk (2024); Hapag-Lloyd (2024); Fresh Plaza (2025); Associated Traffic AG (2022).

4.2.8.5. Ecológico

Leyes de protección ambiental

El análisis de las leyes de protección ambiental en los países evaluados muestra un alto nivel de exigencia normativa en todos los casos, especialmente respecto al uso de pesticidas, límites de residuos, manejo de agua y control de emisiones. No obstante, Países Bajos destaca por ofrecer una estructura regulatoria especializada y directamente aplicable al sector de la papa, incluyendo inspecciones específicas por parte de la Netherlands Food and Consumer Product Safety Authority (NVWA) y normas particulares sobre el manejo post cosecha y la trazabilidad. Esta precisión regulatoria, aunque exigente, otorga certeza jurídica a los exportadores ecuatorianos y permite planificar el cumplimiento normativo con mayor claridad, lo cual representa una ventaja estratégica en comparación con marcos más amplios o fragmentados (Tabla 24).

Alemania e Italia también presentan altos estándares ambientales, aunque con diferencias notables. Alemania impone límites estrictos a emisiones agrícolas y promueve activamente la innovación para reducir el uso de químicos, lo que puede abrir oportunidades a exportadores con prácticas sostenibles, pero también elevar la barrera de entrada si no se cumplen las condiciones técnicas.

Italia, por su parte, exige responsabilidad ambiental directa al agricultor e impone controles regionales fragmentados, lo que podría generar incertidumbre adicional para exportadores. En cuanto a Bélgica, sus normas están bien alineadas con las disposiciones comunitarias y controladas a nivel regional, lo que facilita el acceso a través de cumplimiento estructurado, pero su rigidez puede afectar a exportadores con limitada capacidad técnica (Tabla 24).

Aunque Estados Unidos tiene marcos claros como la FSMA y regulaciones estrictas de la EPA, la diversidad de agencias, inspecciones multilaterales y alto escrutinio sobre pesticidas hacen que su mercado sea más riesgoso para productos que provienen de países con restricciones limitadas. En este contexto, Países Bajos se perfila como el destino con el mejor equilibrio entre exigencia ambiental, previsibilidad normativa y alineación con productos agrícolas como la papa, favoreciendo a exportadores ecuatorianos dispuestos a cumplir con estándares claros y especializados.

Tabla 24

Leyes de protección ambiental para países potenciales

País	Ley/Norma Principal	Disposición Clave
Bélgica	Real Decreto, UE Reg. 649/2012, VLAREM	Prohíbe exportar pesticidas no aprobados en la UE; exige permisos ambientales, evaluación de impacto ambiental (EIA) y límites de residuos; control regional a través del sistema de permisos ambientales (EPR) y requisitos sobre agua, residuos y aire.
Países Bajos	Reglamento de Protección Vegetal, Plant Health Regulation (UE 2016/2031), Wgb, CAP Plan	Uso autorizado solo de productos fitosanitarios aprobados; control de residuos de plaguicidas; restricciones en cosecha (ej. fecha límite para evitar lixiviación de nitratos); normas para calidad y control fitosanitario de la papa; inspecciones por NVWA.
Italia	Código Ambiental, Ley sobre agricultores guardianes, Reglamento integrado de pesticidas (IPPC)	Requiere permisos ambientales para operaciones que generen emisiones o residuos; manejo y exportación de residuos bajo control; cumplimiento con límites de residuos, control de agua y aire; responsabilidad del agricultor en conservación ambiental y biodiversidad.
Alemania	Bundes-Immissionsschutzgesetz (BImSchG), Ley de Acción Climática, CAP Plan	Límites estrictos a emisiones en la agricultura; reducción de nitratos; incentivo a producción sostenible; vigilancia sobre residuos y calidad del suelo/agua; se promueve innovación genética para reducir pesticidas y tolerar el cambio climático; normas para evitar presencia de plagas.
Estados Unidos	Ley de Agua Limpia (CWA), Federal Food Safety	Obligación de cumplir límites de residuos y contaminantes; regulaciones estrictas sobre pesticidas (EPA); controles fitosanitarios por

Modernization Act (FSMA), EPA/USDA	USDA/FDA; etiquetado y trazabilidad; inspección de residuos químicos y físicos en productos agrícolas importados, incluyendo papas
------------------------------------	--

Nota: Elaboración propia con base en Comisión Europea (2012); European Environment Agency (2022); European Commission (2022); Office for Risk Assessment y Research (2020); European Potato Processors' Association (2021); DeAndreis (2024); Aristide (2020); Appun (2021); Farming Insider (2025).

Empaque y envase

El análisis de las políticas de empaque y envase en los países evaluados revela altos estándares de inocuidad, trazabilidad y sostenibilidad, siendo elementos clave para la aceptación de la papa ecuatoriana en los mercados internacionales. Países Bajos se destaca por integrar normas estrictas de trazabilidad y presentación, sumadas a políticas de sostenibilidad que exigen el uso de envases reciclables o reutilizables, supervisados por la autoridad NVWA (Tabla 25).

Esta combinación de criterios técnicos y ambientales refuerza su perfil como el mercado más alineado con productos agrícolas responsables, permitiendo a los exportadores ecuatorianos con certificaciones cumplir exigencias claras y diferenciadoras. La trazabilidad detallada, junto con prácticas logísticas de protección durante el transporte, hacen del mercado neerlandés un entorno favorable para productos como la papa que requieren conservación y presentación cuidadosa.

Alemania, Italia y Bélgica también presentan requisitos rigurosos, centrados en el control de temperatura, materiales seguros para alimentos, clasificación por calidad y etiquetado exhaustivo, aunque Italia introduce una variable de complejidad con posibles variaciones regionales que podrían generar incertidumbre operativa. Alemania, al igual que Países Bajos, exige envases reciclables y sistemas que minimicen daños y contaminación, lo cual favorece a exportadores sostenibles, pero puede representar una barrera para quienes no dominen el cumplimiento técnico (Tabla 25).

Estados Unidos, por su parte, mantiene estándares igualmente estrictos bajo la supervisión de la USDA y FDA, con énfasis en cajas ventiladas, etiquetado detallado y cadena de frío obligatoria. Si bien este marco técnico es compatible con productos

frescos, el alto costo operativo y la exigencia documental posicionan al mercado estadounidense como menos accesible frente a sus pares europeos. En síntesis, Países Bajos ofrece el entorno más predecible y estratégicamente alineado para exportaciones ecuatorianas de papa, gracias a su equilibrio entre exigencia técnica, apertura comercial y sostenibilidad operativa.

Tabla 25

Políticas y requerimientos sobre empaque y envase

País	Políticas y requerimientos sobre empaque y envase
Bélgica	<ul style="list-style-type: none"> - Empaque debe ser limpio, libre de contaminantes y clasificado por tamaño y calidad. - Se exige trazabilidad con códigos adheridos al envase según Norma INEN. - Uso de pallets con soportes plásticos para evitar contacto directo con piso. - Furgones cerrados para transporte, con cámara de refrigeración para mantener temperatura óptima (8–12 °C). - Packaging debe proteger de sol, lluvia y polvo. - Etiquetado claro con información de origen, grado y categoría de la papa. - Cumplimiento con normas de etiquetado y empaque según Ley de Comercio y regulaciones europeas.
Países Bajos	<ul style="list-style-type: none"> - Envases deben ser reciclables o reutilizables según las políticas de sostenibilidad holandesas. - Supervisión por la autoridad NVWA para asegurar que el empaque protege y mantiene la calidad del producto. - Empaque adecuado para evitar contaminación y daño durante transporte y manipulación. - Requisitos estrictos para la presentación de la información de trazabilidad y certificación fitosanitaria.
Italia	<ul style="list-style-type: none"> - Empaque limpio, clasificación detallada por tamaño y calidad, con etiquetado que cumpla las normativas europeas. - Uso de recipientes que protejan contra contaminantes y daños fisiológicos. - La temperatura durante almacenamiento y transporte debe controlarse (generalmente 8–12 °C) para prevenir daños en tubérculos. - Etiquetado con detalles sobre el productor, lote, y certificaciones orgánicas o fitosanitarias. - Posible variación regional en requisitos específicos del etiquetado y empaque.
Alemania	<ul style="list-style-type: none"> - Normas estrictas para materiales de empaque, que deben ser seguros para alimentos y preferiblemente reciclables. - Etiquetas claras que incluyan toda la información relevante (origen, variedad, certificaciones). - Control de temperatura durante almacenaje y transporte, idealmente entre 8 y 12 °C. - Supervisión por autoridades para asegurar que el empaque mantiene la calidad y evita la contaminación.
Estados Unidos	<ul style="list-style-type: none"> - Empaques deben permitir un manejo que evite daños mecánicos y contaminación física o química. - Empaque conforme a normas USDA y FDA para alimentos frescos, protegiendo contra daños y contaminación. - Etiquetado con información clara sobre origen, lote, certificación orgánica (si aplica) y detalles fitosanitarios. - Uso frecuente de cajas ventiladas para permitir la circulación de aire y mantener fresca.

-
- Materiales deben cumplir regulaciones ambientales y de seguridad alimentaria.
 - Control de temperatura y cadena de frío durante transporte es obligatorio para conservar la calidad.
-

Nota: Elaboración propia con base en Castillo (2024); Netherlands empresa Holandesa (2021); Comisión Europea (2025); U.S. Customs and Border Protection (2025).

Factores climáticos favorables o desfavorables

Bélgica: El clima de Bélgica se caracteriza por ser templado oceánico, con inviernos suaves y veranos frescos y húmedos. Estas condiciones afectan la producción local de papa, que puede sufrir problemas de calidad y rendimiento debido a la humedad constante, lo que genera una mayor demanda de importaciones para cubrir déficits o mejorar la oferta del mercado (Castillo, 2024; Goffart et al., 2022). Por ello, la papa exportada desde Ecuador, que cuenta con un ciclo de producción diferente y más flexible debido a su ubicación ecuatorial, puede complementar eficazmente el suministro belga, especialmente en períodos donde las condiciones climáticas locales limitan la producción.

Países Bajos: Tienen un clima templado, con influencia marítima que brinda temperaturas moderadas y una humedad elevada. Esta combinación a menudo ocasiona desafíos en la producción de papa local, especialmente en temporadas con exceso de lluvias que afectan el rendimiento y la calidad de los cultivos (Goffart et al., 2022). Es decir, la importación desde Ecuador representa una oportunidad para suplir estas limitaciones climáticas, proporcionando producto fuera de la temporada local o para variedades que requieren condiciones específicas no fáciles de mantener en el clima neerlandés.

Italia: Presenta una gran diversidad climática, que va desde mediterráneo en las zonas costeras hasta más continental en el interior, con veranos calurosos y secos e inviernos fríos en el norte. Estas variaciones permiten buena producción local, aunque la fuerte demanda de papa fresca y de calidad, así como diferencias en las variedades consumidas, favorecen la importación desde Ecuador para cubrir algunos nichos o demanda fuera de temporada. Además, las regiones del sur y zonas áridas pueden

beneficiarse de importaciones para mercados específicos, dado que el clima puede limitar la producción local durante ciertas épocas del año.

Alemania: Tiene un clima continental templado con inviernos fríos y veranos moderadamente cálidos. El clima puede afectar la producción nacional de papa por fluctuaciones en las temperaturas y disponibilidad de agua, ocasionando variabilidad en el volumen anual de cosecha (Goffart et al., 2022; Bomers et al., 2024). Esto convierte a las importaciones, especialmente desde países con capacidad de producción durante todo el año como Ecuador, en un complemento importante para asegurar la oferta constante en el mercado alemán, sobre todo para la industria de procesamiento que requiere volumen constante y calidad estable.

Estados Unidos: Posee climas diversos según la región, desde templado en el noreste hasta subtropical en el sureste y desértico en algunas zonas. La papa se produce en regiones como Idaho (clima continental seco) y Washington (clima templado). Sin embargo, las fluctuaciones climáticas, sequías o heladas tardías pueden afectar la producción local (Prasad et al., 2023). Por lo tanto, la importación desde Ecuador, donde el clima ecuatorial permite múltiples ciclos productivos al año, ayuda a mantener un flujo continuo y estable de papa fresca, disminuyendo riesgos de desabastecimiento frente a variaciones climáticas en el mercado estadounidense.

A nivel climático todos los países analizados enfrentan limitaciones estacionales o estructurales que abren oportunidades para la importación de papa desde Ecuador, donde el clima ecuatorial permite una producción constante y flexible durante todo el año. Bélgica y Países Bajos, con climas templados y alta humedad, enfrentan problemas de calidad y rendimiento en sus cultivos, especialmente en temporadas lluviosas, lo que aumenta su dependencia de importaciones para abastecer la demanda local e industrial.

Alemania, con un clima continental templado, también experimenta variabilidad en la producción debido a fluctuaciones térmicas y disponibilidad de agua, situación que favorece las importaciones estables y de calidad. En Italia, aunque la diversidad climática permite una buena producción nacional, las diferencias en variedades

consumidas y la demanda fuera de temporada impulsan las importaciones para cubrir nichos específicos.

Por su parte, Estados Unidos, a pesar de su capacidad de producción interna, sufre eventos climáticos extremos que afectan la continuidad del suministro, haciendo de Ecuador un proveedor estratégico. En este sentido, el clima ecuatoriano representa una ventaja competitiva clave, y los países europeos, especialmente Países Bajos y Alemania, se perfilan como los destinos más adecuados al conjugar condiciones climáticas que limitan su producción local con una demanda sostenida y capacidad de absorción para papa importada de calidad.

Regulaciones de trabajo

Bélgica: Cuenta con un marco legal laboral sólido que protege los derechos de los trabajadores mediante leyes nacionales, convenios colectivos y directivas de la Unión Europea, estableciendo rigurosas condiciones en materia de horas de trabajo, salario mínimo, salud y seguridad laboral, y normas contra la discriminación (Rivermate, 2025). Estas regulaciones crean un entorno favorable para la implementación del comercio justo, pues garantizan condiciones dignas y trato equitativo, alineándose con los principios de comercio justo como la no discriminación y la remuneración justa (Comet, 2024).

Sin embargo, la fuerte regulación también implica altos costos laborales para las empresas y la necesidad de cumplir estrictamente con procedimientos, lo que puede representar un desafío para exportadores que intentan establecer cadenas sostenibles con pequeños productores en Ecuador.

Países Bajos: Poseen leyes laborales que respaldan altos estándares de derechos de los trabajadores, con atención a seguridad, salario justo y derechos colectivos que facilitan la formalización y organización laboral (Economía solidaria, 2020). Además, Holanda impulsa activamente políticas de sostenibilidad y comercio justo que promueven la transparencia, la asociación voluntaria de trabajadores y la igualdad de género en el trabajo (Laagland, 2023).

Estas condiciones favorecen significativamente la implantación de cadenas de comercio justo, pues los actores locales valoran proveedores que respeten estos derechos y colaboren en proyectos de desarrollo socioeconómico, aunque también la regulación estricta puede elevar la complejidad administrativa para productores extranjeros (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2023).

Italia: Ha desarrollado un marco normativo laboral fundamentado en la protección de los derechos de los empleados, promoción de igualdad de oportunidades y cumplimiento de convenios internacionales como los de la OIT sobre condiciones laborales y salud ocupacional (Ferrante, 2020). Sin embargo, la fragmentación regional y una burocracia compleja pueden dificultar la implementación uniforme de estas políticas.

Aun así, Italia impulsa desde la contratación pública y ciertas normativas el apoyo al comercio justo, buscando favorecer cadenas que respalden el desarrollo sostenible y empleo digno. Esto crea un ambiente mixto donde, pese a favorecer a operadores transparentes y responsables, puede existir una carga administrativa significativa para los exportadores ecuatorianos que desean certificarse en comercio justo (Orlandini, 2022).

Alemania: Presenta un sistema laboral muy estricto y socialmente orientado que regula cuidadosamente horas de trabajo, salario mínimo, seguridad en el empleo y lucha contra la discriminación e inequidad (Kahn, 2020). El gobierno alemán y sus entidades públicas fomentan activamente el comercio justo a través de políticas públicas, incentivos y campañas de sensibilización que promueven la compra responsable y la transparencia en las cadenas productivas (Dütsch et al., 2024). Esa combinación de fuerte regulación y compromiso social facilita la implementación de modelos de comercio justo, aunque obligan a los exportadores a cumplir criterios rigurosos de condiciones laborales y ambientales para poder integrarse al mercado alemán.

Estados Unidos: Las regulaciones laborales varían según estado, pero existen leyes federales que establecen salario mínimo, horas de trabajo y protecciones contra discriminación y condiciones inseguras. Aunque el mercado estadounidense tiene

una tradición más flexible respecto a las normativas laborales comparado con Europa, el auge del comercio justo ha impulsado normativas voluntarias y certificaciones que promueven prácticas laborales justas y transparentes (Bilfield y Hernandez, 2023). Esta doble realidad puede favorecer a exportadores comprometidos con el comercio justo, pero también plantea retos en cuanto a presión competitiva y seguimiento riguroso de estándares por parte de compradores y certificadores (Brutger y Rathbun, 2021).

El análisis de las regulaciones laborales en los países detallados arrojó que: Países Bajos y Alemania destacan por sus marcos laborales sólidos, complementados por un compromiso institucional y social con prácticas justas, sostenibles y transparentes. Ambos países promueven activamente el comercio justo mediante incentivos públicos y exigencias claras a los proveedores internacionales, lo cual favorece a exportadores ecuatorianos que trabajan con asociaciones de pequeños productores certificados.

No obstante, estas condiciones también implican una alta exigencia normativa y técnica, que requiere cumplir criterios estrictos en cuanto a condiciones laborales, equidad de género, salud y seguridad, lo que puede representar un reto operativo, pero a su vez una oportunidad de posicionamiento diferencial.

Bélgica e Italia también muestran una orientación positiva hacia el comercio justo desde el marco regulatorio, aunque con matices. Bélgica ofrece una base legal coherente con los principios de trato equitativo, pero los costos laborales y la burocracia pueden elevar las barreras de acceso. Italia, por su parte, enfrenta obstáculos derivados de su estructura regional descentralizada, que puede dificultar la implementación uniforme de las políticas laborales y de certificación.

En contraste, Estados Unidos, aunque cuenta con protecciones laborales básicas a nivel federal, opera con un enfoque más flexible y descentralizado, lo que genera tanto oportunidades como riesgos. Si bien existen nichos de mercado sensibles al comercio justo, el entorno competitivo y las exigencias de trazabilidad impuestas por los compradores privados pueden ser más difíciles de cumplir para exportadores ecuatorianos sin apoyo institucional. En conjunto, Países Bajos y Alemania emergen como los mercados más coherentes y estructurados para establecer relaciones

comerciales basadas en comercio justo, siempre que los exportadores logren adaptarse a sus altos estándares sociales y laborales.

4.2.8.6. Legal

Políticas generales para exportación

A continuación, se detallan los requisitos para exportar productos agrícolas desde Ecuador hacia algunos mercados, esto es necesario para determinar las dificultades u oportunidades durante el proceso.

Requisitos para exportar productos agrícolas desde Ecuador

Estados Unidos

- La papa fresca está restringida para ciertos países (por ejemplo, Colombia no está permitida), pero la papa procesada (congelada, enlatada, chips) sí puede exportarse.
- Registro ante la FDA (*Food and Drug Administration*) y cumplimiento de la Ley de Modernización de la Seguridad Alimentaria (FSMA).
- Certificado Fitosanitario emitido por AGROCALIDAD en Ecuador y cumplir con tratamientos específicos como el “*quick-freezing*” para productos congelados.
- Inspección de USDA (APHIS) y certificación fitosanitaria para garantizar que la papa esté libre de plagas y enfermedades reguladas (USA gov, 2023; Prodezk, 2024).

Países de la Unión Europea (Bélgica, Países Bajos, Alemania, Italia):

- Certificado Fitosanitario de Exportación conforme a las normativas de la Unión Europea para garantizar la ausencia de plagas y enfermedades.
- La papa debe cumplir con los estándares de calidad y tratamientos fitosanitarios establecidos por la EU, incluyendo inspecciones y posibles tratamientos cuarentenarios.
- Controles estrictos para la importación de semillas y papa fresca, con énfasis en evitar la introducción de plagas cuarentenarias (Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario, 2025; LSQA, 2022).

Requisitos fitosanitarios para exportar papa desde Ecuador

Para exportar papa desde Ecuador, se deben cumplir requisitos fitosanitarios que también son establecidos por la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro [AGROCALIDAD], además se deben considerar los requisitos de ingreso a los diferentes mercados como la Unión Europea, Estados Unidos, entre otros.

- Solicitar un Permiso Fitosanitario de Importación (PFI) otorgado por AGROCALIDAD, basado en un análisis de riesgo de plagas.
- Presentar un Certificado Fitosanitario de Exportación original emitido por la autoridad fitosanitaria del país de origen, que certifique que la papa está libre de plagas específicas (por ejemplo, en la importación de semillas de papa desde Escocia se exige la ausencia de ciertas bacterias, virus y nematodos).
- Cumplir con las normativas de trazabilidad, calidad y tratamientos fitosanitarios para evitar la introducción de plagas al país.
- La documentación y el producto son inspeccionados en el punto de ingreso; cualquier incumplimiento puede resultar en rechazo inmediato de la importación (Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario, 2025; Dirección de Certificación Fitosanitaria, 2025).

Procedimientos y documentación aduanera requerida para exportación

Según el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2025) para exportar papa desde Ecuador, los procedimientos y documentación aduanera requerida son los siguientes:

- **Registro como exportador:** La persona natural o jurídica debe contar con Registro Único de Contribuyente (RUC) ante el Servicio de Rentas Internas y registrarse como exportador en el sistema ECUAPASS del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), obteniendo firma electrónica para la autenticación (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2025).
- **Declaración Aduanera de Exportación (DAE):** Es un documento electrónico obligatorio que debe ser transmitido a través del sistema ECUAPASS por el exportador, agente de aduana o agente de carga. La DAE incluye datos del exportador, descripción detallada de la mercancía (por ítem de factura), datos del consignatario, destino, cantidades, peso y demás información relevante (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2022).
- **Documentos que acompañan la DAE:** Factura comercial original, Certificado de Origen electrónico (cuando aplique), Autorizaciones previas o permisos

especiales (si el producto lo requiere), Documento de transporte internacional, Póliza de seguro (si se contrata) (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2022).

- **Certificado Fitosanitario:** Para la exportación de papa, es obligatorio obtener un certificado fitosanitario emitido por AGROCALIDAD, que garantiza que el producto cumple con los requisitos sanitarios del país destino (Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario, 2025).
- **Declaración Juramentada de Origen (DJO):** Documento que certifica que la papa es producida en Ecuador con insumos nacionales, requisito previo para la certificación de origen y acceso a beneficios arancelarios (TIBA, 2023)
- **Regularizar DAE:** Después del embarque, el exportador debe registrar electrónicamente el DAE ante SENA, presentando copia de factura, lista de empaque, certificado de origen y documentos de transporte, dentro de los 30 días siguientes al embarque.
- **Cumplimiento de requisitos específicos del país importador:** Se deben cumplir las normativas fitosanitarias, de calidad, etiquetado y embalaje exigidas por el mercado destino, además de posibles certificaciones adicionales solicitadas por compradores o reguladores internacionales.

En la entrevista realizada al representante de una asociación de productores, se evidenció que uno de los principales obstáculos para la exportación de productos derivados de la papa es la falta de conocimiento y orientación sobre el proceso, especialmente en lo relacionado con el paso a paso requerido, el cumplimiento de normativas sanitarias y de control, y la identificación de clientes en mercados internacionales. Esta percepción fue confirmada también en las encuestas aplicadas a agricultores miembros de asociaciones, quienes manifestaron desconocer los requisitos para exportar y no contar con apoyo técnico ni institucional, a pesar de su pertenencia a organizaciones formales.

Desde el nivel local, se constató que el GAD de Tulcán no ha desarrollado recientemente procesos de capacitación sobre exportaciones, pues según se mencionó, la responsabilidad recae en la Prefectura, entidad que tampoco ha generado iniciativas activas en este ámbito. A ello se suma la ausencia de políticas concretas o programas nacionales orientados a fortalecer las capacidades

exportadoras del sector papero, lo que deja a los productores sin las herramientas necesarias para incorporarse a cadenas de valor internacionales.

Normas de protección de mercado

En la Tabla 26 se evidencia un panorama altamente regulado en todos los países evaluados, con distintos niveles de exigencia fitosanitaria, restricciones comerciales y medidas de resguardo a la producción local. En Países Bajos y Bélgica, las exigencias se rigen por la normativa fitosanitaria de la Unión Europea, que impone controles rigurosos de sanidad vegetal, inspecciones en frontera y requerimientos estrictos de certificación para evitar la introducción de plagas o enfermedades.

Estos controles, si bien exigentes, son transparentes y uniformes dentro del bloque europeo, lo que brinda a los exportadores ecuatorianos mayor previsibilidad y posibilidad de adaptación si se alinean con los estándares europeos. En particular, la autoridad neerlandesa NVWA tiene un rol técnico especializado en la supervisión de productos agrícolas, lo que refuerza su perfil como destino viable para exportaciones de papa bajo control y trazabilidad documentada.

En Italia y Alemania, las regulaciones de protección de mercado se enmarcan igualmente en las directrices comunitarias, pero con particularidades adicionales. Italia refuerza las normas europeas con disposiciones regionales sobre etiquetado y trazabilidad, lo cual puede generar cierta fragmentación y complejidad para el ingreso de productos importados.

Alemania, por su parte, complementa los requisitos comunitarios con políticas orientadas a la producción sostenible y al control de emisiones, limitando las importaciones que no cumplan criterios ambientales y éticos. Esto refuerza su compromiso con la sostenibilidad, pero impone altos estándares a los proveedores externos. En el caso de Estados Unidos, la política comercial es más restrictiva y variable, destacándose por leyes como la 7CFR319.56 y las regulaciones del USDA/APHIS, que incluso prohíben la entrada de papa fresca desde algunos países.

Aunque Ecuador no se encuentra explícitamente excluido, el ingreso requiere cumplir con rigurosos controles de calidad, etiquetado y procedimientos fitosanitarios, lo cual

encarece y complica el proceso. En este contexto, Países Bajos ofrece el mejor equilibrio entre exigencia normativa, transparencia regulatoria y acceso técnico viable, lo que lo consolida como el destino más favorable para las exportaciones ecuatorianas de papa dentro de un entorno regulado.

Tabla 26

Normas principales de protección de mercado

País	Normas principales de protección de mercado	Descripción clave
Bélgica	Normativa UE sobre sanidad vegetal, barreras fitosanitarias y aranceles	Aplica regulaciones europeas estrictas de control fitosanitario (normas de la UE para importación de papa fresca), límite a plagas y uso de certificaciones; controles en frontera para proteger producción europea local.
Países Bajos	Requisitos fitosanitarios de la UE, controles estrictos por NVWA	Exige controles rigurosos para evitar entrada de plagas y enfermedades; inspecciones detalladas en puerto; cumplimiento de normas UE y políticas nacionales para proteger cultivos locales.
Italia	Legislación europea reforzada con regulaciones regionales	Italia sigue la normativa UE estricta y añade requisitos locales sobre etiquetado y trazabilidad; políticas orientadas a protección de mercados regionales y promoción de agricultura local.
Alemania	Regulaciones UE, incentivos a producción sostenible y certificaciones	Además de la normativa europea, Alemania implementa medidas para limitar importaciones que puedan afectar el mercado local, con fuerte vigilancia sobre calidad, emisiones y prácticas responsables.
Estados Unidos	Ley de Productos Agrícolas Perecederos (PACA)	Exige cumplimiento de normas voluntarias pero estrictas sobre calidad, fitosanitario y etiquetado; controles de calidad y trámites fitosanitarios obligatorios; apoyos arancelarios a procesados bajo ATPA.

Nota: Elaboración propia con base en Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2022); Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2012); Henkel y Henkel (2022).

Regulaciones de protección

El análisis de las regulaciones y políticas de comercio justo posiciona claramente a Países Bajos como el destino más estratégico para la exportación de papa desde Ecuador bajo este enfoque. Este país no solo promueve activamente el comercio justo a través de instituciones gubernamentales y del sector privado, sino que también actúa como puerta de entrada logística y comercial hacia el resto de Europa (Tabla 27).

Su ecosistema favorece la importación de productos certificados mediante incentivos directos a cadenas sostenibles, apoyo a pequeños productores y una alta demanda por parte de consumidores conscientes, lo que permite insertar la papa ecuatoriana en un mercado ético, competitivo y bien estructurado. Además, la fuerte presencia de certificaciones como Fairtrade y la experiencia del país en gestionar importaciones agrícolas éticas consolidan su liderazgo en este segmento.

Aunque Alemania y Bélgica también cuentan con mercados consolidados de productos de comercio justo, especialmente en sectores como banano y cacao, su enfoque es más orientado al consumo interno responsable y sus exigencias regulatorias son más rigurosas en cuanto a sostenibilidad y trazabilidad. Alemania, en particular, destaca por su alto consumo ético, pero implica altos niveles de cumplimiento técnico y ambiental, lo que puede ser más desafiante para pequeños productores ecuatorianos.

En cambio, Países Bajos combina promoción institucional, capacidad logística, apertura comercial y una cultura de comercio ético integral, lo que lo convierte en el destino más favorable para exportar papa desde Ecuador con certificación de comercio justo, tanto por sus condiciones normativas como por su rol estratégico dentro del mercado europeo.

Tabla 27

Regulaciones y políticas de comercio justo

País	Regulaciones y políticas de comercio justo	Descripción / impacto
Bélgica	Aplicación de la normativa europea sobre comercio justo; incidencia de la certificación Fairtrade y políticas de apoyo al consumo responsable	Bélgica es uno de los principales destinos europeos para productos ecuatorianos con certificación de comercio justo (ej. banano, cacao); existe un mercado consolidado que valora la trazabilidad, el respeto a condiciones laborales, y la sostenibilidad ambiental. El marco legal europeo impulsa el reconocimiento y promoción de productos bajo esta modalidad, favoreciendo la exportación certificada desde Ecuador.
Países Bajos	Promoción activa del comercio justo a nivel institucional y privado; fuerte involucramiento de certificaciones como	Los Países Bajos actúan como puerta de entrada a Europa para productos ecuatorianos certificados en comercio justo. El sector público y privado holandés incentivan el comercio ético con apoyo a pequeños productores, fomentando cadenas sostenibles y trabajo

	Fairtrade y proyectos de desarrollo	digno, lo que potencia la demanda y el cumplimiento de estándares sociales y ambientales en la importación de papa y otros productos.
Italia	Alineación con la normativa europea y programas nacionales de apoyo a comercio justo y desarrollo sostenible	Italia impulsa productos certificados con criterios de comercio justo, especialmente en mercados de nicho. Las políticas italianas promovidas por agencias gubernamentales y ONG apoyan el consumo responsable, aunque la fragmentación regional puede generar diferencias en la aplicación y promoción del comercio justo, lo que puede representar retos de mercado para la papa importada desde Ecuador certificada bajo estos criterios.
Alemania	Regulaciones europeas complementadas con políticas nacionales de sostenibilidad y comercio justo; alto nivel de conciencia social y consumo ético	Alemania es uno de los mayores consumidores de productos con certificación Fairtrade. Las políticas alemanas enfatizan la transparencia, el respeto a derechos laborales y ambientales, además del apoyo a cadenas de suministro responsables, lo que favorece la inserción de productos ecuatorianos certificados en comercio justo, fortaleciendo el mercado de papas orgánicas y de comercio justo.
Estados Unidos	Normativas federales y privadas sobre comercio justo y responsabilidad social; presencia de sellos como Fairtrade y apoyo a importaciones éticas	En Estados Unidos, el mercado del comercio justo crece rápidamente con apoyo de leyes, así como certificaciones privadas. Esto impulsa a las empresas importadoras a preferir productos que garanticen, mediante certificaciones reconocidas, respeto a condiciones laborales justas y medioambientales, aumentando las oportunidades para papas ecuatorianas exportadas bajo este esquema.

Nota: Elaboración propia con base en Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2020a); Ministerio de Relaciones Exteriores Comercio e Integración (2020); euro news (2021); Deutschland (2023); Economía solidaria (2020).

Políticas de control alimentario

El análisis de las políticas y regulaciones de control alimentario confirma que todos los países evaluados aplican estándares elevados de inocuidad y trazabilidad, sin embargo, Países Bajos se perfila nuevamente como el destino más adecuado para las exportaciones de papa desde Ecuador. El sistema neerlandés, supervisado por la Autoridad de Seguridad Alimentaria y Productos de Consumo (NVWA), combina el cumplimiento estricto de la normativa europea con un enfoque altamente técnico en la vigilancia de residuos químicos y microbiológicos, control de la cadena de frío y uso de certificaciones internacionales como GLOBALG.A. P, ISO 22000 y HACCP (Tabla 28).

Esta estructura no solo garantiza seguridad al consumidor final, sino que también proporciona a los exportadores ecuatorianos un marco claro y predecible para cumplir

los requisitos exigidos, lo que facilita su integración a cadenas de suministro sostenibles y transparentes, alineadas con los principios del comercio justo y la inocuidad.

Por su parte, Alemania y Bélgica presentan esquemas similares, igualmente exigentes, en los que se requiere el uso de certificaciones internacionales y el cumplimiento de regulaciones europeas con fuerte supervisión estatal. En Alemania, la trazabilidad y el seguimiento de la cadena de frío son aspectos prioritarios, mientras que Bélgica, mediante la FASFC, aplica un estricto control fronterizo (Tabla 28). Aunque estos marcos ofrecen confianza y estructura, su rigidez puede representar mayores costos y requerimientos operativos para pequeños exportadores.

En Italia, si bien las normas europeas son aplicadas con seriedad, la gestión puede estar sujeta a variaciones regionales. En cuanto a Estados Unidos, su marco regulatorio bajo la FSMA y supervisión de la FDA/USDA impone requisitos severos sobre etiquetado, trazabilidad y monitoreo de residuos, que pueden dificultar el acceso sin acompañamiento técnico y certificaciones robustas. En este contexto, Países Bajos destaca por su equilibrio entre exigencia, transparencia y accesibilidad técnica, consolidándose como el mercado óptimo para la exportación segura y sostenible de papa ecuatoriana.

Tabla 28

Políticas y regulaciones de control alimentario

País	Políticas y regulaciones de control alimentario
Bélgica	Aplica las regulaciones de la Unión Europea en materia de inocuidad alimentaria, incluyendo normas de certificación como GLOBALG.A. P, BRCS, ISO 22000 y HACCP; realiza controles estrictos en frontera para asegurar la trazabilidad, prevención de contaminantes y cumplimiento de parámetros de calidad y fitosanitarios en la papa importada. La Agencia Federal para la Seguridad de la Cadena Alimentaria (FASFC) supervisa estas regulaciones.
Países Bajos	Basado en las normas europeas y supervisado por la Autoridad de Seguridad Alimentaria y Productos de Consumo (NVWA), el control incluye certificaciones internacionales, control estricto de residuos de pesticidas y microbiológicos, y vigilancia del cumplimiento de cadenas de frío para mantener la calidad y seguridad de papas importadas. Se exige cumplimiento de la legislación fitosanitaria europea y estándares ISO.
Italia	Aplica regulaciones europeas y controles nacionales bajo el Ministerio de Salud y el Instituto Nacional de Investigación en Alimentación y Nutrición (INRAN); se exige certificación de sistemas de gestión de inocuidad (HACCP, ISO 22000), etiquetado

Alemania	obligatorio y monitoreo de residuos de agroquímicos, garantizando la seguridad y calidad de productos agrícolas importados, incluyendo la papa desde Ecuador. Implementa regulaciones UE con fuerte supervisión nacional a través del Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL); exige certificaciones BRC, ISO 22000, y HACCP para importadores; controles rigurosos sobre residuos, contaminantes, y seguimiento obligatorio de la trazabilidad y cadena de frío, asegurando la inocuidad y calidad en productos agrícolas importados como la papa. Regulado principalmente por la FDA y USDA, con normas estrictas de inocuidad (FSMA - Food Safety Modernization Act), control sanitario y fitosanitario, y certificaciones relativas a seguridad alimentaria; los importadores deben cumplir con la cadena de custodia, etiquetado claro y monitoreo de residuos químicos y biológicos, garantizando que la papa importada respete los estándares estadounidenses de calidad e inocuidad.
Estados Unidos	

Nota: Elaboración propia con base en LSQA (2022); Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (2018); Food and Drug Administration (2022).

4.2.8.7. Matriz POAM

Bélgica: Ventaja clave: arancel 0% para papa fresca por el Acuerdo Multipartes con la UE, lo que elimina una barrera directa de precio y permite competir en nichos sostenibles si se acredita comercio justo u orgánico. Desafíos: exigencias no arancelarias altas (fitosanidad, trazabilidad, calidad, empaque/etiquetado) y auditorías frecuentes. Oportunidad: Bélgica es importador y procesador líder, lo que favorece compras de materia prima y de especialidades; además, la balanza Ecuador–Bélgica ha sido crecientemente favorable, señal de puerta de entrada viable para diversificación (chips, almidón).

Países Bajos: Ventaja: arancel 0% y una industria transformadora de clase mundial que combina importación y reexportación; existe demanda estable para insumos y productos con valor agregado, y la relación comercial bilateral muestra superávit sostenido para Ecuador (entorno receptivo a nuevos productos). Desafíos: estándares de salud vegetal y preferencia por certificaciones (GLOBALG.A.P./orgánico y comercio justo) que elevan costos de cumplimiento, pero abren acceso a canales premium.

Italia: Ventaja: acceso arancelario 0% bajo el acuerdo con la UE y reconocimiento de sellos de sostenibilidad, lo que facilita la entrada vía compradores sensibles a trazabilidad y responsabilidad social. Desafíos: controles estrictos a residuos de plaguicidas, trazabilidad y certificación fitosanitaria, lo que exige gestión rigurosa de

insumos y poscosecha; el comercio justo mejora percepción, pero no reduce controles oficiales.

Alemania: Ventaja: arancel 0% y mercado grande con industria de procesamiento y canales diferenciados; Alemania figura entre líderes europeos de comercio de papa y es importador relevante de procesados, lo que crea ventanas para especialidades y valor agregado. Desafíos: estándares particularmente altos en calidad, sostenibilidad y auditorías externas; el comercio justo favorece aceptación en nichos, pero exige gobernanza robusta de la cadena.

Estados Unidos: Ventajas: el país lidera importaciones de papa procesada (22%), impulsado por foodservice; existe potencial en congelados y snacks si se cumplen requisitos regulatorios. Desventajas: no hay preferencia arancelaria para papa fresca y, desde 2025, aplica un arancel general cercano al 10%, lo que erosiona competitividad; además, rigen registros ante FDA/FSMA y control fitosanitario APHIS, por lo que la ruta más factible es la de procesados con cumplimiento estricto.

En base a esta información en el Anexo 6 se presenta la matriz POAM completa, en la cual se recopilan y sistematizan los resultados del análisis PESTEL aplicado a los cinco países evaluados. El sistema de calificación utilizado en la matriz se basa en una escala de valores positivos y negativos que representan el grado de oportunidad o amenaza que cada subdimensión implica. Para ello, se asignaron valores positivos y negativos como se detalla en la Tabla 29.

Tabla 29

Puntuación

Oportunidades	Amenazas
Alto 3	Alto -3
Medio 2	Medio -2
Bajo 1	Bajo -1

Cada uno de los 6 factores del análisis PESTEL fue desagregado en 4 subdimensiones, las cuales fueron clasificadas según el contexto del país como

oportunidad o amenaza, sin dejar ningún aspecto sin calificar. Posteriormente, los valores asignados se sumaron y dividieron entre el total de elementos calificados (4 por cada factor), lo que permitió obtener un promedio por factor para cada país, facilitando su comparación cuantitativa.

Esta metodología proporciona una visión integral de los riesgos y ventajas de cada mercado en relación con los criterios establecidos. En la Tabla 30 se presenta un resumen de la matriz POAM, donde se obtuvo como país destino Países Bajos con 1,87, seguido por Alemania con 1,27. Es decir enfocado en la exportación hacia la Unión Europea, esto considerando las ventajas que se presentan para Ecuador por acuerdos comerciales, tratados, moneda, infraestructura, condiciones de la población, gustos y comportamiento del consumidor, y apertura a la comercialización bajo términos de comercio justo.

Tabla 30

Resumen POAM

Países	Bélgica		Países Bajos		Italia		Alemania		Estados Unidos	
	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza	Oportunidad	Amenaza
Político	2	-2	3	-1,5	2,5	-1	2,5	-1,5	2,5	-2
Económico	3,5	-1	4,5	-1	2,5	-1	4	-1	4	-1
Social	2	-1	3	0	2	-1	2,3	-1	2	-1,5
Tecnológico	2,6	-2	3	-2	1,6	-2	3	-1,5	2,5	-1
Ecológico	2	-2	2,6	-2	2	-1	2,3	-2	2	-2
Legal	2	-2	2,6	-1	2	-1,5	2,5	-2	2	-2,3
Suma	14,1	-10	18,7	-7,5	12,6	-7,5	16,6	-9	15	-9,8
Promedio	2,35	-1,67	3,12	-1,25	2,1	-1,25	2,77	-1,5	2,5	-1,63
Ponderación	0,68		1,87		0,85		1,27		0,87	

CAPÍTULO V

PROPUESTA

Resumen ejecutivo

El diagnóstico en Carchi evidenció fallas estructurales que limitan la inserción competitiva de la papa en mercados exigentes: alta intermediación y volatilidad de precios; heterogeneidad de calidad por brechas de producción; trazabilidad insuficiente y desconocimiento de requisitos fitosanitarios y operativo de normas de exportación (etiquetado, empaques, registros); débil gobernanza asociativa y escasa estandarización documental. Estas asimetrías elevan costos de cumplimiento, erosionan márgenes y bloquean el acceso a canales diferenciados (orgánico, comercio justo, retail especializado). Por ello se requieren guías prácticas que ordenen procesos, documenten estándares y reduzcan el costo de aprender-cumplir.

La propuesta deriva de levantamiento de campo con asociaciones paperas, entrevistas a actores de la cadena, revisión normativa y benchmarking de mercados destino (UE y EE. UU.). Los hallazgos convergieron en cuatro brechas críticas: (i) cumplimiento técnico (BPA, manejo de insumos, inocuidad y trazabilidad); (ii) formalización comercial (contratos, incoterms, seguros, documentación de exportación); (iii) articulación institucional (acreditación, certificación, inspecciones, ventanillas); y (iv) capacidades organizacionales (roles, control interno, indicadores). Cada guía responde uno o más vacíos: implementación de comercio justo en contexto andino, exportación vegetal paso a paso, programa de capacitación modular, unidad técnica provincial y articulación con universidades y certificadoras.

A quiénes beneficiará. Beneficia directamente a productores y asociaciones de papa del Carchi al elevar calidad, reducir rechazos y mejorar su poder de negociación; a centros de acopio/empacado y operadores logísticos al estandarizar procesos y documentación; a gobiernos locales y la futura unidad técnica al contar con instrumentos para asistencia y control; a compradores internacionales al recibir producto conforme a especificaciones y con trazabilidad verificable; y a academia/centros de extensión al disponer de contenidos formativos y métricas para seguimiento. Indirectamente, impacta a consumidores mediante mayor inocuidad y a la economía provincial al estabilizar ingresos y fomentar encadenamientos.

Cómo se relaciona con el comercio justo. Las guías operacionalizan principios de comercio justo en procedimientos verificables: gobernanza participativa y transparente (actas, distribución de la prima, política de precios y contratos), cumplimiento socioambiental (condiciones de trabajo, manejo de agroquímicos, gestión de residuos), trazabilidad documental desde parcela a cliente (lotes, insumos, MRL, auditorías), y mecanismos de mejora continua (KPI de calidad, merma, cumplimiento y tiempos de ciclo). Se incluyen rutas de certificación (criterios, evidencias, auditorías), modelos de contrato pro-productor y matrices de costos que hacen viable capturar el valor de sellos Fairtrade/AFN/orgánico y acceder a nichos de alto valor en la UE/EE. UU., alineando rentabilidad con equidad y sostenibilidad.

5.1. Estrategias bajo los principios del comercio justo para comercialización internacional de papa

5.1.1. Guía para dar a conocer el comercio justo adaptada al medio rural carchense

Objetivo: diseñar una hoja de ruta práctica y viable para la adopción del comercio justo en la producción de papa.

5.1.1.1. Introducción

La presente guía tiene como objetivo establecer una ruta de acción para implementar progresivamente el comercio justo en las operaciones de la producción de papa en la provincia del Carchi. Esto como estrategia para mejorar la sostenibilidad, la productividad, la competitividad y la equidad en la comercialización de productos agrícolas, principalmente la papa. Carchi, pese a ser referente en el cultivo de papa, experimenta graves limitaciones estructurales como precios bajos en finca, elevados costos de insumos, desorganización de productores, escasa adopción tecnológica y desconocimiento general del comercio justo y sus prácticas.

5.1.1.2. Justificación

Esta guía se vuelve básica ante el bajo nivel de conocimiento y aplicación del comercio justo en la provincia del Carchi. Los resultados del estudio arrojaron que el 95% de los agricultores encuestados no están familiarizados con el concepto ni con sus prácticas características, lo cual limita la posibilidad de adoptar modelos de comercialización más equitativos y sostenibles. No obstante, entre el reducido grupo de agricultores que sí lo conoce, el 100% manifestó su disposición a realizar

actividades adicionales para obtener los beneficios del comercio justo y desarrollar sus comercios.

Este contexto demuestra que el principal obstáculo no es el desinterés, sino la ausencia de información, acompañamiento técnico y estrategias claras de implementación. Además, aunque el 91% de los agricultores forma parte de asociaciones, un 70% de ellos establece que no obtiene beneficios concretos de su afiliación, siendo necesario fortalecer el rol organizativo y colectivo como pilar para el acceso a certificaciones y mercados potenciales. La presente guía busca reducir estas brechas a través del fortalecimiento de las asociaciones.

5.1.1.3. Tema 1: Concepto y Principios del comercio justo

Es importante dar a conocer que es el comercio justo y los beneficios a los agricultores, así como a las asociaciones, esto con el fin de implementarlo; o en su defecto aplicar algunos principios del comercio justo para mejorar las condiciones laborales del sector, eliminar la desigualdad en trato a mujeres, eliminar el trabajo infantil en el campo, mejorar los precios de venta en finca y acceder a mercados potenciales. Como se ha observado existen oportunidades para comercializar la papa transformada, pero se requiere de conocimientos.

A continuación, en la Figura 25 se detalla el concepto de comercio justo y sus beneficios de forma simple para facilitar el aprendizaje de personas que no están familiarizadas con el tema:

Figura 25

Concepto y beneficios del comercio justo



Para resumir el comercio justo coloca a las personas y el planeta sobre las ganancias monetarias, para ello cuenta con 10 principios. Estos fueron planteados por la *World Fair Trade Organization*. Los principios no pueden funcionar de forma aislada sino integral pues abordan temas sociales, laborales, ambientales y laborales, además de alinearse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para cambiar estructuras internas y a nivel gubernamental (Zurita et al., 2022). En las siguientes figuras se detallan los 10 principios, con ejemplos prácticos para mejorar su entendimiento y aplicación (Figura 26 a 35)

Figura 26

Creación de oportunidades para productores

1 Creación de oportunidades para productores marginados económicamente

Este principio busca reducir la pobreza a través del comercio. Las organizaciones de comercio justo tienen el objetivo de apoyar a productores y comunidades que han sido marginadas social y económicamente, asegurando ingresos para alcanzar el empoderamiento social y económico. Independientemente de que estén organizados en asociaciones, empresas familiares o trabajen independiente o informal.

Ejemplos

- Priorizar la compra de insumos agrícolas colectivos para pequeños productores sin acceso a crédito, reduciendo sus costos y mejorando su rentabilidad.
- Establecer un fondo rotativo comunitario con aportes mínimos para financiar semillas o mejoras de cultivo.
- Generar alianzas con ferias y mercados solidarios en Quito o Guayaquil donde se garantice espacio a productores de zonas rurales de Carchi.

Reflexión

- ¿Es parte de una organización?
- ¿Cómo se siente siendo aporte de esta organización?
- ¿Es mejor trabajar independientemente?

Figura 27

Transparencia y responsabilidad

2 Transparencia y responsabilidad

La transparencia es base pues las organizaciones deben ser abiertas en su gestión y en sus relaciones comerciales. Es decir, deben presentar informes a todas las partes interesadas, especialmente sus asociados, pero deben respetar la confidencialidad de cierta información comercial. Este principio también busca crear vías de participación para involucrar a miembros, productores y personal en la toma de decisiones, garantizando una organización sólida y conocedora de las operaciones que realizan. Los canales de comunicación deben ser abiertos y accesibles a todos los niveles de la cadena de suministro.

Ejemplos

- Crear libros contables comunales visibles mensualmente a los miembros de la asociación para registrar compras, ventas y utilidades.
- Realizar asambleas trimestrales abiertas para evaluar los resultados productivos y comerciales de la asociación.
- Utilizar grupos de WhatsApp o boletines físicos para informar sobre decisiones, negociaciones o cambios en contratos.

Reflexión

- ¿Conoce que actividades realiza su organización en caso de estar en alguna?
- ¿Cómo le informan sobre reuniones o actividades de la organización?
- ¿Considera que la organización o usted de forma independiente es responsable al informar sobre sus actividades en negocios?

Figura 28

Prácticas comerciales justas

3 **Prácticas comerciales justas**

Las organizaciones de comercio justo deben cumplir responsable y profesionalmente los compromisos adquiridos, respetando los contratos establecidos y los plazos de entrega acordados. Todo esto sin dejar de lado su identidad cultural y habilidades tradicionales de los pequeños productores, aspectos que se reflejan en sus productos alimenticios, forma de cultivarlos o prepararlos y otros servicios relacionados

Ejemplos

- Firmar contratos estables entre asociaciones y compradores locales o nacionales con cláusulas de protección para los productores.
- Integrar cláusulas que reconozcan tiempos de cosecha y variabilidad climática sin penalización al productor.
- Promover la venta directa a través de plataformas comunitarias o puntos solidarios, eliminando intermediarios abusivos.

Reflexión

- ¿Considera que su organización fomenta la identidad cultural?
- ¿Qué actividades considera propias de su cultura que se apliquen en la agricultura?
- ¿Su organización o usted cumplen con los contratos establecidos?

Figura 29

Pago de un precio justo

4 **Pago de un precio justo**

Algo que define al comercio justo es establecer precios mediante acuerdo mutuo entre todas las partes involucradas. El precio justo debe cubrir no solo los costos de producción sino también facilitar una remuneración digna por el trabajo realizado, mientras permanece viable en el mercado. Las organizaciones compradoras de comercio justo reconocen las desventajas financieras que enfrentan los pequeños productores y; por tanto, aseguran mecanismos como el prefinanciamiento (mínimo del 50% del valor del pedido final) para garantizar la sostenibilidad económica de sus operaciones. Adicionalmente, puede incluirse un premio social destinado a inversiones comunitarias.

Ejemplos

- Establecer un precio base comunitario que cubra los costos de producción más una ganancia mínima.
- Negociar colectivamente con intermediarios para asegurar prefinanciamiento del 50% de la producción acordada.
- Destinar un porcentaje de cada venta para un fondo de inversión en infraestructura comunitaria (riego, almacén, etc.).

Reflexión

- ¿Su organización o usted reciben un pago justo por el producto que vende?
- ¿Los precios que reciben cubren costos operativos y generan ganancia?
- ¿Su organización o usted tiene capital para inversiones?

Figura 30

Equidad de género

5	Equidad de género
<p>Con este principio se promueve activamente la igualdad de género, rechazando toda discriminación basada en el género. Este principio reconoce y valora la contribución de las mujeres en los procesos productivos, asegurando que reciban una compensación justa por su trabajo y tengan acceso a oportunidades de crecimiento y participación en la toma de decisiones. Las organizaciones de comercio justo implementan políticas específicas para garantizar la equidad, empoderando especialmente a las mujeres como grupo históricamente marginado en muchas cadenas productivas.</p>	
	Ejemplos
<ul style="list-style-type: none"> • Asegurar que al menos el 50% de las directivas en asociaciones agrícolas estén integradas por mujeres. • Desarrollar capacitaciones exclusivas para mujeres en liderazgo, comercialización y manejo financiero. • Establecer turnos y tareas de trabajo con criterios de corresponsabilidad familiar, especialmente en fincas familiares. 	
	Reflexión
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Ha experimentado situaciones de discriminación hacia las mujeres? • ¿La organización o usted tienen políticas para apoyar a las mujeres en la agricultura? 	

Figura 31

Condiciones laborales dignas

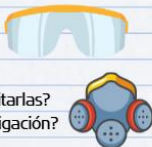
6	Condiciones laborales dignas	
<p>Este principio establece que las organizaciones deben garantizar un entorno de trabajo seguro y saludable para todos sus trabajadores, cumpliendo como mínimo con las leyes nacionales y los convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Se reconoce y se apoya el derecho a la libertad de asociación y se promueve la dignificación del trabajo en todos sus aspectos. Las condiciones laborales deben ayudar a los trabajadores a subsistir y desarrollarse integralmente como personas y profesionales.</p>		<p>La ley nacional y el Convenio OIT N° 184 establecen que los trabajadores agrícolas deben contar con equipos de protección personal adecuados según los riesgos de cada tarea, como ropa que cubra brazos y piernas, guantes, mascarillas y otros implementos certificados, y que los empleadores deben proporcionarlos, capacitar sobre su uso y asegurar su mantenimiento en condiciones seguras. Además, la normativa nacional permite la importación y uso de maquinaria y equipos agrícolas siempre que cuenten con repuestos y servicios técnicos adecuados para su operación y seguridad (Asamblea Nacional, 2017b).</p>
	Ejemplos	
<ul style="list-style-type: none"> • Implementar normas mínimas de seguridad en el campo (uso de botas, guantes, primeros auxilios). • Establecer un salario mínimo interno consensuado entre miembros de la asociación. • Garantizar horarios razonables de trabajo y pausas para alimentación, especialmente durante cosechas intensas. 		
	Reflexión	
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Su entorno de trabajo es saludable? • ¿Qué prácticas considera son perjudiciales para su salud, y que se podría hacer para evitarlas? • ¿Su organización o usted disponen de equipos de protección para actividades como fumigación? • ¿Cómo se siente en su trabajo? 		

Figura 32

No explotación infantil

7 **No explotación infantil**

El comercio justo rechaza rotundamente el trabajo forzoso y la explotación infantil. Si bien puede existir participación de niños en ciertos procesos productivos, especialmente cuando se trata del aprendizaje de artes tradicionales o artesanales, esta debe ser estrictamente supervisada y nunca debe afectar negativamente su bienestar, seguridad, educación o derecho al juego. Las organizaciones implementan mecanismos de verificación para asegurar el cumplimiento de este principio en toda la cadena de suministro.

Ejemplos

- Prohibir que niños participen en tareas riesgosas como aplicación de agroquímicos o manipulación de maquinaria.
- Estimular programas educativos comunitarios que acompañen a familias durante temporadas de siembra o cosecha.
- Implementar ferias agrícolas escolares para educar a niños en prácticas agrícolas sostenibles sin convertirlo en trabajo.

Reflexión

- ¿Cómo es la participación de los niños en su organización o en su trabajo?
- ¿Cómo se asegura el bienestar de los niños?
- ¿Considera que los niños en la agricultura están felices?

Figura 33

Protección del medioambiente

8 **Protección del medioambiente**

El comercio justo incorpora prácticas ambientalmente sostenibles en toda la cadena productiva. Las organizaciones promueven el uso responsable de materias primas, la reducción de la huella de carbono, la gestión adecuada de residuos y, ahorro de agua, mejora del suelo, incluso aplicación de técnicas de producción orgánica. Este principio reconoce que la protección del entorno natural garantiza los ingresos de las comunidades productoras.

Ejemplos

- Introducir prácticas de rotación de cultivos para conservar los nutrientes del suelo.
- Usar bioinsumos o control biológico de plagas para reducir agroquímicos.
- Implementar sistemas de compostaje comunal para manejo de residuos orgánicos.

Reflexión

- ¿Qué actividades se realizan en su organización o en sus cultivos para proteger el medio ambiente?
- ¿Qué dificultades experimenta para cuidar el medio ambiente en su cultivo?

Figura 34

Desarrollo de capacidades

9 **Desarrollo de capacidades**

Este principio busca fortalecer las habilidades y competencias de los productores, con especial énfasis en los grupos más vulnerables y marginados como jóvenes, mujeres, ancianos y personas con discapacidad. Las organizaciones de comercio justo invierten en capacitación, asistencia técnica y transferencia de conocimientos para empoderar a los productores y permitirles mejorar continuamente sus productos, procesos y gestión organizativa

Ejemplos

- Establecer un calendario anual de capacitaciones en técnicas agrícolas modernas, finanzas y comercio exterior.
- Formar promotores comunitarios que repliquen conocimientos a productores que no puedan asistir a capacitaciones.
- Facilitar el acceso a plataformas digitales para buscar información de precios, mercados y buenas prácticas agrícolas.

Reflexión

- ¿En su organización o usted ha recibido capacitaciones o asistencia técnica para mejorar las estrategias de agricultura?
- ¿Qué dificultades ha experimentado para acceder a estas capacitaciones?
- ¿Considera que aprender sobre nuevas técnicas y métodos de cultivo le ayudaría a su desarrollo?

Figura 35

Promoción del comercio justo

10 **Promoción del comercio justo**

Las organizaciones deben realizar campañas de sensibilización dirigidas tanto a consumidores como a otros actores del mercado, explicando la importancia y los beneficios de este modelo alternativo. Con ello se busca generar conciencia sobre las injusticias del comercio convencional y promover un cambio en los hábitos de consumo hacia opciones más éticas y responsables.

Ejemplos

- Etiquetar los productos con un sello propio comunitario que indique que siguen principios de comercio justo.
- Realizar ferias locales o participaciones en ferias nacionales explicando los beneficios del modelo justo.
- Implementar un "Día del comercio justo" en la comunidad para compartir experiencias y motivar a nuevos productores.

Reflexión

- ¿Su organización o usted realizan actividades para promover el conocimiento sobre el comercio justo y su implementación?
- ¿Le gustaría promover el comercio justo, considera que es útil?

5.1.1.4. Tema 2: Certificaciones y criterios mínimos para acceder a certificaciones

Las certificaciones de comercio justo son sellos que aseguran que un producto fue elaborado, o en este caso producido bajo condiciones justas, responsables y sostenibles. Estas certificaciones confirman que los pequeños productores y trabajadores reciben un trato digno, un precio justo por sus productos, laboran en entornos seguros, donde no hay discriminación ni explotación infantil, y que se aplican prácticas agrícolas que respetan el medio ambiente.

Además, facilitan a las organizaciones acceder a mercados diferenciados donde los consumidores valoran la transparencia, la ética comercial y la sostenibilidad social (Monge y Yáñez, 2023). En las siguientes figuras se detalla la certificación, enfoque, uso en Ecuador, aplicación, requisitos, que empresa lo emite y el logo (ver Figura 36 a 41)

Figura 36

Fairtrade de la Fairtrade International



Figura 37

Fair trade Certified



Figura 38

Fair for life



Figura 39

Símbolo de pequeños productores (SPP)



Figura 40

Guaranteed Fair Trade



Figura 41

Naturland Fair



Todas estas certificaciones son adecuadas para la producción de papa y se pueden obtener en Ecuador. Es necesario considerar que algunos requisitos requieren de control y análisis que pueden frenar el acceso a las mismas. Sin embargo, las empresas emisoras de las certificaciones facilitan los procesos, siendo necesaria la comunicación de esta información.

Antes de optar por un proceso de certificación de comercio justo, es necesario que las asociaciones de producción evalúen su realidad organizativa, productiva y comercial para conocer a que esquema se adaptan mejor. La Tabla 31 compara las certificaciones más relevantes disponibles en Ecuador, considerando factores como los mercados a los que se orientan, su compatibilidad con sistemas de producción orgánicos, su aplicabilidad a organizaciones de la Economía Popular y Solidaria (EPS), y su compatibilidad con el cultivo de papa.

Todas las certificaciones listadas son viables para el desarrollo y la comercialización internacional del cultivo de papa, frescas o procesadas. Sin embargo, se recomienda fortalecer previamente las capacidades organizativas y técnicas de los productores o

de las asociaciones, para garantizar el cumplimiento de los requisitos mínimos y aprovechar al máximo los beneficios del comercio justo.

Tabla 31

Comparación de características de las principales certificaciones

Certificación	Principales mercados	Combina con orgánico	con	Foco en EPS	Compatible con papa	con
Fairtrade	Europa, EE.UU.	Sí		Sí	Sí	
Fair Trade Certified	Estados Unidos	No		Parcialmente	Sí	
Fair for Life	Global	Sí		Sí	Sí	
SPP	América Latina, Europa	Sí		Exclusivo EPS	Sí	
Guaranteed Fair Trade	Global	No necesariamente		Sí	Sí (especialmente si hay valor agregado)	
Naturland Fair	Europa	Sí		Sí	Sí	

5.1.1.5. Tema 3: Buenas prácticas laborales y organizativas.

La implementación del comercio justo exige condiciones comerciales equitativas y prácticas laborales y organizativas responsables, democráticas y sostenibles. De las asociaciones identificadas mediante una base de datos facilitada por el Ministerio de Agricultura y Ganadería del Carchi, limitadas son las que presentan condiciones para mejorar el comercio de papa. Por ello, deben avanzar hacia una estructura sólida, participativa y justa, que asegure el respeto a los trabajadores y sus derechos, a la equidad de género, a la gestión eficiente y a las condiciones dignas de trabajo. En las siguientes figuras se profundiza las prácticas como: condiciones laborales justas y dignas, participación democrática, gestión organizativa eficiente para asociaciones, equidad de género e inclusión en prácticas agrícolas, cultura organizacional basada en el respeto y preguntas de reflexión buenas prácticas laborales (Figura 42 a 47).

Figura 42

Condiciones laborales dignas en agricultura

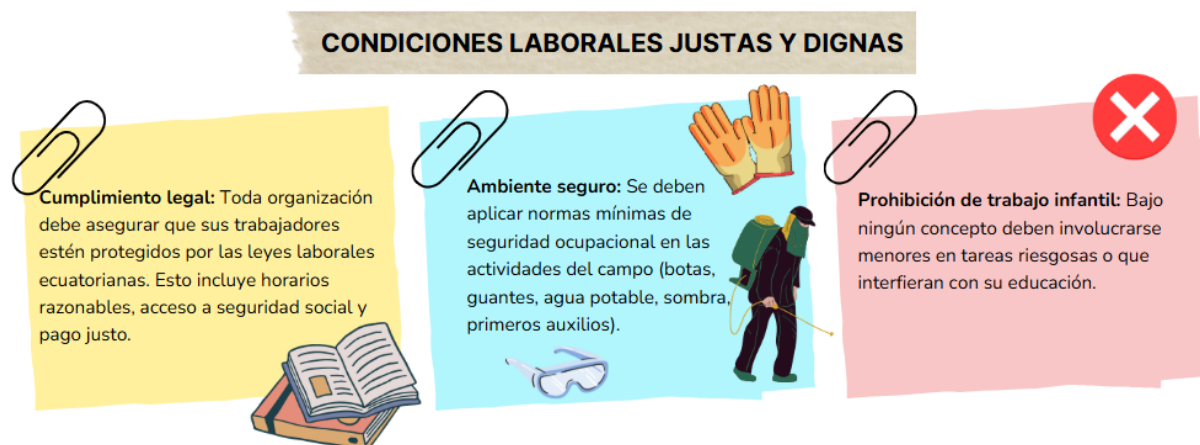


Figura 43

Dirección para participación democrática



Figura 44

Gestión organizativa eficiente para asociaciones

GESTIÓN ORGANIZATIVA EFICIENTE

Reglamento interno: Toda asociación debe contar con un reglamento que defina claramente los derechos y deberes de los socios, los mecanismos de sanción y las reglas de funcionamiento.



Manejo contable básico: Se deben llevar libros de cuentas claros sobre compras, ventas, inversiones y distribución de excedentes.



Organización del trabajo: Definir roles y responsabilidades dentro de la organización (quién coordina producción, quién comercializa, quién representa).



Figura 45

Equidad de género e inclusión en prácticas agrícolas

EQUIDAD DE GÉNERO E INCLUSIÓN

Participación femenina: Promover que las mujeres ocupen cargos directivos y participen en todas las decisiones de la asociación.



Distribución justa de tareas: Evitar la sobrecarga de trabajo no remunerado a mujeres y promover la corresponsabilidad familiar.



Capacitación inclusiva: Asegurar que las capacitaciones estén abiertas y adaptadas a mujeres, jóvenes, personas mayores y con discapacidad.

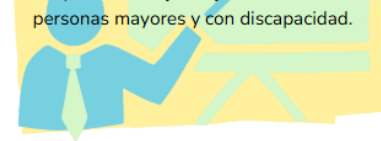


Figura 46

Cultura organizacional basada en el respeto

CULTURA ORGANIZACIONAL BASADA EN EL RESPETO

Fomentar un ambiente de colaboración, respeto mutuo y solidaridad entre los miembros.

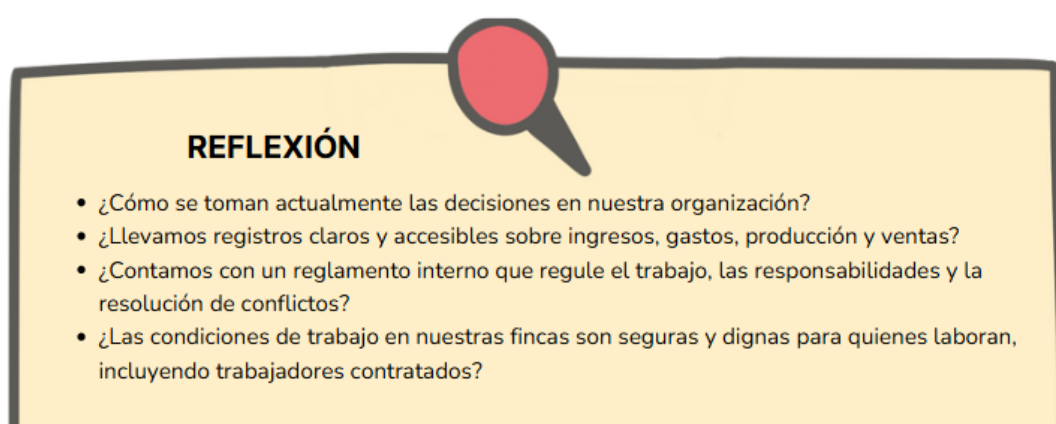


Resolver conflictos internos a través del diálogo y mecanismos formales establecidos en el reglamento.



Figura 47

Preguntas de reflexión buenas prácticas laborales



5.1.1.6. Tema 4: Inclusión de la mujer, trabajo decente y no discriminación.

El comercio justo fortalece la participación imparcial de todos los miembros de la comunidad productiva, especialmente para grupos excluidos como las mujeres rurales. La equidad de género, la diversidad y la garantía de condiciones laborales dignas son requisitos necesarios para mantener la armonía, la cohesión social y la productividad de las organizaciones. En la Figura 48 a 50 se desarrollan consejos prácticos para promover la inclusión y el trabajo en la agricultura, ejemplos y reflexiones.

Figura 48

Consejos para aplicar la inclusión en la agricultura



Figura 49

Ejemplos concretos de prácticas aplicadas a asociaciones

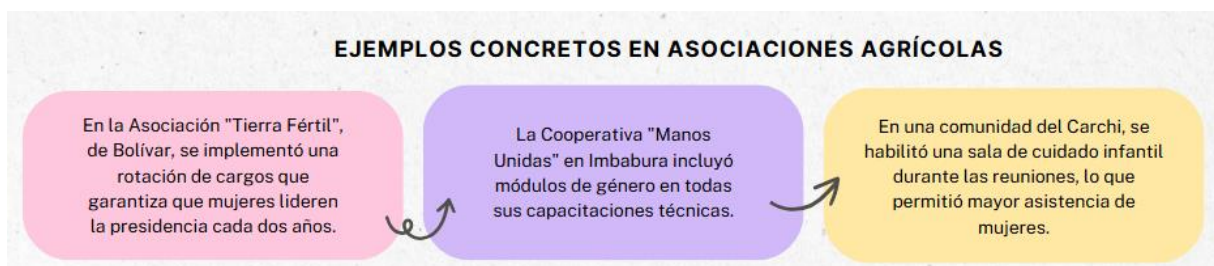
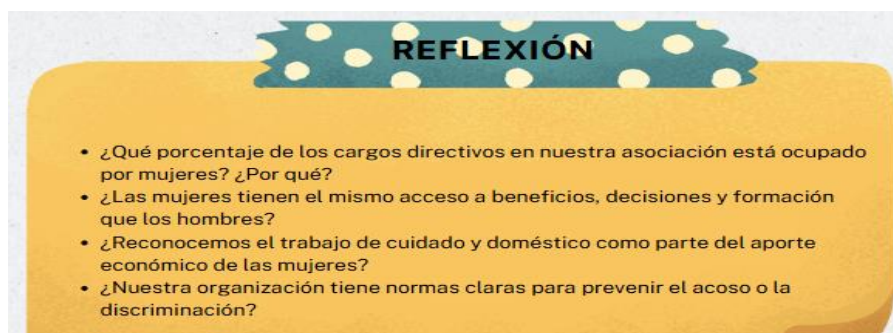


Figura 50

Preguntas de reflexión sobre inclusión de la mujer



5.1.1.7. Tema 5: Fortalecimiento de asociaciones productoras.

Para la aplicación de comercio y acceso a certificaciones se requiere solidez de las asociaciones. Una organización fuerte permite la democracia en cada una de sus actividades, es transparente, tiene buena gestión interna y capacidad para negociar de manera colectiva. El fortalecimiento de las asociaciones incrementa los beneficios

de manera equitativa a todos los miembros y maximiza las oportunidades de comerciar con países que valoran el concepto de comercio justo. En las Figuras 51 a 53 se brindan consejos para fortalecer a las asociaciones junto a ejercicios y reflexiones.

Figura 51

Consejos para fortalecer asociaciones



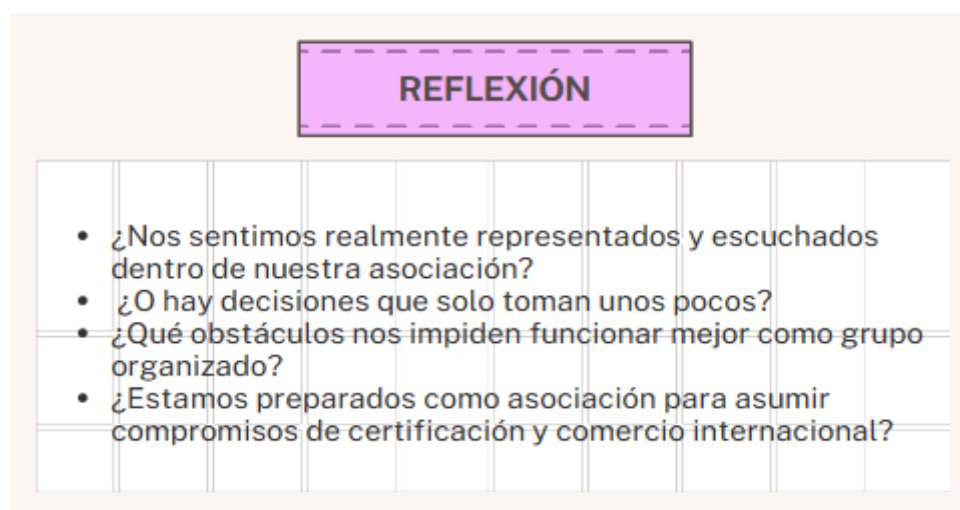
Figura 52

Ejercicios prácticos para fortalecer asociaciones



Figura 53

Preguntas de reflexión para fortalecer organizaciones



5.1.1.8. Tema 6: Prácticas agrícolas sostenibles y orgánicas.

Las prácticas agrícolas sostenibles son métodos de cultivo que tienen el objetivo de producir alimentos sanos sin perjudicar la salud de las personas ni agotar los recursos naturales. Las prácticas sostenibles y orgánicas eficientes disminuyen el uso de químicos, promueven la biodiversidad, y protegen el suelo, el agua y el clima. En el contexto del comercio justo, estas prácticas facilitan acceder a certificaciones, y, por ende, mercados diferentes, garantizando una producción responsable. En las Figuras 54 y 55 se enlistan las principales prácticas sostenibles y orgánicas para favorecer a las asociaciones agrícolas.

Figura 54

Prácticas sostenibles (rotación, abono, bio insumos)



Figura 55

Prácticas sostenibles (suelos, pesticidas, biodiversidad)

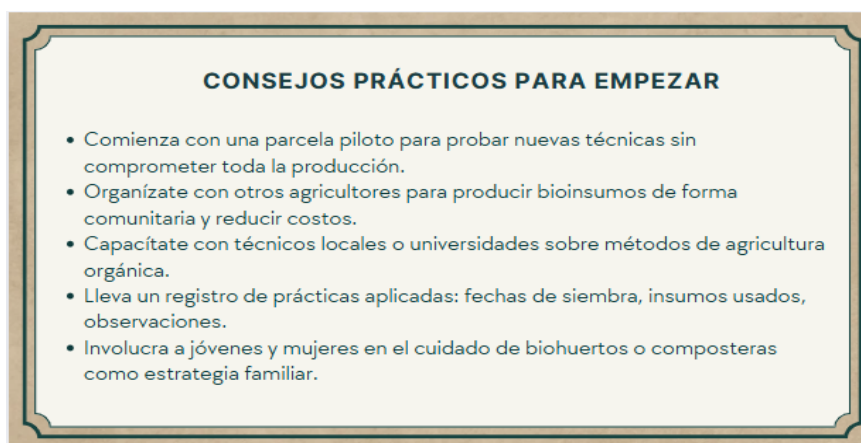


Si bien iniciar con prácticas sostenibles y orgánicas representa un desafío, las encuestas evidencian múltiples barreras: falta de apoyo económico, ausencia de reconocimiento del esfuerzo en el precio del producto, escasa información disponible, altos costos iniciales y la carencia de espacios de capacitación que orienten su adecuada implementación.

Por esta razón, se proponen algunas líneas básicas como introducción a este enfoque productivo; sin embargo, es indispensable avanzar hacia procesos más amplios, participativos y motivadores que despierten el interés real de los agricultores y los involucren activamente en la transición hacia una agricultura más responsable y rentable. En la Figura 56 se genera una guía práctica para realizar actividades básicas y favorecer la sostenibilidad.

Figura 56

Consejos para empezar



5.1.2. Guía para dar a conocer cómo exportar papa desde Carchi

Objetivo: Simplificar el proceso de exportación para pequeños productores con orientación clara y contextualizada.

5.1.2.1. Introducción

La presente guía tiene como objetivo orientar a los pequeños y medianos productores y asociaciones del Carchi en el proceso de exportación de vegetales, con énfasis en la papa. Considerando la creciente demanda internacional de alimentos saludables y sostenibles, y el posicionamiento de Ecuador como proveedor de productos agrícolas diferenciados, resulta necesario contar con herramientas claras y adaptadas al contexto local.

En particular, se identifica a los Países Bajos como el mercado internacional prioritario para la papa carchense, debido a su liderazgo en importaciones, su industria

procesadora consolidada y su compromiso con principios de sostenibilidad y comercio justo. Además, se reconoce el interés creciente de otros destinos dentro de la Unión Europea, como Alemania, lo que refuerza la viabilidad de acceder a este bloque regional bajo estándares diferenciados.

Esta guía busca facilitar la comprensión de los requisitos técnicos, normativos y logísticos para ingresar a dichos mercados, promoviendo así una comercialización eficiente, legal y rentable desde el ámbito rural. Mediante una estructura práctica, se presentan los pasos esenciales para exportar, los documentos necesarios, las instituciones involucradas y recomendaciones para mejorar la competitividad del sector.

5.1.2.2. Justificación

La exportación de papa desde el Carchi, en particular de productos como la papa, es una oportunidad estratégica para dinamizar la economía rural, diversificar los ingresos de los agricultores y posicionar la producción local en mercados de alto valor. Sin embargo, según el diagnóstico se evidencia que ninguno de los productores encuestados ha participado en procesos de exportación, y que existe un alto grado de desconocimiento sobre los requisitos logísticos, sanitarios y documentales necesarios para exportar.

Esta situación limita gravemente el aprovechamiento de acuerdos comerciales vigentes y del potencial agrícola de la provincia. Por ello, esta guía responde a la necesidad urgente de disminuir y eliminar brechas de información, generar claridad sobre el proceso exportador y promover una cultura organizativa enfocada en el comercio exterior con responsabilidad y sostenibilidad.

5.1.2.3. Tema 1: Requisitos fitosanitarios (AGROCALIDAD).

Todo producto vegetal exportado desde Ecuador debe cumplir con una serie de requisitos fitosanitarios establecidos por AGROCALIDAD, la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario (2020). Estos requisitos tienen el fin de garantizar que los productos estén libres de plagas y enfermedades, cumpliendo con los estándares de Países Bajos y garantizando la inocuidad y calidad del producto en toda la cadena de comercialización. En la Figura 57 y 58 se detallan los requisitos fitosanitarios para exportar papa y las recomendaciones para cumplir estos requisitos.

Figura 57

Requisitos fitosanitarios para exportar papa

REQUISITOS FITOSANITARIOS PARA EXPORTAR PAPA

- 01. Registro del predio o unidad de producción**
 - El terreno donde se cultivan las papas debe estar registrado oficialmente ante AGROCALIDAD.
 - Se realiza una inspección técnica para verificar condiciones sanitarias y trazabilidad.
- 02. Registro del exportador**
 - El productor, asociación o empresa que realizará la exportación debe estar inscrito como exportador agrícola ante AGROCALIDAD.
 - Este registro permite emitir certificados fitosanitarios y acceder a inspecciones oficiales.
- 03. Plan de manejo integrado de plagas (MIP)**
 - Se exige un sistema documentado que detalle las prácticas aplicadas para controlar enfermedades y plagas, como el uso de bioinsumos, rotación de cultivos y manejo adecuado de residuos.
- 04. Monitoreo y control de plagas cuarentenarias**
 - En el caso de la papa, se presta especial atención a plagas como el gusano blanco, la polilla guatemalteca o enfermedades como la Rizoctonia.
 - Se deben realizar controles regulares, con registros disponibles para revisión.
- 05. Inspección oficial previa a la exportación**
 - Antes de ser embarcado, el cargamento debe pasar por una inspección física realizada por técnicos de AGROCALIDAD, quienes verifican el estado del producto y que no haya presencia de plagas o daños visibles.
- 06. Certificado Fitosanitario de Exportación**
 - Es el documento obligatorio para cruzar fronteras, que garantiza que el producto cumple con los requisitos del país de destino.
 - Se emite tras la aprobación de la inspección y puede incluir restricciones o exigencias específicas del país importador (como tratamientos, origen, variedad, etc.).

Figura 58

Recomendaciones para cumplir las recomendaciones

RECOMENDACIONES PRÁCTICAS PARA CUMPLIR CON LOS REQUISITOS

- Solicitar acompañamiento técnico a través del MAG o directamente en oficinas de AGROCALIDAD en Tulcán o Quito.
- Conformar grupos de productores para facilitar registros colectivos y reducir costos.
- Mantener un registro documental sencillo (cuaderno o ficha) de prácticas de campo, controles sanitarios y fechas de cosecha.
- Solicitar con anticipación el certificado fitosanitario, especialmente si el país de destino tiene exigencias específicas.



5.1.2.4. Tema 2: Estándares logísticos y negociación internacional

La exportación de productos frescos, como la papa, exige una logística eficiente, segura y técnicamente adecuada, dada su naturaleza perecedera. A diferencia de productos no alimentarios o transformados, los productos frescos presentan una vida útil limitada, alta sensibilidad a las condiciones de temperatura y humedad, y están expuestos a pérdidas si no se manejan con precisión desde el campo hasta el punto de destino. Este desafío es aún mayor cuando se trata de ingresar a mercados altamente exigentes como los Países Bajos, reconocidos por sus estrictos estándares fitosanitarios, trazabilidad y cadena de frío.

Asimismo, como parte de la Unión Europea, este destino demanda un cumplimiento riguroso de normas logísticas y de calidad, lo que obliga a los exportadores ecuatorianos a desarrollar competencias sólidas en gestión postcosecha y negociación internacional. En este contexto, los estándares logísticos y las habilidades de inserción comercial se vuelven elementos clave para garantizar la calidad del producto, evitar rechazos comerciales y asegurar rentabilidad para los productores de Carchi (ver Figura 59).

Figura 59

Estándares logísticos de exportación de papa hacia Países Bajos





En la negociación internacional se requiere reconocer responsabilidades, costos, seguros para asignar los deberes que debe cumplir vendedor o comprador en el proceso. Para esto se emplean los INCOTERMS, estas reglas internacionales establecen las responsabilidades del comprador y del vendedor en una operación de comercio internacional. Define quién asume los costos, seguros, transporte, riesgos y documentación en cada etapa del envío (Cabrera, 2020). En la Tabla 32 se detallan los INCOTERMS por tipo de transporte y las responsabilidades del vendedor.

Tabla 32

INCOTERMS existentes para tipo de transporte (terrestre, marítimo y aéreo)

INCOTERM	Significado	Responsabilidad principal del vendedor
Tipo marítimo y fluvial		
EXW – Ex Works (En fábrica)	El comprador asume casi todos los costos y riesgos desde el lugar del vendedor	Solo poner la mercancía a disposición
FCA – Free Carrier (Libre transportista)	El vendedor entrega la mercancía al transportista designado por el comprador	Transporte interior, despacho de exportación
CPT – Carriage Paid To (Transporte pagado hasta)	El vendedor paga hasta el destino acordado, pero el riesgo se transfiere al inicio	Transporte principal pagado por el vendedor
CIP – Carriage and Insurance Paid To	Igual que CPT, pero incluye seguro mínimo	Transporte y seguro pagados
DAP – Delivered at Place (Entregado en lugar)	El vendedor entrega en el lugar convenido, sin descargar	Vendedor asume casi todo el transporte
DPU – Delivered at Place Unloaded	Igual que DAP, pero incluye descarga en destino	Entrega con descarga en punto final
DDP – Delivered Duty Paid (Entregado con derechos pagados)	El vendedor asume todos los costos y riesgos, incluidos impuestos en destino	Máxima responsabilidad del vendedor
Tipo marítimo y fluvial		
FAS – Free Alongside Ship (Libre al costado del buque)	El vendedor entrega la mercancía junto al buque en el puerto de carga	Carga al costado del barco
FOB – Free On Board (Libre a bordo)	El vendedor entrega cuando la mercancía está a bordo del buque	Despacho de exportación y carga en buque
CFR – Cost and Freight (Costo y flete)	El vendedor paga hasta el puerto de destino, pero el riesgo se transfiere a bordo	Transporte marítimo pagado, sin seguro

CIF – Cost, Insurance and Freight	Igual que CFR, pero incluye seguro mínimo	Transporte y seguro hasta puerto destino
-----------------------------------	---	--

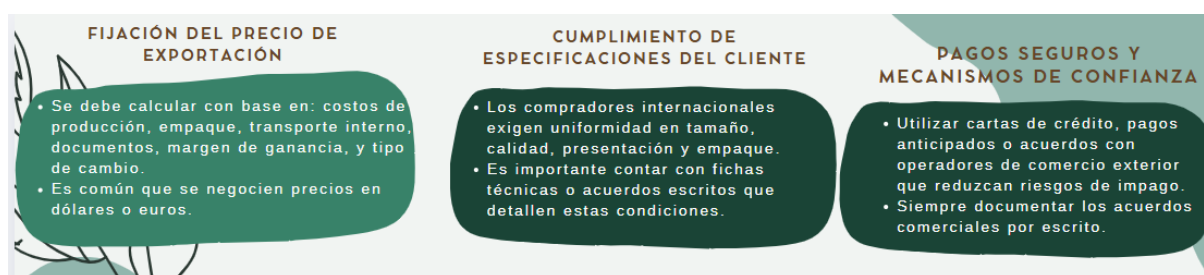
Nota: Elaboración propia con base en Manual de uso de las reglas Incoterms 2020. Casos prácticos, ejemplos y test (Cabrera, 2020).

El INCOTERM que se adapta mejor a la venta de papa, sea fresca o procesada, considerando el perfil de las asociaciones del Carchi y el uso de transporte marítimo refrigerado hacia mercados como Países Bajos, es el FCA (Free Carrier). Este término permite que el exportador entregue la mercancía en un punto acordado, como los puertos de Guayaquil o Esmeraldas, bajo condiciones controladas, transfiriendo el riesgo al comprador una vez que la carga es entregada al transportista designado.

Esta modalidad reduce la complejidad operativa para los pequeños productores, dado que no tienen que asumir la logística internacional ni negociar fletes, lo cual es especialmente útil en contextos de comercio justo. Además, el uso de FCA facilita la inserción en alianzas comerciales, permitiendo que las asociaciones se enfoquen en cumplir con estándares sociales, ambientales y de calidad exigidos por la Unión Europea, sin tener que gestionar directamente los riesgos del transporte transoceánico. En la Figura 60 se detallan aspectos básicos para mejorar la negociación internacional.

Figura 60

Aspectos clave para la negociación internacional



5.1.2.5. Tema 3: Procedimientos aduaneros (ECUAPASS, DAE, certificados).

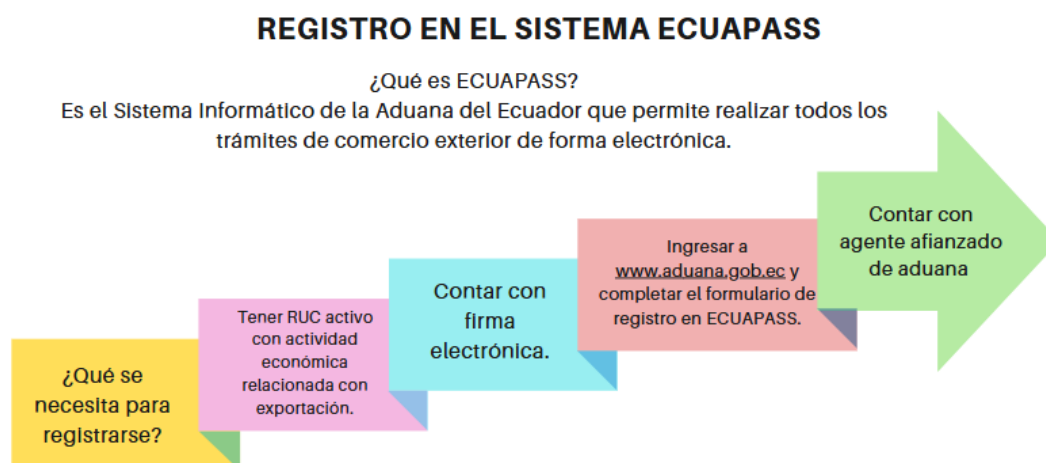
Exportar productos agrícolas como la papa requiere cumplir varios requisitos legales y administrativos que garantizan su salida legal del país y el cumplimiento de las normas internacionales. En Ecuador, este proceso se gestiona mediante el sistema ECUAPASS y requiere la emisión de un DAE (Documento Aduanero Único), además de varios certificados sanitarios y comerciales.

Paso a paso para cumplir con los procedimientos aduaneros

En la Figura 61 se detalla el paso a paso para cumplir con los procedimientos aduaneros para exportación de productos.

Figura 61

Registro en sistema ECUAPASS



Nota: En exportación, la contratación de agente afianzado de aduana es facultativa; el exportador registrado puede actuar como declarante en ECUAPASS o delegarlo a un OCE o agente.

En la Figura 62 se detalla el proceso para obtener el documento aduanero de exportación (DAE) clave para autorizar la salida de mercancía del Ecuador.

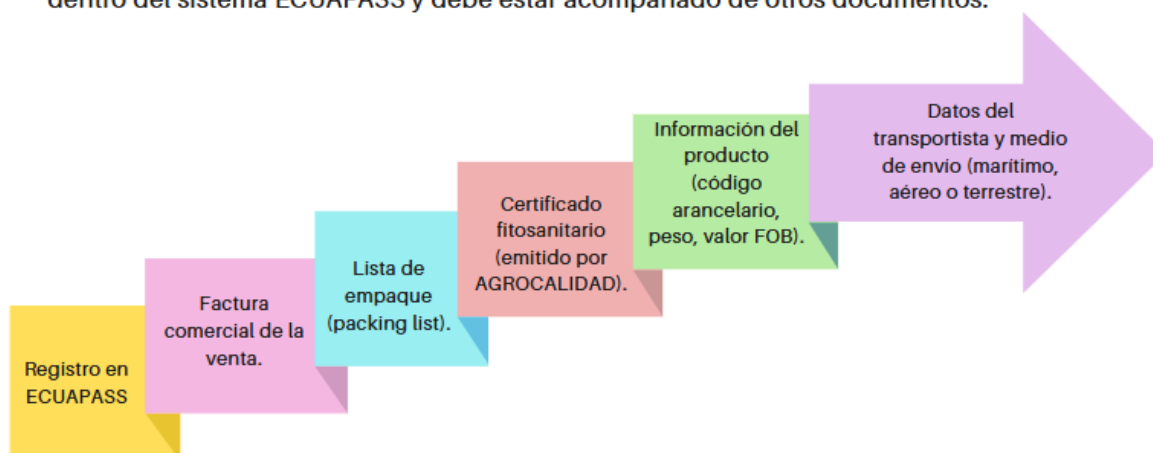
Figura 62

Emisión del DAE

EMISIÓN DEL DAE (DOCUMENTO ADUANERO DE EXPORTACIÓN)

¿Qué es el DAE?

Es el documento que autoriza legalmente la salida de la mercancía del país. Se emite dentro del sistema ECUAPASS y debe estar acompañado de otros documentos.



En la Figura 63 se detallan los certificados obligatorios para la exportación de productos agrícolas hacia mercados internacionales, especialmente la Unión Europea y Estados Unidos.

Figura 63

Certificados obligatorios para exportar vegetales

Certificado Fitosanitario de Exportación	Certificado de Origen (opcional pero recomendable)	Certificado de Inspección (en algunos casos)	Registro en el MAG y cumplimiento de normativa SENA
<p>Emitido por: AGROCALIDAD.</p> <p>Acredita que el producto está libre de plagas y enfermedades, cumpliendo con los requisitos del país importador.</p> <p>Requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Registro del predio agrícola. • Inspección fitosanitaria previa a la exportación. • Solicitud formal al menos 48 horas antes del embarque. 	<p>Emitido por: Cámara de Comercio de Tulcán o Ministerio de Producción..</p> <p>Permite acceder a beneficios arancelarios en países con los que Ecuador tiene acuerdos comerciales.</p> <p>Requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • RUC del exportador. • Factura comercial. • Datos del comprador. • Detalle del producto y su origen.. 	<p>Emitido por: Entidades como SGS, Bureau Veritas u otras empresas acreditadas..</p> <p>Algunos compradores internacionales lo solicitan para verificar la calidad del producto antes del embarque.</p> <p>Requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muestra del producto. • Ficha técnica (calidad, variedad, condición). 	<p>Registro como operador agrícola exportador (en caso de trabajar con el Ministerio de Agricultura).</p> <p>Cumplimiento de disposiciones vigentes sobre paquetes tributarios, certificados de retención o exención, si aplica.</p>

Algunos de los documentos se deben presentar en conjunto, lo que se detalla en la Tabla 33.

Tabla 33

Documentos, emisor y función en exportaciones

Documento	¿Quién lo emite?	¿Para qué sirve?
Factura comercial	Productor/exportador	Acredita la venta internacional

Lista de empaque Certificado fitosanitario	Exportador o empacadora AGROCALIDAD	Detalla el contenido físico del embarque Asegura condiciones sanitarias del producto
Certificado de origen DAE	Cámara de Comercio / MAG SENAE vía ECUAPASS	Permite aplicar preferencias arancelarias Autoriza la exportación

5.1.2.6. Tema 4: Empaques y etiquetado de productos para mercados extranjeros
 Acorde a Netherlands empresa holandesa (2021) el correcto empaque y etiquetado para exportar a Países Bajos tiene el objetivo de garantizar la conservación del producto, cumplir con normativas internacionales y facilitar su aceptación en mercados exigentes. En el caso de la papa, por ser un producto perecedero y voluminoso, el empaque debe ser funcional, resistente, y alineado a las exigencias de cada país importador. En la Figura 64 se detallan las reglas de empaque para exportar papa.

Figura 64

Reglas para empaque de exportación

REGLAS GENERALES DE EMPAQUE

- **Materiales permitidos:** Sacos de polipropileno, mallas ventiladas o cajas de cartón resistentes.
- **Peso por unidad:** Se recomienda envases de 25 kg o 50 kg según el destino. En mercados diferenciados o gourmet, se puede usar empaque de 5 a 10 kg.
- **Ventilación:** El empaque debe permitir circulación de aire para evitar humedad y pudrición.
 - **Resistencia:** Debe soportar el transporte, manipulación y almacenamiento sin romperse.



En la Tabla 34 se describe la información de etiquetas y envase para exportación con los datos obligatorios y opcionales, con ejemplo de cada dato para facilidad de empleo en productos de exportación.

Tabla 34

Información de etiquetas y envase para exportación

Dato	Obligatorio	Observaciones
Nombre del producto	Sí	Ej. Papa (<i>Solanum tuberosum</i>)
Variedad	Sí	Ej. Super chola, Única, Gabriela
País de origen	Sí	Ecuador
Nombre y dirección del exportador	Sí	Asociación, cooperativa o empresa
Fecha de cosecha o empaque	Sí	Preferible en formato internacional (DD-MM-YYYY)
Lote o código de trazabilidad	Sí	Vinculado al registro de producción
Peso neto	Sí	En kilogramos o libras
Etiquetas adicionales	Opcional	Ej. Sello de comercio justo, orgánico, etc.

Nota: Elaboración propia con base en U.S. Customs and Border Protection (2025) y Vásquez et al. (2020).

5.1.3. Programa de capacitación provincial

Objetivo: Explicar, validar y socializar ambas guías con los productores y asociaciones.

5.1.3.2. Contenido temático

El programa de capacitación estará estructurado en módulos temáticos progresivos, que aborden los aspectos fundamentales para la comercialización justa e internacional de productos agrícolas. Cada etapa se enfocará en un eje específico:

- Guía para dar a conocer el comercio justo adaptada al medio rural carchense
 - Tema 1: Concepto y Principios del comercio justo
 - Tema 2: Certificaciones y criterios mínimos para acceder a certificaciones
 - Tema 3: Buenas prácticas laborales y organizativas.
 - Tema 4: Inclusión de la mujer, trabajo decente y no discriminación.
 - Tema 5: Fortalecimiento de asociaciones productoras.
 - Tema 6: Prácticas agrícolas sostenibles y orgánicas
- Guía para dar a conocer cómo exportar papa desde Carchi
 - Tema 1: Requisitos fitosanitarios (AGROCALIDAD).
 - Tema 2: Estándares logísticos y negociación internacional
 - Tema 3: Procedimientos aduaneros (ECUAPASS, DAE, certificados).
 - Tema 4: Empaques y etiquetado de productos para mercados extranjeros

Esta secuencia busca que los participantes avancen desde la comprensión conceptual hasta la aplicación práctica, fortaleciendo sus capacidades técnicas, administrativas y comerciales.

5.1.3.1. Metodología

Jornadas participativas presenciales y virtuales.

Las jornadas participativas constituyen el eje central del proceso formativo, pues permiten generar espacios de diálogo directo con los agricultores y representantes de las asociaciones. Estas sesiones se desarrollarán tanto de forma presencial, en comunidades rurales o centros cantonales, como virtual, a través de plataformas accesibles, para garantizar la inclusión de participantes que por distancia o tiempo no puedan asistir físicamente. El enfoque será dinámico y adaptado al contexto local, utilizando metodologías participativas como lluvias de ideas, mapas colectivos y simulaciones prácticas, lo que permitirá una apropiación más efectiva de los contenidos.

Entrega de material

Para reforzar el proceso de aprendizaje y asegurar que los conocimientos se mantengan disponibles en el tiempo, se entregará a los participantes una serie de materiales didácticos impresos y digitales, adaptados al nivel técnico y lingüístico de las organizaciones rurales. Estos incluirán las guías ilustradas, fichas resumen, hojas para responder las preguntas de reflexión, generar ejercicios para practicar los conocimientos, ejemplos prácticos, infografías y modelos de documentos. La versión digital permitirá su distribución por correo electrónico o redes sociales comunitarias, facilitando la revisión posterior y la formación continua dentro de cada asociación.

5.1.3.2. Aliados potenciales

Para garantizar el éxito y la sostenibilidad del programa de capacitación, se buscará el apoyo estratégico de instituciones clave como el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), la Prefectura del Carchi, universidades locales y cooperativas financieras solidarias. Estas entidades podrán facilitar el uso de instalaciones adecuadas, así como colaborar con refrigerios, materiales logísticos y recursos didácticos que incentiven la participación activa de los agricultores. Además, su

involucramiento permitirá fortalecer el sentido de corresponsabilidad institucional y territorial, asegurando que los procesos formativos se desarrollen en un entorno digno, acogedor y alineado a los objetivos de desarrollo rural y comercio justo de la provincia.

5.1.3.3. Recursos necesarios

Se requieren los recursos de la Tabla 35 para la realización de la capacitación para las dos guías desarrolladas.

Tabla 35

Recursos detallados por guía y tema

Guía	Tema	Recursos humanos	Recursos materiales/tecnológicos	Recursos logísticos	Recursos financieros (rubros)
Comercio justo	1. Concepto y principios	1 facilitador senior + 1 monitor local	Presentación, fichas-resumen, proyector, kits marcadores, repositorio digital	Aula parroquial/cantonal, mobiliario, refrigerios	Honorarios, impresión, movilidad, alquiler sala/equipo si aplica
Comercio justo	2. Certificaciones y criterios mínimos	1 especialista en certificaciones + 1 monitor	Matrices de criterios (Fairtrade/Orgánico), checklists de evidencia, plantillas de POE	Coordinación con MAG/AGROCALIDAD para charlas, agenda de visitas	Honorarios, impresión de matrices, movilidad técnica
Comercio justo	3. Buenas prácticas laborales y organizativas	1 especialista social-laboral + 1 monitor	Guía de BPL, formatos de actas, reglamentos internos modelo	Espacio para taller participativo	Honorarios, impresión, refrigerios
Comercio justo	4. Inclusión, trabajo decente y no discriminación	1 facilitador género y DD. HH. + 1 monitor	Protocolos anti-acoso, ruta de denuncias, materiales visuales	Aula accesible, cuidado infantil eventual	Honorarios, materiales, soporte psicosocial (convenios)
Comercio justo	5. Fortalecimiento asociativo	1 facilitador de gobernanza + 1 monitor	Plantillas de organigramas, MOF, KPI asociativos	Taller de roles y responsabilidades	Honorarios, impresión, movilidad
Comercio justo	6. Prácticas agrícolas sostenibles y orgánicas	1 técnico agrónomo + 1 monitor	Guía BPA, plan de manejo de insumos/MRL, fichas de campo	Parcela demostrativa/local o video-demo	Honorarios, kits de campo, movilidad

Exportación	1. Requisitos fitosanitarios (AGROCALIDAD)	1 fitosanitario + 1 monitor	Listas de verificación, flujograma inspecciones, formatos de registro	de de de	Coordinación con AGROCALIDAD para simulaciones	Honorarios, impresión, movilidad
Exportación	2. Estándares logísticos y negociación	1 experto logística/INCOTERMS + 1 monitor	Plantillas de contratos, cálculo de costos, seguros, fichas de cadena fría	de	Visita a centro de acopio/transportista	Honorarios, impresión, movilidad, posibles alquileres
Exportación	3. Procedimientos aduaneros (ECUAPASS, DAE)	1 experto aduanero + 1 monitor	Simulador offline de ECUAPASS, checklist DAE, ejemplos de COO/fitosanitario		Aula con buena conectividad	Honorarios, conectividad, impresión
Exportación	4. Empaques y etiquetado	1 especialista en empaque/etiquetado + 1 monitor	Muestras de cajas, liners, etiquetado UE/EE. UU., normas de rotulado		Demostración en sala o bodega	Honorarios, compra/muestras, impresión

5.1.3.4. Indicadores de evaluación

En la Tabla 36 se observan los indicadores para la evaluación de las capacitaciones a desarrollar con la guía tanto de comercio justo como de exportación.

Tabla 36

Indicadores para evaluar la implementación de las capacitaciones

Guía	Tema	Indicador	Fórmula / Meta	Fuente de verificación
Comercio justo	1	Asistencia efectiva	$(\text{Asistentes} / \text{Inscritos}) \times 100 \geq 80\%$	Lista de asistencia
		Aprendizaje (pre-post)	Promedio post – promedio pre ≥ 20 p.p.	Pruebas cortas pre/post
	2	Dominio de criterios	% participantes que completan matriz de criterios $\geq 70\%$	Matriz de criterios completa
Comercio justo	3	Numero de asociaciones con reglamento	# asociaciones con reglamento interno aprobado / total $\geq 60\%$	Actas y reglamentos
		Socios capacitados	% asistentes	Encuesta de salida
	4	Política de inclusión	# asociaciones con política género/no discriminación $\geq 50\%$	Actas y política publicada
		Participación femenina	% mujeres asistentes $\geq 40\%$	Registro nominal
	5	Gobernanza	% asociaciones con organigrama y MOF vigentes $\geq 70\%$	Organigramas/MOF
		KPI asociativos	# asociaciones que reportan 3 KPI (asistencia, morosidad, acuerdos) $\geq 60\%$	Reportes trimestrales
6	Prácticas sostenibles	% productores con plan de BPA y manejo MRL $\geq 60\%$	Fichas de campo	

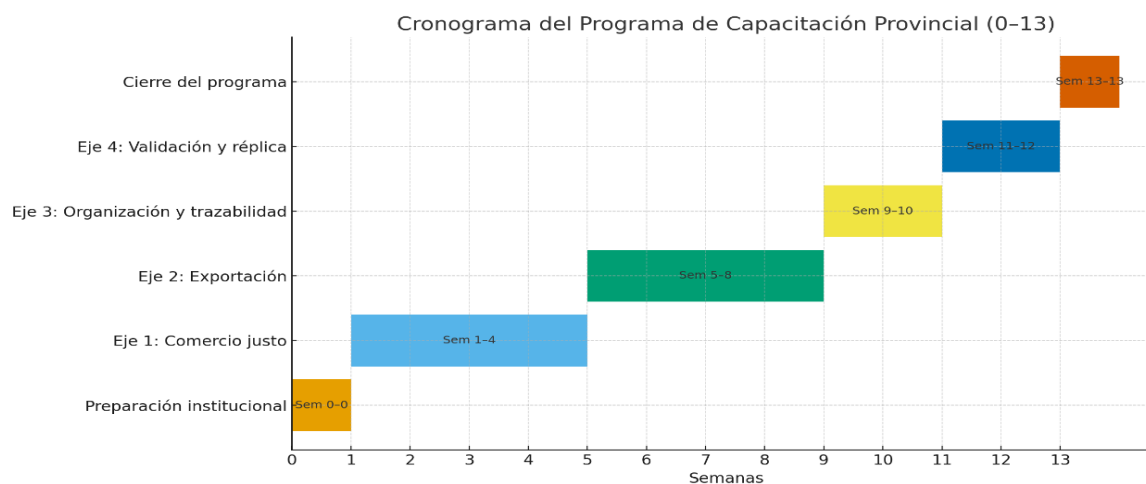
Exportación	1	Reducción de insumos críticos	Promedio consumo insumo objetivo $\leq -10\%$ a 3 meses	Registros de compras
		Cumplimiento fitosanitario	% productores que completan checklist fitosanitario $\geq 80\%$	Checklists y firmas
		Trazabilidad lote	% lotes con registro completo $\geq 70\%$	Hojas de trazabilidad
	2	Costeo logístico	% asociaciones que calculan costo total (FOB/CIF) $\geq 70\%$	Plantillas de costeo
		Uso de INCOTERMS	% participantes que aplican INCOTERMS correctos en caso práctico $\geq 80\%$	Evaluación de casos
	3	Flujo ECUAPASS	% participantes que simulan DAE sin errores críticos $\geq 70\%$	Evidencias de simulador
		Documentación completa	% expedientes modelo completos (DAE, COO, fitosanitario) $\geq 60\%$	Carpetas de práctica
	4	Conformidad de empaque	% embalajes conformes a especificación $\geq 90\%$ (muestreo)	Checklists en bodega
		Rotulado correcto	% etiquetas conformes (idioma, campos, lote) $\geq 95\%$	Lista de verificación

5.1.3.5. Cronograma

En la Figura 65 se observa el cronograma de capacitación que aborda 3 meses.

Figura 65

Cronograma de capacitación para las dos guías



Discusión

La comercialización de papa en Carchi revela un panorama estructuralmente limitado, caracterizado por una fuerte dependencia de intermediarios (57%) y la ausencia total de exportaciones directas, situación que restringe el acceso a márgenes de ganancia justos y mercados con mayor valor agregado. Esta realidad contradice los postulados de la Teoría de la justicia distributiva (González y Gelabert, 2025), la cual sostiene

que el Estado y las instituciones deben garantizar equidad en el acceso a recursos y oportunidades, lo que en este caso se refleja en la falta de políticas públicas efectivas para fortalecer la cadena de valor del sector papero.

Según la Teoría del comercio internacional de Suriaga e Hidalgo (2021), Carchi no ha podido aprovechar su potencial agrícola ni consolidar una ventaja comparativa, debido a barreras estructurales como bajos niveles de asociatividad efectiva (el 70% de los agricultores considera que no obtiene beneficios por pertenecer a asociaciones), debilidades tecnológicas (56% no emplea tecnología agrícola), y un bajo nivel de conocimiento del comercio justo (95% desconoce el concepto).

Este diagnóstico empírico se alinea con estudios como el de Meemken (2020), quien demostró que los productores certificados bajo comercio justo recibían precios entre 20 y 30% más altos que sus pares no certificados. Esta diferencia sugiere que el estancamiento en la comercialización de papa en Carchi podría mitigarse mediante la implementación de prácticas de comercio justo que garanticen mejores precios y condiciones laborales.

En contraste con modelos exitosos en América Latina, como los documentados por Maestre et al. (2022) en cooperativas bananeras de Colombia, donde el comercio justo elevó los ingresos y fortaleció las capacidades organizativas, los agricultores carchenses enfrentan condiciones laborales precarias donde: el 71% manifestó que no se cumplen las normas laborales, y un 94% indicó que no existen políticas para prevenir la discriminación. Esto contraviene los principios fundamentales del comercio justo (WFTO, 2020), como el trabajo digno, equidad de género y participación democrática.

Desde la Teoría de capacidades dinámicas de Rueda et al. (2022), la falta de innovación organizativa y de liderazgo estratégico en las asociaciones productoras carchenses impide generar procesos de adaptación y mejora. Al contrario, iniciativas en Brasil lograron integrar exitosamente el comercio justo a través de procesos de aprendizaje colectivo e innovación social (Silva et al., 2022), mientras que en Carchi no se han implementado ni siquiera capacitaciones sistemáticas sobre exportación o

certificación ambiental (solo el 2% tiene certificaciones, y apenas el 9% ha participado en capacitaciones agrícolas sostenibles).

Adicionalmente, desde la Teoría del desarrollo sostenible de Olivares y Leyva (2023) se evidencia una débil articulación entre las dimensiones ambiental, social y económica. Solo el 4% de los agricultores conoce sobre prácticas de cultivo orgánico y un ínfimo porcentaje ha considerado aplicarlas, principalmente debido a la percepción de falta de demanda, costos altos y escaso acompañamiento técnico. Esto representa una brecha crítica en relación con mercados europeos y norteamericanos que priorizan productos orgánicos y sostenibles.

Arguello-Guadalupe et al. (2022) con comercialización en Riobamba, demuestra que la generación de matrices DAFO, el acompañamiento institucional y el fortalecimiento asociativo pueden cambiar la realidad comercial de pequeños productores. En Carchi, sin embargo, las asociaciones siguen siendo débiles, sin ventajas competitivas claras, lo que impide su inclusión efectiva en mercados diferenciados y bajo principios de equidad.

El análisis del entorno internacional revela que la demanda global de papa procesada supera a la de papa fresca, con un crecimiento sostenido del mercado que alcanzó los USD 115,74 mil millones en 2024, con proyección de llegar a USD 137,46 mil millones para 2029 (Mordor Intelligence, 2025). Esta tendencia está marcada por un cambio estructural en los patrones de consumo: menos del 50% de la papa se consume fresca, mientras que el resto se transforma en productos congelados, chips, harinas y otros derivados. En este contexto, países como Bélgica, Países Bajos y Alemania no solo lideran la importación y exportación de papa, sino que actúan como centros de transformación, elevando el valor del producto a través de industrialización (Bolsa Mercantil de Colombia, 2022).

Este fenómeno encuentra relacionado con la Teoría de la comercialización internacional de Suriaga e Hidalgo (2021), que sostiene que el éxito en mercados globales depende no solo del producto, sino de la adaptación a estándares técnicos, logísticos y culturales del destino. En ese sentido, la papa procesada ecuatoriana tendría mayor potencial exportador si se adapta a nichos como los de la alimentación

saludable, sostenibilidad o ingredientes étnicos, siguiendo el modelo de empresas como Kiwa.

Sin embargo, en Carchi no se ha registrado ninguna experiencia efectiva de exportación de papa bajo comercio justo. Asociaciones como Improalpa han migrado a la producción de almidón por considerarlo más rentable, aunque han enfrentado obstáculos financieros y contractuales al intentar concretar ventas a México y Brasil (Jurado, comunicación personal, 2025).

Esta desconexión entre el potencial de mercado y la realidad local se explica, en parte, por la ausencia de capacidades organizativas, certificaciones y conocimiento técnico. En comparación, estudios como los de Alcocer et al. (2020) y Garza (2020) evidencian que el comercio justo ha permitido a productores rurales en Ecuador y Colombia acceder a mercados de mayor valor mediante la articulación asociativa, la certificación, y la venta de productos transformados (café, arroz, cacao) directamente a distribuidores internacionales.

Además, Meemken (2020) muestra que los productos con certificación de comercio justo logran un precio de entre 20% y 30% más alto que los convencionales, lo que incrementa los ingresos de los productores y mejora la sostenibilidad económica. Esta ventaja ha sido comprobada también en el sector bananero y cacaotero ecuatoriano (Ayala et al., 2024), donde el acceso a mercados europeos como: Alemania, Francia y Países Bajos, se facilitó gracias a los acuerdos arancelarios y la alta demanda de productos éticos y orgánicos.

Considerando lo manifestado por Salas et al. (2021), se identifica que el problema radica en que los productores de Carchi no integran una cadena de valor que garantice transparencia, condiciones laborales dignas y prácticas sostenibles. Esta ausencia de condiciones estructurales no permite cumplir con los criterios de certificaciones como Fairtrade, SPP o WFTO, requeridos por los principales mercados europeos.

Sterie e Ion (2022) documentaron que 16 países europeos tienen organizaciones nacionales de comercio justo, donde Alemania y Francia son los mayores consumidores, siendo estos países los principales mercados internacionales para la papa, si se cumplen los estándares requeridos. Asimismo, la Teoría de las

capacidades dinámicas de Rueda et al. (2022) señala que las asociaciones necesitan fortalecer su estructura estratégica, liderazgo y visión para adaptarse al entorno global. Carchi muestra una desconexión crítica en este sentido, pues no solo el 95% de los agricultores desconoce el concepto de comercio justo, sino que ninguno ha accedido a capacitación en exportación o análisis de mercado.

La Teoría del triple impacto de Paredes (2023), establece que el comercio justo contribuye a mejorar no solo la dimensión económica (aumentando ingresos), sino también la social (empleo decente, equidad de género) y ambiental (cultivos sostenibles). Estudios como el de Niama et al. (2021) en Ecuador demuestran que la articulación de comercio justo con organizaciones de la economía popular y solidaria ha favorecido prácticas más transparentes, solidarias y sostenibles.

El análisis PESTEL evidenció que Países Bajos representa el destino más favorable para la exportación de papa desde la provincia del Carchi, debido a su estabilidad política, alto poder adquisitivo, estrictos estándares ambientales y alimentarios, y una infraestructura logística altamente desarrollada, en especial en el Puerto de Róterdam, uno de los principales nodos de distribución agroalimentaria en Europa.

A nivel económico, la creciente demanda neerlandesa por productos diferenciados, sostenibles y certificados, sumada al compromiso institucional con prácticas de comercio justo, refuerzan la viabilidad de insertar la papa ecuatoriana bajo un modelo de valor agregado. En comparación con otros países analizados, como Alemania, Italia o Bélgica, Países Bajos mostró una combinación más equilibrada entre accesibilidad logística, condiciones regulatorias y oportunidades comerciales, convirtiéndose así en un punto de entrada estratégico para posicionar la oferta carchense en el mercado europeo.

En base a este contexto se hace necesario el diseño de estrategias para mejorar la comercialización internacional de papa en Carchi desde un enfoque de comercio justo, justificado desde una realidad concreta, la inexistencia de exportaciones directas, el bajo precio en finca (USD 2–5 por quintal), el desconocimiento masivo del comercio justo (95%) y una estructura organizativa subutilizada, pues el 70% de los agricultores no percibe beneficios de sus asociaciones. Este escenario plantea la

necesidad de reconfigurar el sistema de comercialización bajo principios que prioricen equidad, sostenibilidad y participación activa de los pequeños productores.

Salas et al. (2021) manifiestan que el diseño de estrategias debe considerar elementos como la eliminación de intermediarios, la capacitación de productores, el fortalecimiento de las capacidades organizativas y la articulación con redes comerciales éticas. Estos elementos coinciden con el planteamiento de Arguello-Guadalupe et al. (2022), quienes propusieron estrategias para pequeños agricultores de Riobamba basadas en planes de capacitación, negociación asociativa y diferenciación del producto, lo que permitió mejorar su inserción en mercados especializados.

Una primera estrategia planteada es la “Guía para la implementación del comercio justo adaptada al medio rural”, la cual responde directamente a los vacíos identificados en el diagnóstico. Esta estrategia se alinea con la Teoría de capacidades dinámicas de Rueda et al. (2022), pues busca fortalecer las habilidades organizativas y de gestión de las asociaciones para asumir procesos de certificación, negociación internacional y manejo de estándares de sostenibilidad. En este sentido, la investigación de Ayala et al. (2024) en Ecuador resulta ilustrativo, al integrar formación continua, redes de aprendizaje y apropiación de los principios de comercio justo, los productores y exportadores cacaoteros apuntan a mejorar precios locales e internacionales, así como beneficios potenciales de equidad y sostenibilidad.

La segunda estrategia, la “Guía para la exportación de papa desde Carchi”, incorpora la dimensión logística, documental y normativa, aspectos subestimados en el entorno local pero imprescindibles para acceder a Países Bajos y la Unión Europea, donde la papa puede ingresar con arancel 0% si se cumplen requisitos fitosanitarios y de trazabilidad (Castillo, 2024). Esta guía se vincula a la Teoría del comercio internacional y a la Teoría de la demanda recíproca, al facilitar una relación de equilibrio comercial con países de mayor capacidad adquisitiva, donde los productos con certificación social y ambiental tienen mayor valor de mercado.

La propuesta de un programa de capacitación provincial también se sustenta en experiencias como la de Maestre et al. (2022) en Colombia, donde se comprobó que el éxito de las cooperativas bananeras se debía al aprendizaje colectivo, la formación

técnica y el acompañamiento institucional constante. En Carchi, el 91% de los agricultores pertenece a asociaciones, pero solo el 9% ha recibido capacitación en sostenibilidad y ninguno ha participado en procesos de formación para exportación, lo que indica un vacío que puede ser superado mediante alianzas con universidades, GAD y entidades certificadoras.

Entre las limitaciones se encuentran: la cobertura muestral pues fue restringida a asociaciones con acceso y disposición de información; ausencia de series históricas completas de rechazos o exportaciones; variabilidad de costos logísticos no controlada; no se ejecutaron pilotos de exportación reales durante el período de análisis.

En las líneas futuras de investigación se identifican: evaluaciones experimentales de pilotos de exportación con trazabilidad y medición de disposición a pagar en compradores europeos; análisis costo-beneficio de certificaciones (Fairtrade, ORG, GLOBALG.A.P.) por tamaño de productor; modelación de riesgos logísticos y financieros y su impacto en el precio FOB; estudios de preferencia del consumidor para diferenciación por variedad y huella ambiental; piloto de capacitaciones.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

La comercialización de papa en la provincia del Carchi se encuentra en una situación crítica, diferenciada por una fuerte dependencia de intermediarios, precios en finca por debajo del costo de producción, escaso acceso a tecnología, financiamiento limitado y debilidad organizativa. A pesar de que el 91% de los agricultores pertenece a asociaciones, el 70% no percibe beneficios, y el 95% desconoce el concepto de comercio justo. Estas condiciones estructurales limitan el acceso a mercados diferenciados y perpetúan la vulnerabilidad de los productores, impidiendo la consolidación de una cadena de valor equitativa, eficiente y sostenible.

El análisis del mercado internacional, sustentado en el enfoque PESTEL y la matriz POAM, identifica a Países Bajos como el destino estratégico más viable para la exportación de papa desde el Carchi, dada su alta demanda de productos agrícolas diferenciados, su sólida infraestructura logística y su compromiso con prácticas sostenibles y de comercio justo. Aunque países como Alemania y Bélgica también presentan condiciones favorables, los Países Bajos destacan por ofrecer un entorno político, económico y regulatorio más equilibrado para pequeños y medianos productores. No obstante, la papa ecuatoriana aún no ha logrado posicionarse en este mercado objetivo, debido a limitaciones estructurales como la falta de certificaciones, el desconocimiento de normativas internacionales y la débil capacidad exportadora de las organizaciones locales. En los mercados objetivo se identifican competidores consolidados, un segmento ético-premium en crecimiento y patrones de compra regulares, coherentes con la capacidad de consumo estimada; estos elementos se detallan en la sección de mercado y anexos.

Las estrategias propuestas, incluyendo guías prácticas de implementación del comercio justo y de exportación, así como un programa de capacitación, abordan de manera integral las barreras identificadas en el diagnóstico. Estas estrategias están alineadas con teorías del comercio justo, capacidades dinámicas y sostenibilidad, y proponen fortalecer las organizaciones de productores, garantizar condiciones laborales dignas, facilitar el acceso a certificaciones y mejorar el conocimiento técnico para incursionar en mercados internacionales. Su aplicación representa una

alternativa realista y contextualizada para transformar el sistema de comercialización de papa desde un enfoque ético, competitivo y sostenible.

Se logra el objetivo general al formular una propuesta de intervención contextualizada que establece lineamientos de precio justo, condiciones laborales dignas, prácticas agrícolas sostenibles y gobernanza cooperativa, con recursos, cronograma e indicadores para su implementación y mejora continua, elevando la probabilidad de inserción competitiva y sostenida en canales diferenciados.

Recomendaciones

A los productores de papa se recomienda implementar de inmediato planes de Buenas Prácticas Agrícolas y manejo de registros de campo estandarizados, adopción gradual de insumos orgánicos certificados y control de costos por lote; asociarse a compras conjuntas de insumos y a ventas programadas para reducir la dependencia de intermediarios; consolidar trazabilidad desde la parcela (lote-fecha-insumo) hasta el acopio y aplicar pruebas rápidas de residuos antes de la cosecha para facilitar la migración hacia las certificaciones de comercio justo.

A las asociaciones se recomienda formalizar una gobernanza cooperativa con organigrama y reglamento interno, crear un comité de calidad y comercio justo, y operar un repositorio digital de documentación. Ejecutar un plan comercial anual que integre costos logísticos, calendario de cosecha, acuerdos con compradores y metas de valor agregado con el fin de estandarizar procesos y capturar primas por calidad y ética.

A las autoridades locales (GAD y Prefectura) se recomienda establecer una Unidad Técnica Provincial para: cofinanciar certificaciones (Fairtrade, orgánico, GLOBALG.A.P.); poner a disposición infraestructura compartida (centro de acopio, cadena de frío básica, laboratorio de residuos en convenio); operar una mesa logística para mejorar rutas y tarifas. Con el objetivo de reducir costos de cumplimiento y transacción.

A las instituciones de apoyo (MAG, universidades, entidades certificadoras, cooperativas) se recomienda ejecutar el programa de capacitación provincial con los módulos en comercio justo y exportación; abrir clínicas de documentación para expedientes de exportación y asesoría en contratos, seguros y financiamiento pre-embarque; articular ferias y ruedas de negocio con compradores de la UE y EE. UU.

REFERENCIAS

- Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario. (2020). *Propuesta de requisitos fitosanitarios para la importación de semillas de papa para la siembra originaria de Escocia*. Quito. https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2024/02/PRFI_semillas_papa_Escocia.pdf
- Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario. (24 de marzo de 2025). *Emisión de Certificado Fitosanitario de Exportación de productos vegetales*. <https://www.gob.ec/arcfz/tramites/emision-certificado-fitosanitario-exportacion-productos-vegetales>
- Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro. (2018). *Procedimiento unificado para importar productos originarios de la Unión Europea al Ecuador*. Quito: Agencia de Regulación y Control Fito y Zoo Sanitario. <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/07/1.-PROCEDIMIENTO-UNIFICADO-PARA-IMPORTAR-PRODUCTOS-ORIGINARIOS-DE-LA-UNION-EUROPEA-AL-ECUADOR.pdf>
- Agricultural Marketing Service. (2020). *Benefits of Organic Certification*. <https://www.ams.usda.gov/services/organic-certification/benefits>
- Aguilar, J., Avalos, V., Moncayo, Y., y Carrión, M. (2021). Comercio justo una opción estratégica para mejorar el sistema de comercialización agrícola. *Revista Investigación y Negocios*, 14(23), 49-63. <https://doi.org/https://doi.org/10.38147/invneg.v14i23.127>
- Alcocer, E., Dante, N., y Romero, M. (2020). Sistemas productivos locales en el comercio justo. Un estudio en el área rural del Ecuador. *Revista Perspectivas*, 23(46), 103-118. http://www.scielo.org.bo/pdf/rp/n46/n46_a05.pdf
- Alonso, V. (2021). El comercio internacional de armamento y las ventajas comparativas. *Revista de Estudios en Seguridad Internacional*, 7(2), 83-104. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18847/1.14.5>
- Andrade, C., Viteri, J., Moreta, L., y Esparza, F. (2024). Comercio justo en un entorno digital desde la perspectiva de los consumidores urbanos por tipo de generación. *Código Científico Revista De Investigación*, 5(E3), 145-164. <https://doi.org/https://doi.org/10.55813/gaea/ccri/v5/nE3/314>

- Anisimov, B. (2021). World potato production: market trends, forecasts and perspectives (analytical review). *Potato and vegetables*(10), 3-8. <https://doi.org/https://doi.org/10.25630/PAV.2021.45.71.008>
- Apolinario, R., Rodriguez, M., Briones, V., Molina, W., y Bedor, J. (2021). *Introducción al comercio exterior*. Live Working Editorial.
- Appun, K. (2021). *Climate-friendly farming: The proposals of Germany's agriculture commission*. Journalism for the energy transition. <https://www.cleanenergywire.org/factsheets/climate-friendly-farming-proposals-germanys-agriculture-commission>
- Argenpapa. (17 de abril de 2024). *Ecuador:En Carchi la producción de un quintal de papa cuesta \$ 5 más que el precio que reciben los productores*. <https://www.agenpapa.com.ar/noticia/14430-ecuador-en-carchi-la-produccion-de-un-quintal-de-papa-cuesta-5-mas-que-el-precio-que-reciben-los-productores#:~:text=Actualmente%2C%20el%20tub%C3%A9rculo%20se%20cotiza,del%20Carchi%2C%20norte%20de%20Ecuador>.
- Arguello-Guadalupe, C., Poveda-Gómez, S., Guapi-Auquilla, A., y Muñoz-Jácome, E. (2022). Comercio justo estrategias para pequeños agricultores de las parroquias rurales del Cantón Riobamba. *Polo del Conocimiento*, 7(1), 479-495. <https://doi.org/10.23857/pc.v7i1.3489>
- Aristide, P. (2020). *Q&A on Environmental Law in Italy*. Clifford Chance. <https://www.cliffordchance.com/content/dam/cliffordchance/briefings/2012/12/qa-on-environmental-law-in-italy.pdf>
- Asamblea Nacional Constituyente. (2011). *Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria del Sistema Financiero*. Quito: Asamblea Nacional Constituyente. https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_econ.pdf
- Asamblea Nacional Constituyente. (2017a). *Estrategia Ecuatoriana de Comercio Justo*. Quito: Asamblea Nacional Constituyente. <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2024/01/Acuerdo-003-2017.pdf>
- Asamblea Nacional Constituyente. (2017b). *Ley Orgánica de Agrodiversidad, Semillas y fomento de agricultura*. Quito: Asamblea Nacional. <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/05/Ley-Organica-Agro biodiversidad-Semillas-y-Fomento-de-Agricultura.pdf>

- Asamblea Nacional Constituyente. (2021). *Constitucion de la República del Ecuador*. Quito: Asamblea Nacional Constituyente. https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Associated Traffic AG. (6 de mayo de 2022). *El transporte de mercancías en Estados Unidos*. <https://asstra.es/noticias/actualidad-asstra/2022/5/el-transporte-de-mercanc%C3%ADas-en-estados-unidos/>
- Ayala, F., González, B., Simba, L., Tovar, M., Barragán, R., y Zamora, E. (2024). Comercio justo, eje central del desarrollo en productores locales y exportadores de cacao Theobroma cacao L. en el cantón Quevedo. *Revista Metropolitana De Ciencias Aplicadas*, 7(3), 227-239. <https://doi.org/https://doi.org/10.62452/2j3d8w94>
- Barro, A., Rivera, P., Ramos, M., y Cordova, F. (2023). Agricultural associations and fair trade in the Peruvian rainforest: a socioeconomic and ecological analysis. *Susiness perspectives*, 14(1), 24-35. [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21511/ee.14\(1\).2023.03](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21511/ee.14(1).2023.03)
- Basantes, T., Aragón, J., Albuja, L., y Vázquez, L. (2020). Diagnóstico de los costos, rendimientos de producción y comercialización de papa (*Solanum tuberosum* L.) en la Zona 1 del Ecuador, año 2019. *Agronegocios*, 6(2), 103-120. <https://doi.org/https://doi.org/10.18845/ea.v6i2.5103>
- Bautista, L., Gómez, L., y Toledo, A. (2023). Comercio justo en artesanías de barro de Santa María Atzompa, Oaxaca, México. *Revista De Gestão E Secretariado*, 14(6), 10305–10324. <https://doi.org/https://doi.org/10.7769/gesec.v14i6.2376>
- Bello, C. (17 de abril de 2023). *En 2021, la esperanza media de vida al nacer en la UE era de 80,1 años, según datos de Eurostat, la oficina estadística de la UE*. <https://es.euronews.com/salud/2023/04/17/que-paises-de-la-ue-tienen-mayor-y-menor-esperanza-de-vida>
- Bilfield, A., y Hernandez, E. (2023). Exploring the implications of the Fair Trade USA certification for farmworker health and well-being at the first certified farm in the U.S. *Journal of Agriculture, Food Systems, and Community Development*, 13(1), 113-128. <https://doi.org/https://doi.org/10.5304/jafscd.2023.131.019>
- Bioeco. (15 de febrero de 2024). *The Italian organic market: data, trends and consumers' preferences*. <https://www.bioecoactual.com/en/2024/02/15/the-italian-organic-market-data-trends-and-consumers-preferences/>

- Bolsa Mercantil de Colombia. (2022). *Análisis de producto papa*. Bogotá: BMC. <https://www.bolsamercantil.com.co/sites/default/files/2022-10/Analisis%20del%20producto%20BMC%20-%20papa%202022.pdf>
- Bomers, S., Ribarits, A., Kamptner, A., Tripolt, T., von Gehren, P., Prat, N., y Söllinger, J. (2024). Survey of Potato Growers' Perception of Climate Change and Its Impacts on Potato Production in Germany, Switzerland, and Austria. *Agronomy*, 14(7). <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/agronomy14071399>
- Brutger, R., y Rathbun, B. (2021). Fair Share? Equality and Equity in American Attitudes Toward Trade. *Fair Share? Equality and Equity in American Attitudes Toward Trade*, 75(3), 880 - 900. <https://doi.org/https://doi.org/10.1017/S0020818321000084>
- Cabrera, A. (2020). *Manual de uso de las reglas Incoterms 2020. Casos prácticos, ejemplos y test*. Barcelona: Marge books.
- Cadrazco, W., Zapata, Á., y Lombana, J. (2021). Capacidades dinámicas: aportes y tendencias. *Revista Lasallista de Investigación*, 17(1), 325-337. <https://doi.org/https://doi.org/10.22507/rli.v17n1a13>
- Campos, A., y Simbaña, P. (2021). *Análisis del Comercio Justo en el sector textil de la Economía Popular y Solidaria: un aporte al desarrollo sostenible, en el cantón Quito*. Sangolquí: Universidad de las Fuerzas Armadas. <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/24301/1/T-ESPE-044463.pdf>
- Castelein, R., Kok, M., y Snels, J. (2022). *Agrologistics sector study Netherlands*. Wageningen: Wageningen Food & Biobased Research. <https://edepot.wur.nl/575628>
- Castillo, N. (2024). *Variables: precios, logística, cadena de suministro, que influyen para las oportunidades de exportación de papa cultivada del cantón Mejía a Bélgica*. Quito: Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/28730/1/MSQ879.pdf>
- Castillo, R., y Guarniz, C. (2022). *Comercio justo para incrementar las exportaciones de textiles de lana de alpaca de los productores de Puno al mercado de EE. UU. año, 2021*. Lima: Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/114650/Castillo_RRM-Guarniz_CCA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Centro Alemán de Información para Latinoamérica. (2020). *El boom del bío sigue imparable*. <https://alemaniaparati.diplo.de/mxdz-es/aktuelles/dpa-bio-1088302>

- Centro internacional de la papa de Perú. (2025). *Datos y cifras de la papa*.
<https://cipotato.org/es/potato/potato-facts-and-figures/>
- Centro Logístico del Norte. (16 de marzo de 2023). *Almacenamientos de productos ecológicos: ¿Cómo conservarlos correctamente?*
<https://grupocln.com/almacenamientos-de-productos-ecologicos-como-conservarlos-correctamente/>
- Cobos, E. (18 de marzo de 2019). La papa nacional tiene buena producción pero sufre por la demanda. *Primicias*. <https://revistagestion.primicias.ec/economia-y-finanzas-analisis/la-papa-nacional-tiene-buena-produccion-pero-sufre-por-la-demanda/>
- Comet, D. (2024). *El comercio justo en las políticas públicas*. Barcelona: Gobierno de España. <https://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2023/11/Informe-Comercio-Justo-en-polit-publicas.pdf>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2024). *Comercio Justo en América Latina y el Caribe*.
<https://biblioguias.cepal.org/comerciojusto#:~:text=Se%20debe%20de%20garantizar%20la,%2C%20afiliaci%C3%B3n%20sindical%2C%20afiliaci%C3%B3n%20pol%C3%ADtica.>
- Comisión Europea. (2012). *Reglamento (UE) N° 649/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo de 4 de julio de 2012*. Comisión Europea. <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2012:201:0060:0106:es:PDF>
- Comisión Europea. (2025). *Guía para la exportación de mercancías*.
<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/es/content/guia-para-la-exportacion-de-mercancias>
- Comité de Comercio Exterior. (2022). *Resolución COMEX No. 017-2022*. Quito: Ministerio de Agricultura y Ganadería. https://www.agricultura.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/12/resolucion_017-202209681690016692206860016330001670449456-2.pdf
- Consejo Supremo de Gobierno. (1994). *Ley de Fomento y Desarrollo Agropecuario*. Quito: Consejo Supremo de Gobierno. <https://vlex.ec/vid/ley-fomento-desarrollo-agropecuario-671645753>
- Corresponsables. (12 de abril de 2024). *Ayuda en Acción impulsa las cadenas de valor de las comunidades rurales en Ecuador*.

<https://www.corresponsables.com/ecu/actualidad/ods-1-fin-de-la-pobreza/ayuda-en-accion-impulsa-las-cadenas-de-valor-de-las-comunidades-rurales-en-ecuador/>

Cortes, A. (2023). *Comercio justo en Colombia: Sector Cafetero, retos y oportunidades en el marco de los Objetivos del Desarrollo Sostenible*. Bogotá: Universidad Agustiniana.

<https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/bitstream/handle/123456789/2026/CortesMartinez-AngieVanesa-2023.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cuenca, L., Quiñones, Í., Cristiancho, M., y Figueroa, J. (2022). Comercio ecológico certificable, un análisis desde el biocomercio, el comercio justo y los negocios verdes para Colombia. *Revista perspectivas*, 7(22), 122-145. <https://doi.org/https://doi.org/10.26620/uniminuto.perspectivas.7.22.2022.122-145>

Datos macro. (2025a). *PIB de Belgica*. <https://datosmacro.expansion.com/pib/belgica>

Datos macro. (2025b). *PIB de Países Bajos*. <https://datosmacro.expansion.com/pib/paises-bajos>

Datos macro. (2025c). *PIB de Italia*. <https://datosmacro.expansion.com/pib/italia>

Datos macro. (2025d). *PIB de Alemania*. <https://datosmacro.expansion.com/pib/alemania>

Datos macro. (2025e). *PIB de Estados Unidos*. <https://datosmacro.expansion.com/pib/usa>

Datos macro. (2025f). *PIB de Ecuador*. <https://datosmacro.expansion.com/paises/ecuador>

Datos macro. (2025g). *Desempleo de Bélgica*. <https://datosmacro.expansion.com/paro/belgica>

Datos macro. (2025h). *Desempleo de Italia*. <https://datosmacro.expansion.com/paro/italia?anio=2022>

Datos macro. (2025i). *Desempleo de Estados Unidos*. <https://datosmacro.expansion.com/paro/usa>

DeAndreis, P. (17 de octubre de 2022). *Las ventas de alimentos orgánicos en Italia aumentaron más del doble en la última década*. <https://es.oliveoiltimes.com/business/italy-organic-food-sales-double/112760>

DeAndreis, P. (2024). *New Law in Italy Establishes Role of Farmers in Protecting Environment*. Rome: Olive Oil Times.

<https://www.oliveoiltimes.com/business/europe/new-law-in-italy-establishes-role-of-farmers-in-protecting-environment/129270>

Delegación de la Unión Europea en Colombia y Ecuador. (2017). *Acuerdo Comercial Ecuador-Unión Europea*. Delegación de la Unión Europea en Colombia y Ecuador.

https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/cartilla_acuerdo_comercial_ue-ecuador_0.pdf

Deutsche Welle. (25 de julio de 2023). *Cae esperanza de vida en Alemania*. <https://www.dw.com/es/cae-esperanza-de-vida-en-alemania-sobre-todo-en-mujeres/a-66336249>

Deutschland. (8 de noviembre de 2023). *Las empresas como socios para el desarrollo*. <https://www.deutschland.de/es/topic/economia/comercio-justo-con-alemania-empresas-y-desarrollo>

Díaz, J., y Navarrete, C. (2021). Paraíso verde. Un análisis crítico sobre el futuro de la teoría de desarrollo sostenible. *En Contexto*, 9(15), 215-238. <https://doi.org/https://doi.org/10.53995/23463279.877>

Dirección de Certificación Fitosanitaria. (2025). *¿Cómo exportar productos vegetales?* <https://www.agrocalidad.gob.ec/direccion-de-certificacion-fitosanitaria/>

Dütsch, M., Ohler, C., y Baumann, A. (2024). The Minimum Wage in Germany: Institutional Setting and a Systematic Review of Key Findings. *Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik*, 245(1), 113-151. <https://doi.org/https://doi.org/10.1515/jbnst-2023-0038>

Economía solidaria. (2020). *Comercio justo portal de la economía solidaria*. Economía solidaria. <https://www.economiasolidaria.org/wp-content/uploads/2020/08/comercio-justo-en-economiasolidaria-org.pdf>

El Comercio. (1 de junio de 2021). Exportemos papas. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/opinion/columnista-elcomercio-exportemos-papas.html>

El Universo. (16 de abril de 2024). *En Carchi la producción de un quintal de papa cuesta \$ 5 más que el precio que reciben los productores*. <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/papa-produccion-carchi-enfermedad-punta-morada-caida-precios-nota/>

El Universo. (2025). Estas son las barreras comerciales de Ecuador identificadas por la Oficina Comercial de Estados Unidos. El Universo.

<https://www.eluniverso.com/noticias/economia/estas-son-las-barreras-comerciales-de-ecuador-identificadas-por-la-oficina-comercial-de-estados-unidos-nota/>

El Universo. (20 de junio de 2025). Ministro de Producción: 'Las conversaciones con Estados Unidos son confidenciales, pero no se está afectando a ningún producto agropecuario'. *El Universo*.

<https://www.eluniverso.com/noticias/economia/arancel-importaciones-negociaciones-acuerdo-comercial-ecuador-estados-unidos-2025-nota/>

Embajada de España en Bruselas. (2021). *El mercado de Alimentos bio en Bélgica*. Bruselas: ICEX España Exportación e Inversiones. <https://www.icex.es/content/dam/es/icex/documentos/quienes-somos/donde-estamos/red-exterior/belgica/DOC2021896821.pdf>

EURES Servicios EUROpeos de Empleo. (24 de febrero de 2025). *Información del Mercado de Trabajo: Países Bajos*. https://eures.europa.eu/living-and-working/labour-market-information-europe/labour-market-information-netherlands_en

euro news. (28 de julio de 2021). *La confianza de los consumidores alemanes se mantiene estable -GfK*. <https://es.euronews.com/next/2021/07/28/alemania-econom-a-gfk>

European Commission. (2020). *Financial needs in the agriculture and agri-food sectors in Belgium*. European Investment. https://www.fi-compass.eu/sites/default/files/publications/financial_needs_agriculture_agri-food_sectors_Belgium.pdf

European Commission. (2022). *At a glance: The Netherlands CAP Strategic plan*. European Commission. https://agriculture.ec.europa.eu/system/files/2024-01/csp-at-a-glance-netherlands_en.pdf

European Commission. (28 de octubre de 2024). *Germany – CAP Strategic Plan*. https://agriculture.ec.europa.eu/cap-my-country/cap-strategic-plans/germany_en

European community of Consumer Cooperatives. (12 de septiembre de 2024). *Italy's Consumer Landscape in 2024: Insights from the New Coop Report*. <https://www.eurocoop.coop/news/495-.html>

European Environment Agency. (2022). *Early warning assessment related to the 2025 targets for municipal waste and packaging waste*. Belgium: European

- Environment Agency. <https://www.eea.europa.eu/publications/many-eu-member-states/early-warning-assessment-related-to>
- European Potato Processors' Association. (2021). *From Growers to Consumers. How the European potato processing industry is driving sustainability throughout the sector.* EUPPA. https://euppa.eu/_library/_files/EUPPA_Sustainability_Report_2021_online.pdf
- Farming Insider. (2025). *Overview of Agricultural Export Laws.* <https://thefarminginsider.com/agricultural-export-laws-overview/>
- Federación colombiana de productores de papa. (2023). *Boletín quincenal. En el mercado nacional.* Bogotá: Fondo Nacional de Fomento de la Papa. <https://fedepapa.com/home/wp-content/uploads/2024/10/Boletin-175.pdf>
- Federal Ministry of Agriculture, Food and Regional Identity. (19 de agosto de 2024). *Agricultural exports.* <https://www.bmlh.de/EN/topics/international-affairs/foreign-trade-policy/agricultural-exports.html>
- Ferrante, V. (2020). Lavoro decente e responsabilità delle imprese multinazionali per le produzioni delocalizzate: Panorama della legislazione italiana. *Lex Social: Revista De Derechos Sociales*, 10(2), 224-252. <https://doi.org/https://doi.org/10.46661/lexsocial.5070>
- Fiedoruk, M. (2021). Fair Trade: Shortcomings and contemporary challenges. *Ekonomia — Wrocław Economic Review*, 27(4), 38-51. <https://doi.org/https://doi.org/10.19195/2658-1310.27.4.3>
- Flores, L. (2021). Gestión de la cadena de suministro en la comercialización de productos agrícolas en Ecuador. *Revista Disciplinaria en ciencias económicas y sociales*, 3(2). <https://doi.org/10.47666/summa.3.2.38>
- Food and Drug Administration. (15 de septiembre de 2022). *Food Export Certificates.* <https://www.fda.gov/food/exporting-food-products-united-states/food-export-certificates>
- Food Export Midwest USA. (2024). *Belgium Country Profile. Discover more about the Belgium market including overviews about the retail, foodservice, and food-processing sectors. Events, resources, and more are linked throughout the profile.* <https://www.foodexport.org/export-insights/market-country-profiles/belgium/>

- Fresh Plaza. (18 de julio de 2025). *El transporte de mercancías por vía aérea está aumentando de nuevo en Europa*.
<https://www.freshplaza.es/article/9235061/el-transporte-de-mercancias-por-via-aerea-esta-aumentando-de-nuevo-en-europa/>
- Fridell, G., Gross, Z., y McHugh, S. (2023). *Guía de comercio justo: para construir juntos un mundo mejor*. Fernwood Publishing.
<https://www.inderscience.com/offers.php?id=95066>
- Garza, A. (2020). *Implementación de las prácticas del comercio justo en el comercio internacional para el desarrollo de la producción rural arrocera*. Bogotá: Universidad Cooperativa de Colombia.
<https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/8e1fb96d-098f-4d3b-ba85-6d9a66e202d5/content>
- Geodatos. (2025). *Distancia de Ecuador a varios países*.
<https://www.geodatos.net/distancias/paises/de-ecuador-a-belgica>
- Gobierno del encuentro. (2022). *Boletín situacional cultivo de papa*. Quito: Ministerio de Agricultura y Ganadería. <https://fliphtml5.com/ijia/mcrp/basic>
- Goffart, J., Haverkort, A., Storey, M. H., Martin, M., Lebrun, P., Ryckmans, D., . . . Demeulemeester, K. (2022). Producción de patata en el noroeste de Europa (Alemania, Francia, Países Bajos, Reino Unido, Bélgica): características, problemas, retos y oportunidades. *Potato Res*, 65, 503-547.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11540-021-09535-8>
- Goffart, J., Haverkort, A., Storey, M., Haase, N., Martin, M., Lebrun, P., . . . Demeulemeester, K. (2022). Potato Production in Northwestern Europe (Germany, France, the Netherlands, United Kingdom, Belgium): Characteristics, Issues, Challenges and Opportunities. *Potato Res*, 65, 503-547. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11540-021-09535-8>
- González, A., y Gelabert, D. (2025). La justicia distributiva como contenido de las constituciones económicas contemporáneas. *Revista Episteme & Praxis*, 3(2), 76-83.
<https://epistemeypraxis.org/index.php/revista/article/download/103/296/668>
- González, F., y Lechuga, J. (2020). Comercio internacional entre Alianzadel Pacífico y ANSEA: un análisis comparativo. *Clío América*, 14(28), 493-503.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.21676/23897848.3975>

- González, P. (28 de noviembre de 2024). Empresarios: tarifa del ISD para importaciones que rige desde abril 2025 tendrá un impacto millonario en el sector. *Primicias*. <https://www.primicias.ec/economia/isd-impuesto-salida-divisas-produccion-nacional-materias-primas-84270/>
- González, P. (21 de febrero de 2025). Esto se espera para las exportaciones de Ecuador en 2025, en medio de la guerra arancelaria. *Primicias*. <https://www.primicias.ec/economia/exportaciones-ecuador-guerra-aranceles-cacao-90317/>
- González, P., y Orozco, M. (3 de abril de 2025). ¿Cuáles son los productos de Ecuador más golpeados por los aranceles de Trump? *Primicias*. <https://www.primicias.ec/economia/productos-camaron-banano-flores-cacao-aranceles-trump-93115/>
- Google maps. (2024). *Mapa Carchi*. Google Maps: <https://n9.cl/plfdb>
- Government of the Netherlands. (8 de marzo de 2022). *The Dutch market potential for fresh fruit and vegetables*. <https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/netherlands/market-potential>
- Grupo Banco Mundial. (2025a). *Inflación, precios al consumidor (% anual) - Belgium*. <https://datos.bancomundial.org/indicador/FP.CPI.TOTL.ZG?locations=BE>
- Grupo Banco Mundial. (2025b). *Inflación, precios al consumidor (% anual) - Netherlands*. <https://datos.bancomundial.org/indicador/FP.CPI.TOTL.ZG?end=2024&locations=NL&start=2020>
- Grupo Banco Mundial. (2025c). *Inflación, precios al consumidor (% anual) - Italy*. <https://datos.bancomundial.org/indicador/FP.CPI.TOTL.ZG?locations=IT>
- Grupo Banco Mundial. (2025d). *Inflación, precios al consumidor (% anual) - Germany*. <https://datos.bancomundial.org/indicador/FP.CPI.TOTL.ZG?end=2024&locations=DE&start=2020>
- Grupo Banco Mundial. (2025e). *Inflación, precios al consumidor (% anual) - United States*. <https://datos.bancomundial.org/indicador/FP.CPI.TOTL.ZG?end=2024&locations=US&start=2020>
- Grupo Banco Mundial. (2025f). *Inflación, precios al consumidor (% anual) - Ecuador*. <https://datos.bancomundial.org/indicador/FP.CPI.TOTL.ZG?end=2024&locations=EC&start=2020>

- Guamán, S. (2022). Desarrollo de Políticas Agrarias y su Influencia en los Pequeños Agricultores Ecuatorianos. *Revista Científica Zambos*, 1(3), 15-28. <https://doi.org/https://doi.org/10.69484/rcz/v1/n3/3>
- Hapag-Lloyd. (2024). *Conectando el mundo a través de los océanos*. <https://www.hapag-lloyd.com/en/services-information.html>
- Henkel, T., y Henkel, S. (14 de agosto de 2022). *La Cartilla PACA – Una Introducción y Visión General de la Ley de Productos Agrícolas Perecederos*. <https://miamibusinesslitigators.com/2022/08/14/la-cartilla-paca-una-introduccion-y-vision-general-de-la-ley-de-productos-agricolas-perecederos/>
- Herreros, L., y Ortiz, J. (2022). *Análisis de la certificación del comercio justo para las exportaciones de café de la región Junín hacia Alemania, en el periodo 2016-2020*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/9329235>
- Ho, J. (2022). Causes of America's Lagging Life Expectancy: An International Comparative Perspective. *The Journals of Gerontology Series B: Psychological Sciences and Social Sciences*, 77(2), 117-126. <https://doi.org/https://doi.org/10.1093/geronb/gbab129>
- Hoover, M., y Lucy, I. (2024). *How Agriculture Supports the American Economy and Main Street Businesses*. U.S Chamber of Commerce. <https://www.uschamber.com/security/agriculture-regulations/how-agriculture-supports-the-american-economy-and-main-street-businesses>
- IC-Play. (30 de marzo de 2025). *El precio de la papa baja por exceso de producción*. <https://www.facebook.com/icnoticias.ec/posts/ic-i-el-precio-de-la-papa-baja-por-exceso-de-producci%C3%B3nmachachi-cant%C3%B3n-mej%C3%ADa-en-985908933673006/>
- Immink, V., y Logatcheva, K. (2022). *Topkeurmerken en kringlooplandbouw*. Wageningen. <https://research.wur.nl/en/publications/topkeurmerken-en-kringlooplandbouw>
- Infobae. (9 de noviembre de 2020). Precios de la papa en niveles de hace 20 años. *infobae*. <https://www.infobae.com/america/colombia/2020/11/09/precios-de-la-papa-en-niveles-de-hace-20-anos/>
- infobae. (14 de agosto de 2024). *Estados Unidos tiene los peores indicadores de esperanza de vida entre los países de habla inglesa*.

- <https://www.infobae.com/salud/2024/08/14/eeuu-sigue-siendo-el-ultimo-en-esperanza-de-vida-entre-los-paises-de-habla-inglesa/>
- infobae. (20 de agosto de 2024). Precio de la papa aumentó de S/ 1,70 a cerca de S/ 3 por kilo en diversos mercados nacionales: ¿a qué se debe? *infobae*. <https://www.infobae.com/peru/2024/08/21/precio-de-la-papa-aumento-de-s-170-a-cerca-de-s-3-por-kilo-en-diversos-mercados-nacionales-a-que-se-debe/>
- Infobae. (25 de marzo de 2025). El mundo entró en un creciente conflicto comercial por la aplicación de barreras proteccionistas no vistas en décadas. *Infobae*. <https://www.infobae.com/america/mundo/2025/03/25/el-mundo-entro-en-un-creciente-conflicto-comercial-por-la-aplicacion-de-barreras-proteccionistas-no-vistas-en-decadas/>
- International Freight Forwarder. (3 de diciembre de 2024). *The Role of Rail Freight in Supporting Dutch Trade and Exports*. <https://nl.atoshipping.com/the-role-of-rail-freight-in-supporting-dutch-trade-and-exports/>
- Jensen, M. (2021). Transformación de los sistemas alimentarios en Chile: cambio en el uso de suelo y comercio internacional. *Estudios internacionales (Santiago)*, 53(199). https://doi.org/https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0719-37692021000200061&script=sci_arttext
- Jimenez, J., Vargas, D., y Zamora, M. (2025). Barreras arancelarias y no arancelarias y su impacto en las empresas ecuatorianas exportadoras de banano hacia EEUU en el 2023. *Revista InveCom*, 5(2), 1-14. <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.13170611>
- Jones, L. (28 de abril de 2023). *What's the life expectancy in Germany?* Lingoda: <https://www.lingoda.com/blog/en/germany-life-expectancy/>
- Joseph, M., Nikhil, N., y Bitto, B. (2021). Fair Trade Alliance and its Pertinence in the Indian Scenario. *Asian Journal of Management*, 12(3), 327-336. <https://doi.org/doi:10.52711/2321-5763.2021.00050>
- Jsilionis, D., van Raalte, A., Klüsener, S., y Grigoriev, P. (2023). The underwhelming German life expectancy. *Springer*, 38(8), 839-850. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10654-023-00995-5>
- Kahn, L. (2020). Editorial Essay: Introduction to a Special Collection on European Labor Markets in Flux: The German Experience. *ILR Review*, 73(5), 1040-1045. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0019793920937959>

- Kaufman, J. (4 de enero de 2025). *U.S. agricultural import values outpaced export values again in 2024*. Economic Research Service: <https://www.ers.usda.gov/data-products/ag-and-food-statistics-charting-the-essentials/land-and-natural-resources>
- Kossmann, E. (2021). *El Proceso de Decisión de Compra del Consumidor de Café de Comercio Justo*. España: Universidad Autónoma de Madrid. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/dctes?codigo=288610>
- Laagland, F. (2023). Decent Work in the Cross-Border Supply Chain: A Smart Mix of Legislation and Self-Regulation. *European Company and Financial Law Review*, 20(2), 336-357. <https://doi.org/https://doi.org/10.1515/ecfr-2023-0013>
- León, L., León, U., y Mora, M. (2024). Comercio Justo en la Economía Popular y Solidaria, parroquia La Iberia. *Espíritu Emprendedor TES*, 8(2), 1-18. <http://espirituemprendedores.com/index.php/revista/article/view/364/512>
- Loaiza, Y. (31 de marzo de 2025). Daniel Noboa amplió hasta abril un beneficio impositivo para enviar divisas al exterior de Ecuador. *infobae*. <https://www.infobae.com/america/america-latina/2025/03/31/daniel-noboa-amplio-hasta-abril-un-beneficio-impositivo-para-enviar-divisas-al-exterior-de-ecuador/>
- Loaiza, Y. (1 de abril de 2025). Exportadores ecuatorianos reforzaron su apuesta por un acuerdo comercial con Estados Unidos. *infobae*. <https://www.infobae.com/america/america-latina/2025/04/01/exportadores-ecuatorianos-reforzaron-su-apuesta-por-un-acuerdo-comercial-con-estados-unidos/>
- López, D., Vanegas, J., y Baena, J. (2020). Aplicación de un método multicriterio en la enseñanza de la investigación de mercados internacionales. *Información tecnológica*, 31(1), 113-122. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642020000100113>
- Lozano, M., y Guijarro, M. (2020). *Guía internacional de sellos de comercio justo*. Francia: Commerce Equitable France. https://comerciojusto.org/wp-content/uploads/2018/03/GUIA_INTERNACIONAL_DE_SELLOS_web.pdf
- LSQA. (25 de agosto de 2022). *¿Qué certificaciones necesito para exportar alimentos a la Unión Europea?* <https://lsqa.ec/que-certificaciones-necesito-para-exportar-alimentos-a-la-union-europea/>

- Maersk. (2024). *Descubra nuestros servicios de transporte y logística*.
<https://www.maersk.com/prices-and-quotes>
- Maestre, M., Lombana, J., Barrios, J., y Rodríguez, A. (2022). Comercio justo en cooperativas bananeras del Magdalena (Colombia): una estrategia para disminuir la pobreza en pequeños productores. *Revista Perspectiva Empresarial*, 9(2), 69-86. <https://doi.org/doi:https://doi.org/10.16967/23898186.795>
- Mancero, L. (2020). *Estudio de la cadena de la papa en Ecuador*. FAO-ESA.
https://www.fao.org/fileadmin/templates/esa/LISFAME/Documents/Ecuador/cadena_papa.pdf
- Maradiaga, J., Vega, A., Salazar, G., y Contreras, N. (2025). Evaluating the Effects of Fair Trade Market Certification on Multidimensional Poverty Among Honduran Agricultural Cooperatives. *Preprints*, 1, 1-17.
<https://doi.org/https://doi.org/10.20944/preprints202508.0178.v1>
- Mata, D. (2020). La comercialización agropecuaria con enfoque de comercio justo. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 1-12.
<https://ojs.observatoriolatinoamericano.com/ojs/index.php/olel/article/view/98/89>
- McAllister, R. (25 de febrero de 2025). *US Life Expectancy 1950-2025 – Trends and Influences Over the Decades*. NCHstats: <https://nchstats.com/us-life-expectancy-trends/>
- Meemken, E. (2020). Do smallholder farmers benefit from sustainability standards? A systematic review and meta-analysis. *Global Food Security*, 26, 1-10.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.gfs.2020.100373>
- Melo, Y. (2023). *Producción de papa en peligro por Fenómeno de El Niño: advierten escasez y alza de precios en mercados*. Lima: Infobae.
<https://www.infobae.com/peru/2023/07/01/produccion-de-papa-en-peligro-por-fenomeno-de-el-nino-advierten-escasez-y-alza-de-precios-en-mercados/>
- Mendoza, H., Barreto, Á., Mera, P., y López, E. (2020). Socioeconomic and ecological assessment in the dynamics of fair trade of the users of the mangrove ecosystem. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(6), 170-175.
<http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n6/2218-3620-rus-12-06-170.pdf>

- Mickiewicz, B., Volkova, E., y Jurczak, R. (2022). The Global Market for Potato and Potato Products in the Current and Forecast Period. *European Research Studies Journal*, XXV(3), 740-751. <https://doi.org/10.35808/ersj/3062>
- Minda, T., y Terán, G. (2023). Factores Determinantes del precio de la papa y su rentabilidad en el productor. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar*, 7(3), 6214-6230. https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i3.6621
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2021). *Boletín nacional de precios mayoristas 2021*. Quito: Ministerio de Agricultura y Ganadería. <https://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/boletin-nacional-precios-mayoristas/2021-mayoristas>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (abril de 2020). *Ecuador se proyecta a ser exportador de papa*. <https://www.agricultura.gob.ec/ecuador-se-proyecta-a-ser-exportador-de-papa/#>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2022). *Boletín nacional de precios mayoristas 2022*. Quito: Ministerio de Agricultura y Ganadería. <https://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/boletin-nacional-precios-mayoristas/2022-mayoristas>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2023). *Boletín nacional de precios mayoristas 2023*. Quito: Ministerio de Agricultura y ganadería. <https://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/boletin-nacional-precios-mayoristas/2023-mayoristas>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2024). *Boletín nacional de precios mayoristas 2024*. Quito: Ministerio de Agricultura y Ganadería. <https://sipa.agricultura.gob.ec/index.php/boletin-nacional-precios-mayoristas/2024-mayoristas>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2025). *Boletín nacional de precios mayoristas 2025*. Quito: Ministerio de Agricultura y Ganadería. https://sipa.agricultura.gob.ec/boletines/nacionales/mayoristas/2025/precios_mayoristas_marzo_2025.pdf
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2020a). *Anuario de exportaciones del sector asociativo y comercio justo*. Quito: Ministerio de producción, comercio exterior, inversiones y pesca. <https://www.uasb.edu.ec/observatorio-pyme/wp->

content/uploads/sites/6/2021/05/ANUARIO-COMERCIO-JUSTO-2020-VF-5.pdf

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2020b). *Ecuador y Estados Unidos firmarán Acuerdo de Primera Fase*. <https://www.produccion.gob.ec/ecuador-y-estados-unidos-firmaran-acuerdo-de-primera-fase/>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2022). *Acuerdo Comercial Ecuador – Unión Europea*. Quito: Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. <https://www.produccion.gob.ec/acuerdo-comercial-ecuador-union-europea/>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2023). *Ecuador-China Tratado de Libre Comercio: lo que debes saber del acuerdo comercial Ecuador - China*. Quito: Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2023/05/Preguntas-Frecuentes.pdf>

Ministerio de Relaciones Exteriores, C. e. (2020). *Las relaciones de Comercio Ecuador - Países Bajos*. Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración. <http://www.embassyecuador.eu/site/images/descargas/studio-oportunidades-comerciales-ecuador-paises-bajos.pdf>

Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale. (19 de mayo de 2025). *Action plan for Italian exports to high-potential non-EU markets*. https://www.esteri.it/en/sala_stamp/archivionotizie/diplomazia-economica/2025/05/piano-dazione-per-lexport-italiano-nei-mercati-extra-ue-ad-alto-potenziale/

Monge, K., y Yáñez, H. (2023). *Impacto económico de la certificación de comercio justo en las organizaciones de economía popular y solidaria*. Quito: Escuela Politécnica Nacional. <https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/23514/1/12914.pdf>

Montenegro, Y. (2020). El comercio internacional y la crisis del COVID-19: una mirada a Latinoamérica. *Hojas de El bosque*, 7(11), 72-81. <https://revistas.unbosque.edu.co/index.php/HEB/article/view/3007/2901>

Montoya, L. (2020). La Cooperativa agraria cafetalera Pangoa, el comercio justo y los circuitos económico solidarios en el Perú. *Revista Economía*, 72(118), 81-102. <https://doi.org/https://doi.org/10.29166/economia.v72i116.2636>

- Mordor Intelligence. (2025). *Tamaño del mercado de patatas: informe de la industria sobre participación, tendencias de crecimiento y análisis de pronósticos (2025-2030)*. <https://www.mordorintelligence.ar/industry-reports/potato-market>
- Moreno, G., y Hernández, L. (2018). La teoría del comercio justo como factor de desarrollo económico en el Municipio de Planadas - Tolima. *Revista Inova ITFIP*, 2(1), 54-60. <https://www.revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/view/26/37>
- Moreno, L., y Sani, A. (2022). *El comercio justo como alternativa para el desarrollo socioeconómico de la ciudad de Riobamba en el periodo 2019-2021*. Riobamba: ESPOL. <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/53553/1/T-111634%20MORENO-SANI.pdf>
- Muñoz, J. (2021). Teorías clásicas del comercio internacional y sus antecedentes: de Aristóteles a Rybczynski. *Compás empresarial*, 11(2), 124-149. <https://doi.org/https://doi.org/10.52428.20758960.v11i33.155>
- Mutwiri, F., Ndungu, F., Wanjiku, M., y Gacugu, W. (2025). Does Market Innovation Moderate the Association Between Fairtrade Practices and Financial Performance of Certified Small Tea Producer Organizations in Kenya. *Journal of Finance and Investment Analysis*, 14(2), 1-29. <https://doi.org/https://doi.org/10.47260/jfia/1421>
- Naciones Unidas. (2024). *¿Qué son los Objetivos de Desarrollo Sostenible?* Organización de las Naciones Unidas: <https://www.undp.org/es/sustainable-development-goals>
- Narváez, A. (2022). *Falta de normativa en la regulación de la producción de banano en Ecuador*. Guayaquil: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/5423/7/T-ULVR-4413.pdf>
- Navarro, F. (2024). *Responsabilidad Social Corporativa. Teoría y práctica de la sostenibilidad* (Tercera ed.). Madrid: ESIC.
- Netherlands empresa Holandesa. (7 de mayo de 2021). *Exportación e importación en los Países Bajos: una breve guía*. <https://es.intercompanysolutions.com/export-import-netherlands-guide/>
- Niama, L., Villacrés, M., y Barba, R. (2021). Comercio justo: La dinámica intermedia entre el productor y el consumidor. *Alpha publicaciones*, 3(3.1), 185-201. <https://doi.org/https://doi.org/10.33262/ap.v3i3.1.86>

- Nusselder, W., Waegenare, A., Melenberg, B., Lyu, P., y Rubio, J. (2022). Future trends of life expectancy by education in the Netherlands. *BMC Public Health*, 22(1664). <https://doi.org/https://doi.org/10.1186/s12889-022-13275-w>
- OECD. (2024). *Patatas en Ecuador EC*. <https://oec.world/es/profile/bilateral-product/potatoes/reporter/ecu>
- Office for Risk Assessment & Research. (2020). *Advisory Report on Risks in the Potato Production Chain*. Office for Risk Assessment & Research. <https://english.nvwa.nl/documents/plant/plant-health/publications/potato/advisory-report-from-buro-on-risks-in-the-potato-production-chain>
- Oficina Económica y Comercial de España en Düsseldorf. (2023). *El mercado de la alimentación ecológica en Alemania*. Barcelona: ICEX. <https://www.icex.es/content/dam/icex/centros/alemania/documentos/2023/estudio-mercado-alimentacion-ecologica-alemania-2023-resumen.pdf>
- Olivares, R., y Leyva, N. (2023). Bases teóricas de la conciencia ambiental como estrategia para el desarrollo sostenible. *Alfa Revista de Investigación en Ciencias Agronómicas y Veterinaria*, 7(21), 619-629. <https://doi.org/https://doi.org/10.33996/revistaalfa.v7i21.242>
- ONU comercio y desarrollo. (2025). *Actualización sobre el Comercio Global (marzo de 2025): el papel de los aranceles en el comercio internacional*. <https://unctad.org/es/publication/actualizacion-sobre-el-comercio-global-marzo-de-2025-el-papel-de-los-aranceles-en-el>
- Organic Trade Association. (14 de mayo de 2024). *Organic Trade Association pegs sales of organic products near \$70 billion*. <https://ota.com/about-ota/press-releases/us-organic-marketplace-posts-record-sales-2023>
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). *Lifting labour supply to tackle tightness in the Netherlands*. OECD. https://www.oecd.org/en/publications/lifting-labour-supply-to-tackle-tightness-in-the-netherlands_df5448fe-en.html
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2025). *Base de datos FAOLEX*. <https://www.fao.org/faolex/country-profiles/general-profile/see-more/es/?iso3=ECU&countryname=Ecuador&area=Cultivated+plants&link=aHR0cDovL2Zhb2xleC5mYW8ub3JnL2NnaS1iaW4veG1sLmV4ZT9kYXRhYm>

FzZT1mYW9sZXgmc2VhcmNoX3R5cGU9cXVlcnkmdGFibGU9YWxsJnF1ZX
J5PUFSRUE6U

- Organización Mundial del Comercio. (2024). *Entender la OMC: Los Acuerdos*.
https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/tif_s.htm
- Organization for Economic Co-operation and Development. (2025). *OECD Better Life Index*. OECD. <https://www.oecd.org/en/data/tools/oecd-better-life-index.html>
- Orlandini, G. (2022). L' efficacia delle fonti internazionali del lavoro nell'ordinamento italiano: un problema ancora aperto. *Lex Social: Revista De Derechos Sociales*, 12(2), 1-17. <https://doi.org/https://doi.org/10.46661/lexsocial.7378>
- Ortega, P., y Infante, Z. (2020). *Acuerdos internacionales, agricultura orgánica y sustentabilidad*. México: Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional.
- Otavova, M., Faes, C., Bouland, C., Clercq, E., Vandeninden, B., Eggerickx, T., y Sanderson, J. (2022). Inequalities in mortality associated with housing conditions in Belgium between 1991 and 2020. *BMC Public Health*, 22(2397). <https://doi.org/https://doi.org/10.1186/s12889-022-14819-w>
- Paredes, R. (2023). La relevancia perentoria de la sostenibilidad empresarial en la contabilidad: un enfoque holístico para la perpetuidad de la prosperidad. *Revista Summa de Arithmetica*(7), 3-15. <https://www.revista-sda.cl/index.php/sda/article/view/48/50>
- Pekic, B. (13 de junio de 2025). *Organic Food Market Booms In Belgium, Colruyt Leads*. <https://www.esmmagazine.com/retail/organic-food-market-booms-in-belgium-colruyt-leads-290131>
- Pérez, M., y Serrano, Y. (2021). Incidencia de los factores climáticos sobre el precio de la papa pastusa suprema en Colombia para los años 2013 al 2020. *Economía*, 1-35. https://repository.unab.edu.co/bitstream/handle/20.500.12749/15901/2021_Tesis_Perez_Carre%C3%B1o_Moly_Sofia.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pfaff, S. (23 de abril de 2025). *Organic Trade Association reports sales of organic products at \$71.6 billion with growth rate more than doubling overall marketplace*. <https://ota.com/about-ota/press-releases/growth-us-organic-marketplace-accelerated-2024>
- Pieterse, L. (25 de agosto de 2024). *Feeding the world: Global potato market set for \$137 billion boom, processed products leading the charge*.

<https://www.potatonewstoday.com/2024/08/25/feeding-the-world-global-potato-market-set-for-137-billion-boom-processed-products-leading-the-charge/>

- Politakis, G. (2023). The recognition of occupational safety and health as a fundamental principle and right at work. *International & Comparative Law Quarterly*, 72(1), 213-232. <https://doi.org/https://doi.org/10.1017/S0020589322000446>
- Prasad, K., Singh, S., Bhattacharjee, P., Rudrapaul, J., Kumar, U., Kumar, S., . . . Mani, A. (2023). Impact of Climate Change on Postharvest Quality of Vegetables. En K. Prasad, S. Singh, P. Bhattacharjee, J. Rudrapaul, U. Kumar, S. Kumar, . . . A. Mani, *Advances in Research on Vegetable Production Under a Changing Climate* (pp. 341-363). Springer. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-20840-9_16
- Pro Ecuador. (2022). *Anuario de exportaciones del sector asociativo y comercio justo 2021*. Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. https://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2023/12/ANUARIO-COMERCIO-JUSTO_2021.pdf
- Prodezk. (21 de noviembre de 2024). *Requisitos para exportar alimentos a EE.UU: Guía completa*. <https://es.prodezk.com/post/requisitos-para-exportar-alimentos-a-estados-unidos-guia-completa>
- Pucuna, D. (2022). *Alternativas de Comercialización Internacional para el Sector Acuícola de la Provincia del Carchi y el Fomento a las exportaciones*. Tulcán: Universidad Politécnica Estatal del Carchi. <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/1431/1/545-%20PUCUNA%20CONDO%20DANNY%20ALEXANDER.pdf>
- Quesada, M., Argüello, M., Angulo, S., y López, S. (2023). *Comercio Justo e igualdad de género. Estudio de caso en Ecuador, Perú y México*. Medicus Mundi. https://www.researchgate.net/publication/385299758_Comercio_justo_e_igualdad_de_genero_Estudio_de_caso_en_Ecuador_Peru_y_Mexico
- Quezada, D. (2022). *La intermediación en el sector agrícola ecuatoriano y su impacto en el comercio justo*. Guayaquil: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/5381/1/T-ULVR-4371.pdf>

- Raffo, L., y Hernández, E. (2021). Comercio internacional, prosperidad y desigualdad en la globalización. *Apuntes del Cenes*, 40(71), 133-164. <https://doi.org/https://doi.org/10.19053/01203053.v40.n71.2021.11736>
- Ramírez, S. (2021). *El Comercio Justo, una alternativa para la elaboración y venta de artesanías de barro. El caso de Santa María Atzompa, Oaxaca*. Santa Cruz: Instituto Politécnico Nacional. http://literatura.ciidiroaxaca.ipn.mx/xmlui/bitstream/handle/LITER_CIIDIROAX/594/Ram%c3%adrez%20Vargas%2c%20S.%20R.%20%282021%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ramírez, S., y Nava, M. (2020). Comercio justo y emprendimiento de pequeños cafeticultores del centro de Veracruz. *Agricultura Sociedad y Desarrollo*, 16(4), 477-495. <https://doi.org/https://doi.org/10.22231/asyd.v16i4.1282>
- Reidy, S. (21 de abril de 2025). *Country Focus: Italy*. World - Grain: <https://www.world-grain.com/articles/21300-country-focus-italy>
- Remondino, M., y Zanin, A. (2022). Logistics and Agri-Food: Digitization to Increase Competitive Advantage and Sustainability. Literature Review and the Case of Italy. *Sustainability*, 14(2), 1-12. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su14020787>
- Rijk Zwaan. (30 de mayo de 2024). *Dutch supermarkets increasingly switch to organic-only options*. <https://www.rijkszwaan.com/en/news/organic-news-dutch-supermarkets-increasingly-switch-to-organic-only-options>
- Rivermate. (27 de abril de 2025). *Derechos de los trabajadores en Bélgica*. <https://www.rivermate.com/es/guias/belgica/derechos>
- Rivero, A. (19 de febrero de 2025). *La mejora en la esperanza de vida se ralentiza en los países europeos: los factores clave*. <https://gacetamedica.com/investigacion/mejora-esperanza-vida-ralentiza-paises-europeos/>
- Rome Business School. (26 de julio de 2023). *The food sector in Italy. Consumption trends and challenges between innovation and the fight against counterfeiting*. <https://romebusinessschool.com/blog/the-food-sector-in-italy-consumption-trends-and-challenges-between-innovation-and-the-fight-against-counterfeiting/>
- Romero, F. (2023). *Contexto de cadena de papa. Observatorio de ciencia, tecnología e innovación del sector agropecuario colombiano*. Bogotá: AGROSAVA.

- https://repository.agrosavia.co/bitstream/handle/20.500.12324/37957/Ver_Documento_37957.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Rueda, M., Sigala, L., y Zapata, G. (2022). Teoría de capacidades dinámicas: aportes y evolución a partir de los trabajos de David Teece. *Compendium*, 25(48). <https://doi.org/https://doi.org/10.5281/zenodo.7127188>
- Salas, E., Arguello, C., y Guapi, A. (2021). The Fairtrade movement in the context of sustainable development. *Visionario Digital*, 5(1), 36-51. <https://doi.org/https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v5i1.1535>
- Salazar, A. (5 de abril de 2025). ¿Qué barreras debe derrumbar Ecuador para revertir el arancel de EE. UU.? *El Mercurio*. <https://elmercurio.com.ec/nacional/2025/04/05/que-barreras-debe-derrumbar-ecuador-para-revertir-el-arancel-de-ee-uu/>
- Sciensano. (2024). *Life Expectancy and Quality of Life: Life Expectancy*. Health Status Report. Brussels: Health Status Report. <https://www.healthybelgium.be/en/health-status/life-expectancy-and-quality-of-life/life-expectancy>
- Secretaría Nacional de Planificación. (2021). *Plan de Creación de Oportunidades 2021-2025*. Quito: Secretaría Nacional de Planificación. <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/2021/09/Plan-de-Creacio%CC%81n-de-Oportunidades-2021-2025-Aprobado.pdf>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (18 de enero de 2022). *Registro de la Declaración Aduanera de Exportación*. <https://www.gob.ec/senae/tramites/registro-declaracion-aduanera-exportacion>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (enero de 2025). *Para exportar*. <https://www.aduana.gob.ec/servicio-al-ciudadano/para-exportar/>
- Silva, F., Fontinele, E., y Brener, A. (2022). Fairtrade as a Social Innovation: Brazilian Experience of Rural Organisations. *Sage Journals*, 3, 1-10. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/09730052221126253>
- Sippert, E. (2022). La red que crece: Platform Politics and Social Struggle in Neoliberal Guatemala. *Sage Journals*, 49(6), 1-9. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0094582X221128536>
- Soledispa, X., Moran, J., y Peña, D. (2021). La investigación de mercado impacto que genera en la toma de decisiones. *Dominio de las Ciencias*, 7(1), 79-94. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8385908>

- Statista. (2025a). *Porcentaje de la población que se encontraba en paro en Alemania de 2007 a 2023*. <https://es.statista.com/estadisticas/720343/evolucion-de-la-tasa-de-paro-en-alemania/>
- Sterie, C., y Ion, R. (2022). Approaches to implementing fair trade practices for smallholder farmers. *Sciendo*, 16(1), 446-455. <https://doi.org/DOI:10.2478/picbe-2022-0044>
- Stöcker, N., Reyes, H., y Torrico, J. (2024). The Bolivian organic quinoa in the fairtrade market, implications for the weakest link in the value chain: small-scale farmers. *Tropical and Subtropical Agroecosystems*, 27(147), 1-14. <https://doi.org/http://doi.org/10.56369/tsaes.5814>
- Suriaga, M., y Hidalgo, W. (2021). Pinceladas del Comercio Internacional. *E-IDEA Journal of Business Sciences*, 3(13), 27-43. <https://doi.org/https://doi.org/10.53734/eidea.vol3.id142>
- Swissinfo. (30 de diciembre de 2021). *Bélgica, país fundador de la UE y de los primeros que adoptaron el euro*. <https://www.swissinfo.ch/spa/b%C3%A9lgica-pa%C3%ADs-fundador-de-la-ue-y-de-los-primeros-que-adoptaron-el-euro/47227378>
- Tapia, E. (9 de abril de 2025). Reducir aranceles no basta. ¿Qué puede negociar Ecuador con Estados Unidos en medio de la guerra de aranceles de Trump? *Primicias*. <https://www.primicias.ec/economia/gobierno-ecuador-negociacion-aranceles-estados-unidos-donald-trump-93526/>
- The Logistics World. (21 de abril de 2025). *Aranceles podrían disminuir comercio mundial de mercancías en 2025, apunta la OMC*. <https://thelogisticsworld.com/actualidad-logistica/aranceles-disminuir-comercio-mundial-mercancias-2025-omc/>
- TIBA. (4 de enero de 2023). *Exportar desde Ecuador*. <https://www.tibagroup.com/es/comercio-internacional/exportar/exportar-ecuador>
- Trade Map. (2025). *Lista de mercados importadores/exportadores para un producto exportado por Ecuador*. https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c218%7c%7c%7c%7cTOTAL%7c%7c%7c2%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1

- Triveño, G. (2024). *Estudio de potencial demanda de variedades de papa biofortificadas y variedades para procesamiento*. Centro Internacional de la papa. <https://cgspace.cgiar.org/server/api/core/bitstreams/5703bf53-176b-46d7-8a50-f317b02674b5/content>
- U.S. Customs and Border Protection. (4 de noviembre de 2025). *Requisitos de importación y exportación de materiales de embalaje de madera a los Estados Unidos*. https://www.help.cbp.gov/s/article/Article-1200?language=en_US
- U.S. Department of Agriculture. (19 de marzo de 2024). *Trade and Exports Continue to Strengthen American Agriculture*. <https://www.usda.gov/about-usda/news/blog/trade-and-exports-continue-strengthen-american-agriculture>
- Ubide, Á. (12 de julio de 2025). El papel internacional del euro: eurobonos y el reto de las 'stablecoins'. *El País*. <https://elpais.com/economia/negocios/2025-07-13/el-papel-internacional-del-euro-eurobonos-y-el-reto-de-las-stablecoins.html>
- Unicef. (9 de junio de 2021). *Los casos de trabajo infantil se elevan a 160 millones, al alza por primera vez desde hace dos decenios*. Unicef: <https://www.unicef.org/es/comunicados-prensa/trabajo-infantil-elevan-160-millones-al-alza-primera-vez-dos-decenios>
- Unión Europea. (2025). *Moneda oficial de la UE*. https://european-union.europa.eu/institutions-law-budget/euro/official-eu-currency_es#:~:text=El%20euro%20es%20la%20moneda,optado%20por%20quedar%20al%20margen.
- USA gov. (12 de diciembre de 2023). *Cómo obtener una licencia o permiso de exportación*. <https://www.usa.gov/es/licencia-permiso-exportacion>
- Valenzuela, C., Carrera, P., y Reina, V. (2021). Incidencia de la fluctuación de precios en el costo de producción de productos agrícolas. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(1), 504-510.
- Vallejo, J., May, F., y Pool, F. (2023). La Importancia del dólar estadounidense como Principal Moneda de Reserva en el Mundo. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(6), 4390-4401. https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i6.9000
- Vásconez, L. (30 de mayo de 2024). Estas son las tres provincias con mayor producción de papa en Ecuador. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/provincias-con-mayor-produccion-de-papa-en-ecuador.html>

- Vásquez, N., Subiaga, L., y Martínez, E. (2020). Análisis de la legislación y normativa de la unión europea sobre el empaque, embalaje y etiquetado para la exportación. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*(3), 1-10. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9417978>
- Vegetarisk Forening. (2022). *Demand for organic plant-based foods among flexitarian and vegan consumers in Netherlands*. Denmark: The Vegetarian society of Denmark. <https://organicdenmark.com/media/xuxl5pjp/demand-for-organic-plant-based-foods-among-flexitarian-vegetarian-and-vegan-consumers-in-the-netherl.pdf>
- Vera, Z. (2023). *Marco normativo de la certificación en comercio justo, Fair for life, perspectivas en el Perú*. Lima: Universidad Nacional Agraria La molina. <http://45.231.83.156/bitstream/handle/20.500.12996/6121/vera-arabe-zayra-sofia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Wageningen. (17 de enero de 2025). *Strong growth in Dutch agricultural exports driven by European trade*. <https://www.wur.nl/en/newsarticle/strong-growth-in-dutch-agricultural-exports-driven-by-european-trade.htm>
- Winterstein, J., y Habisch, A. (2021). Organic and local food consumption: a matter of age? empirical evidence from the german market. *ABAC Journal*, 41(1), 26-42. <https://assumptionjournal.au.edu/index.php/abacjournal/article/view/4393/2616>
- World Fair Trade Organization [WFTO]. (2020). *El Estándar de Comercio Justo*. Netherlands: WFTO. https://www.wfto-la.org/wp-content/uploads/2022/04/Standard_Spanish-Version-compressed4.2.pdf
- World Health Organization. (10 de julio de 2025). *Netherlands Health data overview for the Kingdom of the Netherlands*. <https://data.who.int/countries/528>
- Your Europe. (7 de abril de 2025). *Clasificación, etiquetado y envasado de sustancias y mezclas químicas*. https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/chemicals/classification-labelling-packaging/index_es.htm
- Zülch, F., Holle, M., y Hofmann, A. (2024). Theoretical design of blockchain-based traceability for organic egg supply chains according to regulation (EU). *PLOS One*, 19(6). <https://doi.org/https://doi.org/10.1371/journal.pone.0304791>
- Zurita, S., Arguello, C., Reinoso, G., y Shilquigua, M. (2022). Una Evaluación a la Aplicación de los Principios del Comercio Justo; Equidad de Género y

Desarrollo de Capacidades en el Cantón Riobamba. *Dominio de las Ciencias*,
8(1), 730-745. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383400>

ANEXOS

Anexo 1. Entrevista representante de asociación de cultivo de papa

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

POSGRADO

MAESTRÍA EN COMERCIO EXTERIOR CON MENCIÓN EN NEGOCIOS DIGITALES Y

COMERCIO JUSTO

Objetivo: Analizar la situación actual de la comercialización de papa de la provincia del Carchi.

Fecha: _____

REPRESENTANTE DE ASOCIACIONES DE CULTIVO DE PAPA

Cargo: _____

Experiencia: _____

Nombre de la asociación: _____

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

1. ¿Cuál es su volumen de producción actual y qué porcentaje se destina a mercados locales, nacionales e internacionales?
2. ¿Qué barreras específicas (técnicas, logísticas, financieras) afectan su comercialización?

EXPORTACIÓN

3. ¿Qué experiencia tiene en exportación de papa respecto a volúmenes exportados, mercados, desafíos y requisitos? En caso de no tener ninguna experiencia ¿Cuáles han sido los obstáculos?

COMERCIO JUSTO

4. ¿Usted tiene conocimiento sobre el comercio justo, las certificaciones del mismo, implicaciones económicas, desafíos y beneficios? En caso de respuesta negativa ¿Por qué no?

ESTRATEGIAS

Gobierno

5. ¿Qué tipo de políticas públicas o marcos regulatorios considera necesarios para apoyar la exportación de papa?
6. ¿Ha tenido acceso a programas de financiamiento gubernamentales para apoyar la exportación? En caso de ser positivo ¿Cómo fue su experiencia?
7. ¿Considera importante contar con asistencia técnica en comercio exterior desde el gobierno? ¿Qué tipo de asistencia sería más útil?
8. ¿Cómo podría el gobierno facilitar la simplificación de trámites de exportación para los pequeños y medianos exportadores?

9. ¿Existen acuerdos comerciales favorables para la exportación de papa?
10. ¿Tiene alianzas comerciales internacionales para facilitar la exportación? En caso de ser positivo ¿Cuáles son y en qué consisten?
11. ¿Cómo podría el sector privado contribuir al desarrollo de cadenas de valor más eficientes?
12. ¿Ha tenido acceso a financiamiento o seguros por parte del sector privado? Si no, ¿cómo debería mejorarse este acceso?

Academia

13. ¿Cómo podría apoyar la academia para facilitar la exportación y la implementación de comercio justo?

Gracias

Anexo 2. Entrevista GAD provincial

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

POSGRADO

**MAESTRÍA EN COMERCIO EXTERIOR CON MENCIÓN EN NEGOCIOS DIGITALES Y
COMERCIO JUSTO**

Objetivo: Analizar la situación actual de la comercialización de papa de la provincia del Carchi.

Fecha: _____

GAD PROVINCIAL

Cargo: _____

Experiencia: _____

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN

1. ¿Conoce el termino comercio justo? En caso de ser positivo ¿Cuál es su importancia para los agricultores, ¿qué realiza el GAD para promoverlo y cuáles han sido los desafíos para su implementación? En caso de ser negativo salte a la pregunta 6
2. ¿Desde el GAD existen capacitaciones sobre el comercio justo?
3. ¿Cómo podría el GAD contribuir al desarrollo de cadenas de valor más eficientes para productos de comercio justo?
4. ¿Existen programas de certificación de comercio justo ofrecidos por el GAD?
5. ¿Existen programas de financiamiento municipales para apoyar la exportación bajo comercio justo? En caso de ser negativo ¿Cuáles son los limitantes?
6. ¿Desde el GAD se genera asistencia técnica para la comercialización internacional de productos como la papa? ¿Cómo se realiza esta?

Gracias

Anexo 3. Encuesta Agricultores de papa

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
POSGRADO
MAESTRÍA EN COMERCIO EXTERIOR CON MENCIÓN EN NEGOCIOS DIGITALES Y
COMERCIO JUSTO

Objetivo: Analizar la situación actual de la comercialización de papa de la provincia del Carchi.

Datos del encuestado

Años de experiencia:

Ubicación específica:

Datos de la actividad

Variedad de papa que cultiva:

Volumen de producción mensual

Introducciones: Lea y marque con una "X" las opciones correspondientes a lo manifestado en cada pregunta.

1. ¿Cuáles son los principales canales de comercialización que utiliza para la venta de su producción de papa? (seleccione máximo tres opciones):

Venta directa en mercados locales.

Venta a través de Intermediarios o mayoristas.

Acuerdos con supermercados o cadenas de distribución.

Comercialización en ferias agrícolas o eventos especializados.

Exportación a mercados internacionales.

2. ¿Qué opciones de financiamiento ha utilizado para su producción de papa? (seleccione máximo tres opciones):

Créditos bancarios tradicionales.

Préstamos de cooperativas o asociaciones agrícolas.

Programas gubernamentales de apoyo financiero.

Financiamiento informal (familiares, amigos o prestamistas).

Ninguno

3. ¿Qué tecnologías ha implementado en su cultivo de papa? (seleccione máximo tres opciones):

Sistemas de riego tecnificado (por goteo o aspersión).

Uso de maquinaria agrícola especializada.

Semillas certificadas o genéticamente mejoradas.

Sistemas de monitoreo de plagas y enfermedades.

Ninguno.

4. ¿Cuáles son los principales mercados de destino para su producción de papa? (seleccione máximo tres opciones):

Consumo local dentro de la comunidad.

Mercados nacionales en grandes ciudades (Quito, Guayaquil, Cuenca).

Exportación a países vecinos.

Exportación a mercados internacionales más amplios (Europa, Asia, Norte América).

5. ¿Cómo evalúa usted los precios actuales de la papa en comparación con los costos de producción? (seleccione una opción)

5
Muy favorable:

4
Favorable:

3
Regular:

2
Desfavorable:

1

Los precios superan significativamente los costos, con un margen de ganancia > 50%.	Los precios superan los costos, con un margen de ganancia entre 30% y 50%.	Los precios superan ligeramente los costos, con un margen de ganancia entre 10% y 30%.	Los precios apenas cubren los costos, con un margen de ganancia entre 0% y 10%.	Muy desfavorable: Los precios están por debajo de los costos, generando pérdidas de 0% de margen de ganancia.
---	--	--	---	---

6. ¿Qué factores afectan el precio de la papa? (seleccione máximo tres opciones)

- Condiciones climáticas.
 - Costos de producción.
 - Oferta y demanda.
 - Políticas agrícolas y comerciales.
 - Enfermedades y plagas.
 - Otro.
-
-

7. ¿Considera que las normas laborales están siendo cumplidas en su actividad como productor de papa? (seleccione una opción)

- Totalmente de acuerdo. De acuerdo. Neutral. En desacuerdo. Totalmente en desacuerdo.

8. ¿Cómo son las condiciones laborales en su trabajo? (seleccione máximo tres opciones)

- Trabajo en un entorno seguro, saludable y con buenas oportunidades de desarrollo.
 - El entorno es seguro, pero hay algunas áreas de mejora.
 - Cumplen con lo mínimo requerido, pero no hay incentivos o beneficios adicionales.
 - Existen algunas condiciones desfavorables, como falta de seguridad o bienestar.
 - Hay problemas serios con la seguridad, bienestar o condiciones generales de trabajo.
-

9. ¿Qué políticas tiene implementadas su empresa o comunidad para promover la igualdad y evitar la discriminación en el ámbito laboral? (seleccione máximo tres opciones)

- Programas de Diversidad e Inclusión: Estos programas pueden incluir actividades para integrar mejor a los empleados y asegurarse de que todos sean tratados de manera justa.
 - Capacitación y Sensibilización: La empresa ofrece cursos o charlas para que los empleados aprendan sobre la importancia del respeto y la igualdad en el trabajo.
 - Políticas de Reclutamiento y Promoción: La empresa tiene reglas claras para contratar a nuevos empleados y para ascender a quienes ya trabajan allí.
 - Códigos de Conducta y Procedimientos de Quejas: La empresa tiene normas escritas sobre cómo deben comportarse los empleados entre sí para asegurar un ambiente de respeto.
 - Otro.
-
-

10. ¿Qué medidas toma usted o su comunidad para conservar los recursos naturales durante el cultivo de la papa? (seleccione máximo tres opciones)

Cultivo orgánico y sano.
Control natural de plagas.
Ahorro de agua.
Mejora del suelo.
Ninguno.

11. ¿Usted tiene conocimiento sobre prácticas de cultivo orgánico? En caso de ser no, salte a la pregunta 13.

Si.

No.

12. ¿Ha considerado la posibilidad de adoptar prácticas de cultivo orgánico en su producción de papa? (seleccione una opción)

Totalmente de acuerdo. De acuerdo. Neutral. En desacuerdo. Totalmente en desacuerdo.

13. ¿Cuáles serían los obstáculos para implementar prácticas de cultivo orgánico en su producción? (seleccione máximo tres opciones)

Costos iniciales elevados.
Tiempo y esfuerzo que no se recompensará.
Acceso limitado a insumos.
Baja demanda de productos orgánicos en el área.
Falta de certificaciones.

14. ¿Ha participado usted o su personal en capacitaciones relacionadas con el cultivo de papa y prácticas agrícolas sostenibles?

Si.

No.

15. ¿Tiene certificaciones ambientales? Si su respuesta es "no" salte a la pregunta 17.

Si.

No.

16. ¿Qué tipo de certificaciones ambientales tiene? (seleccione máximo tres opciones)

Certificación Orgánica (Cali).
Certificación Rainforest Alliance.
Certificación de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA).
Certificación ISO 14001 (Sistema de Gestión Ambiental).
Otra:

17. ¿Qué tipo de organización comunitaria existe en su área de producción de papa? (seleccione tres opciones) (Si su respuesta es "Ninguna", por favor pase a la pregunta 19)

Asociación de productores.
Cooperativa agrícola.
Grupo de trabajo comunitario.
Comité de desarrollo local.

Ninguna.

18. En base a la pregunta anterior ¿Qué ventajas tiene al pertenecer a esta organización comunitaria de productores? (seleccione máximo tres opciones)

Acceso a capacitación y asistencia técnica especializada.
Mejores oportunidades para la comercialización y venta de productos.
Facilidades para obtener financiamiento y recursos.
Reducción de costos mediante la compra colectiva de insumos.
Fortalecimiento de la representación y negociación en el mercado.

19. ¿Está familiarizado con el concepto de comercio justo y las prácticas asociadas a este enfoque? Si la respuesta es no salte a la pregunta 22.

Si. No.

20. ¿Cree usted que la implementación de prácticas de comercio justo podría beneficiar a usted o su comunidad de productores de papa? (seleccione una opción)

Totalmente de acuerdo. De acuerdo. Neutral. En desacuerdo. Totalmente en desacuerdo.

21. ¿Estaría dispuesto a adoptar medidas adicionales para promover el comercio justo en su actividad como productor de papa? (seleccione una opción)

Totalmente de acuerdo. De acuerdo. Neutral. En desacuerdo. Totalmente en desacuerdo.

22. ¿Cuáles considera usted son los principales desafíos para exportar papa hacia otros mercados? (seleccione máximo tres opciones)

Costos de transporte y logística elevados.
Cumplimiento de requisitos de calidad y certificaciones internacionales.
Competencia con productores de otros países.
Falta de información sobre mercados internacionales.
Restricciones y barreras comerciales, como aranceles o normas fitosanitarias.

23. ¿Usted tiene experiencia respecto a acuerdos comerciales que afecten la exportación de productos de papa? En caso de que la respuesta sea no, revise la pregunta 25. En caso de que la respuesta sea si, conteste la pregunta 24.

Si. No.

24. ¿Qué experiencia tiene su comunidad respecto a acuerdos comerciales que afecten la exportación de productos de papa? (seleccione máximo tres opciones)

Incremento en las exportaciones y acceso a mercados internacionales.
Mejora en competitividad gracias a reducción de aranceles en mercados externos.
Mayor demanda de productos locales debido a acuerdos internacionales.
Posibilidad de diversificar mercados y reducir dependencia de un solo comprador.
Incremento en los ingresos de los productores por mejores precios internacionales.

25. ¿Usted tiene experiencia respecto a acuerdos comerciales que afecten la importación de productos de papa? En caso de que la respuesta sea no, finalice el cuestionario aquí.

Si No

26. ¿Qué experiencia tiene su comunidad con respecto a acuerdos comerciales que afecten la importación de productos de papa? (seleccione máximo tres opciones)

- Dificultad para competir con empresas extranjeras.
- Mayor disponibilidad de papa importada en el mercado.
- Cambio en los hábitos de consumo.
- Impacto en los costos de producción local.
- Impacto en los precios de venta.

Gracias por su colaboración

Anexo 4. Validación Instrumentos de Investigación

5.1. Validación entrevista representante de asociación de cultivo de papa



VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Estimado profesional, usted ha sido elegido a participar en el proceso de evaluación del instrumento de investigación.

Agradecemos de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para la investigación. A continuación, le presentamos una lista de cotejo, sirvase analizar y cotejar el instrumento de investigación cuyo objetivo es "Proponer estrategias integrando los principios de comercio justo como una alternativa de mejora para la comercialización internacional de papa desde la provincia del Carchi.", le solicitamos con base en su criterio y experiencia profesional, validar el presente instrumento para su aplicación.

Para cada criterio se debe considerar la siguiente escala

1 Nada aceptable	2 Poco aceptable	3 Regular	4 Aceptable	5 Muy aceptable
------------------	------------------	-----------	-------------	-----------------

CRITERIO DE VALIDEZ	PUNTUACIÓN					ARGUMENTO	OBSERVACIONES Y/O SUGERENCIAS
	1	2	3	4	5		
Validez de contenido					X		
Validez de criterio metodológico					X		
Validez de intención y objetividad de medición y/o observación					X		
Las preguntas responden a los objetivos de investigación					X		
Total parcial					20		
TOTAL.	20 puntos						

Calle Antonio y Su. 2000000000
 Telf: (06) 2962007 - 2964470
 www.upc.edu.ec
 Tulcan - Ecuador



PUNTUACIÓN

De 4 a 11: No Válida Reformular

De 12 a 14: No Válida Modificar

De 15 a 17: Válida mejorar

De 18 a 20: Válida Aplicar

Nombres y apellidos	Eddy Santiago Araujo Guerrón
Grado Académico	Magister
Fecha	18 de febrero de 2025

Msc. Eddy Santiago Araujo Guerrón

CC: 0401184056



VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Estimado profesional, usted ha sido elegido a participar en el proceso de evaluación del instrumento de investigación.

Agradecemos de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para la investigación. A continuación, le presentamos una lista de cotejo, sírvase analizar y cotejar el instrumento de investigación cuyo objetivo es "Proponer estrategias integrando los principios de comercio justo como una alternativa de mejora para la comercialización internacional de papa desde la provincia del Carchi.", le solicitamos con base en su criterio y experiencia profesional, validar el presente instrumento para su aplicación.

Para cada criterio se debe considerar la siguiente escala

1 Nada aceptable	2 Poco aceptable	3 Regular	4 Aceptable	5 Muy aceptable
------------------	------------------	-----------	-------------	-----------------

CRITERIO DE VALIDEZ	PUNTUACIÓN					ARGUMENTO	OBSERVACIONES Y/O SUGERENCIAS
	1	2	3	4	5		
Validez de contenido					X		
Validez de criterio metodológico				X			
Validez de intención y objetividad de medición y/o observación					X		
Las preguntas responden a los objetivos de investigación					X		
Total parcial							
TOTAL	√20 puntos						

Calle Antisana y Aa, Universitario
 Telf: (061) 2900637 - 2984435
 info@upec.edu.ec
 www.upec.edu.ec
 Tulcan - Ecuador



PUNTUACIÓN

De 4 a 11: No Válida Reformular

De 12 a 14: No Válida Modificar

De 15 a 17: Válida mejorar

De 18 a 20: Válida Aplicar

Nombres y apellidos	José Alejandro Arauz Rivadeneira
Grado Académico	Magister
Fecha	10 de febrero de 2025


.....
Msc. José Alejandro Arauz Rivadeneira
CC: 1710714765

Calle Antisana y Av. Universitaria
Telf: (06) 2880937 - 2884425
info@upec.edu.ec
www.upec.edu.ec
Tulcán - Ecuador

5.2. Validación entrevista GAD Provincial



VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Estimado profesional, usted ha sido elegido a participar en el proceso de evaluación del instrumento de investigación.

Agradecemos de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para la investigación. A continuación, le presentamos una lista de cotejo, sírvase analizar y cotejar el instrumento de investigación cuyo objetivo es "Proponer estrategias integrando los principios de comercio justo como una alternativa de mejora para la comercialización internacional de papa desde la provincia del Carchi.", le solicitamos con base en su criterio y experiencia profesional, validar el presente instrumento para su aplicación.

Para cada criterio se debe considerar la siguiente escala

1 Nada aceptable	2 Poco aceptable	3 Regular	4 Aceptable	5 Muy aceptable
------------------	------------------	-----------	-------------	-----------------

CRITERIO DE VALIDEZ	PUNTUACIÓN					ARGUMENTO	OBSERVACIONES Y/O SUGERENCIAS
	1	2	3	4	5		
Validez de contenido					X		
Validez de criterio metodológico				X			
Validez de intención y objetividad de medición y/o observación					X		
Las preguntas responden a los objetivos de investigación					X		
Total parcial				4	15		
TOTAL	120 puntos						

Calle Artimora y Av. Universidad 12
 Tel: (06) 2980817 - 2984428
 www.upec.edu.ec
 Tulcan - Ecuador



PUNTUACIÓN

De 4 a 11: No Válida Reformular

De 12 a 14: No Válida Modificar

De 15 a 17: Válida mejorar

De 18 a 20: Válida Aplicar

Nombres y apellidos	Eddy Santiago Araujo Guerrón
Grado Académico	Magister
Fecha	18 de febrero de 2025

Msc. Eddy Santiago Araujo Guerrón
CC: 0401184056

Calle Artesana y Av. Universidad
Tel: (06) 2980037 - 2984425
info@upec.edu.ec
www.upec.edu.ec
Tulcan - Ecuador



VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Estimado profesional, usted ha sido elegido a participar en el proceso de evaluación del instrumento de investigación.

Agradecemos de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para la investigación. A continuación, le presentamos una lista de cotejo, sírvase analizar y cotejar el instrumento de investigación cuyo objetivo es "Proponer estrategias integrando los principios de comercio justo como una alternativa de mejora para la comercialización internacional de papa desde la provincia del Carchi.", le solicitamos con base en su criterio y experiencia profesional, validar el presente instrumento para su aplicación.

Para cada criterio se debe considerar la siguiente escala

1 Nada aceptable	2 Poco aceptable	3 Regular	4 Aceptable	5 Muy aceptable
------------------	------------------	-----------	-------------	-----------------

CRITERIO DE VALIDEZ	PUNTUACIÓN					ARGUMENTO	OBSERVACIONES Y/O SUGERENCIAS
	1	2	3	4	5		
Validez de contenido					X		
Validez de criterio metodológico				X			
Validez de intención y objetividad de medición y/o observación					X		
Las preguntas responden a los objetivos de investigación				X			
Total parcial							
TOTAL	1920 puntos						

Calle Antisana y Av. Universitaria
 Telf: (06) 2980027 - 2984438
 info@upec.edu.ec
 www.upec.edu.ec
 Tulcan - Ecuador



PUNTUACIÓN

- De 4 a 11: No Válida Reformular
De 12 a 14: No Válida Modificar
De 15 a 17: Válida mejorar
De 18 a 20: Válida Aplicar

Nombres y apellidos	José Alejandro Arauz Rivadeneira
Grado Académico	Magister
Fecha	10 de febrero de 2025

Msc. José Alejandro Arauz Rivadeneira
CC: 1710714765

Calle Artesana y Av. Universitaria
Tel: (06) 2980837 - 2984425
info@upec.edu.ec
www.upec.edu.ec
Tulcán - Ecuador

5.3. Validación encuesta Agricultores de papa



VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Estimado profesional, usted ha sido elegido a participar en el proceso de evaluación del instrumento de investigación.

Agradecemos de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para la investigación. A continuación, le presentamos una lista de cotejo, sírvase analizar y cotejar el instrumento de investigación cuyo objetivo es "Proponer estrategias integrando los principios de comercio justo como una alternativa de mejora para la comercialización internacional de papa desde la provincia del Carchi.", le solicitamos con base en su criterio y experiencia profesional, validar el presente instrumento para su aplicación.

Para cada criterio se debe considerar la siguiente escala

1 Nada aceptable	2 Poco aceptable	3 Regular	4 Aceptable	5 Muy aceptable
------------------	------------------	-----------	-------------	-----------------

CRITERIO DE VALIDEZ	PUNTUACIÓN					ARGUMENTO	OBSERVACIONES Y/O SUGERENCIAS
	1	2	3	4	5		
Validez de contenido					X		
Validez de criterio metodológico				X			
Validez de intención y objetividad de medición y/o observación				X			
Las preguntas responden a los objetivos de investigación				X			
Total parcial					20		
TOTAL	20/20 puntos						

Calle Antisuarz y Al. Universidad
 Telf: (06) 2960637 - 2984438
 info@upec.edu.ec
 www.upec.edu.ec
 Tulcan - Ecuador



PUNTUACIÓN

De 4 a 11: No Válida Reformular

De 12 a 14: No Válida Modificar

De 15 a 17: Válida mejorar

De 18 a 20: Válida Aplicar

Nombres y apellidos	Eddy Santiago Araujo Guerrón
Grado Académico	Magister
Fecha	10 de febrero de 2025

Msc. Eddy Santiago Araujo Guerrón
CC: 0401184056

Calle Antisana y Av. Universitaria
Tel: (06) 2960837 - 2984426
info@upec.edu.ec
www.upec.edu.ec
Tulcán - Ecuador



VALIDEZ DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Estimado profesional, usted ha sido elegido a participar en el proceso de evaluación del instrumento de investigación.

Agradecemos de antemano sus aportes que permitirán validar el instrumento y obtener información válida, criterio requerido para la investigación. A continuación, le presentamos una lista de cotejo, sírvase analizar y cotejar el instrumento de investigación cuyo objetivo es "Proponer estrategias integrando los principios de comercio justo como una alternativa de mejora para la comercialización internacional de papa desde la provincia del Carchi.", le solicitamos con base en su criterio y experiencia profesional, validar el presente instrumento para su aplicación.

Para cada criterio se debe considerar la siguiente escala

1 Nada aceptable	2 Poco aceptable	3 Regular	4 Aceptable	5 Muy aceptable
------------------	------------------	-----------	-------------	-----------------

CRITERIO DE VALIDEZ	PUNTUACIÓN					ARGUMENTO	OBSERVACIONES Y/O SUGERENCIAS
	1	2	3	4	5		
Validez de contenido					X		
Validez de criterio metodológico					X		
Validez de intención y objetividad de medición y/o observación					X		
Las preguntas responden a los objetivos de investigación					X		
Total parcial							
TOTAL	≈20 puntos						

Calle Antisana y Av. Universitaria
 Tel: (00) 2980837 - 2984428
 info@upec.edu.ec
 www.upec.edu.ec
 Tulcan - Ecuador



PUNTUACIÓN

De 4 a 11: No Válida Reformular

De 12 a 14: No Válida Modificar

De 15 a 17: Válida mejorar

De 18 a 20: Válida Aplicar

Nombres y apellidos	José Alejandro Arauz Rivadeneira
Grado Académico	Magister
Fecha	10 de febrero de 2025

Msc. José Alejandro Arauz Rivadeneira
CC: 1710714765

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

Anexo 5. Base de datos población

PROVINCIA Domicilio de la Organización	CANTÓN Domicilio de la Organización	PARROQUIA Domicilio de la Organización	FIGURA ORGANIZATIVA	NOMBRE / RAZÓN SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN	N° MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN (ACTUALIZADA Y REGISTRADA EN EL MAG)	ACTIVA / INACTIVA	NOMBRE PRESIDENTE O REPRESENTANTE LEGAL VIGENTE	CONTACTO DEL PRESIDENTE O REPRESENTANTE LEGAL VIGENTE	RUBRO PRINCIPAL AGRÍCOLA	Respuesta
CARCHI	TULCAN	SANTA MARTHA DE CUBA	ASOCIACIÓN	ASOCIACION AGROPECUARIA INCCA PROMSA	15	INACTIVA	CARLOS PATRICIO FRAGUA PASPUEZAN	0968296333	PAPA	no
CARCHI	SAN PEDRO DE HUACA	MARISCAL SUCRE	ASOCIACIÓN	ASOCIACION PUEBLO UNIDO	11	ACTIVA	MARÍA DE LOS ANGELES LAGOS	0968827349	PAPA	no
CARCHI	ESPEJO	SAN ISIDRO	ASOCIACIÓN	ASOCIACION SAN ISIDRO	8	ACTIVA	CARMEN TEQUIZ	0980431968	PAPA	no
CARCHI	ESPEJO	SAN ISIDRO	ASOCIACIÓN	ASOCIACION MORTINIAL	8	ACTIVA	ROSA MATILDE CHAVÉZ ZAMBERANO	0997568705	PAPA	no
CARCHI	TULCAN	SANTA MARTHA DE CUBA	ASOCIACIÓN	ASOCIACION ESFUERZO Y PROGRESO	10	ACTIVA	CARMITA CASTILLO VIVAS	0998598702	PAPA	no
CARCHI	MONTUFAR	CRISTOBAL COLON	ASOCIACIÓN	ASOCIACION UNION Y PROGRESO	9	ACTIVA	AURA PIEDAD HERNANDEZ USIÑA		PAPA	no
CARCHI	MONTUFAR	SAN GABRIEL	ASOCIACIÓN	ASOCIACION SALVEMOS EL BOSQUE DE LOS ARRAYANES	13	ACTIVA	ALICIA CERON	0991349154	PAPA	si
CARCHI	MONTUFAR	SAN GABRIEL	ASOCIACIÓN	ASOCIACION DE PRODUCTORES SAN JUAN BAUTISTA	10	ACTIVA	SEGUNDO PUSDA		PAPA	no
CARCHI	TULCAN	TUFIÑO	ASOCIACIÓN	ASOCIACION DE TRABAJADORES AGRICOLAS AUTONOMOS 30 DE AGOSTO	19	ACTIVA	EFREN STALIN JATIVA PORTILLA	0986004556	PAPA	si

CARCHI	ESPEJO	LA LIBERTAD	ASOCIACIÓN	ASOCIACION DE PEQUEÑOS PRODUCTORES AGROPECUARIOS LUCHANDO POR UN MEJOR FUTURO	9	ACTIVA	LUIS ALFONSO PASPUEZAN	0985584319	PAPA	no
CARCHI	MONTUFAR	SAN GABRIEL	ASOCIACIÓN	ASOCIACION DE PRODUCTORES AGRICOLAS DEL NORTE MANUEL J BASTIDAS	9	INACTIVA	JORGE VILLARREAL		PAPA	no
CARCHI	MONTUFAR	CRISTOBAL COLON	ASOCIACIÓN	ASOCIACION AGROPECUARIA NUESTRA SEÑORA DOLOROSA	20	ACTIVA	LUIS GONZALO GUERRA RAMIREZ	0968196196	PAPA	si
CARCHI	MONTUFAR	SAN GABRIEL	ASOCIACIÓN	ASOCIACION DE GANADEROS DEL CANTÓN MONTUFAR	29	INACTIVA	DIEGO JAVIER PONCE LOPEZ		PAPA	no
CARCHI	ESPEJO	LA LIBERTAD	ASOCIACIÓN	ASOCIACION DE PEQUEÑOS AGRCULTORES AGROPECUARIOS BIENESTAR FAMILIAR DE LIBERTENSE	77	ACTIVA	CECILIA VASQUEZ		PAPA	no
CARCHI	MONTUFAR	FERNANDEZ SALVADOR	ASOCIACIÓN	ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS CEJA DE MONTAÑA LINEA ROJA	16	ACTIVA	BOLIVAR GUTIERREZ	0969281670	PAPA	no
CARCHI	ESPEJO	LA LIBERTAD	ASOCIACIÓN	ASOCIACION DE TRABAJADORES AGRICOLAS 23 DE JULIO	38	ACTIVA	SEGUNDO MEDARDO TORRES	0969176382	PAPA	no
CARCHI	TULCAN	TUFIÑO	ASOCIACIÓN	ASOCIACION AGROPECUARIA DIVINO NIÑO	11	INACTIVA	GRICELDA AGRIMANESA TARAPUES TULCAN		PAPA	no

CARCHI	TULCAN	EL CARMELO	ASOCIACIÓN	ASOCIACION DE PRODUCCION Y COMERCIALIZACION AGROPECUARIA RANCHEROS DEL NORTE	37	INACTIVA	SILVIO ARTURO RAYO	0994644051	PAPA	no
CARCHI	TULCAN	JULIO ANDRADE	ASOCIACIÓN	ASOCIACION DE PROMOTORES AGROPECUARIOS DEL NORTE ASOPRANOR	24	ACTIVA	REMIGIO FUERTES	0985635057	PAPA	si
CARCHI	TULCAN	TUFIÑO	ASOCIACIÓN	ASOCIACION DE TRABAJADORES AGRICOLAS TUFIÑO	18	ACTIVA	LUIS ALFONSO DUQUE TUPE	0962877831	PAPA	no
CARCHI	SAN PEDRO DE HUACA	MARISCAL SUCRE	ASOCIACIÓN	ASOCIACION AGROPECUARIA SOLFERINO	12	INACTIVA	HORACIO MESIAS MAFLA ROSERO		PAPA	no
CARCHI	ESPEJO	LA LIBERTAD	ASOCIACIÓN	ASOCIACION AGROTURISTICA MORAN	28	ACTIVA	HUGO SAUL QUINTANCHALA	0984286397	PAPA	no
CARCHI	ESPEJO	LA LIBERTAD	ASOCIACIÓN	ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIA SUEÑOS DE LIBERTAD	9	ACTIVA	CANDY PAOLA GUAMIALAMA MENESES		PAPA	no
CARCHI	ESPEJO	LA LIBERTAD	ASOCIACIÓN	ASOCIACION DE PRODUCTORAS Y PRODUCTORES AGROPECUARIOS JESUS DEL GRAN PODER	15	ACTIVA	SEGUNDA ESMERALDA MANOSALVAS CHAFUELAN	0993070002	PAPA	no
CARCHI	MONTUFAR	SAN GABRIEL	ASOCIACIÓN	ASOCIACION AGROPECUARIA DELICIA DEL CAMPO	22	ACTIVA	EERNESTO WILFRIDO MERA POZO	0993288220	PAPA	si
CARCHI	MONTUFAR	CRISTOBAL COLON	ASOCIACIÓN	ASOCIACION AGROPECUARIA LOS SAN JUANES	16	ACTIVA	MANUEL MESIAS MUESES DE LA CRUZ	0985297362 0983681402	PAPA	si

CARCHI	TULCAN	TULCAN	ASOCIACIÓN	ASOCIACION AGROPECUARIA EL MANZANO	10	ACTIVA	CARLOS WILFRIDO ORBE CADENA	0997909424	PAPA	no
CARCHI	TULCAN	JULIO ANDRADE	ASOCIACIÓN	ASOCIACION AGRICOLA PRODUCTORA DE ALMIDON DE PAPA	5	ACTIVA	ALFONSO MAFLA		PAPA	no
CARCHI	MONTUFAR	CRISTOBAL COLON	ASOCIACIÓN	ASOCIACION AGROPECUARIA "SEMBRANDO UN FUTURO"	14	ACTIVA	ROMAN TEDES ALBA ELISA	0981983895	PAPA	si
CARCHI	ESPEJO	LA LIBERTAD	ASOCIACIÓN	ASOCIACION AGROPECUARIA LA LIBERTAD	65	ACTIVA	PLUTARCO MESIAS VILLARREAL PORTILLO	0989005026	PAPA	no
CARCHI	MIRA	CONCEPCION	ASOCIACIÓN	ASOCIACION FAMILIAR DE TRABAJADORES CINCO DE ENERO	11	ACTIVA	SEGUNDO NELSON VILLOTA	063010285	PAPA	no
CARCHI	TULCAN	URBINA	ASOCIACIÓN	ASOCIACION DE MUJERES AMISTAD Y PROGRESO	13	ACTIVA	CLARA PURIFICACIÓN MORENO TATES	0985651867	PAPA	no
CARCHI	TULCAN	URBINA	ASOCIACIÓN	ASOCIACION AGROPECUARIA EMPRENDEDORES EN ACCION TAYA	20	ACTIVA	ANGELA BOLAÑOS	0998416216	PAPA	si
CARCHI	ESPEJO	LA LIBERTAD	ASOCIACIÓN	ASOCIACION AGROPECUARIA SANTA TERESITA DE LA LIBERTAD	13	ACTIVA	JORGE ORLANDO CHUGA TANICUCHI	0990425433	PAPA	no
CARCHI	MONTUFAR	CHITAN DE NAVARRETE	ASOCIACIÓN	ASOCIACION DE EMPRENDIMIENTOS AGROPECUARIOS "MATAREDONDA"	12	ACTIVA	MARIA CHAVEZ	0980473503	PAPA	no
CARCHI	MONTUFAR	CRISTOBAL COLON	ASOCIACIÓN	ASOCIACION AGROPECUARIA LOS ENCINOS	8	ACTIVA			PAPA	no

CARCHI	ESPEJO	27 DE SEPTIEMBRE	ASOCIACIÓN	ASOCIACION AGROPECUARIA "SEMBRANDO FE"	19	ACTIVA	ADRIANA ERAZO	0959899706	PAPA	no
CARCHI	TULCAN	EL CARMELO	ASOCIACIÓN	ASOCIACION AGROPECUARIA "ARBOL DE VIDA"	13	ACTIVA	JORGE ANIBAL ROSERO BENAVIDES	0989880266	PAPA	no
CARCHI	ESPEJO	27 DE SEPTIEMBRE	ASOCIACIÓN	ASOCIACIÓN AGROPECUARIA "NUEVO AMANECER 20 DE JULIO"	21	ACTIVA	VIVIANA CARLOSAMA	0967448562	PAPA	si
CARCHI	ESPEJO	LA LIBERTAD	ASOCIACIÓN	ASOCIACIÓN AGROPECUARIA SAN LUIS	37	ACTIVA	JORGE FIDEL NARVAES MANOSALVAS	0993657332	PAPA	si

Anexo 6. Matriz POAM

Países	Bélgica				Países Bajos				Italia				Alemania				Estados Unidos				
	Oportunidades		Amenazas		Oportunidades		Amenazas		Oportunidades		Amenazas		Oportunidades		Amenazas		Oportunidades		Amenazas		
	Val*	Cal*	Val	Cal	Val	Cal	Val	Cal	Val	Cal	Val	Cal	Val	Cal	Val	Cal	Val	Cal	Val	Cal	
Factores políticos																					
Barreras arancelarias	Baja	1			Alta	3			Medi	2			Medi	2			Medi	2			
Barreras no arancelarias			Medi	-2	Alta	3			Alta	3			Alta	3			Alta	3			
Políticas de apoyo	Alta	3					Medi	-2			Baja	-1			Baja	-1			Baja	-1	
Acuerdos comerciales y tratados			Medi	-2			Baja	-1			Baja	-1			Medi	-2			Alta	-3	
Suma		4		-4		6		-3		5		-2		5		-3		5		-4	
Promedio		2		-2		3		-1,5		2,5		-1		2,5		-1,5		2,5		-2	
Factor económico																					
Balanza comercial	Medi	2			Alta	3					Media	-2	Medi	2					Medi	-2	
PIB anual y per cápita	Medi	2			Alta	3			Medi	2			Alta	3			Alta	3			

Tasa de inflación	Alta	3			Alta	3			Alta	3			Alta	3			Medi a	2		
Moneda y sistema cambiario			Medi a	-2			Medi a	-2			Medi a	-2			Medi a	-2	Alta	3		
Suma		7		-2		9		-2		5		-2		8		-2		8		-2
Promedio		3,5		-1		4,5		-1		2,5		-1		4		-1		4		-1
Factor social																				
Tasa de desempleo y poder adquisitivo	Medi a	2			Alta	3					Baja	-1	Medi a	2					Medi a	-2
Esperanza de vida y factores determinantes	Medi a	2			Alta	3			Alta	3					Baja	-1			Baja	-1
Comportamientos, gustos y preferencias			Baja	-1	Alta	3			Medi a	2			Medi a	2			Medi a	2		
Situación de comercio justo	Medi a	2			Alta	3			Baja	1			Alta	3			Medi a	2		
Suma		6		-1		12				6		-1		7		-1		4		-3
Promedio		2		-1		3				2		-1		2,3333 3		-1		2		-1,5
Factores tecnológicos																				
Cadena de suministro	Alta	3			Alta	3			Medi a	2			Alta	3			Medi a	2		
Calidad de infraestructura	Alta	3			Alta	3			Medi a	2			Alta	3			Alta	3		
Preservación de producto orgánicos	Medi a	2			Alta	3			Baja	1					Medi a	-2			Baja	-1
Distancia geográfica			Medi a	-2			Medi a	-2			Media	-2			Baja	-1			Baja	-1
Suma		8		-2		9		-2		5		-2		6		-3		5		-2
Promedio		2,6666 7		-2		3		-2		1,6666 7		-2		3		-1,5		2,5		-1
Factores ecológicos																				
Leyes de protección ambiental			Medi a	-2			Medi a	-2			Baja	-1			Media	-2			Alta	-3
Empaque y envase	Medi a	2			Alta	3			Medi a	2			Alta	3			Medi a	2		
Factores climáticos favorables o desfavorables	Medi a	2			Medi a	2			Medi a	2			Medi a	2			Medi a	2		
Regulaciones de trabajo			Medi a	-2	Alta	3					Baja	-1	Media	2					Baja	-1

Suma		4		-4		8		-2		4		-2		7		-2		4		-4
Promedio		2		-2		2,6666 7		-2		2		-1		2,3333 3		-2		2		-2
Factor legal																				
Políticas generales para exportación	Medi a	2			Alta	3			Media	2			Media	2					Medi a	-2
Normas de protección de mercado			Medi a	-2			Baja	-1			Media	-2			Media	-2			Alta	-3
Regulaciones de protección			Medi a	-2	Medi a	2				Baja	-1			Medi a	-2				Medi a	-2
Políticas de control alimentario	Medi a	2			Alta	3			Medi a	2			Alta	3			Medi a	2		
Suma		4		-4		8		-1		4		-3		5		-4		2		-7
Promedio		2		-2		2,6666 7		-1		2		-1,5		2,5		-2		2		-2,333 3

Anexo 7. Evidencia fotográfica de aplicación encuestas

