

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

Tema: " Prácticas comerciales en las empresas productoras y exportadoras de la provincia del Carchi y su impacto en la sostenibilidad"

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

AUTORAS: Atiz Carlosama Maria Fernanda
Chalacan Tipaz Glaider Kelly

TUTOR: MSc. Galo Fernando Almeida Casanova

Tulcán, 2026.

CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que las estudiantes Atiz Carlosama Maria Fernanda y Chalacan Tipaz Glaidier Kelly con el número de cédula 0402004105 y 1761354230 respectivamente han desarrollado el Trabajo de Integración Curricular: "Prácticas comerciales en las empresas productoras y exportadoras de la provincia del Carchi y su impacto en la sostenibilidad"

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

MSc. Almeida Casanova Galo Fernando


TUTOR

Tulcán, marzo de 2026

AUTORÍA DE TRABAJO

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

Nosotras, Atiz Carlosama Maria Fernanda y Chalacan Tipaz Glaider Kelly con cédula de identidad número 0402004105 y 1761354230 respectivamente declaramos que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que hemos llegado son de nuestra absoluta responsabilidad.



Atiz Carlosama Maria Fernanda

AUTORA



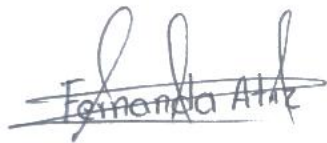
Chalacan Tipaz Glaider Kelly

AUTORA

Tulcán, marzo de 2026

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Nosotras, Atiz Carlosama Maria Fernanda y Chalacan Tipaz Glaider Kelly declaramos ser autor de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: "Prácticas comerciales en las empresas productoras y exportadoras de la provincia del Carchi y su impacto en la sostenibilidad " y se exime expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes de posibles reclamos o acciones legales.



Atiz Carlosama Maria Fernanda
AUTORA



Chalacan Tipaz Glaider Kelly
AUTORA

Tulcán, marzo de 2026

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer primero a Dios por darme la fuerza y la sabiduría para cumplir uno de mis mayores logros en la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, que me brindó la oportunidad de formarme profesionalmente en el campo laboral.

A los docentes de esta prestigiosa institución, de quienes, con su dedicación, sabiduría y vocación de enseñar, aprendí la importancia de la investigación, la responsabilidad y el compromiso con mi formación académica y personal y a mi tutor, MSc: Galo Almeida, por sus consejos y paciencia que fue fundamental para terminar mi trabajo de titulación.

Extiendo un reconocimiento a mi compañera de tesis Kelly Chalacan, por su dedicación, esfuerzo y compromiso con el desarrollo de culminar esta investigación, por su apoyo en momentos de grandes desafíos durante el desarrollo de este proyecto de investigación demostrándonos que el trabajo en equipo fue esencial para alcanzar resultados sólidos.

María Fernanda Atiz Carlosama

Quiero expresar mi gratitud a Dios por permitirme cumplir uno de los objetivos de mi vida, por guiarme en la dirección correcta, darme valor, apoyo; y por estar presente en todas mis decisiones durante mi etapa universitaria.

Estoy eternamente agradecido a mi madre, Martha Tipaz, y mi padre, Luis Chalacan, por su apoyo incondicional durante este viaje. Agradezco su dedicación para ayudarme a alcanzar mis objetivos y su fe en mis capacidades. También estoy muy agradecida a mis hermanas, Maite, Ángela y Karolina, que me han apoyado y animado a lo largo de mi carrera, han creído en mí a pesar de mis dudas y han celebrado cada logro con un abrazo y una sonrisa.

Mi más sincero agradecimiento a mi tutor, Galo Almeida, por su guía académica, sabios consejos y paciencia fue fundamental para terminar mi tesis. También quiero expresar mi agradecimiento al cuerpo docente de la Universidad Politécnica Estatal de Carchi, que me brindó su experiencia y contribuyó de manera significativa a mi desarrollo profesional.

Glaider Kelly Chalacan Tipaz

DEDICATORIA

A Dios, quien me brindo fuerza y sabiduría, en cada paso de este camino académico, a mi familia por todo su apoyo y amor incondicional, especialmente a mis padres, mi madre Guadalupe Fabiola Carlosama Muñoz, mi padre Nilo Fernando Atiz Atiz, mis hermanos Santiago y Roberto Atiz, quienes estuvieron todos los días de este camino académico apoyándome en cada caída y cada pequeño logro.

Por su ejemplo de esfuerzo, perseverancia y amor me han guiado en cada etapa de mi vida y han hecho posible la culminación de este logro que no es solo mío, también es de ellos un sueño cumplido. A ustedes padres, que me enseñaron a nunca rendirme, dedico con todo mi corazón este triunfo académico.

María Fernanda Atiz Carlosama

Dedico este trabajo, en primer lugar, a Dios, por guiarme, darme fortaleza y acompañarme en cada paso de este camino universitario.

A mis padres, Martha Tipaz y Luis Chalacan, por su amor incondicional, su apoyo constante y su confianza en mi capacidad para alcanzar mis metas. Ustedes han sido mi mayor motivación y ejemplo de perseverancia. A mis hermanas, Maite, Ángela y Karolina, quienes me han alentado y celebrado cada logro, brindándome siempre un abrazo y una sonrisa, incluso en los momentos de duda.

A todos ellos, dedico con gratitud y cariño el fruto de este esfuerzo académico.

Glaider Kelly Chalacan Tipaz

ÍNDICE

RESUMEN	14
ABSTRACT	15
INTRODUCCIÓN	16
I. EL PROBLEMA	18
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	21
1.3. JUSTIFICACIÓN	21
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	22
1.4.1. Objetivo General	22
1.4.2. Objetivos Específicos	22
1.4.3. Preguntas de Investigación	23
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	24
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	24
2.2. MARCO TEÓRICO	29
2.2.1. Fundamentación Teórica	29
2.2.2 Fundamentación Legal	30
2.2.3. Fundamentación Conceptual	31
III. METODOLOGÍA	35
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	35
3.1.1. Enfoque	35
3.1.2. Tipo de Investigación	36
3.2. IDEA A DEFENDER	37
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	38
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	41
3.4.1. Métodos	41
3.4.2. Técnica	42

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	48
4.1. RESULTADOS	48
4.1.1. Clasificación arancelaria	48
4.1.2. Ficha técnica de la agricultura de las rosas	52
4.1.3. Proceso productivo de la rosa	54
4.1.4. Descripción del proceso de producción florícola	55
4.1.5. Clasificación arancelaria de la Granadilla	55
4.1.6. Cadena productiva de los productores frutícolas	59
4.1.7 Descripción del proceso de producción frutícola	60
4.1.8. Proceso de exportación	60
4.1.9. Análisis de factores internos	61
4.1.9.1. Factores económicos de Ecuador	61
4.1.9.2. Balanza Comercial del Ecuador	62
4.1.9.3. Empleo agropecuario del Ecuador	63
4.1.9.5. Listado de las 10 empresas exportadoras del Ecuador	64
4.1.9.4. Población de la provincia del Carchi	66
4.1.9.5. Empresas productoras y exportadoras de la provincia del Carchi.	67
4.1.10. Factores socioeconómicos	69
4.1.10.2. Riesgo País	76
4.1.10.3. Indicador de competitividad global	77
4.1.11. Factores Demográficos	78
4.1.11.2. Distribución por edad	79
4.1.11.3. Crecimiento de la población	80
4.1.12. Factores Políticos	81
4.1.12.1. Política Comercial	81
4.1.12.2. Barreras Comerciales	82
4.1.12.3. Las barreras arancelarias	83
4.1.12.4. Barreras no arancelarias	83

4.1.13. Factores legales	85
4.1.13.2. Normativa Aduanera Países bajos	86
4.1.13.3. Normativa Aduanera Alemania	86
4.1.14. Factores Tecnológicos	86
4.1.14.2. Índice de innovación	87
4.1.15. Perfil de oportunidades y amenazas (Matriz POAM)	88
4.2. DISCUSIÓN	122
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	125
5.1. CONCLUSIONES	125
5.2. RECOMENDACIONES	126
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	129
VII. ANEXOS	136

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Normativas legales que respalda la investigación	1
Tabla 2. Variable Independiente	1
Tabla 3. Variable Dependiente	1
Tabla 4. Coeficiente de Concordancia W. Kendall	1
Tabla 5. Empresas Frutícolas	1
Tabla 6. Empresas Florícolas	1
Tabla 7. Empresa Pro ecuador	1
Tabla 8. Calculo D	1
Tabla 9. Dimensiones de la caja	1
Tabla 10. Partida arancelaria de rosas	1
Tabla 11. Exportaciones de rosas en el Ecuador 2020 – 2024	1
Tabla 12. Importaciones rosas entre el 2020 – 2024	1
Tabla 13. Empresas exportadoras de rosas	1
Tabla 14. Ficha técnica de las rosas	1
Tabla 15. Descripción de la producción de las Rosas	1
Tabla 16. Subpartida arancelaria granadilla	1
Tabla 17. Exportación de granadilla en el Ecuador entre 2020 – 2024	1
Tabla 18. Importación de Granadilla en el Ecuador entre 2020 – 2024	1
Tabla 19. Empresas exportadoras de granadilla	1
Tabla 20. Características de las etapas de producción de la Granadilla	1
Tabla 21. Indicadores económicos en millones de USD	1
Tabla 22. Balanza Comercial del Ecuador periodo 2020-2024 (millones)	1
Tabla 23. Empleo Agropecuario del Ecuador	1
Tabla 24. Top 10 de Empresas exportadoras del Ecuador	1
Tabla 25. Número de habitantes	1
Tabla 26. Número de empresas agroexportadoras de la provincia del Carchi.	1
Tabla 27. Indicador de Producto Interno Bruto por Países en USD	1
Tabla 28. Indicador PIB Per Cápita (millones de USD)	1
Tabla 29. Factor de Inflación	1
Tabla 30. Indicador de Tipo de Cambio	1
Tabla 31. Factor desempleo	1
Tabla 32. Balanza Comercial (Miles de Millones de USD)	1

Tabla 33. Riesgo País países de estudio	1
Tabla 34. Índice de competitividad	1
Tabla 35. Factores Demográficos	1
Tabla 36. Distribución por edad	1
Tabla 37. Crecimiento de la Población	1
Tabla 38. Acuerdos Comerciales	1
Tabla 39. Barreras arancelarias	1
Tabla 40. Las Barreras no arancelarias	1
Tabla 41. Índice de desempeño logístico	1
Tabla 42. Índice de Innovación	1
Tabla 43. Indicadores POAM	1
Tabla 44. Matriz POAM	1
Tabla 45. Resumen de la Matriz POAMS	1
Tabla 46. Pregunta N°1- Frutícola	1
Tabla 47. Pregunta N°2- Frutícola	1
Tabla 48. Pregunta N°3- Frutícola	1
Tabla 49. Pregunta N°4- Frutícola	1
Tabla 50. Pregunta N°5- Frutícola	1
Tabla 51. Pregunta N°6- Frutícola	1
Tabla 52. Pregunta N°7- Frutícola	1
Tabla 53. Pregunta N°8 Frutícola	1
Tabla 54. Pregunta N°9- Frutícola	1
Tabla 55. Pregunta N°10- Frutícola	1
Tabla 56. Pregunta N°11- Frutícola	1
Tabla 57. Pregunta N°12- Frutícola	1
Tabla 58. Pregunta N°13- Frutícola	1
Tabla 59. Pregunta N°14- Frutícola	1
Tabla 60. Pregunta N°15- Frutícola	1
Tabla 61. Pregunta N°1- Florícola	1
Tabla 62. Pregunta N°2- Florícola	1
Tabla 63. Pregunta N°3- Florícola	1
Tabla 64. Pregunta N°4- Florícola	1
Tabla 65. Pregunta N°5- Florícola	1
Tabla 66. Pregunta N°6 - Florícola	1

Tabla 67. Pregunta N°7- Florícola	1
Tabla 68. Pregunta N°8 - Florícola	1
Tabla 69. Pregunta N°9- Florícola	1
Tabla 70. Pregunta N°10- Florícola	1
Tabla 71. Pregunta N°11- Florícola	1
Tabla 72. Pregunta N°12- Florícola	1
Tabla 73. Pregunta N°13- Florícola	1
Tabla 74. Pregunta N°14- Florícola	1
Tabla 75. Pregunta N°15- Florícola	1
Tabla 76. Matriz de Cumplimiento de Prácticas Comerciales Sostenibles en las Empresas Entrevistadas Frutícola	1
Tabla 77. Matriz de Cumplimiento de Prácticas Comerciales Sostenibles en las Empresas Entrevistadas Frutícola	1
Tabla 78. Ficha Técnica	1
Tabla 79. Matriz FODA de las empresas analizadas	1

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Variable independiente	1
Ilustración 2. Variable dependiente	1
Ilustración 3. Exportación de rosas	1
Ilustración 4. Importaciones rosas	1
Ilustración 5. Cadena productiva de los productores florícolas	1
Ilustración 6. Exportación de granadilla	1
Ilustración 7. Importaciones de granadilla	1
Ilustración 8. La Cadena productiva de granadilla	1
Ilustración 9. Los pasos a seguir para exportar - SENA	1
Ilustración 10. Empresas exportadoras de Ecuador	1
Ilustración 11. Balanza Comercial de los años 2020-2024	1
Ilustración 12. Factores del Producto Interno Bruto	1
Ilustración 13. Factor del PIB Per Cápita	1
Ilustración 14. Factor de inflación	1
Ilustración 15. Factor de tipo de cambio	1

Ilustración 16. Factor desempleo	1
Ilustración 17. Balanza Comercial	1
Ilustración 18. Distribución por edad	1
Ilustración 19. Crecimiento de la población	1
Ilustración 20. Índice de Innovación	1

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC	1
Anexos 2. Certificado del abstract por parte de idiomas	1
Anexos 3. Oficio dirigido a Proecuador	1
Anexos 4. Entrevista	1
Anexos 5. <i>Personal de la microempresa</i>	1
Anexos 6. Rol de pagos	1
Anexos 7. Fotografías de las entrevistas realizadas	1
Anexos 8. Análisis del Agua	1
Anexos 9. Análisis de fruta	1
Anexos 10. Distribución del personal por empresa	1
Anexos 11. Certificación de cumplimiento de buenas prácticas agropecuarias	1

RESUMEN

El estudio analiza el impacto de las prácticas comerciales en la sostenibilidad de los procesos productivos, enfatizando la necesidad de que las empresas adopten estándares internacionales ante el crecimiento mundial de la demanda de productos orgánicos y sostenibles. Se reconoce que la incorporación de normas ambientales, tecnologías limpias y certificaciones representa un reto significativo, especialmente para las empresas productoras y exportadoras del Carchi, quienes deben equilibrar competitividad en mercados globales con sostenibilidad ambiental y responsabilidad social en el territorio local.

El análisis contempla el contexto normativo y las oportunidades que ofrece la sostenibilidad, además de evaluar riesgos, desafíos y el grado de alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La fundamentación teórica se basa en autores clave del comercio internacional como David Ricardo, Michael Porter y Paul Krugman, permitiendo interpretar las dinámicas competitivas y las ventajas comparativas del sector.

El enfoque metodológico cualitativo incluye entrevistas, análisis documental y revisión de fuentes oficiales (TradeMap, ProEcuador, INEC), lo que brinda una comprensión integral del fenómeno. Los resultados preliminares evidencian que, si bien existen iniciativas sostenibles incipientes, persisten barreras como la falta de financiamiento, débil cultura organizacional, escasos encadenamientos productivos y limitada formación técnica. No obstante, también se identifican oportunidades relacionadas con la demanda internacional, la innovación tecnológica y la creciente conciencia local de mejorar los procesos.

La investigación resalta la importancia del sector exportador como agente dinamizador del desarrollo sostenible en zonas rurales. Los hallazgos aportan insumos para políticas públicas, formación empresarial, programas institucionales y estrategias de internacionalización responsable, fortaleciendo tanto la competitividad como la sostenibilidad territorial.

Palabras claves: Sostenibilidad productiva, Comercio exterior, Prácticas comerciales, Ventaja competitiva, Desarrollo sostenible, Gestión empresarial sostenible, Barreras estructurales, Desarrollo territorial

ABSTRACT

This study analyzes the impact of commercial practices on the sustainability of production processes, emphasizing the need for companies to adopt international standards in response to the global growth in demand for organic and sustainable products. It acknowledges that incorporating environmental regulations, clean technologies, and certifications represents a significant challenge, especially for producers and exporters in Carchi, who must balance global market competitiveness with environmental sustainability and social responsibility at the local level. The analysis considers the regulatory context and the opportunities sustainability offers, while also assessing risks, challenges, and the degree of alignment with the Sustainable Development Goals (SDGs). The theoretical foundation is based on key international trade authors such as David Ricardo, Michael Porter, and Paul Krugman, allowing for an interpretation of competitive dynamics and the comparative advantages of the sector. The qualitative methodological approach includes interviews, document analysis, and a review of official sources (TradeMap, ProEcuador, INEC), providing a comprehensive understanding of the phenomenon. Preliminary results show that, although there are emerging sustainable initiatives, barriers persist such as lack of financing, weak organizational culture, limited productive linkages, and insufficient technical training. However, opportunities are also identified related to international demand, technological innovation, and a growing local awareness of the need to improve processes. The research highlights the importance of the export sector as a driving force for sustainable development in rural areas. The findings offer inputs for public policies, business training, institutional programs, and responsible internationalization strategies, strengthening both competitiveness and territorial sustainability.

Keywords: Productive sustainability, Foreign trade, Commercial practices, Competitive advantage, Sustainable development, Sustainable business management, Structural barriers, Territorial development.

INTRODUCCIÓN

El propósito del TIC con tema “Prácticas comerciales en las empresas productoras y exportadoras de la provincia del Carchi y su impacto en la sostenibilidad” tiene como finalidad identificar qué prácticas comerciales se están aplicando en empresas productoras y exportadoras de la provincia del Carchi y conocer el efecto que produce la implementación de la sostenibilidad. Las prácticas comerciales han adquirido un papel fundamental en los modelos productivos y estratégicos de las empresas exportadoras, especialmente en regiones con vocación agrícola al norte del Ecuador. Las prácticas comerciales consisten en diversas estrategias, métodos, procesos y relaciones que los emprendedores implementan para posicionarse en mercados internacionales. Tienen un impacto directo no solo en su rentabilidad y competitividad, sino también en su responsabilidad en materia de desarrollo sostenible.

Capítulo I. El impacto de las prácticas comerciales en la sostenibilidad del proceso de producción es el tema de este estudio. Se reconoce que, para acceder a estos mercados, es necesario cumplir con ciertas normas debido a la creciente demanda de productos orgánicos en todo el mundo. Para garantizar que sus productos sean aceptados en todo el mundo, las empresas productoras deben incorporar normas sostenibles en sus operaciones, que supone una dificultad. Por lo tanto, es esencial examinar cómo las prácticas empresariales actuales afectan a la sostenibilidad del proceso de fabricación, así como las oportunidades y los retos a los que se enfrentan las empresas al adherirse a las normativas internacionales.

La necesidad de cumplir con estándares internacionales, adoptar tecnologías limpias, obtener certificaciones ambientales y responder a consumidores cada vez más conscientes configura un entorno donde las buenas prácticas comerciales sostenibles se vuelven indispensables. En este escenario, las empresas productoras y exportadoras de la provincia del Carchi enfrentan una doble tarea: mantener su competitividad en los mercados globales y, al mismo tiempo, garantizar procesos productivos sostenibles que contribuyan al desarrollo local y la resiliencia ecológica.

Este análisis permite identificar las fortalezas y debilidades de su modelo de gestión, así como los impactos sociales, económicos y ambientales que derivan de sus actividades. De igual manera, permite examinar el nivel de alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Capítulo II. Encontramos la fundamentación teórica, donde presentamos los antecedentes obtenidos de fuentes y citas bibliográficas, aplicando teorías del comercio exterior propuestas por los autores David Ricardo, Michael Porter y Paul Krugman.

Capítulo III. Encontramos el enfoque metodológico cualitativo que permite abordar de manera holística el fenómeno de estudio. Se emplean entrevistas, y análisis documental para recolectar información sobre las estrategias comerciales, los procesos de producción y exportación, y las percepciones de los actores clave. Asimismo, se utilizan fuentes secundarias, como bases de datos oficiales (TradeMap, ProEcuador, INEC) y literatura científica, para contextualizar los hallazgos y validar las variables analizadas.

Los resultados preliminares evidencian que, aunque existen iniciativas incipientes de sostenibilidad en algunas empresas productoras y exportadoras del Carchi, aún persisten barreras estructurales para su adopción masiva. Entre estas destacan la falta de acceso a financiamiento verde, la escasa cultura organizacional orientada a la sostenibilidad, la debilidad en los encadenamientos productivos y la limitada capacitación técnica del personal.

La importancia de este trabajo aporta el conocimiento de cómo el sector exportador puede ser un agente dinamizador del desarrollo sostenible en contextos rurales y periféricos. En particular, visibiliza el papel de las empresas del Carchi como promotoras del progreso económico, sin comprometer la integridad ambiental, así como el tejido social. De esta manera, se espera que los hallazgos obtenidos mediante esta investigación sirvan como base para futuras intervenciones institucionales, políticas públicas, programas de fomento a la sostenibilidad empresarial y estrategias de desarrollo local basadas en la internacionalización responsable.

I. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La globalización ha facilitado el comercio de bienes y servicios al conectar mercados y culturas de todo el mundo. Esto se ha logrado gracias a las empresas que ofrecen a los consumidores opciones de consumo más saludables y sostenibles. Las medidas que toma una empresa para vender bienes o servicios que se ajustan constantemente a los cambios en la oferta y la demanda se denominan prácticas comerciales. Por ende, tienen una influencia directa en los proveedores, servicio al cliente, marketing, distribución y la promoción.

En el mundo empresarial, la adopción de la sostenibilidad se enfrenta a numerosos retos, que van desde la falta de comprensión de las prácticas empresariales sostenibles hasta la negativa de algunos propietarios a diversificar y modificar sus procesos de producción. Una de las cuestiones más importantes es la gestión eficiente de los recursos, especialmente en las pymes con acceso limitado al capital, lo que limita su capacidad para continuar con sus operaciones a largo plazo. A esto se suma la falta de conocimiento de muchos empresarios sobre las prácticas sostenibles, lo que supone un obstáculo para la adopción e institucionalización de la sostenibilidad en las empresas (Forero & Salazar, 2024).

Las empresas buscan formas de integrarse en la economía circular que sean compatibles con los 17 objetivos de desarrollo sostenible (ODS), como fomentar el crecimiento económico, reducir las desigualdades como inequidad de género y contribuir a la protección del medio ambiente. "Las prácticas más eficientes podrían reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en un 60% para 2050" (Arroyo, 2018). Los modelos de negocio enfrentan a nuevos obstáculos, como los requisitos medioambientales, sanitarios, laborales y de calidad, que redefinen la competencia y aumentan la presión para mejorar las capacidades de eco-innovación, así como en el comportamiento sociocultural, con el objetivo de lograr una producción y un consumo sostenibles mediante el enfoque de la economía circular (Sistema de las Naciones Unidas en Ecuador, 2022).

La investigación sobre buenas prácticas sostenibles tiene un impacto en los cambios económicos, sociales y ambientales según “los estudios muestran que la Economía Circular presenta una oportunidad de 4,5 billones de dólares, capaz de impulsar el PIB mundial en un 1,1%, crear muchos puestos de trabajo y hacer la economía más resiliente” (Arroyo, 2018). El concepto de economía circular garantiza cadenas agroexportadoras sostenibles que contribuye a la resolución de problemas reales en el mercado global.

Cabe indicar la falta de prácticas comerciales sostenibles de las empresas u organizaciones, también forja una serie de desafíos en los pilares ambiental, social y económico. “La falta de soluciones sostenibles contribuye al aumento del calentamiento global, el agotamiento de la capa de ozono, la pérdida de biodiversidad y la degradación de los ecosistemas, así como al aumento de la desertificación y la sequía” (CEPAL, 2022). Teniendo en cuenta lo anterior, la generación de residuos generados durante el proceso de producción, no contribuye con los indicadores antes mencionados; es aquí donde las prácticas sustentables cobran importancia.

En el eje del medio ambiente se identifica que la cantidad de residuos que produce cada persona en una región durante un período específico se conoce como producción per cápita de residuos sólidos (PPC). Dado que el aumento de la generación per cápita suele estar relacionado con las operaciones del comercio, los cambios en el estilo de vida y el mayor uso de productos desechables, las necesidades de producción y los patrones de consumo de la población. Los sistemas de gestión y tratamiento de residuos de Ecuador se enfrentan a importantes retos, la estimación de 14.394 toneladas diarias de residuos sólidos recogidos en el país (Monteros & Cando, 2023).

El Ecuador, depende históricamente de la agricultura y ganadería como motores esenciales de su economía, en el punto de la agricultura enfrenta desafíos significativos que comprometen la sostenibilidad, que refleja a las empresas exportadoras a no tener un nivel de competitividad con las empresas internacionales. El 3,06% del total de las exportaciones de Ecuador corresponden a flores, que se comercializan internacionalmente bajo la partida arancelaria 0603. El país es un importante exportador en este ámbito, como lo demuestra la

participación en mercado mundial del 12,2% en este sector florícola. También participa en el comercio internacional de frutas exóticas bajo la partida arancelaria 0810, representando el 0.53% del total de sus exportaciones. Con una participación de Ecuador de alrededor del 0,72% del mercado mundial del producto. Esto indica que existe un margen significativo para diversificar aún más la oferta y reforzar la competitividad de este segmento en los mercados internacionales (Observatorio de Complejidad Económica, 2023).

Según el MAG (2021), solo alrededor del 10% de los productores ecuatorianos utilizaron sistemáticamente prácticas agroecológicas en 2021. Esto indica la escasa adopción de estos métodos y la necesidad de reforzar el apoyo institucional, la asistencia técnica y los incentivos públicos destinados a la producción sostenible. El INEC (2020), aproximadamente el 70 % de los hogares rurales del país dependen de la agricultura como principal fuente de ingresos, lo que subraya la importancia estratégica del sector para el desarrollo socioeconómico rural y la seguridad alimentaria (Espinales et al., 2025).

La provincia del Carchi, situada en el norte de Ecuador, es una región predominantemente agrícola y productiva, con un sistema económico instituido en la producción y explotación (EcuRed, 2025). Las empresas productoras y exportadoras en esta provincia desempeñan un papel crucial en el desarrollo económico local, proporcionando empleo y generando ingresos; De hecho, el crecimiento económico no siempre va de la mano con la sostenibilidad ambiental y social, lo que plantea desafíos significativos para la región, a pesar del potencial económico de la región, existen preocupaciones crecientes en las prácticas productivas adoptadas por las empresas productoras y exportadoras.

Según Kusactay y Escudero (2019). Propone proteger el bienestar de los empleados en las empresas, incorporar una gestión integrada de recursos naturales, desarrollar prácticas sostenibles de cuidado del medio ambiente y defender los derechos laborales de los trabajadores. Uno de los principales centros de floricultura y fruticultura de Ecuador, con especial énfasis en la exportación de rosas y granadilla, es el comercio sostenible, especialmente en la provincia de Carchi.

Las empresas de floricultura de la región han utilizado diversas tácticas, como la certificación medioambiental, para acceder a mercados globales competitivos. Sin embargo, las empresas locales siguen teniendo dificultades para cuantificar los beneficios de esta certificación en términos de mejora de las condiciones de trabajo, sostenibilidad medioambiental y aumento de los ingresos. Algunas empresas son menos competitivas en el mercado mundial porque carecen de la capacidad para cumplir las normas de buenas prácticas empresariales. Por lo tanto, es fundamental tener en cuenta las oportunidades y limitaciones específicas según los productos y examinar cómo el impacto en la sostenibilidad ha afectado a la comercialización internacional de granadilla y rosas a lo largo del período de estudio 2020-2024.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son las prácticas comerciales de las empresas productoras y exportadoras de la provincia del Carchi y su impacto en la sostenibilidad?

1.3. JUSTIFICACIÓN

El interés por los productos orgánicos y sostenibles ha aumentado drásticamente en un mundo en constante cambio, lo que subraya la importancia de las estrategias comerciales utilizadas por las empresas florícolas y frutícolas de Carchi. Este crecimiento es una respuesta a la creciente demanda de productos ecológicos, especialmente en sectores especializados como las regiones productoras de flores y frutas de esta provincia. Nuestro estudio tiene como objetivo proporcionar información importante para apoyar las iniciativas empresariales locales, donde la relevancia de los resultados y el deseo de las empresas de trabajar y optimizar sus operaciones serán cruciales. De este modo, el estudio espera promover un crecimiento ético y sostenible en las industrias locales de frutas y flores, lo que beneficiará tanto a las comunidades como a los productores.

Esta investigación genera un impacto significativo en los ámbitos económico, social y ambiental al examinar cómo la sostenibilidad fortalece a las empresas productoras y exportadoras de granadilla y rosas en Carchi. Los hallazgos revelan

beneficios concretos, como el impulso que otorgan las certificaciones a las operaciones comerciales, al tiempo que mejoran las relaciones con trabajadores y comunidades cercanas. Además, el estudio puede inspirar a otras firmas e industrias locales a transitar hacia prácticas más equitativas y sostenibles, fomentando un modelo replicable de progreso responsable.

Al integrar indicadores clave de sostenibilidad, las pymes pueden elevar su competitividad en el mercado de granadilla y rosas, aunque esto conlleva desafíos inevitables como la inversión inicial requerida y la rivalidad con empresas internacionales de mayor experiencia. Estas barreras, lejos de desanimar, invitan a una reflexión realista sobre cómo superarlas mediante inversión y apoyo gubernamental, adaptando prácticas comerciales sostenibles. En última instancia, las empresas que abrazan estos métodos no solo se afianzan en el mercado global, sino que cosechan avances económicos tangibles, demostrando que se puede transformar el proceso productivo de las empresas.

La investigación sobre las prácticas comerciales de las empresas agroexportadoras de la provincia de Carchi puede conducir a avances metodológicos pertinentes en el ámbito académico. En concreto, puede fomentar la creación de nuevos métodos para recopilar y evaluar datos, basados en la integración de nuevas fuentes de datos y enfoques más precisos para captar la realidad del sector. Además, este tipo de investigación permite mejorar los métodos de análisis de datos, poner en práctica y aclarar ideas importantes, y definir de forma más rigurosa las variables y sus interacciones.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

- Determinar las prácticas comerciales en las empresas productoras y exportadoras de la provincia del Carchi y su impacto en la sostenibilidad.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar bibliográficamente las prácticas comerciales en las empresas productoras y exportadoras de la provincia del Carchi y su impacto en la sostenibilidad.

- Identificar qué prácticas comerciales se están aplicando en las empresas productoras y exportadoras.
- Evaluar las prácticas comerciales de las empresas productoras y exportadoras de la provincia del Carchi y su impacto en la sostenibilidad.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿Cuáles son las empresas productoras y exportadoras de la provincia del Carchi?
- ¿Cuáles son las prácticas comerciales de las empresas productoras y exportadoras?
- ¿Qué estrategias pueden implementarse para mejorar la sostenibilidad de las prácticas comerciales en la provincia del Carchi?
- ¿Cómo impactan estas prácticas comerciales en la sostenibilidad económica?
- ¿Las empresas florícolas y frutícolas están cumpliendo los objetivos de desarrollo sostenible?
- ¿De qué manera influyen las prácticas comerciales con relación a la sostenibilidad?
- ¿Cuáles son los factores que enfrentaron las empresas para implementar prácticas de sostenibilidad?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Con el fin de respaldar la investigación desarrollada con relación a “Prácticas comerciales en las empresas productoras y exportadoras de la provincia del Carchi y su impacto en la sostenibilidad”, se proporciona la siguiente información:

Según Briones Kusactay & Vilema Escudero (2019, p.4), en una revista catalogada en Scielo mencionan que:

En la provincia del Carchi, las empresas exportadoras y productoras enfrentan el desafío de incorporar la sostenibilidad, la transparencia y el compromiso social como aspectos fundamentales. La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) emerge como una ventaja crucial para mejorar las condiciones laborales de los colaboradores y promover una mayor justicia y solidaridad social. Es crucial obtener certificaciones internacionales que validan la sostenibilidad en las empresas exportadoras y productoras de la provincia del Carchi.

Según el artículo de la revista Scielo, las MIPYES de la provincia del Carchi, deben integrar la sostenibilidad, la transparencia y la responsabilidad social como pilares esenciales. Una ventaja significativa para mejorar las condiciones laborales de los empleados y fomentar una mayor justicia social y solidaridad es la responsabilidad social corporativa (RSC).

Según Márquez & Torregrosa (2022) “comprende las acciones de marketing que pretenden respetar y cuidar el medioambiente a través de cambios en los procesos de creación, promoción y comercialización de un producto o servicio teniendo en cuenta además las necesidades de los consumidores”.

De acuerdo a los hallazgos el marketing verde se refiere a una reacción con el cuidado del medio ambiente, las empresas tienen la obligación de implementar buenas prácticas sostenibles en la producción de sus productos para persuadir a consumidores, se logre reducir los recursos naturales mediante el proceso de economía circular.

Según Honores Gómez et al. (2021, p.4), dado que las empresas trabajan para satisfacer las demandas actuales sin sacrificar las generaciones futuras, el desarrollo sostenible es esencial. Cuando una organización genera beneficios para todas las partes implicadas, económicos, sociales y medioambientales, se considera sostenible. Con la finalidad de medir el rendimiento en materia sostenible de las empresas manufactureras y exportadoras, nuestro objetivo es comprender su papel en el desarrollo local sostenible.

Un componente clave de las empresas es el crecimiento sostenible, cuyo objetivo es satisfacer las demandas actuales sin poner en peligro la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas. En este contexto, es fundamental examinar cómo las empresas apoyan el desarrollo sostenible local. Para ello, es fundamental evaluar su desempeño en áreas relacionadas con la sostenibilidad, teniendo en cuenta comportamientos éticos que incorporen aspectos sociales, económicos y ambientales. En consonancia con los objetivos mundiales de desarrollo sostenible y reforzando la conexión entre la producción, el comercio y el bienestar de la comunidad, esta evaluación permitirá comprender su impacto y las oportunidades de mejora dentro del sector.

Según Mogrovejo Lazo et al., (2020, p.146), en las provincias de Pichincha y Carchi, la producción agrícola se ha desarrollado gracias al esfuerzo de familias ecuatorianas que buscan establecer fuentes de ingresos y empleo a largo plazo, mejorando así la situación socioeconómica de sus comunidades. La actividad empresarial de una sociedad debe ser suficientemente dinámica; además de contar con empleados altamente cualificados con valores y habilidades que formen parte de la cultura empresarial, también debe tener en cuenta aspectos del entorno macroeconómico que son cruciales para su supervivencia.

Todas las operaciones de la empresa deben estar adecuadamente motivadas; además de contar con un grupo de empleados altamente cualificados cuyas habilidades y competencias formen parte de la cultura corporativa, también tener en cuenta el entorno macroeconómico. Ecuador mantiene actualmente un alto nivel de espíritu emprendedor que respecta a conocimientos sobre temas como la competitividad, innovación y el desarrollo empresarial, debido a las ambiciones de desarrollo del país.

Según Díaz Gispert et al., (2021, p.55), la cámara de Comercio de Tulcán, varios agricultores necesitan inversión extranjera para comprar productos industriales y maquinaria que faciliten el procesamiento de alimentos. La distribución de estos productos procesados está prevista tanto para el mercado nacional como para el extranjero. Al permitir a los productores optimizar sus operaciones y acceder a una gama más amplia de mercados internos y externos, esta inversión es esencial para reforzar la capacidad productiva y competitiva de la industria agrícola de la provincia y promover el crecimiento económico local y regional.

El objetivo es invertir en la zona agrícola de la provincia del Carchi, con la ayuda de países extranjeros que promuevan el financiamiento a los pequeños agricultores. Esto dinamizará a las micro, pequeñas y medianas empresas a desarrollar productos con mayor valor agregado para facilitar su intervención en los mercados internacionales.

Según la Unión Europea (2019), "los diversos actores participan en las diversas etapas de la cadena de suministro agrícola y alimentaria, incluyendo la producción, transformación, comercialización, distribución y ventas al por menor, ya que esta cadena de suministro es muy importante para la distribución de productos agrícolas y alimentarios".

La comercialización de productos agrícolas en la cadena de suministro que integra los procesos de gestión productiva sostenible, como la confianza en los clientes y mejora continua dentro de la distribución de los productos.

Según Ruiz et al., (2022), es importante considerar el potencial de las prácticas emprendedoras sociales para generar sostenibilidad en medio de los cambios globales que afectan a las economías emergentes de los países que tienen entornos sociales incluyentes que valoran el emprendimiento tienen mayores índices de emprendedores y mejor soporte social para las iniciativas empresariales.

En el siguiente artículo de prácticas emprendedoras sostenibles se ha encontrado las iniciativas de las empresas que desean emprender con sus producciones para mejorar a la economía del país de esta manera generar empleo para reducir el desempleo de la localidad, buscando mejorar las oportunidades para la comercialización y negociación de los productos, adaptando la tecnología como

marketing verde, para el modelo de desarrollo productivo sostenible en la producción y la comercialización a diferentes países.

Forero & Salazar (2024). Realizaron la investigación científica sobre el tema "*Prácticas sostenibles para el fortalecimiento empresarial en Colombia*" aprobado por la Universidad Cooperativa de Colombia.

La sostenibilidad corporativa es un paradigma integral que va más allá de la simple búsqueda de objetivos económicos, incorporando las dimensiones económica, social y ambiental de forma equilibrada. Esta perspectiva implica la gestión responsable de recursos naturales clave, como el agua y la energía; la reducción de la huella de carbono mediante prácticas eficientes y respetuosas con el medio ambiente; y la implementación de estrategias orientadas a la conservación de la biodiversidad.

Sin embargo, no todo es color de rosa, ya que muchas empresas se enfrentan a la falta de experiencia, los elevados gastos iniciales, la escasa ayuda gubernamental y una normativa compleja que se ve dificultada por el cambio climático y la informalidad generalizada. Sin embargo, existen preocupaciones sobre su impacto limitado y la forma en que se gasta el dinero. En definitiva, es evidente que la implementación de estas estrategias simplifica las operaciones diarias, reduce los riesgos, mejora la posición en el mercado y garantiza beneficios a largo plazo. Se recomienda comenzar por evaluar las necesidades reales, capacitar a los empleados y coordinarse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible para un avance justo y sostenible.

Roffé & González (2024). Realizaron la investigación científica sobre el tema "*El impacto de las prácticas sostenibles en el desempeño financiero de las empresas*" obtenido de la revista scielo de Facultad de Ciencias Económicas Universidad Nacional de Misiones.

Este estudio científico explora cómo las prácticas sostenibles y responsables influyen en las ganancias y el éxito económico de las pymes, todo dentro del contexto de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) entre 2015 y 2023. Las acciones más

comunes incluyen ahorrar agua y electricidad, reciclar materiales, apostar por energías limpias, impulsar la igualdad entre hombres y mujeres en el trabajo y promover líderes comprometidos con lo verde, sobre todo conectadas con el ODS 12 sobre consumo responsable, el 8 de empleo digno y el 9 de avances industriales.

Claro que hay trabas, como los gastos fuertes al empezar o resultados que no convencen del todo, pero a la larga estas prácticas dan una ventaja real: operaciones más ágiles, ideas frescas, mejor imagen pública y menos riesgos inesperados. Al cierre, queda clarísimo que lo sostenible va más allá de ser "lo correcto" moralmente; es una vía directa para ganar más plata y competir mejor, y por eso urge más seguimientos a fondo por sector y región, sobre todo en lugares menos avanzados, para que se extienda globalmente y encaje perfecto con los ODS.

Figuroa (2021). *"Acciones de la mezcla de marketing verde incorporadas en medianas y grandes empresas para desarrollar una ventaja competitiva"* aprobado por la Universidad Continental. Menciona que el marketing verde enfrenta obstáculos considerables que requieren innovaciones tecnológicas para lograr que los productos ecológicos entren en mercados nacionales e internacionales grandes. Para garantizar que estos productos sean sostenibles desde el punto de vista medioambiental y económicamente viables para los consumidores, es fundamental revisarlos periódicamente.

El marketing verde se enfrenta a barreras estructurales que requieren innovaciones tecnológicas avanzadas para introducir productos respetuosos con el medio ambiente en grandes mercados nacionales e internacionales, fomentando prácticas comerciales sostenibles que combinan la eficiencia operativa con la responsabilidad ambiental. Estas prácticas no solo abordan los obstáculos logísticos y de adopción, sino que también enfatizan la necesidad de revisiones sistemáticas y periódicas de los productos, garantizando el cumplimiento de los estándares de sostenibilidad ambiental como la reducción del impacto ecológico y la viabilidad económica para los clientes.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Fundamentación Teórica

2.2.1.1. Teoría de la ventaja competitiva.

Esta teoría fue elaborada por Michael Porter en la cual destaca la capacidad de ofrecer un producto el cual sea diferenciado del resto y brinde muchos beneficios tanto para el cliente como para el medio ambiente, "una ventaja competitiva sostenible solamente hasta cuando el mercado reaccione de forma eficaz a nuestra estrategia" (Robson, 2018).

La investigación se basa en el concepto de ventaja competitiva, que nos informa sobre el potencial de una nación o zona para ofrecer un producto que la diferencie de sus competidores. La estrategia empresarial de una compañía debe centrarse en crear una ventaja competitiva sostenible a largo plazo si realmente quiere generar valor añadido a largo plazo. Según Porter, el liderazgo en costes y la diferenciación de productos son las dos tácticas principales que proporcionan a las empresas una ventaja competitiva. La capacidad de crear productos a un coste inferior al de la competencia, lo que permite ofrecer precios más competitivos, se conoce como liderazgo en costes. La diferenciación, por otro lado, es la capacidad de ofrecer a los clientes un producto distintivo y atractivo que se destaque de las ofertas de la competencia.

2.2.1.2. Teoría del comportamiento planificado al emprendimiento sostenible

Según la teoría del comportamiento planificado, el emprendimiento sostenible se basa en actitudes positivas hacia la sostenibilidad que se forman a partir del control percibido sobre la adopción de prácticas sostenibles, así como de normas subjetivas derivadas de las expectativas de las redes sociales o profesionales. Las personas que valoran mucho la sostenibilidad y la consideran importante son más propensas a crear y mantener negocios que equilibran las obligaciones sociales, medioambientales y económicas. Del mismo modo, la probabilidad de participar activamente en el emprendimiento sostenible aumenta considerablemente por la sensación de presión social para adoptar tales prácticas, combinada con la

confianza en la capacidad para superar las dificultades intrínsecas (Ordoñez et al.,2021).

2.2.1.3. Teoría del desarrollo sostenible

En 1987, el Informe Brundtland, la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo de las Naciones Unidas, dirigida por Gro Harlem Brundtland, propuso formalmente la idea del desarrollo sostenible en 1987. El informe definía el desarrollo sostenible como aquel que satisface las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas. La característica más significativa de la sostenibilidad es su enfoque triple, que combina los pilares sociales (equidad, justicia y bienestar inclusivo), económico (crecimiento responsable y eficiente) y medioambiental (conservación de los recursos naturales y la biodiversidad), fomentando un equilibrio para abordar cuestiones como la desigualdad y el cambio climático. Marcos globales como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas se han visto influidos por este concepto (Garcia,2003).

2.2.2 Fundamentación Legal

En este estudio se examinará el marco normativo que rige las operaciones comerciales de las empresas productoras y exportadoras de la provincia de Carchi, centrándose en cómo estas normas afectan a la sostenibilidad. Se analizará el artículo 336 de la Constitución de la República del Ecuador de 2008, artículo 9 del Código Orgánico Ambiente, artículo 4 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones – (COPCI) y normativas internacionales como ISO 14001-9001 que establece las directrices esenciales para el desarrollo sostenible. Del mismo modo, las prácticas responsables son una solución viable y satisfactoria para las empresas dedicadas al desarrollo sostenible a largo plazo que incorpora factores sociales, económicos y medioambientales. Esta estrategia jurídica ofrece un marco que fomenta un comportamiento responsable que beneficia el bienestar social y medioambiental de la región, además del cumplimiento normativo.

Tabla 1. Normativas legales que respalda la investigación

Concepto Legal	Artículo	Descripción
----------------	----------	-------------

Constitución de la República del Ecuador 2008	Art. 336	Con el fin de minimizar las distorsiones de la intermediación y mejorar la sostenibilidad, el Estado garantiza consumir bienes y servicios de alta calidad incorporando prácticas productivas sostenibles.
Código Orgánico del Ambiente	Art. 9	Los grupos en materia de conservación, uso y gestión sostenible del medio ambiente.
Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones – COPCI	Art. 4	Inspeccionar la producción y el comercio bajo estándares de sostenibilidad, acceso a mercados y igualdad social.
Normas internacionales	ISO 14001 ISO 9001	Sistema de gestión del medio ambiente Sistema de gestión de calidad

Fuente: CRE 2008, COA, COPCI y Normativas Internacionales (2025).

2.2.3. Fundamentación Conceptual

2.2.3.1. Variable independiente

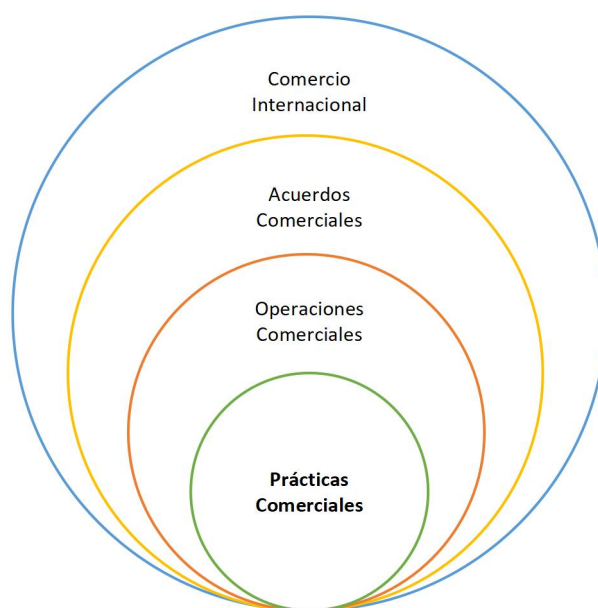


Ilustración 1. Variable independiente

2.2.3.2. Comercio Internacional

La economía de los países interactúa con el comercio internacional, ya que facilita el intercambio de productos entre ellos, lo que fomenta la colaboración y el crecimiento económico. Con la creciente globalización, su importancia se intensifica, presentando tanto oportunidades como desafíos estratégicos. Sin embargo, “el comercio internacional enfrenta obstáculos como barreras arancelarias y políticas proteccionistas, que pueden generar tensiones comerciales

y afectar a productores y consumidores." (Bhagwati, 2002) Las pequeñas y medianas empresas ahora pueden llegar a los mercados extranjeros gracias a la tecnología, que ha revolucionado el comercio internacional, especialmente con el crecimiento del comercio electrónico.

2.2.3.3. Acuerdos Comerciales

Por otro lado, los acuerdos comerciales han transformado significativamente el panorama de las relaciones comerciales con la cooperación económica y la regulación de prácticas comerciales. Según la Organización Mundial del Comercio (OMC, 2020), "los acuerdos comerciales son herramientas clave para reducir las barreras al comercio y fomentar la inversión, promoviendo así un crecimiento económico sostenible" (p. 15). Esto sugiere que los países tienen más facilidad de ingresar a mercados internacionales incluyendo la integración comercial, asimismo obteniendo beneficios económicos inmediatos para países que cuentan con acuerdos comerciales para el desarrollo a largo plazo de la nación.

Algunos países en desarrollo aún ven con escepticismo los acuerdos comerciales, temiendo que puedan limitar su capacidad para atraer inversiones o competir con potencias mundiales. Según Fernández (2021), "la implementación de normas laborales puede resultar en tensiones entre el crecimiento económico y la protección de los derechos de los trabajadores, generando un debate constante en las negociaciones comerciales" (p. 78); Sin embargo, la integración de estándares laborales en estos acuerdos puede ser vistos como un paso hacia un comercio más equitativo y sostenible, trabajando conjunto con los ODS.

2.2.3.4. Operaciones Comerciales

La comercialización es el corazón de la actividad económica, involucrando la compra-venta de bienes y servicios entre mercados internacionales, consumidores y mercados. "Son operaciones que reflejen condiciones de mercado en el país de origen que se hayan realizado habitualmente o dentro de un período representativo entre compradores y vendedores independientes." (Gov.co, 2025)

Estas actividades generan puestos de trabajo e ingresos que sustentan el crecimiento económico. En resumen, las actividades empresariales son cruciales

para la economía mundial. La tecnología, la logística y el énfasis en la sostenibilidad están impulsando el progreso de estas operaciones, lo que ofrece a las empresas tanto beneficios como desafíos logísticos en la exportación de los productos.

2.2.3.5. Prácticas Comerciales

Las prácticas comerciales son un componente fundamental del funcionamiento de la economía, ya que las empresas interactúan con los consumidores, proveedores y otros actores en el mercado. Según Kotler y Keller (2016), "las prácticas comerciales incluyen no solo la estrategia de marketing, sino también la gestión de relaciones con clientes y proveedores, que son esenciales para el éxito a largo plazo de una empresa" (p. 112). Este enfoque integral destaca la importancia de adoptar prácticas que no solo sean rentables, sino que también fomenten relaciones sostenibles y responsables con el medio ambiente.

Sin embargo, a pesar de los beneficios de implementar buenas prácticas comerciales, muchas empresas enfrentan falta de financiamiento. La falta de transparencia y la corrupción son obstáculos significativos que pueden afectar la integridad de las prácticas comerciales. De acuerdo "la corrupción y la falta de ética en las prácticas comerciales pueden erosionar la confianza en las instituciones y desincentivar la inversión." (OCDE, 2019, p. 23) Por lo tanto, es esencial que las empresas no solo adopten buenas prácticas, sino que también la responsabilidad social empresarial influya en la transparencia, ética y garantice un desarrollo de comercio más justo y sostenible.

2.2.3.6. Variable dependiente

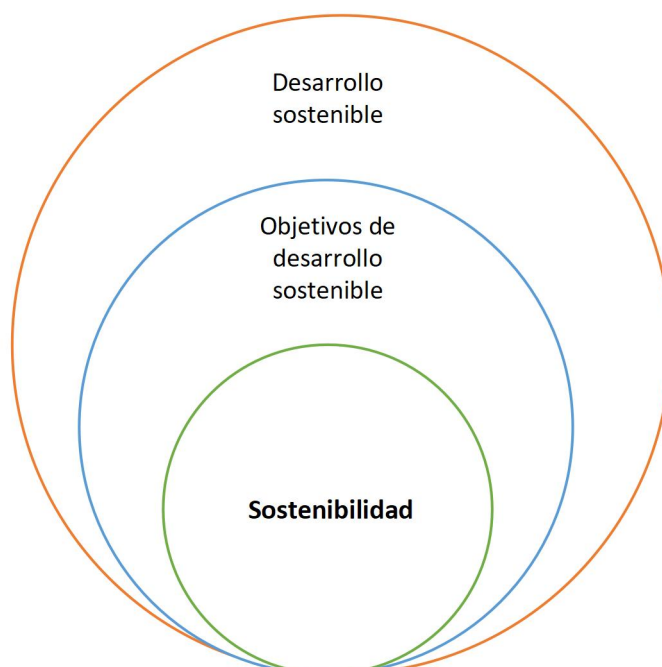


Ilustración 2. Variable dependiente

El impacto sostenible está ligado a varios temas que abarcan nuestra variable independiente, con la sostenibilidad en iniciativas de desarrollo en las actividades de todas las empresas productoras y exportadoras del país.

2.2.3.8. Desarrollo sostenible

Según ODS (2025), el desarrollo sostenible fomenta un estilo de vida moderno que garantiza un futuro sostenible al satisfacer las necesidades actuales sin sacrificar la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas. La transición hacia un modelo global más sostenible es esencial para la supervivencia tanto del planeta como de las sociedades humanas. Esta estrategia incorpora la armonía entre la justicia social, el avance económico y la conservación del medio ambiente.

El desarrollo sostenible promueve un estilo de vida contemporáneo que asegura la viabilidad futura al abordar necesidades presentes sin limitar las capacidades de generaciones subsiguientes para satisfacer las suyas. Esta transición hacia un paradigma global sostenible resulta crucial para preservar tanto el planeta como las sociedades humanas.

2.2.3.7. Objetivos de desarrollo sostenible

Según los ODS (2025), que articulan la eliminación de la pobreza con iniciativas para impulsar el progreso económico y satisfacer las demandas sociales fundamentales, tales como el acceso a la educación, la atención sanitaria, la cobertura de protección social y la generación de oportunidades laborales dignas. Paralelamente, estos objetivos priorizan la mitigación del cambio climático y la salvaguarda de los ecosistemas, promoviendo un equilibrio entre el avance humano y la preservación ambiental.

Con la aplicación de los ODS se busca reducir ciertos objetivos en las empresas productoras y exportadoras creando más oportunidades de trabajo en la localidad,

teniendo un consumo responsable hacia los productos agrícolas de la provincia del Carchi, generando que la equidad de género se apoye y la practique en torno a su campo laboral.

2.2.3.10. Sostenibilidad

Según Merizalde et al., (2024, pp.753) la globalización ha adquirido una complejidad sin igual, los problemas ambientales, las dificultades geopolíticas y las catástrofes sanitarias como la epidemia de COVID-19 han complicado más que nunca la globalización, lo que ha suscitado dudas sobre la viabilidad del modelo. Además, los debates sobre la gobernanza mundial, la justicia social y la equidad han cobrado mayor importancia en el discurso actual sobre la globalización.

La globalización se ve impulsada por la innovación tecnológica y de la cadena de suministro que ha tenido cambios en la demanda del mercado, este ha sido un motor fundamental para la competitividad y la eficiencia en el entorno empresarial global. Para poder incorporar la sostenibilidad y la responsabilidad social empresarial con algunos cambios geopolíticos que ayudarán a futuro a la cadena de suministro sostenible.

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque

El enfoque cualitativo y cuantitativo permitirá una comprensión más amplia y profunda del tema.

3.1.2. Enfoque cualitativo

Para el análisis cualitativo se utilizarán las técnicas de recolección de datos por entrevistas a productores y exportadores de productos agrícolas sostenibles, así mismo se recopilara información para dar respuesta a las preguntas de investigación.

El estudio metodológico incluirá los siguientes pasos:

- Definición de prácticas comerciales de las empresas productoras y exportadoras y su impacto en la sostenibilidad.

- Desarrollo de estrategias de comercialización sostenibles.
- Impacto de estas prácticas comerciales en la sostenibilidad económica, social y medioambiental.
- Desafíos en el comercio sostenibles de las empresas productoras y exportadoras

3.1.3. Enfoque cuantitativo

Este enfoque cuantitativo utilizado en esta investigación se basa en recolección de datos numéricos de TradeMap, ProEcuador y Data Sur para la comprensión.

3.1.2. Tipo de Investigación

3.1.2.1. Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva se caracteriza por la capacidad para describir, caracterizar y comprender en profundidad fenómenos, situaciones o grupos de individuos. Para alcanzar la recolección e interpretación de datos, permite obtener una imagen precisa y detallada del objeto de estudio (Eche,2021, p.50).

Con el fin de realizar un análisis exhaustivo, se utilizó una metodología descriptiva que permitió detallar cada variable de forma individual, examinar las relaciones entre ellas y contextualizar los resultados con los antecedentes y el estudio de campo.

3.1.2.2. Investigación Explicativa

Esta investigación explicativa se centrará en identificar y analizar las causas y relaciones subyacentes para "establecer relaciones de causa y efecto que permiten hacer generalizaciones a realidades similares." (Ortega, 2024)

Se aplicó este tipo de investigación para explicar y dar a conocer qué prácticas comerciales se están aplicando y cómo opera el impacto en la sostenibilidad durante su producción y comercialización de los productos.

3.1.2.3. Investigación de campo

El conjunto de actividades realizadas in situ en el lugar objeto de estudio se conoce como investigación de campo. Con este método, el investigador puede comprender mejor el tema y manejar los datos con mayor precisión y seguridad. De

esta manera, se adapta a varios diseños metodológicos, incluidos los exploratorios, descriptivos, experimentales y predictivos (Collado, 2014).

La investigación obtenida mediante las entrevistas reflejara datos reales y exactos sobre el tema de estudio, se hizo uso la observación de campo referente a las prácticas comerciales de las empresas productoras y exportadoras de la provincia de Carchi, así como sus efectos en la sostenibilidad, constituyen la variable independiente de este estudio. Es importante destacar que se evaluará el grado de alineamiento de estas prácticas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible en relación con las empresas agroexportadoras.

3.2. IDEA A DEFENDER

Las prácticas comerciales sostenibles incrementan la competitividad y las exportaciones de las empresas agroexportables del Carchi.

Variable Independiente

- Prácticas comerciales en las empresas productoras y exportadoras

Variable dependiente

- Impacto en la sostenibilidad

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla 2. Variable Independiente

Definición	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumento	Técnica	Informantes
<p>Prácticas Comerciales Stiglitz (2021) argumenta que son actividades que realiza una empresa para vender un producto o servicio al mercado internacional incluyendo marketing, distribución y cliente. De esta forma fomentan el crecimiento económico y la competitividad para las empresas, sino</p>	Comercialización	Producto	<p>¿Cuál es la oferta exportable?</p> <p>¿Qué estrategias implementan la empresa en relación con las prácticas comerciales?</p> <p>¿Qué tipo de apoyo gubernamental está disponible para fomentar la implementación de prácticas comerciales en las empresas exportadoras?</p>	Entrevista	Cuestionario	MAGAP Empresas exportadoras de la provincia del Carchi
	Mercados internacionales	Acuerdos comerciales	<p>¿Cuáles son los aranceles de ingreso del producto al país?</p> <p>¿A cuántos mercados internacionales llega el producto exportado?</p> <p>¿Cuáles son las normas de calidad para el ingreso del producto?</p> <p>¿Qué acuerdos facilitan el comercio en mercados internacionales?</p>	Entrevista	Cuestionario	
		Gestión de exportación	<p>¿Cuáles son los procedimientos para gestionar la exportación de los productos?</p>	Entrevista	Cuestionario	Empresas exportadoras de la provincia del Carchi
	Operaciones Comerciales	Estrategias de exportación	<p>¿Cuáles son las estrategias para la exportación de productos?</p>	Entrevista	Cuestionario	Empresas exportadoras de la provincia del Carchi

Definición	Dimensión	Indicadores	Ítems	Instrumento	Técnica	Informantes
que también abre nuevas oportunidades en mercados globales	Competitividad	Innovación	¿Cuáles son las mejores prácticas para desarrollar productos competitivos en distintos mercados objetivo? ¿La industria cuenta con la infraestructura necesaria para fomentar la innovación?	Entrevista	Cuestionario	Empresas exportadoras de la provincia del Carchi

Tabla 3. Variable Dependiente

Variable dependiente	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumento	Informantes
Impacto en la sostenibilidad La capacidad de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas se conoce como sostenibilidad. Esta idea combina tres aspectos interrelacionados: el progreso social, la expansión económica y la	Economía circular	Económico	¿De qué manera las empresas pueden contribuir a la economía local a través de la implementación de iniciativas sostenibles? ¿Cuál fue la iniciativa para empezar a exportar sus productos frutícolas y florícolas?	Entrevista	Cuestionario	Proecuator MAGAF
		Social	¿De qué manera asegura el bienestar social de los trabajadores en la empresa?	Entrevista	Cuestionario	Proecuator MAGAF
	AGENDA 2030	Político	¿Qué oportunidades se han identificado gracias a las políticas propuestas por las organizaciones de comercio exterior? ¿Cómo se puede impulsar las actividades para la conservación de los recursos naturales?	Entrevista	Cuestionario	Empresas exportadoras y productoras
			¿Cómo los productos de granadilla y rosas están implementando los ODS en sus empresas? ¿Cuáles son las ventajas y desventajas al aplicar los ODS en las empresas?			Proecuator

Variable dependiente	Dimensión	Indicadores	Ítems	Técnica	Instrumento	Informantes
preservación del medio ambiente. Con el fin de garantizar un desarrollo equitativo a largo plazo, la sostenibilidad tiene como objetivo lograr un equilibrio que proteja los recursos naturales, fomente un crecimiento económico responsable y garantice el bienestar social. Borja et al., (2020, 186)	Marketing Verde	ODS	¿Qué costos implica el cumplimiento del marketing verde para las empresas? ¿Qué innovaciones tecnológicas sostenibles ha adoptado su empresa?	Entrevista	Cuestionario	MAGAP Empresas exportadoras de la provincia del Carchi
		Innovación sostenible	¿Cómo las empresas pueden reducir la huella ambiental y contribuir a la reducción de emisiones para los sectores florícolas y frutícolas?			Empresas exportadoras de la provincia del Carchi
		Ambiental		Entrevista	Cuestionario	

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. Métodos

En este estudio se utilizarán datos recopilados de fuentes primarias y secundarias para obtener información pertinente sobre las variables objeto de investigación. Se realizaron entrevistas a productores, exportadores y organismos gubernamentales provinciales con el fin de recopilar datos primarios y obtener información precisa y directa sobre el tema de investigación. Esta recopilación de datos ofrece una base sólida y completa para el análisis académico.

3.4.1.1. Método deductivo e inductivo

Este método deductivo es "El razonamiento deductivo e inductivo es de gran utilidad para la investigación. La deducción permite establecer un vínculo de unión entre teoría y observación y permite deducir a partir de la teoría los fenómenos objeto de observación." (Laurus, 2006) El método deductivo fue utilizado con el fin de establecer qué prácticas comerciales se están implementando a nivel mundial han revolucionado las prácticas comerciales tradicionales, obtenido datos que reflejen un cambio y dinámica de nuevas innovaciones en el área empresarial.

Según Narváez (2025) menciona que "El método inductivo es un proceso de razonamiento que se basa en la observación y la experimentación para llegar a una conclusión general a partir de casos específicos". Se utilizó el siguiente método en el trabajo de investigación, con el fin de observar hechos particulares sobre la oferta exportable de productos sostenibles en la provincia del Carchi, donde se analizaron los índices de exportaciones de productos de buenas prácticas sostenibles ecuatorianos hacia el mercado internacional.

3.4.1.2. Entrevista

De acuerdo con la investigación, se adoptó como instrumento para recabar información la entrevista. "La entrevista es una técnica de gran utilidad en la investigación cualitativa para recabar datos; se define como una conversación que se propone un fin determinado distinto al simple hecho de conversar" (SciELO México, 2013). La entrevista se considera más efectiva que el cuestionario, ya que

permite obtener información más detallada y profunda. Además, brinda la oportunidad de resolver dudas en el momento, lo cual garantiza que las respuestas sean más relevantes y precisas. Esta técnica resulta especialmente beneficiosa en investigaciones descriptivas.

3.4.2. Técnica

3.4.2.1. El coeficiente de concordancia de W. Kendall

Para la sustentación de los datos cualitativos se obtuvieron por medio de instrumentos de entrevistas, se utilizó la calificación de indicadores mediante el coeficiente de concordancia de Kendall (W), un método estadístico no paramétrico que permite determinar el grado de acuerdo entre evaluadores o la relación entre variables ordinales. Según lo señalado por Velásquez y D'Armas (2019), este coeficiente varía entre 0 y 1, donde el valor de 1 es un nivel máximo de concordancia y un valor de 0 indica ausencia de un total de acuerdo.

Tabla 4. Coeficiente de Concordancia W. Kendall

VALOR DE W. Kendall	CONCORDANCIA
$W \leq 0.5$	Relación entre expertos no confiable
$W > 0.5$	Hay concordancia entre los criterios de los expertos.
$W=1$	Se alcanza una concordancia total entre expertos.
$W=0$	No hay ningún grado de concordancia entre los criterios de los expertos.

3.4.2.2. Indicadores de producción

Las florícolas son un eje importante para el crecimiento económico, especialmente destacándose en el cultivo de rosas como un producto emblemático de exportación, y posicionando al Carchi como una zona estratégica dentro del mercado florícola nacional e internacional.

En el cultivo de las rosas se realiza un análisis de los indicadores como el rendimiento por hectárea, tallos exportables, el coste de producción que permite identificar los cuellos de botella, optimizando recursos y mejorando la calidad del producto, estos indicadores también ayudan a cumplir con normativas ambientales y sociales, así como a las exigencias del comercio justo y los mercados internacionales.

$$\text{Rendimiento} = \frac{\text{Total de tallos cosechados (unidades)}}{\text{Área cultivada (ha)}}$$

3.4.2.2. Análisis estadístico por el método W. Kendal

El trabajo de investigación analiza y describe la información estadística recolectada a partir de fuentes primarias, con expertos en el tema de estudio, y de plataformas web como Trade map, Banco Central Ecuador, Agrocalidad, Cobus y ProEcuador. Esto permite diagnosticar las prácticas comerciales y el impacto sostenible describiendo cuáles son los desafíos y oportunidades al comprender qué tipo de prácticas comerciales adoptan estas empresas para la comercialización internacional de productos florícolas y frutícolas considerando su papel como pilar en la dinamización de la economía, el ámbito social y el medioambiente.

Se consideraron algunos indicadores de las variables tanto independientes como prácticas comerciales y variable dependiente impactos en la sostenibilidad, con el fin de evaluar el nivel del impacto que genera la sostenibilidad.

Tabla 5. Empresas Frutícolas

No.	Criterios/preguntas	E1 Empresa frutícola	E2 Empresa frutícola
		LA BONITA	GRAN FRUTA COMPER
1	Exportación de productos	5	5
2	Estrategias de buenas prácticas comerciales	5	5
3	Certificaciones de calidad	5	5
4	Objetivos ODS (1ro, 6to, 8vo, 12va)	5	5
5	Económica circular	5	4
6	Innovación	5	4

Tabla 6. Empresas Florícolas

No.	Criterios/preguntas	E3 Empresa florícola	E4 Empresa florícola
		GREEN SOUL	LEON ROSES
1	Exportación de productos	5	5
2	Estrategias de buenas prácticas comerciales	5	5
3	Certificaciones de calidad	5	5
4	Objetivos ODS (1ro, 6to, 8vo, 12va)	5	4
5	Protección y confiabilidad	5	5
6	Facilitación de información	5	5

Tabla 7. Empresa Pro ecuador

No.	Criterios/preguntas	E3 Empresa Proecuador
1	Exportación de productos	5
2	Estrategias de buenas prácticas comerciales	5
3	Certificaciones de calidad	5
4	Objetivos ODS (1ro, 6to, 8vo, 12va)	5
5	Protección y confiabilidad	5
6	Facilitación de información	5

Con la elaboración de la tabla de evaluación se procede a indicar la fórmula que va a representar la valoración aleatoria $\omega = 0$, para ello se da a conocer que **M**: número de expertos, **K**: número de preguntas.

$$T = \frac{M(K+1)}{2}$$

$$T = \frac{4(6+1)}{2}$$

$$T = 14$$

Mediante la fórmula aplicada arrojó el promedio del número de rango como resultado $T=14$ donde más adelante se lo reemplazará para la calificación de criterios establecidos en la siguiente tabla de cálculo (D) diferenciación de cuadrados para llegar al resultado de W. Kendall.

Tabla 8. Calculo D

No.	Criterios/preguntas	E1 Empresa frutícola La Bonita	E2 Empresa frutícola Gran Fruta Comper	E3 Empresa Florícola Green Soul	E4 Empresa Florícola León Roses	Suma de rangos (ΣR)	$D=(\Sigma R)-$ 19.5	D^2
1	Exportación de productos	5	5	5	5	20	0,5	0,25
2	Estrategias de buenas prácticas comerciales	5	5	5	5	20	0,5	0,25
3	Certificaciones de calidad	5	5	5	5	20	0,5	0,25
4	Objetivos ODS (1ro, 6to, 8vo, 12va)	5	5	5	4	19	-0,5	0,25
5	Protección y confiabilidad	5	4	5	5	19	-0,5	0,25
6	Facilitación de información	5	4	5	5	19	-0,5	0,25
TOTAL						117		1,5

Se aplica la siguiente fórmula para conocer el valor de D.

$$R = \frac{117}{6} = 19.5$$

Calculo W. Kendall

$$W = \frac{12(\sum D^2)}{M^2 (K^2 - K)}$$

$$W = \frac{12(1.5^2)}{4^2 (6^2 - 6)}$$

$$W = \frac{27}{16 (36 - 6)}$$

$$W = \frac{27}{480}$$

$$W = 0.06$$

El resultado de W. Kendall es de 0,06, lo que nos indica que hay un nivel bajo de concordancia entre los expertos entrevistados.

Indicador de rendimiento por hectáreas

Para analizar el rendimiento por hectárea, de tallos exportados, se aplica la siguiente fórmula total de tallos cosechados dividido para la superficie en hectáreas como resultado se obtiene el rendimiento por hectárea, permitiendo optimizar recursos y mejorar la calidad del producto, estos indicadores también ayudan a cumplir con normativas ambientales y sociales, así como a las exigencias del comercio justo y los mercados internacionales.

Rendimiento por hectárea anualmente

Cantidad de flores cosechadas por hectárea al año.

Rendimiento por hectárea tallos/año

LEON ROSES

$$\text{Rendimiento} = \frac{\text{Total de tallos cosechados (unidades)}}{\text{Área cultivada (ha)}}$$

$$\text{Rendimiento} = \frac{4380000}{4}$$

Rendimiento = 1.095.000 tallos por hectarea

GREEN SOUL

La producción de las rosas se maneja por tallos, el total de tallos por mes es de 700 mil tallos y al año 8.400.00 tallos para la exportación

$$\text{Rendimiento} = \frac{\text{Total de tallos cosechados (unidades)}}{\text{Área cultivada (ha)}}$$

$$\text{Rendimiento} = \frac{8.400.000 \text{ Tallos}}{12 \text{ ha}}$$

Rendimiento = 700.000 tallos por hectarea

Tabla 9. Dimensiones de la caja

DIMENSIONES DE LA CAJA	
	<p>CAJA DE CARTÓN Número de caja: 1 Volumen de la caja:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 40.5 cm de largo • 30.5 cm de ancho • 8.5 cm de alto <p>R: 40.5 cm x 30.5 cm x 8.5 cm R: 10.499,62 cm³</p>
	<p>CAJA DE PLASTICA Número de caja: 1 Volumen de la caja:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 37 cm de largo • 28 cm de ancho • 8.5 cm de alto <p>R: 37 cm x 28 cm x 8.5 cm R: 8.806 cm³</p>

Número máximo de granadillas: Es de acuerdo al peso y tamaño van de 14 hasta 20 granadillas por caja

Rendimiento por hectárea (kg/ha)

GRANADILLA LA BONITA

$$\text{Rendimiento} = \frac{5000 \text{ kg}}{4 \text{ ha}}$$

$$\text{Rendimiento} = 1250 \text{ kg/ha}$$

$$\text{Rendimiento} = 750 \text{ kg/ ha}$$

GRANADILLA GRAN FRUTA COMPER

Producción por hectárea= 15 toneladas a kg

$$\text{Rendimiento} = \frac{15000 \text{ kg}}{3 \text{ ha}}$$

$$\text{Rendimiento} = 5000$$

$$\text{Rendimiento} = 5000 \text{ kg/ha}$$

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

4.1.1. Clasificación arancelaria

Mediante el estudio de mercado internacional más óptimo para comercializar los productos granadilla y rosas, se determina la partida arancelaria de cada producto.

Tabla 10. Partida arancelaria de rosas

NANDINA	Código	Descripción mercancías
Sección	II	Productos del reino vegetal
Capítulo	06	Plantas vivas y productos de la floricultura
Partida S.A.	0603	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos, frescos, secos, blanqueados, teñidos, impregnados o preparados de otra forma.
Subpartida S.A.	0603.11	Rosas

Fuente: Comex (2025).

A continuación, se presenta la codificación arancelaria para la exportación de rosas, información clave para analizar los volúmenes y las tendencias de consumo

de nicho de mercado por parte de Ecuador en el periodo del año 2020 al 2024. Conocer este dato resulta fundamental, ya que permite evaluar el posicionamiento y el reconocimiento que el país ha alcanzado en los mercados internacionales del sector florícola.

Tabla 11. Exportaciones de rosas en el Ecuador 2020 – 2024

	2020	2021	2022	2023	2024
Países Bajos	4.274.364,00	5.785.179,00	4.761.409,00	4.963.627,00	5.342.777,00
Colombia	1.410.712,00	1.727.241,00	2.052.280,00	2.080.160,00	2.347.665,00
Ecuador	827.142,00	927.276,00	1.017.762,00	987.064,00	1.015.954,00
Kenya	572.195,00	725.543,00	628.574,00	667.533,00	722.930,00
Etiopía	190.206,00	254.528,00	229.495,00	231.113,00	289.072,00
China	125.833,00	144.506,00	162.118,00	152.912,00	179.013,00
Italia	97.822,00	151.505,00	135.917,00	145.852,00	148.665,00
Canadá	58.497,00	82.031,00	89.870,00	109.298,00	113.841,00
Nigeria	5.245,00	17.341,00	36.805,00	146.101,00	91.780,00
España	66.505,00	69.569,00	63.049,00	63.962,00	81.664,00

Fuente: Trade map(2025).

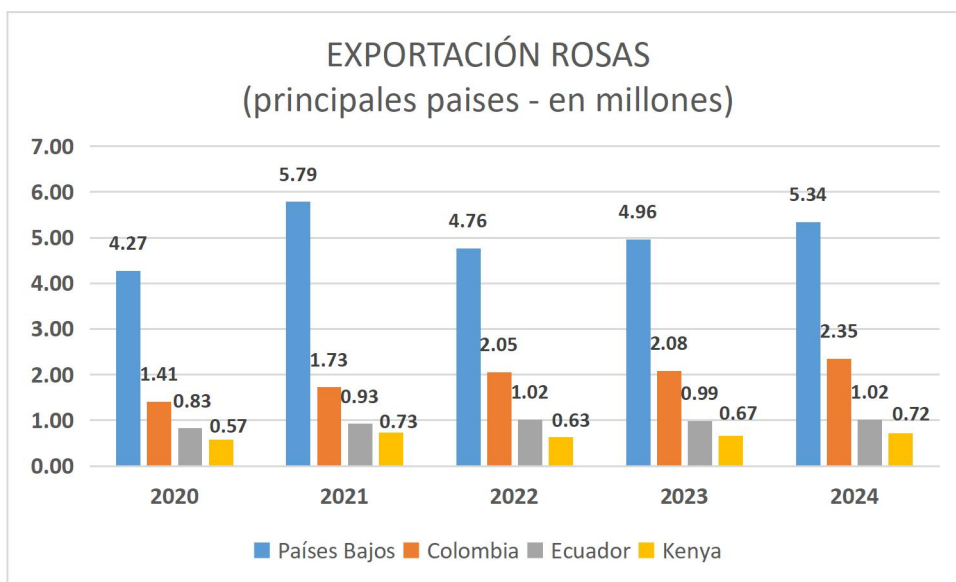


Ilustración 3. Exportación de rosas

En la gráfica se presentan las exportaciones de rosas en Ecuador entre 2020 y 2024, tomados en cuenta cuatro países, Ecuador, Colombia, Países Bajos y Kenya donde como un mayor exportador de rosas tenemos Países Bajos donde se muestra un

crecimiento de USD 4.274.364 en 2020 llegando hasta un crecimiento de USD 5.342.777 en 2024, lo que nos refleja como un país líder en un mercado global en las exportaciones de las rosas. En segundo lugar, tenemos a Colombia con un crecimiento significativo de USD 2.347.665 en 2024, que se posiciona como competidor directo de Ecuador en 2022 alcanzó un USD 1.071.764; sin embargo, con una disminución en 2023 de USD 987064 para 2024 se recuperó con un USD 101.595.4. Esta recuperación tendría como factores del clima y la logística. Por último, tenemos a Kenya que muestra un crecimiento estable entre los USD 572.195.000 en 2020 y USD 722.930.000 en 2024 que estaría consolidándose como el país más importante en África, mientras los demás países mencionados como Etiopía, China e Italia registran un crecimiento moderado en las exportaciones de las rosas.

Tabla 12. Importaciones rosas entre el 2020 – 2024

	2020	2021	2022	2023	2024
Mundo	8.204.007	10.241.449	9.834.394	9.952.357	10.504.611
Estados Unidos de América	1.535.291	2.162.344	2.464.317	2.578.511	2.702.589
Alemania	1.195.497	1.557.451	1.328.397	1.286.529	1.260.090
Países Bajos	1.038.341	1.280.700	1.073.517	1.137.998	1.218.367
Reino Unido	791.643	845.020	876.533	762.339	811.778
Rusia	271.242	493.386	366.291	330.029	380.203
Francia	341.135	468.987	402.233	384.867	378.925
Japón	324.657	344.692	329.853	321.259	312.295
Italia	176.221	217.310	183.984	261.597	260.429
Polonia	151.574	186.726	217.758	211.154	249.449
Suiza	163.392	223.494	200.110	204.578	211.272

Fuente: TradeMap (2025).

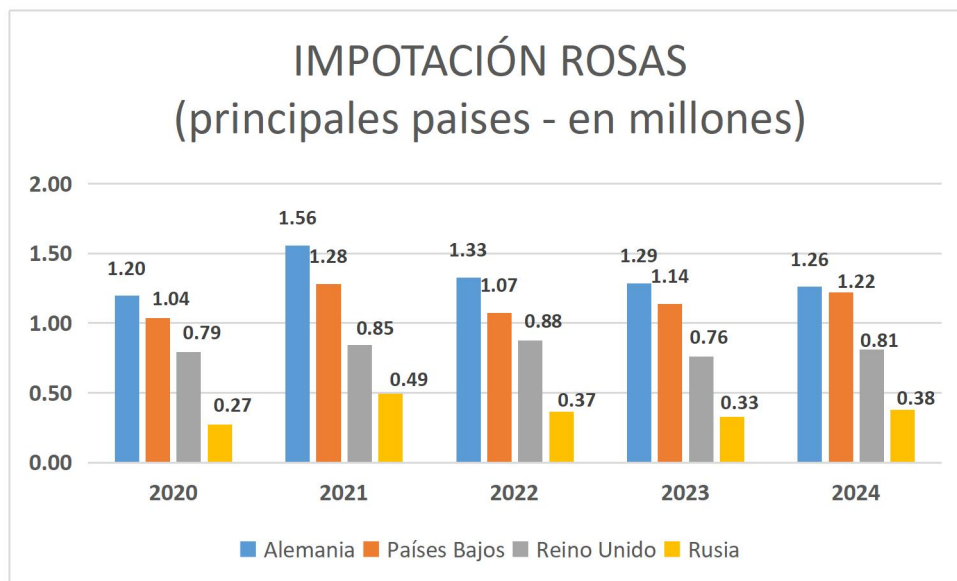


Ilustración 4. Importaciones rosas

En el siguiente gráfico se analiza las importaciones de las rosas en cuatro países principales, mostrando a Alemania como el principal importador de rosas donde alcanza USD 1.557.45 y en 2024 con USD 1.260.090, lo que nos refleja una demanda constante. Países Bajos tradicionalmente conocido como uno de los países con logística en el comercio floral presenta unas variaciones en 2020 USD 1.038.341 ha USD 1.218.367 en 2024 mientras que Reino Unido de USD muestra una decreciente, de USD 791.643 en 2020 donde se ha estado en constante crecimiento que para 2024 llegó a un USD 811.778, esto pudo darse por posibles factores económicos, por otro lado Rusia ha sido el país que tiene valores más bajos del grupo, con una ligera recuperación al final del periodo, de USD 0,27 en 2020 a USD 0,38 en 2024, lo que podría asociarse con restricciones comerciales o cambios en la demanda interna.

Tabla 13. Empresas exportadoras de rosas

Top 10 empresas exportadoras	Valor FOB	Participación
GREEN SOUL	13.813.782,00	35%
ALMEIDA IGLESIAS HENRY MARCELO	862.390,89	2%
BAUTISTA MALDONADO MARTHA CECILIA	862.390,89	2%
HERRERA ROSAS ROBERT	4.345.120	11%
CABASCANGO CHASIGUANO WILMER GUSTAVO	6.221.870	16%
CACHIGUANGO MALDONADO ROSA MARIA	3.709.700	9%
CAMPO ROMERO ROSA MATILDE	2.460.184	6%
CAMARGO VARGAS DANIEL EDUARDO	1.306.600	3%
CALDERON TERREROS LUCILA	5.215.401	13%

Fuente: Cobus group (2025).

Mediante la presente tabla de exportaciones del producto de rosas de la provincia, la empresa GREEN SOUL nos indica que lidera con un 35% de valor FOB total, seguida por CABASCANGO CHACIGUANO WILMER GUSTAVO con un 16%, estas empresas son las que más representa la exportaciones a nivel internacional y aportan significativamente un crecimiento económico vinculándose con el ODS 1 “Fin de la pobreza”, donde estas empresas generan el empleo a las personas aledañas de la zona que se encuentran alrededor de estas plantaciones florícolas, tomando en cuenta las otras florícolas que no tiene una alta participación en exportaciones pero de igual manera aportan al crecimiento económico al generar empleo y erradicar tanto la pobreza y reducir el hambre 0 de estos sectores.

4.1.2. Ficha técnica de la agricultura de las rosas

Tabla 14. Ficha técnica de las rosas

Indicador	Descripción
Nombre común	Rosa
Nombre científico	Rosa spp. (Rosa x hybrida)
Origen	Provincia del Carchi, Ecuador
Ubicación geográfica	Montúfar, Mira, Bolívar – Altitud: 2.800–3.100 msnm
Condiciones climáticas	Clima templado frío andino, 10–18 °C, 60–80% humedad, 12 h de luz solar
Tipo de suelo	Franco andino, bien drenado, pH 5.8–6.5, con alta materia orgánica
Varietades comunes	Freedom, Explorer, Mundial, Véndela, Circus, Pink Floyd, entre otras
Ciclo de producción	Cosecha inicial a los 6–8 meses; producción anual continua
Vida útil de la planta	4–5 años
Destinos de exportación	EE. UU., Rusia, Países Bajos, Canadá, Emiratos Árabes Unidos
Procesamiento postcosecha	Hidratación, selección, empaque y transporte en cadena de frío
Certificaciones	Flo Ecuador, Rainforest Alliance, GLOBALG.A.P., BASC
Impacto económico	Generación de empleo rural y femenino, dinamización del comercio exterior
Sostenibilidad	El uso del agua correcto, responsabilidad social y economía circular.

Fuente: Green Soul (2025).

4.1.3. Proceso productivo de la rosa




Ilustración 5. Cadena productiva de los productores florícolas

Fuente: CEPAL (2025)

En el siguiente gráfico se representa el ciclo de producción de las rosas, indicando los procesos clave desde el cultivo hasta la distribución final. Este proceso inicia con el cultivo y el riego floral, seguido por la cosecha y la postcosecha donde se va identificando el estado de la rosa como, la textura, el color, y que tenga buena calidad para la exportación. Posteriormente, las rosas seleccionadas pasan por un proceso de inspección de calidad para el bonche que consiste en envolver y agrupar las rosas para mantener su frescura y protegerlas, para prepararlas para el transporte hasta la consolidación-flor para el transporte aéreo, y seguir con la documentación respectiva para que salga la mercadería del país de origen al país destino. El proceso logístico evidencia la importancia del seguimiento del producto y la inspección de calidad en cada fase para conseguir un producto terminado inocuo apto para el consumo humano y competitivo en el mercado, indicado por la CEPAL.

4.1.4. Descripción del proceso de producción florícola

Tabla 15. Descripción de la producción de las Rosas

Elemento	Descripción del proceso de producción florícola
Cultivo	Para el cultivo de las rosas se necesita un suelo profundo y fértil, este debe estar rico en materia orgánica que permita la penetración de agua y nutrientes.
Riego	El rosal requiere de riegos profundos pero espaciados, es más conveniente regar menos veces, pero debe ser de forma muy abundante donde el agua se dirija a las raíces y tratando de no mojar las hojas para prevenir la aparición de hongos.
Poda	Se realiza dos veces una antes de la primavera de que la planta empiece a brotar y otra cuando haya terminado las heladas, consiste en cortar el rosal, cortar las ramas muertas, débiles y enfermas.
Cosecha	La cosecha empieza a primera hora de la mañana después de que se haya secado el rocío y antes de que salga el sol intenso, ya que en ese momento las rosas se encuentran bien hidratadas y esto les ayuda a prolongar su vida útil en florero.
Selección	Se escogen por la calidad de tallo largo, rígido y fuerte que pueda soportar el peso de la flor, ya que esto también influye en el precio. El tamaño del botón en lo que algunos se abren de forma más lenta que otros, de igual manera se selecciona por el color, el color más demandado es el rojo para las fechas de San Valentín.
Inspección de calidad	Se revisan parámetros físicos (tamaño de los tallos, tamaño de los botones, color)
Empacado	
Distribución	Inspección de calidad del producto y en el traslado a los países de destino.

Fuente: Agrocalidad (2025).

4.1.5. Clasificación arancelaria de la Granadilla

Tabla 16. Subpartida arancelaria granadilla

NANDINA	Código	Descripción mercancías
Sección	II	Productos del reino vegetal.
Capítulo	08	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agríos.
Partida S.A.	0810	Las demás frutas u otros frutos, frescos.
Subpartida S.A.	0810.90	Granadilla.

Fuente: Comex (2025).

La tabla indica la codificación arancelaria en la que se debe clasificar el producto granadilla, con la cual podemos analizar las exportaciones que Ecuador ha realizado en los últimos años. Este es uno de los datos más importantes, porque permite conocer el reconocimiento que tiene el país por ingresar a un nicho de mercado.

Tabla 17. Exportación de granadilla en el Ecuador entre 2020 – 2024

	2020	2021	2022	2023	2024
Estados Unidos de América	47.078	72.668	95.353	142.297	169.127
España	1.231	2.306	3.460	8.186	22.072
Hong Kong	23.811	12.032	8.064	12.520	11.939
Países Bajos	2.948	1.846	2.285	3.584	6.556
Canadá	4.582	2.129	4.382	4.632	5.773
Francia	2.630	1.518	2.104	2.961	4.628
Singapur	4.742	3.948	2.866	2.255	2.673
China	15	-	-	646	2.536
Perú	-	-	173	4.038	2.298
Reino Unido	63	205	460	1.206	1.793

Fuente: Trade map (2025).

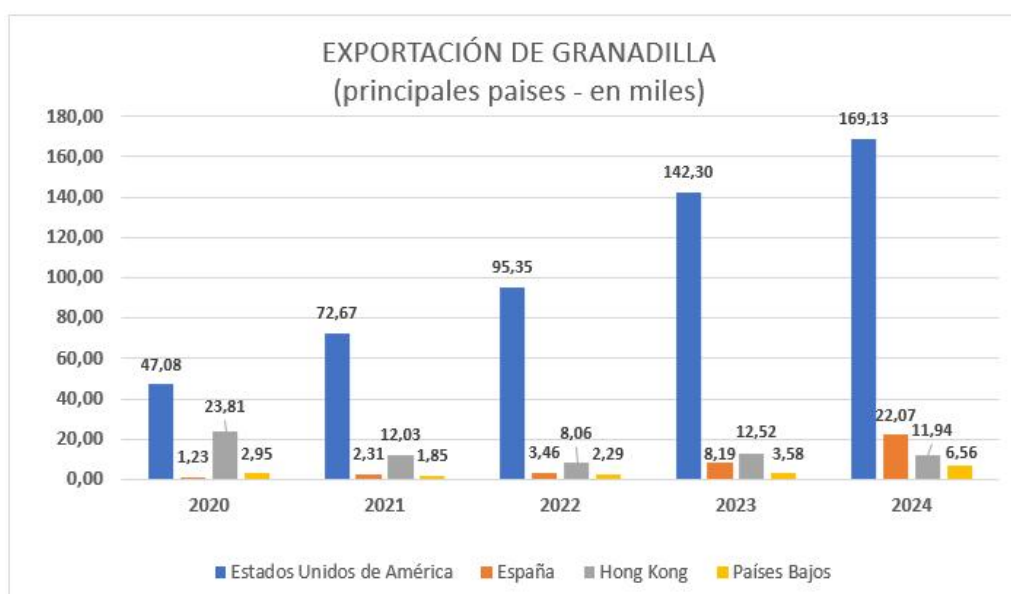


Ilustración 6. Exportación de granadilla

La exportación de granadilla entre los principales países muestra un notable crecimiento hacia Estados Unidos entre 2020 y 2024, pasando de USD 47,08 a USD 169,13, posicionándose claramente como el principal destino y representando una expansión sostenida del mercado. España registra un aumento importante en 2024, logrando cifras superiores a los años previos, mientras que Hong Kong y Países Bajos mantienen volúmenes bajos y relativamente estables con ligeros repuntes. El predominio estadounidense evidencia la creciente demanda internacional de granadilla ecuatoriana y recalca la importancia de diversificar clientes, dado el crecimiento incipiente en mercados europeos y asiáticos.

Tabla 18. Importación de Granadilla en el Ecuador entre 2020 – 2024

	2020	2021	2022	2023	2024
China	1.177.193	1.438.107	1.268.562	877.032	998.534
Estados Unidos de América	243.936	275.113	306.313	350.567	376.238
Países Bajos	243.896	302.194	281.366	238.714	243.526
Alemania	145.321	150.186	149.718	178.470	198.156
Viet Nam	40.708	22.781	29.305	23.678	134.874
Francia	95.031	120.528	110.888	124.511	127.682
Indonesia	72.560	120.719	141.994	110.375	126.623
Hong Kong, China	187.981	297.119	146.862	125.829	124.984
Rusia, Federación de	142.694	140.143	118.617	133.447	122.185
Canadá	69.460	81.339	87.568	93.542	109.880

Fuente: TradeMap (2025).

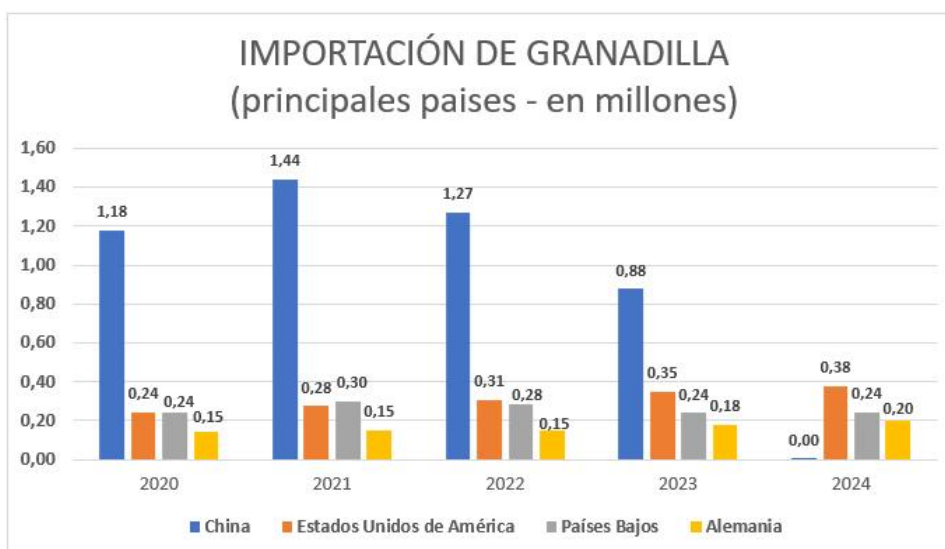


Ilustración 7. Importaciones de granadilla

La gráfica evidencia que China ha sido el mayor importador de granadilla entre 2020 y 2024, con un descenso progresivo en sus compras, desde USD 1,18 en 2020 hasta desaparecer en 2024. Estados Unidos muestra cierta estabilidad con cifras que oscilan entre USD 0,24 y USD 0,38, y un ligero crecimiento en los últimos años, mientras Países Bajos mantiene importaciones constantes, pero en volúmenes bajos. Alemania se destaca por mantener niveles modestos y estables de importación, sin variaciones significativas. El cambio más relevante es la reducción de la participación china y el aumento relativo de Estados Unidos como destino, lo que sugiere una posible reconfiguración de los mercados internacionales para la granadilla.

Tabla 19. Empresas exportadoras de granadilla

Top 10 empresas exportadoras	Valor FOB	Participación
GRAY OKSANA LEIGH	36.940.000	28,93%
VERA ROJAS JUAN AGUSTIN	30.566.056	23,94%
INDUSTRIAS EXPORTADORAS LA MANA INEXLAM C.A.	12.130.000	9,50%
GRANHAYA COMPANY S.A.S.	7.325.500	5,74%
LATINOAMERICAN PERISHABLES DEL ECUADOR S.A.	5.991.510	4,69%
GREEN FRUITSCOM CIA. LTDA.	4.349.897	3,41%
PANTOJA AYALA DIEGO LIMBER	3.460.184	2,71%
FRUTAVENTURA CIA.LTDA.	3.306.600	2,59%
PROCESADORA ECUATORIANA DE FRUTA FRESCA Y CONGELAD	2.845.571	2,23%
ECUADOR DIVINE ECUADIVINE S.A.S.	2.766.700	2,17%

Fuente: Cobus group (2025).

Además, la mayoría de los empleos rurales son creados por una población considerable de pequeños agricultores cuya principal fuente de ingresos es la agricultura y la ganadería. 774 agricultores de esta provincia 452 hombres y 322 mujeres trabajan en unas 1800 hectáreas repartidas entre Imbabura y Carchi. Están divididos en 11 grupos de base y son miembros de la Federación de Fruticultores del Norte (FEDEFRUNOR). Su desarrollo está influenciado por una serie de factores, entre los que se incluyen la oferta y la demanda, la capacidad organizativa, la

infraestructura productiva (carreteras, centros de recolección, sistemas de riego) y el apoyo institucional.

Garantizar que el 25 % de los usuarios obtengan la certificación en Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) es una tarea importante y difícil. Para garantizar la seguridad alimentaria, proteger los recursos naturales y promover el bienestar de los agricultores, es necesario mejorar la gestión de varios componentes agrícolas. Además de la asistencia técnica del proyecto, en este proceso participan universidades y organizaciones como AGROCALIDAD. La iniciativa también ofrece incentivos por las contribuciones y herramientas que facilitan la obtención de estos certificados.

4.1.6. Cadena productiva de los productores frutícolas



Ilustración 8. La Cadena productiva de granadilla


Fuente: CEPAL (2025).

La imagen muestra la cadena productiva de la granadilla, destacando las etapas clave desde el cultivo hasta la distribución final. El proceso inicia con el cultivo y el riego de la fruta, seguido por la cosecha y una cuidadosa selección de los frutos. Posteriormente, los frutos seleccionados pasan por un proceso de lavado, inspección de calidad y empaque, asegurando que solo los productos que cumplen con los estándares lleguen a la etapa de distribución. Para garantizar que el producto final sea apto para el consumo y pueda competir con éxito en el mercado, la trazabilidad y el control de calidad son esenciales en todas las etapas del proceso de producción, tal y como ilustra la secuencia descrita. Además de garantizar la seguridad y la confianza de los consumidores y cumplir con las normas reglamentarias que refuerzan la posición competitiva de la empresa tanto a nivel

nacional como internacional, este estricto control permite detectar y rectificar posibles defectos.

4.1.7 Descripción del proceso de producción frutícola

Tabla 20. Características de las etapas de producción de la Granadilla

Descripción de proceso productivo frutícola	
Cultivo	Se realiza un análisis tomando una muestra del suelo, se inicia con la selección de semillas, se realizan podas para favorecer el desarrollo y la producción de fruto.
Riego	El riego debe ser regular, evitando el encharcamiento. Se recomienda mantener el suelo húmedo.
Cosecha	La cosecha se efectúa cuando el fruto alcanza su madurez, identificada por el color y la consistencia de la cáscara.
Selección	Se escogen los frutos sanos, descartando aquellos con daños. Esta etapa es clave para asegurar la calidad del producto final.
Lavado	Los frutos seleccionados se lavan con abundante agua y pueden desinfectarse usando una solución de hipoclorito de sodio, eliminando tierra, residuos y microorganismos.
Inspección de calidad	Se revisan parámetros físicos (peso, tamaño, color)
Empacado	
Distribución	El producto terminado se sigue la logística y el control para el traslado e inspección del producto que llegue en excelentes condiciones.

Fuente: CEPAL (2025).

4.1.8. Proceso de exportación

La página oficial del (SENAE) establece que antes de la exportación se deben seguir los siguientes procedimientos:



Ilustración 9. Los pasos a seguir para exportar - SENA E

Fuente: SENA E (2025).

La imagen presenta un esquema claro y secuencial de los pasos previos necesarios para realizar una exportación en Ecuador, según el Servicio Nacional de Aduana. El proceso inicia con la obtención del certificado digital para firmar electrónicamente documentos, seguido de la instalación del software Ecuapass, que permite el acceso al sistema informático aduanero. Luego, se debe proceder con el registro del exportador en el sistema, requisito indispensable para formalizar cualquier operación de exportación. Además, es fundamental conocer las restricciones específicas de los productos a exportar para evitar inconvenientes legales o aduaneros. Finalmente, se realiza el trámite de despacho de exportación, cerrando así el proceso administrativo necesario para que la mercancía pueda salir legalmente del país. Este flujo de pasos refleja la importancia de la digitalización y el cumplimiento normativo en el comercio exterior ecuatoriano.

4.1.9. Análisis de factores internos

4.1.9.1. Factores económicos de Ecuador

El valor monetario total de todos los bienes y servicios terminados producidos en un país durante un período de tiempo determinado, a menudo un año, se conoce como producto interior bruto o PIB. Este indicador macroeconómico es esencial para evaluar la riqueza y el potencial productivo de un país (Sevilla, 2025). En la siguiente tabla se analizarán los indicadores económicos: el PIB, PIB per cápita, tasa de inflación, durante los últimos cinco años, el Banco Central del Ecuador y el

Instituto Nacional de Estadística y Censos han proporcionado datos sobre la tasa de desempleo y la población.

Tabla 21. Indicadores económicos en millones de USD

Indicadores	2020	2021	2022	2023	2024
PIB (millones \$)	95.865	107.179	116.133	121.147	124.676
PIB Per cápita (millones \$)	5.470	6.085	6.556	6.738	6.934
Tasa de inflación (%)	-0.3%	0.1%	3.5%	2.2%	5.20%
Tasa de desempleo	6.1%	4.6%	3.8%	3.5%	3.1%
Población	17.546.065	17.682.454	17.823.897	17.980.083	18.135.478

Fuente: Banco Central del Ecuador, INEC (2025).

Según la tabla 26, de factores económicos del Ecuador periodo 2020-2024 disponible en el Banco Central del Ecuador, INEC (2025), el primer punto PIB experimentó una caída significativa en 2020, pasando de USD 107.596 de dólares en 2020 a USD 95.665, lo que ilustra el impacto de la pandemia de COVID-19; Sin embargo, se ha observado una recuperación gradual a partir de 2021, alcanzando USD 121.147 en 2023. El PIB per cápita sigue una tendencia similar, disminuyendo en 2020 y recuperándose progresivamente hasta llegar a USD 6.738 en 2023. Entre 2020 y 2021, la inflación se mantuvo baja y constante, para luego aumentar en 2022 hasta el 3,5 % antes de moderarse hasta el 2,2 % en 2023.

En el año 2020 aumentó un 6,1% del desempleo como consecuencia del aumento la pobreza y la desigualdad socioeconómica, pero fue disminuyendo en los años siguientes, situándose en 3,5% en 2023, incluso por debajo del nivel de 2020. La población del país muestra un crecimiento sostenido, pasando de USD 17.340.021 en 2021 a USD 17.980.083 en 2023. En conjunto, los datos reflejan una economía que, tras una fuerte contracción por la pandemia, logró recuperarse en términos de producción, ingreso per cápita y empleo, aunque enfrentó presiones inflacionarias en 2022 antes de estabilizarse nuevamente.

4.1.9.2. Balanza Comercial del Ecuador

Tabla 22. Balanza Comercial del Ecuador periodo 2020-2024 (millones)

USD FOB	2020	2021	2022	2023	2024
Exportaciones	20.334,40	26.699,20	32.658,30	31.126,50	34.421,00
Importaciones	16.950,00	23.831,00	30.334,00	29.132,00	27.743,00
Balanza comercial	3.384,00	2.868,00	2.325,00	1.995,00	6.678,00

Fuente: Banco Central del Ecuador (2025).

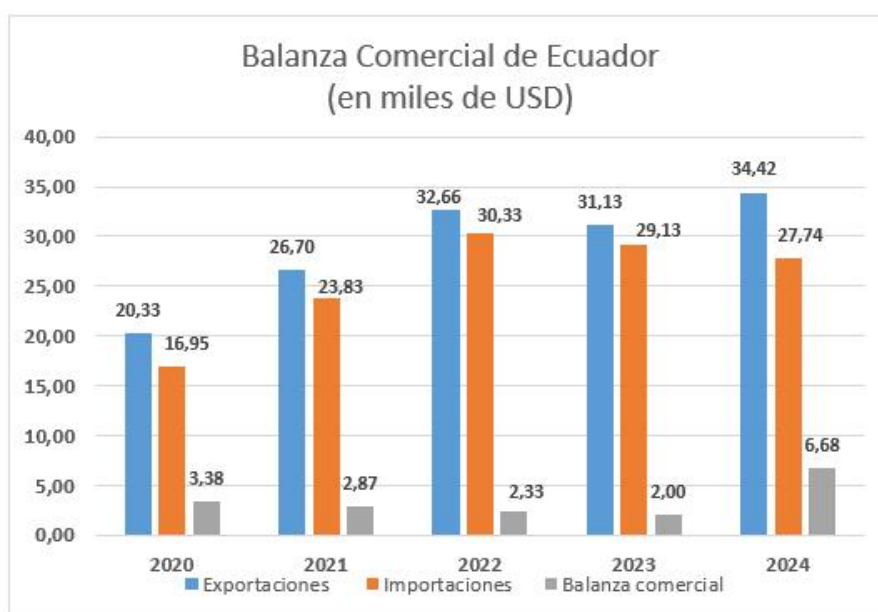


Ilustración 10. Balanza Comercial de los años 2020-2024

La gráfica muestra la balanza comercial de Ecuador de 2020 a 2024 en miles de USD, reflejando la evolución de exportaciones, importaciones y el saldo comercial en ese período. Se observa un crecimiento sostenido de las exportaciones desde 2020 (20,36) hasta alcanzar niveles cercanos a los 32-31 en los años posteriores. Las importaciones también aumentaron, y en 2022 superaron las exportaciones, generando un saldo negativo (-0,39), lo que indica un déficit comercial. Sin embargo, en 2023 y especialmente en 2024 se recupera el saldo positivo, alcanzando USD 3,38 en 2024 gracias a una desaceleración en las importaciones frente a exportaciones estables. Esto evidencia una mejora reciente en la balanza comercial, mostrando la importancia de mantener el control sobre las importaciones para fortalecer el balance externo del país.

4.1.9.3. Empleo agropecuario del Ecuador

Tabla 23. Empleo Agropecuario del Ecuador

Año	Mes	Total, Empleo (número de personas)	Empleo Agropecuario (número de personas)	Participación Empleo Agropecuario/Total
2024	Enero	8.212.170	2.670.763	32,5%
	Febrero	7.991.736	2.553.267	31,9%
	Marzo	8.208.260	2.625.748	32,0%
	Abril	8.316.846	2.606.149	31,3%
	Mayo	8.128.910	2.402.112	29,6%
	Junio	8.407.861	2.618.720	31,1%
	Julio	8.359.158	2.617.459	31,3%
	Agosto	8.263.468	2.497.105	30,2%
	Septiembre	8.408.857	2.585.651	30,7%
	Octubre	8.123.455	2.594.373	31,9%
	Noviembre	8.301.733	2.506.961	30,2%
	Diciembre	8.339.905	2.651.441	31,8%

Fuente: INEC (2025).

La Agricultura Familiar Campesina (AFC) aparte de dar de empleo a toda la familia, es eficiente en la generación de riqueza de cada cantón. Las familias agricultoras campesinas representan el 80% de las unidades de producción agropecuaria (UPAs), ocupando apenas el 19% de la tierra agrícola, lo que indica una gran inequidad en administración de la región productiva. Aguacate, granadilla, guanábana, mango y rosas son cultivos esenciales para el sustento y la sobrevivencia de los pequeños y medianos fruticultores y floricultores de estos sectores.

4.1.9.5. Listado de las 10 empresas exportadoras del Ecuador

Las principales empresas exportadoras con presencia en los mercados extranjeros se incluyen en la siguiente tabla junto con su volumen de producción de exportación durante los últimos cinco años, expresado en millones de dólares. Estos datos permiten examinar el desarrollo y la importancia económica de estas empresas en el comercio internacional local.

Tabla 24. Top 10 de Empresas exportadoras del Ecuador

EXPORTADOR	2020	2021	2022	2023	2024	TOTAL, FOB	Participación %
OLYA FARMS S.A.	338.409.250	2.412.343.858	782.810.866	158.696.318	67.252.500	3.759.512.792	57,98%
EXPORTADORA DE FLORES EXPOFLOR CIA. LTDA.	230.537.500	428.638.500	717.229.507	347.149.357	166.603.466	1.890.158.330	29,15%
PROVEFRUT S.A.	59.271	158.093.910	162.646.595	182.805.511	250.376.323	753.922.339	11,63%
NOVA ALIMENTOS ALIMENNOVASA S.A.	57.595	10.310.468	10.476.103	19.545.901	14.095.994	54.428.466	0,84%
F.L.P. LATINOAMERICAN PERISHABLES	1.344.506	106.523	879.848	937.832	937.832	1.044.355	0,02%
VERA ROJAS JUAN AGUSTIN	7.800.000	20.880	5.125.192	7.088.000	300.000	7.408.880	0,11%
NA TU RA S.A.	564.540	133.699	1.494.441	2.336.253	6.327.045	10.157.739	0,16%
MIRAFRUIT S CIA LTDA	1.600	127.488	414.694	244.161	216.174	589.423	0,01%
PRODUCTOS ELABORADOS BOLIVAR S.A.	15.000	27.014	–	–	–	42.014	0,00%
AGROAPOYO S.A.	9.170	5.755	19.348	1.003	–	29.521	0,00%
PROQUINO S.A.S.	2.178.677	1.771.902	1.088.000	956.000	324.600	2.178.677	0,03%
INAGRO F. A. S. C. C.	2.194.681	1.932.392	1.507.028	2.074.322	1.340.130	4.921.480	0,08%

Fuente: Cobus group (2025).

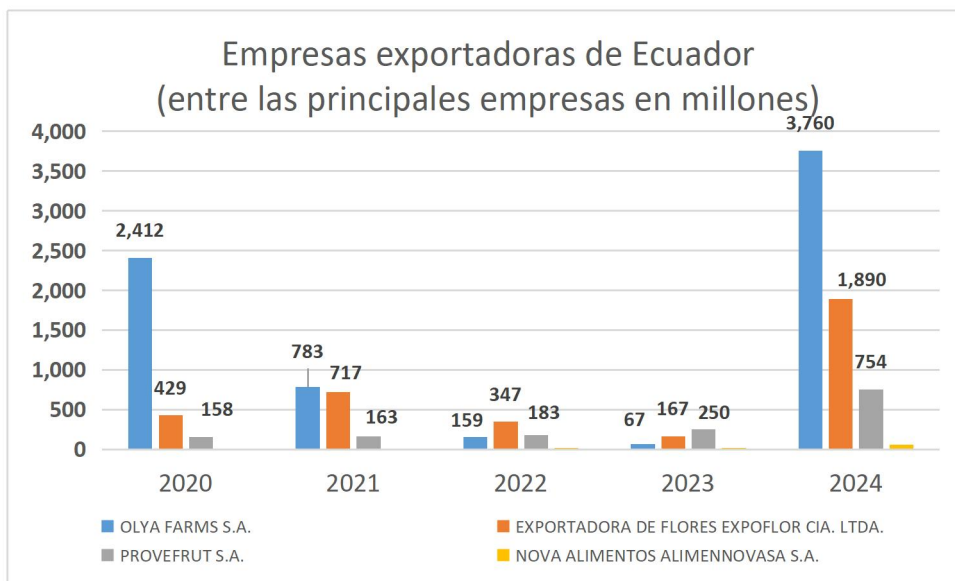


Ilustración 11. Empresas exportadoras de Ecuador

La gráfica de barras nos refleja las principales empresas en valor FOB, de las empresas exportadoras de Ecuador entre 2020 a 2024. Se observa un crecimiento en el valor total de las exportaciones FOB en el periodo, destacando los años 2020 con un valor cercano a USD 2.412 de la empresa Olya Farms S.A. y en 2023 con el valor más alto registrado de aproximadamente USD 3.760, seguido por la empresa Expo flor CIA. LTDA con un valor de USD 1.890, la gráfica indica la observación de 4 principales exportadores de productos agropecuarios en los años 2020-2024 y resalta que Olva Farms S.A. contribuye con el 57.98% de los valores, siendo una participación dominante, seguida por Exportadora de Flores S.A., lo que subraya la fuerte concentración de las exportaciones FOB en unas pocas empresas líderes en el sector florícola.

4.1.9.4. Población de la provincia del Carchi

Tabla 25. Número de habitantes

Cantón	Población
Bolívar	15.677
Espejo	14.522
Mira	12.727
Montúfar	29.590
Huaca	7.937
Tulcán	92.375
TOTAL	172.828

Fuente: INEC (2025).

A la provincia del Carchi se le relaciona con el frío, aunque mucha gente desconoce que la provincia tiene un territorio subtropical, que se puede cultivar granadilla de excelente calidad, lo mismo sucede con las rosas. Cabe aclarar que en el caso de la granadilla sobre la oferta y la demanda se va a observar el impacto que genera al sector económico, social y ambiental de la provincia del Carchi.

4.1.9.5. Empresas productoras y exportadoras de la provincia del Carchi.

Tabla 26. Número de empresas agroexportadoras de la provincia del Carchi.

Nº	CANTÓN	EMPRESAS	PRODUCTO
1	ESPEJO	ALTA SIERRA ROSES ECUADOR "ASR-EC" CIA. LTDA.	ROSAS FRESCAS CORTADAS
2	ESPEJO	AREVALO TANICUCHI JONATHAN JAVIER	ROSAS FRESCAS CORTADAS
3	TULCÁN	BENALCAZAR ROSAS MARCO VINICIO	ROSAS FRESCAS CORTADAS
4	MIRA	BENAVIDES QUIMBIAMBA XIMENA ALEXANDRA	ROSAS FRESCAS CORTADAS
5	BOLIVAR	CHALACA VALENCIA CRISTIAN RAMIRO	ROSAS FRESCAS CORTADAS
6	ESPEJO	CHUGA CHALACAN ANA BELEN	ROSAS FRESCAS CORTADAS
7	ESPEJO	EQUAGARDENVALLEJO CIA.LTDA.	ROSAS FRESCAS CORTADAS
8	ESPEJO	FLORES HERRERA MARCO RENAN	ROSAS FRESCAS CORTADAS
9	BOLIVAR	FLORICOLA TIERRA VERDE TIERRVERD CIA. LTDA.	ROSAS FRESCAS CORTADAS
10	BOLIVAR	FUERTES BONILLA EDWIN ROLANDO	ROSAS FRESCAS CORTADAS
11	ESPEJO	MORA CUASQUER JENNIFER PAOLA	ROSAS FRESCAS CORTADAS
12	ESPEJO	MORA TRUJILLO CESAR GILBERTO	ROSAS FRESCAS CORTADAS
13	ESPEJO	POZO TARUPI ANTHONY LEONARDO	ROSAS FRESCAS CORTADAS
14	BOLIVAR	LEÓN ROSES CARCHI	ROSAS FRESCAS CORTADAS
15	LOS ANDES	GREEN SOUL FLOR ETERNA CIA. LTDA.	ROSAS FRESCAS CORTADAS
16	BOLIVAR	GRANADILLA MONTE OLIVO S.A.S.	LAS DEMÁS FRUTAS U OTROS FRUTOS, FRESCOS, PITAHAYAS, GRANADILLA, PASTA DE CACAO SIN DESGRASAR, MANGOS FRESCOS O SECOS, LULO Y MARACUYA
17	TULCÁN	JARAMILLO SALAZAR JOSE JHON	LOS DEMÁS DESPERDICIOS Y DESECHOS DE METAL PRECIOSO
18	BOLIVAR	HERRERA POZO CARLOS BOLIVAR	LOS DEMÁS DESPERDICIOS Y DESECHOS DE METAL PRECIOSO
19	MIRA	MIRAFRUIITS CIA LTDA	DÁTILES, HIGOS, PIÑAS (ANANÁS), - AGUACATES (PALTAS)
20	TULCÁN	LA BONITA FRUIT EXPORT. S.A.	GRANADILLA
21	MIRA	UYAMAFARMS S.A.	LOS DEMÁS ACEITES Y GRASAS VEGETALES
22	TULCÁN	MODEL CIA.LTDA	QUESO AZUL
23	MONTUFAR	ALPINA CIA.LTDA	PRODUCTOS LACTEOS Y ALIMENTOS PROCESADOS

Fuente: Proecuador (2024).

En la provincia de Carchi, en Ecuador, existen 23 empresas dedicadas a la producción y exportación agrícola. Sin embargo, solo cuatro de ellas cumplen con estrictas normas de sostenibilidad, lo que se muestra con el certificado Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) emitido y validado por la Agencia de Regulación y Control Fitosanitario y Animal (Agrocalidad). Entre estos figuran La Bonita, en la parroquia de Julio Andrade, ubicada en el cantón de Tulcán; Gran Fruta Comper; León Roses, localizada en el cantón de Mira; y Green Soul, situada en la parroquia de Los Andes, que pertenece al cantón Bolívar.

La certificación BPA establece criterios rigurosos para la calidad, la seguridad de los alimentos y la sostenibilidad ambiental. Esta promueve mejorar continuamente el uso de insumos químicos y adoptar etiquetas verdes que aseguran productos orgánicos con un impacto ecológico bajo. Las empresas elegidas colaboran de manera activa con organizaciones dedicadas a reciclar cartón, empaques y plásticos de invernadero que se producen en sus procesos productivos, lo que fortalece los fundamentos de la economía circular.

La certificación BPA fomenta la mejora continua de los insumos químicos y el uso de etiquetas ecológicas que aseguran productos orgánicos con un impacto medioambiental mínimo, estableciendo estándares rigurosos en cuanto a calidad, seguridad alimentaria y sostenibilidad ambiental. Las empresas escogidas cooperan de manera activa con organismos dedicados a reciclar plásticos de invernadero, cartón y envases producidos en sus procesos de manufactura, lo cual consolida los principios de la economía circular.

Las cuatro empresas evaluadas realizan procesos de producción y exportación sostenibles, con una superficie total de 1.200 hectáreas reservadas para el cultivo de rosas en el sector de la floricultura. Green Soul realiza envíos constantes de flores frescas en cajas, lo cual contribuye al récord nacional de exportaciones florales por valor de USD 800 millones en 2025. Los principales destinos son Rusia, Estados Unidos y los Países Bajos, lo que muestra una rentabilidad superior a la media del sector del 20%. Conjuntamente, Gran Fruta Comper y La Bonita están al frente de la comercialización del maracuyá, un cultivo no convencional que tuvo un valor de

exportación de USD 7 millones en 2025, lo que equivale a cerca de 2.000 toneladas anuales. Esto incluye lotes iniciales de 100 toneladas por empresa y envíos recientes a Europa de 9.000 kg, respaldados por protocolos fitosanitarios avanzados. El sector de las flores crea 4.500 empleos directos en la zona, a la vez que el sector frutal ofrece ingresos estables para familias campesinas en 1.200 hectáreas, lo que consolida a Carchi como un modelo en exportaciones agrícolas responsables.

4.1.10. Factores socioeconómicos

4.1.10.1. El producto interior bruto (PIB)

El precio anual de productos terminados de una nación se mide por su producto interior bruto, o PIB. La suma del total de bienes producidos en una nación mediante un año definitivo es otra definición del PIB (Datos Macro, 2025).

Tabla 27. Indicador de Producto Interno Bruto por Países en USD

País	2020	2021	2022	2023	2024
Estados Unidos	21.354.100	23.681.200	26.006.900	27.720.700	29.184.900
Países Bajos	932.561	1.054.472	1.046.541	1.154.361	1.214.928
Alemania	3.889.143	4.259.297	4.163.596	4.525.704	4.685.593

Fuente: Banco Mundial (2025).

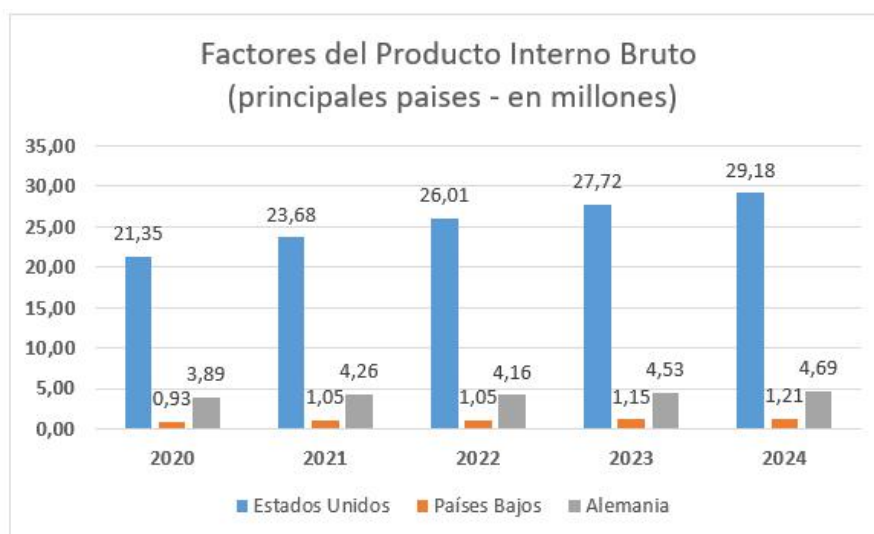


Ilustración 12. Factores del Producto Interno Bruto

El gráfico muestra la fabricación final de los productos de un país a lo largo de doce meses, se utiliza para evaluar la competitividad de los tres países para los años 2020-2024. Su alto porcentaje ofrece una mejor oportunidad de mercado, lo que resulta ventajoso para la investigación. En los últimos cinco años, la economía estadounidense ha crecido de forma dinámica. En un país donde los productos básicos y los servicios están en constante crecimiento, se examinan las fluctuaciones del PIB de Alemania.

Tabla 28. Indicador PIB Per Cápita (millones de USD)

País	2020	2021	2022	2023	2024
Estados Unidos	64.454	71.232	77.801	82.254	85.812
Países Bajos	53.529	60.380	59.541	64.829	68.393
Alemania	47.324	52.301	49.725	53.565	54.990

Fuente: Banco Mundial (2025).

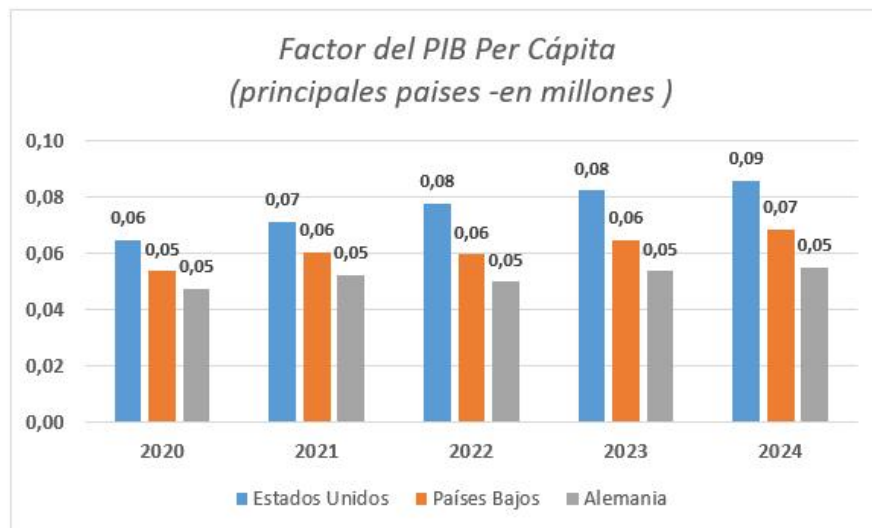


Ilustración 13. Factor del PIB Per Cápita

El factor de análisis PIB Per Cápita de los tres países se centra en el crecimiento de la demanda de bienes y servicios, EE.UU. se mantiene consistentemente el mayor PIB per cápita en todo el periodo, con un crecimiento sostenido que lo lleva de aproximadamente USD 65.000 en 2020 a cerca de USD 85.000 en 2024. Países Bajos también presenta una tendencia al alza, aunque con cifras menores que las de Estados Unidos, pasando de alrededor de USD 55.000 a más de USD 65.000 en el mismo periodo. Alemania, por su parte, muestra el menor PIB per cápita de los tres

países, con un crecimiento más moderado, situándose por debajo de los USD 54.990 en 2024.

Este comportamiento refleja diferencias estructurales en las economías analizadas. El fuerte crecimiento de Estados Unidos puede atribuirse a su dinamismo económico, innovación tecnológica y tamaño de mercado. Países Bajos, aunque más pequeño, mantiene un PIB per cápita elevado gracias a su economía orientada al comercio y a la eficiencia de sus sectores productivos. Alemania, a pesar de ser la mayor economía de Europa, muestra un crecimiento más estable y menos acelerado, posiblemente debido a su enfoque en la industria manufacturera y a factores demográficos. En conjunto, el gráfico evidencia que, aunque todos los países experimentan crecimiento, las brechas entre ellos se mantienen, destacando la posición dominante de Estados Unidos en términos de PIB per cápita.

Tabla 29. Factor de Inflación

País	2020	2021	2022	2023	2024
Estados Unidos	1.2%	4.7%	8%	4.1%	2.9%
Países Bajos	1.3%	2.7%	3.8%	10%	3.3%
Alemania	0.1%	3.1%	6.9%	5.9%	2.3%

Fuente: Banco Mundial (2025).

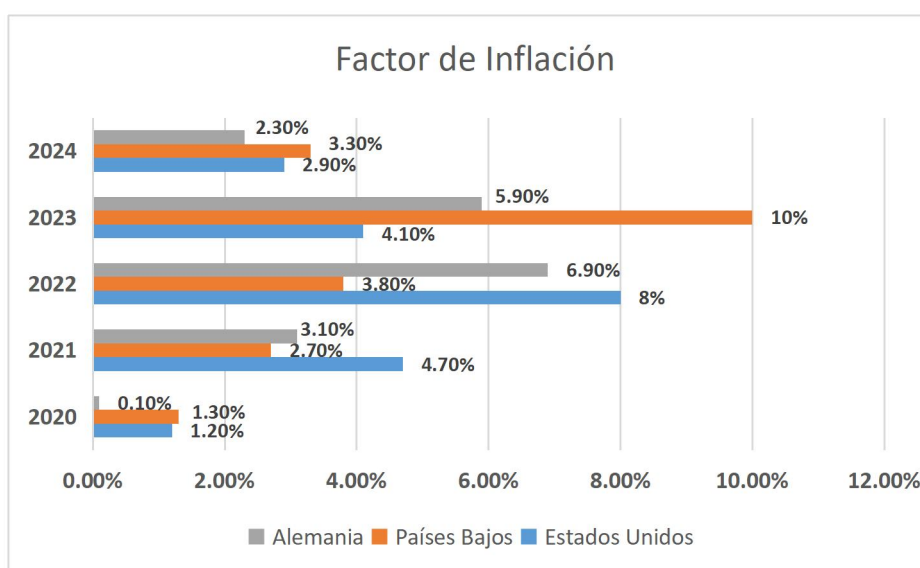


Ilustración 14. Factor de inflación

La gráfica muestra la evolución del factor de inflación en Alemania, Países Bajos y Estados Unidos entre 2020 y 2024, presentando valores clave que afectan directamente la competitividad y los precios en el comercio exterior. En 2022 y 2023, los Países Bajos registraron los picos más altos con un 8% y un 10% respectivamente, lo que incrementa los costos de exportación y reduce la competitividad frente a socios internacionales. Estados Unidos también experimentó altos niveles (8% en 2022 y 4,1% en 2023), impactando los precios de bienes importados y exportados, especialmente productos sensibles a variaciones inflacionarias como alimentos y manufacturas. Alemania, aunque mostró tasas elevadas (6,9% en 2022 y 5,9% en 2023), mantuvo una tendencia ligeramente inferior, favoreciendo cierta estabilidad en sus precios de exportación. Para 2024, se observa una moderación inflacionaria en todos los países (Alemania 2,3%, Países Bajos 3,3%, EE.UU. 2,9%), lo que podría incentivar una reactivación de flujos comerciales internacionales, fortaleciendo la balanza comercial y facilitando acuerdos de exportación más competitivos gracias a menores ajustes de costes en el mercado internacional.

Tabla 30. *Indicador de Tipo de Cambio*

País	Moneda	2020	2021	2022	2023	2024
Estados Unidos	Dólar estadounidense (USD)	1	1	1	1	1
Países Bajos	Euro (€)	0.91	0.90	0.81	0.83	0.84
Alemania	Euro (€)	0.83	0.81	0.79	0.82	0.85

Fuente: Banco Mundial (2025).

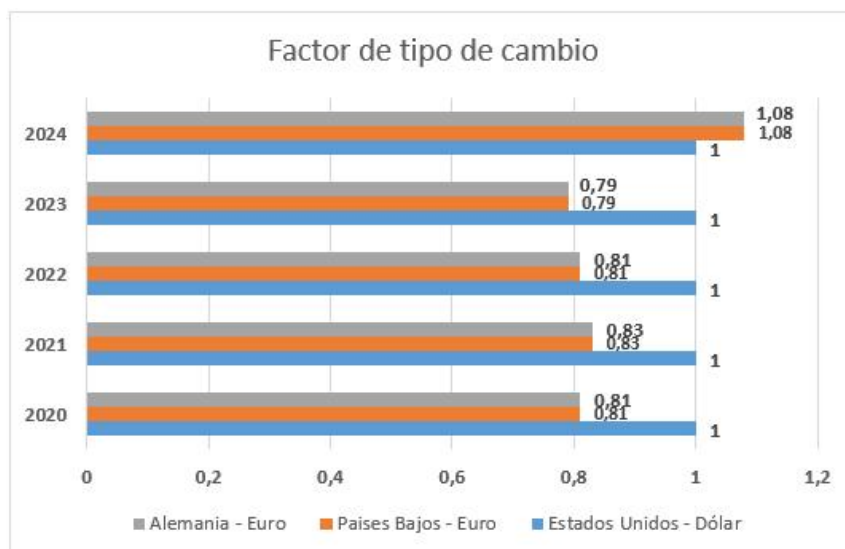


Ilustración 15. Factor de tipo de cambio

La gráfica de factor de tipo de cambio muestra la estabilidad y variaciones de las monedas en Alemania (euro), Países Bajos (euro) y Estados Unidos (dólar) entre 2020 y 2024, fundamental para la competitividad en el comercio exterior. De 2020 a 2023, el euro mantuvo un valor relativamente constante frente al dólar, con valores entre 0,79 y 0,83, lo que refleja un entorno cambiario estable favoreciendo las operaciones de importación y exportación al minimizar riesgos cambiarios y facilitar previsiones financieras. Sin embargo, en 2024, se observa un aumento en el factor de tipo de cambio a 1,08 tanto para Alemania como para los Países Bajos, lo que implica una apreciación del euro frente al dólar. Esto podría encarecer las exportaciones europeas hacia mercados dolarizados, reduciendo su competitividad, y abaratar las importaciones estadounidenses, impactando la balanza comercial de ambos bloques. Estados Unidos mantiene un tipo de cambio constante en 1, lo cual indica estabilidad monetaria, pero con la apreciación del euro, sus productos pueden ganar ventaja competitiva en precio en los mercados europeos. Estas fluctuaciones son claves para determinar si la economía alemana está en una fase de crecimiento o recesión.

Tabla 31. Factor desempleo

País	2020	2021	2022	2023	2024
Estados Unidos	8.1%	5.3%	3.6%	3.6%	3.9%
Países Bajos	3.8%	4.2%	3.5%	3.5%	3.7%
Alemania	3.9%	3.6%	3.1%	3.1%	3.7%

Fuente: Banco Mundial (2025).

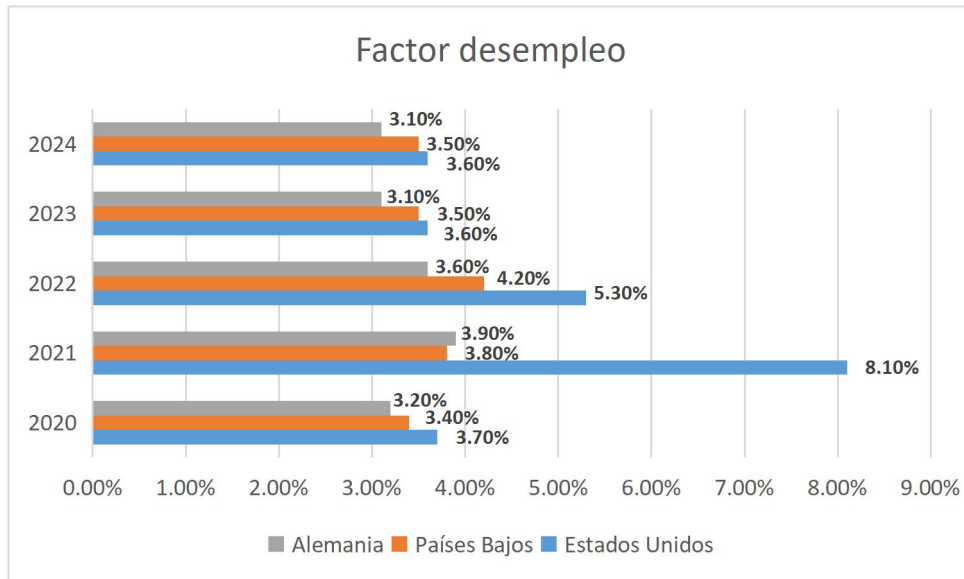


Ilustración 16. Factor desempleo

La gráfica del factor de desempleo muestra una tendencia decreciente en los niveles de desempleo en Alemania, Países Bajos y Estados Unidos entre 2020 y 2024, con valores que reflejan la capacidad económica de estos países para mantener una fuerza laboral empleada, lo cual impacta directamente en el comercio exterior. Estados Unidos presenta los mayores índices de desempleo en 2020 y 2021, con 3,7% y 8,1% respectivamente, lo que podría haber afectado la producción y exportación de bienes, generando restricciones en la oferta para mercados internacionales. Por su parte, Alemania y Países Bajos mantienen tasas relativamente bajas y estables, alrededor de 3% a 4%, lo que favorece la continuidad y estabilidad en sus cadenas productivas y logísticas para exportación. Desde 2022, la disminución del desempleo en Estados Unidos (5,3% en 2022 a 3,6% en 2024) implicaría una mejora en la capacidad productiva y competitividad comercial. Un bajo nivel de desempleo en estos países suele estar asociado a una mayor capacidad de respuesta ante

demandas del comercio internacional, asegurando calidad y cantidad en exportaciones y facilitando importaciones mediante una economía activa y estable. Esto conlleva un impacto positivo en la balanza comercial y relaciones internacionales de comercio.

Tabla 32. Balanza Comercial (Miles de Millones de USD)

País	2020	2021	2022	2023	2024
Estados Unidos	975.906	1.182.561	1.306.594	1.152.972,3	918.400
Países Bajos	77.729	78.920	67.279	92.516	106.671
Alemania	209.212	212.469	93.251	225.817	260.680

Fuente: Banco Mundial (2025).

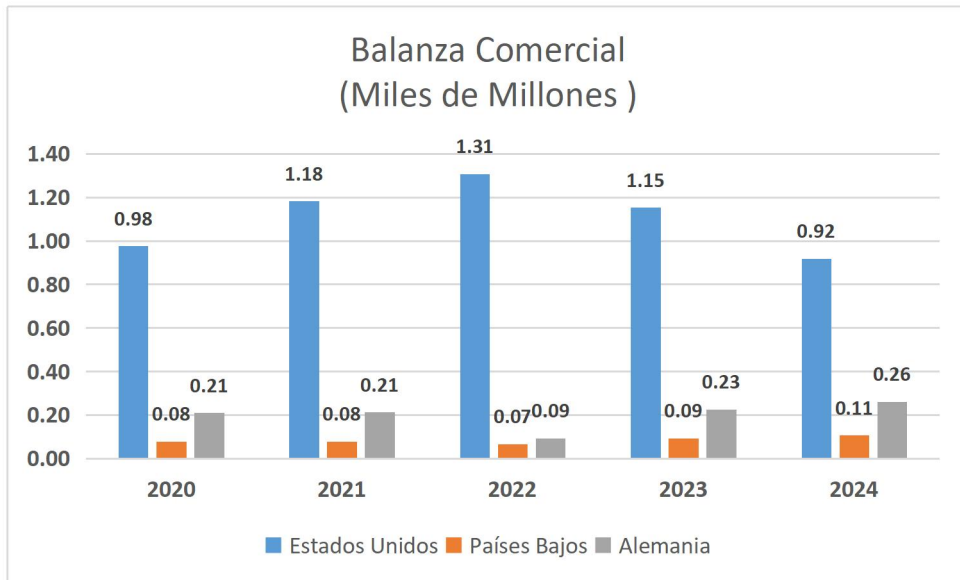


Ilustración 17. Balanza Comercial

El gráfico de barras muestra la Balanza Comercial en miles de millones USD para EE.UU., los Países Bajos y Alemania en cinco períodos diferentes. Una característica destacada de este gráfico es el déficit comercial constante y sustancial que experimentó Estados Unidos en los cinco períodos. La balanza comercial estadounidense, representada por las barras azules, es siempre negativa, con un rango de aproximadamente menos de USD 600.000 a casi un USD 1.000.000. Este déficit persistente indica que Estados Unidos importa de forma consistente una cantidad significativamente mayor de bienes y servicios que los que exporta durante estos períodos.

Cabe recalcar que, tanto los Países Bajos como Alemania presentan balanzas comerciales positivas de forma consistente a lo largo de los cinco años. Los Países Bajos muestran un superávit moderado, que generalmente oscila entre USD 50 000 y USD 150 000. Alemania muestra un superávit comercial aún mayor, que se mantiene consistentemente por encima de los USD 150.000.000 y, a menudo, supera los USD 200 000.000. Este superávit comercial constante para ambos países europeos sugiere una economía fuertemente orientada a la exportación o una dependencia relativamente menor de las importaciones en comparación con Estados Unidos, lo que pone de relieve una diferencia fundamental en sus respectivas posiciones.

4.1.10.2. Riesgo País

“Es un concepto utilizado en finanzas y economía para describir la probabilidad de que un país no cumpla con sus obligaciones financieras o experimente una crisis económica que afecte negativamente a sus inversores y prestamistas.” (Banco Central del Ecuador, 2025)

Tabla 33. Riesgo País países de estudio

	ESTADOS UNIDOS	PAISES BAJOS	ALEMANIA
			
Situación política	Estable	Estable	Muy estable
Riesgo comercial	Medio	Medio	Bajo
Economía Interna	Regular	Favorable	regular
Estado	Estable	Estable	Estable
Evolución	Regular	Favorable	Regular
Economía Externa	Estable	Estable	Regular

Fuente: CESCE (2025).

El análisis comparativo de riesgo país entre EE.UU., Países Bajos y Alemania muestra todos presentan una situación política estable, aunque Alemania destaca por ser "muy estable". En cuanto al riesgo comercial, tanto Estados Unidos como Países Bajos tienen un nivel medio, mientras que Alemania presenta un riesgo bajo, lo que

la hace más atractiva para inversiones. La economía interna es favorable en Países Bajos, regular en Estados Unidos y Alemania, con una evolución estable en los tres países. Respecto a la economía externa, Países Bajos se posiciona como favorable, Estados Unidos como desfavorable y Alemania como regular, reflejando diferentes grados de apertura y competitividad internacional. En síntesis, Alemania resalta por su estabilidad política y bajo riesgo comercial, mientras que Países Bajos sobresale en economía interna y externa, y Estados Unidos muestra ciertos desafíos en el entorno externo y una economía interna menos favorable en comparación con los otros dos países

4.1.10.3. Indicador de competitividad global

Con sede en Ginebra, Suiza, el Foro Económico Mundial (FEM) es una organización sin ánimo de lucro. Destacados responsables políticos, empresas internacionales se reúnen cada año en la Asamblea de Davos para abordar los temas globales más importantes, especialmente los relacionados con la economía, la salud y el medio ambiente (Castillo & Aldaz, 2021).

Tabla 34. Índice de competitividad

	EE.UU.		Países bajos		Alemania	
	Ranking	Índice	Ranking	Índice	Ranking	Índice
2020	10°	92.24	3°	83.66	6°	80.54
2021	4°	89.25	6°	80.14	5°	79.21
2022	5°	87.68	5°	81.79	2°	85.36
2023	3°	8.40	2°	87.99	3°	79.58
2024	6	8.90	3°	81.95	4°	83.25

Fuente: Datos Macro (2025).

Con base en la tabla proporcionada, que presenta la competitividad entre países de EE.UU., Países Bajos y Alemania de 2020 a 2024, se pueden observar varias tendencias. Estados Unidos generalmente muestra una competitividad sólida, fluctuando en su clasificación, pero a menudo manteniendo un valor alto. Cabe destacar que su índice experimentó un aumento significativo en 2020, pero luego una fuerte caída en 2023. Países Bajos demuestra constantemente una alta competitividad, ubicándose a menudo entre los países líderes, con un índice generalmente estable o mostrando ligeras mejoras a lo largo de los años. La

competitividad de Alemania, si bien respetable, parece ser más volátil; logró una clasificación muy alta en 2022, pero sus valores de índice generalmente tienden a la baja en comparación con las otras dos naciones, especialmente en 2023. En general, los datos sugieren que, si bien los tres países son competitivos, su desempeño y estabilidad en las clasificaciones varían, con Países Bajos exhibiendo el desempeño más alto más consistente, y Alemania mostrando una tendencia más heterogénea.

4.1.11. Factores Demográficos

4.1.11.1. Población

“Los datos demográficos son información sobre grupos de personas según ciertos atributos como la edad, el sexo, el lugar de residencia, y pueden incluir factores socioeconómicos como la ocupación, la situación familiar o los ingresos.” (Ortega, 2025).

Tabla 35. Factores Demográficos

	Estados Unidos	Países bajos	Alemania
Capital	Washington D. C	Ámsterdam	Berlín
Superficie	9.831.510 Km2	41.500 Km2	357.020,70 km2
Moneda	Dólar Estadounidense	Euro	Euro
Religión	Cristianismo	Católicos	Cristianismo
Población	340.100.00	17.300.300	84.548.231
Idioma	Inglés	Neerlandés	Alemán
Bandera			

Fuente: Datos Macro (2025).

La tabla presenta los factores demográficos clave de Estados Unidos, Países Bajos y Alemania. Estados Unidos destaca significativamente en términos de superficie y población, siendo mucho más grande que ambas naciones europeas. Los tres países tienen capitales e idiomas oficiales distintos: Washington D. C. e inglés para EE. UU., Ámsterdam y neerlandés para Países Bajos, y Berlín y alemán para Alemania. Si bien Estados Unidos utiliza el dólar, tanto Países Bajos como Alemania comparten

el euro como moneda. En cuanto a la religión, el cristianismo es predominante en EE. UU. y Alemania, mientras que el catolicismo se especifica en Países Bajos. Las banderas de cada país también están representadas visualmente, lo que completa una breve descripción demográfica.

4.1.11.2. Distribución por edad

Los indicadores que aquí se ofrecen ilustran la estructura de la población por edad y sexo, así como su evolución y ubicación dentro del territorio nacional. Los datos se refieren a las personas que viven en el país, ya sean ciudadanos o inmigrantes. (INEGI, 2020)

Tabla 36. Distribución por edad

Edad	EE.UU.	Países bajos	Alemania
0-14 años	18.24%	16.28%	12.83%
15-24 años	13.12%	15.31%	10%
25-54 años	39.29%	39.18%	40%
55-64 años	12.94%	14.72%	14.96%
65 a más años	17.43%	20.16%	20%

Fuente: Datos Macro, Índice Mundo (2025).

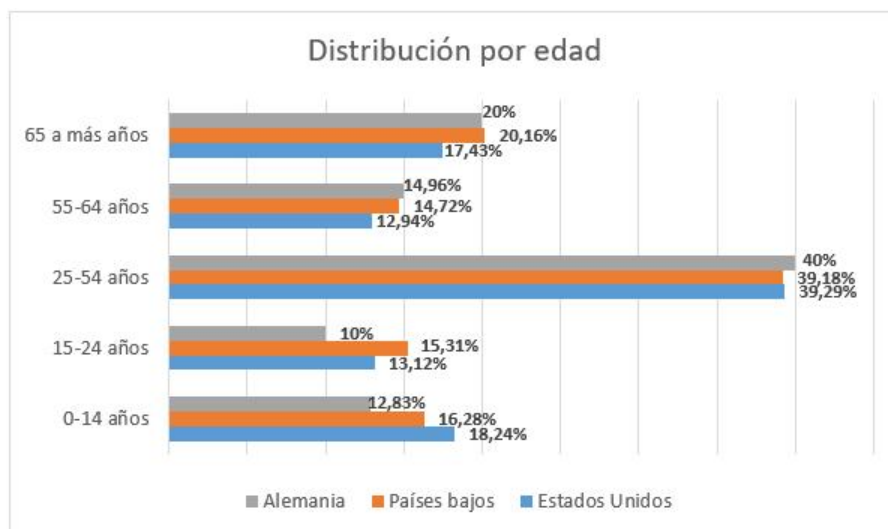


Ilustración 18. Distribución por edad

Fuente: Elaboración Propia

El gráfico de barras que ilustra la distribución por edad en Alemania, los Países Bajos y los Estados Unidos revela patrones demográficos distintos. Los tres países muestran su segmento de población más grande dentro del grupo de edad de 25 a 54 años, lo que indica una importante población en edad laboral. Sin embargo, Alemania tiene la proporción más alta en esta categoría, seguida de cerca por los Estados Unidos y luego los Países Bajos. En el grupo de mayor edad (65 años o más), Alemania también muestra un porcentaje más alto en comparación con los otros dos, lo que sugiere una estructura de población más envejecida. Por otro lado, en comparación con Alemania, EE.UU. y los Países Bajos suelen tener un mayor porcentaje de población en las categorías de edad más jóvenes (de 0 a 14 años y de 15 a 24 años), lo que sugiere un perfil demográfico más joven, especialmente en el caso de EE.UU., la población de los Países Bajos tiene entre 15 y 24 años. Estas variaciones muestran cómo difieren las poblaciones de los tres países en términos de tasas de natalidad y envejecimiento demográfico.

4.1.11.3. Crecimiento de la población

La tasa de crecimiento demográfico, que describe el aumento o la disminución relativa de la población durante un período de tiempo determinado, se utiliza para calcular la fluctuación en el número de habitantes teniendo en cuenta factores como la tasa de natalidad, la tasa de mortalidad, la inmigración y la emigración. Normalmente, esta tasa se expresa como un porcentaje que refleja las características demográficas de una determinada comunidad (Editorial Etecé, 2025).

Tabla 37. *Crecimiento de la Población*

Año	EE. UU	Países bajos	Alemania
2020	331.449.281	17.475.415	83.155.031
2021	332.183.000	17.590.672	83.237.124
2022	334.300.000	17.811.291	83.118.501
2023	335.900.000	17.942.942	83.456.045
2024	340.110.988	17.994.237	83.510.950
Tasa de crecimiento	1.0%	0.7%	-0.5%

Fuente: Datos Macro, Banco Mundial (2025).

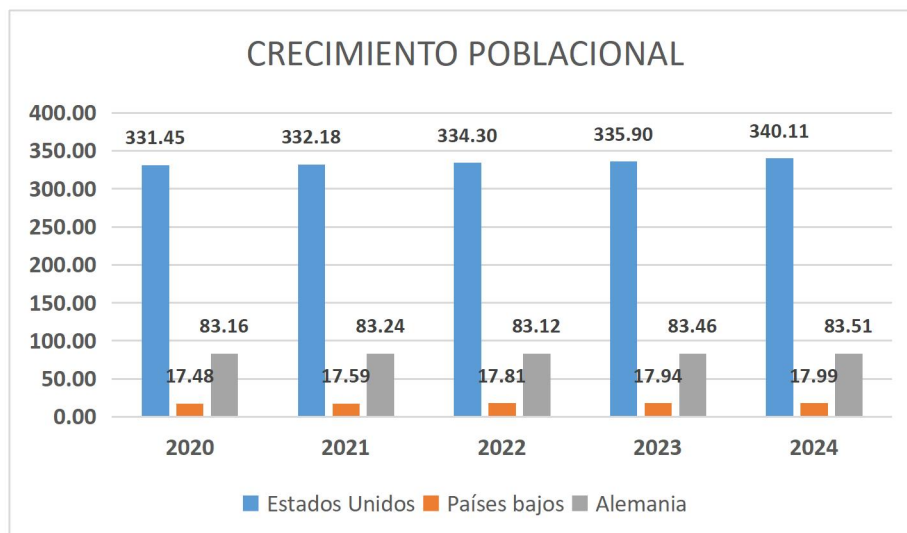


Ilustración 19. Crecimiento de la población

El gráfico de barras que representa el crecimiento poblacional de 2020 a 2024 para Estados Unidos, Países Bajos y Alemania ilustra claras diferencias en sus tamaños poblacionales. Estados Unidos mantiene consistentemente una población significativamente mayor, rondando los USD 330, con una ligera tendencia al alza durante el período. La población de Alemania es sustancialmente menor que la de Estados Unidos, manteniéndose relativamente estable en torno a los 80 millones a lo largo del lustro. Países Bajos tiene la población más pequeña de los tres, manteniéndose consistentemente por debajo de los USD 20, mostrando también cambios mínimos. En general, el gráfico destaca el tamaño poblacional predominante de Estados Unidos, mientras que Alemania y Países Bajos mantienen poblaciones mucho menores, aunque estables, a lo largo de este lustro.

4.1.12. Factores Políticos

4.1.12.1. Política Comercial

“La política comercial es el conjunto de reglas que determinan cómo se llevarán a cabo las relaciones económicas entre empresas o individuos locales y agentes del extranjero” (Westreicher, 2020).

Tabla 38. Acuerdos Comerciales

	Estados Unidos	Países bajos	Alemania
País			
Acuerdo Comercial vigente	Sistema Generalizado de Preferencias (SGP)	Acuerdo Comercial entre la Unión Europea y los Países Bajos Tratado de Libre Comercio -Corea del Sur	Acuerdo comercial Multipares con la Unión Europea

Fuente: SICE, VUI (2025).

La tabla ilustra cómo Estados Unidos, los Países Bajos y Alemania abordan el comercio internacional de manera diferente en sus respectivos acuerdos comerciales vigentes. El Sistema Generalizado de Preferencias (SGP), un programa unilateral que otorga a algunos productos de países en desarrollo un trato preferencial libre de aranceles con el fin de fomentar la diversificación económica en dichos países, es el principal marco en el que opera Estados Unidos. Alemania y los Países Bajos, por su parte, forman parte del sistema comercial más amplio de la Unión Europea (UE). El acuerdo de libre comercio global entre la UE y Corea del Sur es especialmente ventajoso para los Países Bajos. El Acuerdo Comercial Multilateral de la Unión Europea es uno de los acuerdos multilaterales colectivos en los que participa Alemania. Esto demuestra que, mientras que Estados Unidos prefiere un acuerdo preferencial unilateral a través del SGP, los países europeos se benefician principalmente de los acuerdos comerciales colectivos de la UE.

4.1.12.2. Barreras Comerciales

“La barrera comercial es una medida o restricción que impone el Gobierno de un país. Esto, para reducir o eliminar el intercambio de bienes y/o servicios con otras naciones” (Westreicher, 2020).

4.1.12.3. Las barreras arancelarias

Los aranceles son gravámenes aduaneros que se aplican a las importaciones de mercancías. Los aranceles son una fuente de ingresos para los gobiernos y ofrecen una oferta exportable de productos nacionales (OMC, 2025).

Tabla 39. Barreras arancelarias

Partida arancelaria	Tributos		
	Ad Valorem	Liberación	Iva
Estados Unidos	10%	Cambia de acuerdo con el bien.	15%
Países bajos	0% -12%	Cambia de acuerdo con el bien.	9% - 21%
Alemania	0% - 17%	Cambia de acuerdo con el bien.	19%

Fuente: Integrated trade intelligence portal WTO (2025).

La tabla presenta una comparación de las barreras arancelarias para Estados Unidos, Países Bajos y Alemania, centrándose en los derechos ad Valorem, las exenciones ("Liberación") y el IVA ("IVA"). Estados Unidos tiene un tipo fijo ad Valorem del 10% y un IVA del 15%, con exenciones que varían según el producto. Tanto Países Bajos como Alemania, como miembros de la Unión Europea, muestran tipos ad Valorem variables, que van del 0% al 12% para Países Bajos y del 0% al 17% para Alemania, lo que indica una estructura arancelaria más flexible que probablemente depende del producto específico y su origen según las políticas comerciales de la UE. De igual manera, sus tipos de IVA varían: Países Bajos tiene un rango del 9% al 21% y Alemania un tipo fijo del 19%. Para ambos países europeos, las exenciones también varían según el producto. Esto sugiere que, si bien Estados Unidos tiene un derecho ad valorem más uniforme, los países europeos, en particular Alemania, presentan un espectro más amplio de posibles aranceles y tipos de IVA, lo que refleja las complejidades de su mercado integrado y sus acuerdos comerciales.

4.1.12.4. Barreras no arancelarias

“Las barreras no arancelarias son regulaciones impuestas por los gobiernos para dificultar o evitar la importación de determinadas mercancías sin elevar los

aranceles. Esto se hace con el objetivo de favorecer a los productores locales." (EXPORTOU, 2024)

Tabla 40. Las Barreras no arancelarias

País	Requisitos
	Certificado NAFTA Normas técnicas de etiquetado
Estados Unidos 	Requisitos sanitarios y fitosanitarios (SPS) Normas de etiquetado Restricciones a la cantidad importada Licencias y permisos importación Medidas de inspección Requerimientos de etiquetado Certificado BPA Factura comercial
Países bajos  	Regulaciones fitosanitarias y sanitarias Documento de embarque Requisitos de etiquetado Licencia de Importación Normas Técnicas y Normas de Calidad
Alemania 	Certificado de origen Regulaciones sanitarias y fitosanitarias

Fuente: Pro-Ecuador (2025).

La tabla describe las restricciones no arancelarias de importación para Estados Unidos, Países Bajos y Alemania, revelando tanto puntos en común como demandas específicas de cada país. Los tres países enfatizan los requisitos sanitarios y fitosanitarios, las normas de etiquetado y las facturas comerciales como cruciales para las importaciones, lo que refleja un enfoque global en la seguridad y trazabilidad de los productos. Sin embargo, más allá de estos puntos en común, cada país presenta estipulaciones únicas. Estados Unidos incluye, en particular, restricciones cuantitativas, licencias y permisos de importación, medidas de inspección y un certificado de buenas prácticas agrícolas. Países Bajos, como parte de la UE, destaca la necesidad de documentos de envío, licencias de importación y normas técnicas y de calidad. En el marco de la UE, Alemania también menciona normas técnicas y de etiquetado, reglamentos sanitarios y fitosanitarios y, sorprendentemente, un certificado del TLCAN. Dada su pertenencia a la UE y el enfoque del certificado en América del Norte, esto parece incongruente (podría tratarse de un error en los datos proporcionados o referirse a un acuerdo bilateral muy específico que no resulta evidente a primera vista). En general, si bien la salud y la seguridad son preocupaciones universales, los requisitos burocráticos y documentales específicos varían significativamente según el país y exigen una atención cuidadosa por parte de los exportadores.

4.1.13. Factores legales

4.1.13.1. Normativa Aduanera Estados Unidos

Los productos agrícolas de Ecuador, al tener como mercado objetivo a Estados Unidos, se deben tener en cuenta el procedimiento aduanero, se acogen a las leyes y regulaciones que presiden la importación y exportación de mercancías, abarcando aranceles, marcado del país de origen, cumplimiento de normas de salud y seguridad, y cuotas. La CBP tiene como objetivo mantener a los terroristas y sus armas fuera del país, al tiempo que resguarda los límites aduaneros del país y controla el ingreso y salida de productos y mercancía del territorio (USA.gov, 2025). Las prácticas comerciales de las empresas productoras y exportadoras y su impacto en la sostenibilidad para la comercialización de productos agrícolas en Estados Unidos deben garantizar que sus productos cumplan todos los requisitos legales.

4.1.13.2. Normativa Aduanera Países bajos

Con más de 40 puertos importantes, Países Bajos cuenta con una infraestructura portuaria excepcional como signatario para exportación como importación de productos que integran el bloque económico de la UE y Países Bajos.

“En consonancia con el marco jurídico de la UE para las normas y procedimientos aduaneros, conocido como Código Aduanero de la Unión (CAU), la legislación relativa a las declaraciones en aduana para las importaciones y exportaciones ha cambiado.” (Bleckmann, 2024)

4.1.13.3. Normativa Aduanera Alemania

Según Procuador, el (CAU) es la ley principal que rige las operaciones aduaneras en toda la UE, y Alemania, como Estado miembro de la UE, acepta y aplica las leyes aduaneras establecidas a nivel comunitario. Este código, incorporado al marco legal alemán, define las reglas y procesos para la importación y exportación de mercancías dentro del territorio aduanero europeo.

Alemania se rige por las leyes europeas relativas a la seguridad alimentaria, las normas técnicas y las restricciones medioambientales, además de las leyes aduaneras. Estas leyes tienen un impacto en la administración y el control de las importaciones que entran en el país.

4.1.14. Factores Tecnológicos

4.1.14.1. Índice de desempeño logístico

“El índice de desempeño logístico es un indicador a nivel internacional que mide el desempeño en términos logísticos en los diferentes países. La evaluación se basa en aspectos cualitativos y cuantitativos.” (Granillo, 2019) donde los valores expresados en un nivel de uno al cinco, siendo el uno el valor más inferior y el cinco el más aceptable.

Tabla 41. Índice de desempeño logístico

Año	Estados Unidos	Países bajos	Alemania
2020	3.98	3.12	4.2
2021	--	--	--
2022	3.8	3.61	4.1
2023	3.8	4.2	4.2
2024	3.9	-	-

Fuente: Banco mundial (2025)

Es imposible proporcionar un análisis significativo del gráfico del "Índice de desempeño logístico" tal como se presenta. El gráfico utiliza las series genéricas "año 1", "año 2", "año 3" y "año 4" sin ninguna leyenda ni explicación que las acompañe. Para analizar el gráfico, es crucial saber a qué corresponde cada serie. Sin embargo, el desempeño logístico de cada país depende de las estrategias competitivas y cómo el PIB tiene una interacción de crecimiento.

4.1.14.2. Índice de innovación

"El Índice Mundial de Innovación clasifica los resultados de la innovación de países y economías de distintas regiones del mundo, sobre la base de unos 80 indicadores." (Datos macro, 2024) Es un indicador que evalúa el ámbito de innovación de una empresa, región y país.

Tabla 42. Índice de Innovación

Año	Estados Unidos	Países bajos	Alemania
2020	60.56	58.76	56.55
2021	61.30	58.60	57.30
2022	61.80	58.00	57.20
2023	63.50	60.40	58.80
2024	62.40	58.80	58.10

Fuente: Datos macro (2025)

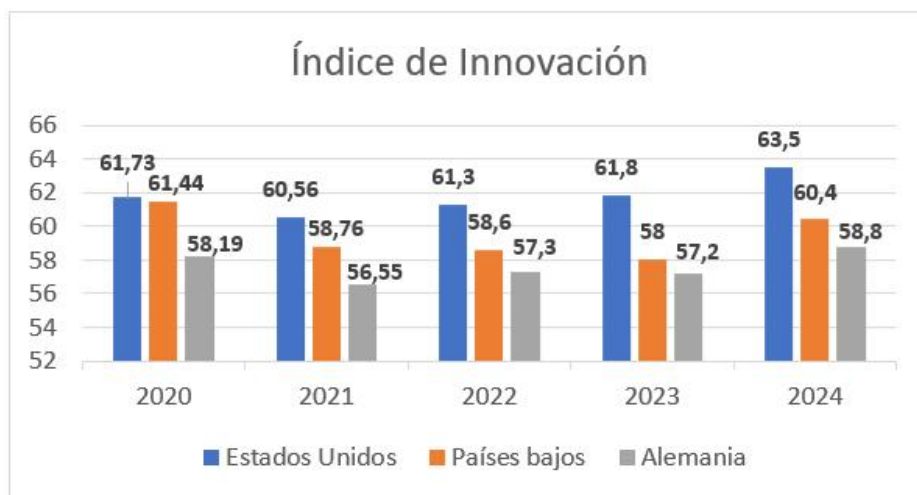


Ilustración 20. Índice de Innovación

La gráfica, Índice de Innovación, compara el desempeño en innovación de tres países: Estados Unidos, Países Bajos y Alemania, respectivamente, durante cinco años diferentes. Estados Unidos muestra datos positivos: el índice de innovación más alto en los cinco períodos.

Países Bajos generalmente ocupa el segundo lugar en innovación en la mayoría de los períodos, aunque es importante destacar que su desempeño fluctúa. Alemania muestra consistentemente el índice de innovación más bajo entre los tres países en los cinco períodos. Si bien los tres países presentan cierta variación en sus índices de innovación a lo largo de los diferentes períodos, la clasificación relativa entre ellos se mantiene constante.

4.1.15. Perfil de oportunidades y amenazas (Matriz POAM)

Analizar las oportunidades y los peligros a los que se enfrenta una empresa es la matriz POAM. Analizar el entorno operativo de la organización, incluidos los aspectos políticos, tecnológicos, legales, sociales y económicos, es igualmente crucial. "Estas amenazas y oportunidades le pueden afectar de forma positiva o negativa a la organización y el impacto puede darse en grado alto, medio y bajo." (Quiroa, 2020)

Tabla 43. Indicadores POAM

ESCALA DE MEDICIÓN		
OPORTUNIDADES	Alta	3
	Media	2
	Baja	1
AMENAZAS	Alta	3
	Media	2
	Baja	1

Tabla 44. Matriz POAM

FACTORES EXTERNOS	ESTADOS UNIDOS				PAISES BAJOS				ALEMANIA			
	OPORTUNIDADES		AMENAZA		OPORTUNIDADES		AMENAZA		OPORTUNIDADES		AMENAZA	
	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
FACTORES SOCIECONÓMICOS												
PIB	Alto	3					Bajo	1	Medio	2		
PIB Per cápita	Alto	3			Medio	2					Bajo	1
Tasa de Inflación			Medio	2	Alto	3			Medio	2		
Tipo de cambio	Medio	2			Medio	2			Medio	2		
Tasa de desempleo			Medio	2			Medio	2			Medio	2
Balanza Comercial			Bajo	1	Bajo	1			Bajo	1		
Riesgo país	Medio	2			Medio	2			Medio	2		
Índice de competitividad global	Alto	3			Medio	2			Alto	3		
Suma		13		5		12		3		12		3
Promedio		2.60		1.66		2		1.50		2.0		2.0
FACTORES DEMOGRÁFICOS												
Población	Alto	3			Medio	2			Alto	3		
Distribución por edad	Medio	2			Bajo	1			Medio	2		
Crecimiento de la población	Medio	2			Medio	2			Bajo	1		
Suma		7				5				6		
Promedio		2.33				1.66				2.0		
FACTORES POLÍTICOS												
Política Comercial	Alto	3			Medio	2			Alto	3		

FACTORES EXTERNOS	ESTADOS UNIDOS				PAISES BAJOS				ALEMANIA			
	OPORTUNIDADES		AMENAZA		OPORTUNIDADES		AMENAZA		OPORTUNIDADES		AMENAZA	
Barreras Arancelarias	Alto	3			Medio	2			Alto	3		
Barreras no arancelarias			Medio	2	Medio	2					Bajo	1
Suma		6		2		6				6		1
Promedio		3		2		2				3		1
FACTORES LEGALES												
Normativa Aduanera	Alto	3			Medio	2			Medio	2		
Suma		3				2				2		
Promedio		3				2				2		
FACTORES TECNOLÓGICOS												
Índice de desempeño logístico	Medio	2			Alto	3			Alto	3		
Índice de innovación	Medio	2			Medio	2			Bajo	1		
Suma		4				5				4		
Promedio		2				2.5				2		

Tabla 45. Resumen de la Matriz POAMS

FACTORES DEL ENTORNO	RESULTADOS DE LA MATRIZ POAM					
	Estados Unidos		Países bajos		Alemania	
	Oportunidades	Amenazas	Oportunidades	Amenazas	Oportunidades	Amenazas
Factores Socioeconómicos	2.60	1.66	2.0	1.50	2.0	2.0
Factores Demográficos	2.33	0	1.66	0	2.0	0
Factores Políticos	3	2	2	0	3	1
Factores Legales	3	0	2	0	2	0
Factores Tecnológicos	2	0	2.5	0	2	0
TOTAL	12.93	3.66	10.16	1.50	11	3
PROMEDIO	2.58	0.73	2.03	0.3	2.2	0.6
O - A		1.85		1.73		1.6

4.1.15.1. Análisis resultados Matriz POAM

El análisis de los resultados de la Matriz POAM refleja que Estados Unidos muestra el mayor total de oportunidades 12.93 de la tabla 45 resumen de la matriz POAM y también el mayor promedio de oportunidades (2.58), así como la mayor diferencia positiva entre oportunidades y amenazas (O-A = 1.85), lo que indica un entorno favorable para aprovechar oportunidades a pesar de enfrentar algunas amenazas, especialmente en factores políticos y socioeconómicos. Países Bajos representa 10,16 y Alemania refleja 11 puntos, por ende, los factores de entorno de las empresas de los países analizados son dinámicos, aunque con menor margen que Estados Unidos. En general, los tres países destacan por la predominancia de oportunidades sobre amenazas, siendo EE. UU. el país objetivo para el comercio de rosas y granadilla que brinda oportunidades para los exportadores; Sin embargo, la alta demanda de estos productos en el país indica la tasa de crecimiento poblacional es creciente con un valor de 1.0% en el año 2024, la tasa de crecimiento del Producto Interno Bruto según el banco mundial es de 2.8% proyectando una estabilidad económica estadounidense. Cabe destacar que estas importaciones de rosas y granadilla hacia Estados Unidos favorecieron a la economía ecuatoriana con el PIB de 2.0% mediante las exportaciones de productos.

4.1.15.2. Análisis de las entrevistas a empresas productoras y exportadoras.

Tabla 46. Pregunta N°1- Frutícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
Empresa: La Bonita Fruit Export. S.A. Experta: Jairo Erazo	Empresa: Gran Fruta Coomper Experta: Lic. Karol Gaibor
1.- ¿Cuáles son los productos que su empresa está exportando? Dentro de los productos que se están exportando es la granadilla el producto que más se exporta es la granadilla durante todo el año.	En el conjunto de productos agrícolas destinados a la exportación, la granadilla se posiciona como el rubro de mayor salida durante todo el año. Su presencia constante en los mercados internacionales refleja tanto la estabilidad de su oferta como la relevancia económica que ha adquirido para los productores y exportadores, lo que la convierte en un cultivo estratégico dentro de la canasta frutícola.

La granadilla es el principal producto de ambas empresas agroexportadoras, como se evidencia en el fragmento de la entrevista, ya que se exporta durante todo el

año. Esto indica una especialización rentable y productiva en esta fruta, que se ha convertido en el producto más apreciado de la cesta de frutas, generando ingresos constantes y manteniendo una posición en los mercados mundiales. Desde un punto de vista analítico, este enfoque en la granadilla presenta tanto un riesgo como una oportunidad: si bien puede conducir a la dependencia de las fluctuaciones de precios, las demandas externas o los problemas fitosanitarios relacionados con un solo cultivo, también permite economías de escala y el desarrollo de una sólida reputación en un nicho particular.

Tabla 47. Pregunta N°2- Frutícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
<p>Empresa: La Bonita Fruit Export. S.A. Experta: Jairo Erazo</p>	<p>Empresa: Gran Fruta Coomper Experta: Lic. Karol Gaibor</p>
<p>2.- Su empresa cuenta con infraestructura necesaria para fomentar la producción y exportación? Coma requerimiento de Agrocalidad nos obliga a tener un centro de acopio ya que son unos parámetros más técnicos, e incluso algunas empresas exportadoras.</p>	<p>La empresa está con el proceso de implementación y construcción de las instalaciones y cuentan con un espacio de cuarto frío.</p>

Las entrevistas de ambas empresas indican que su infraestructura de exportación se encuentra en distintos niveles de desarrollo. Según La Bonita Fruit Export S.A., sus instalaciones de almacenamiento cumplen con los requisitos de Agrocalidad, lo que indica un grado de formalización y cumplimiento de las especificaciones técnicas que promueve su potencial de exportación.

Gran Fruta Coomper, por su parte, se encuentra actualmente construyendo e implementando instalaciones, aunque ya cuenta con una cámara frigorífica, esencial para mantener la calidad del producto. Esto indica que la empresa está en proceso de fortalecer su base tecnológica y física con el fin de crear una infraestructura más fiable que le permita aumentar su producción y mejorar su integración en los mercados extranjeros.

Tabla 48. Pregunta N°3- Frutícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
<p>Empresa: La Bonita Fruit Export. S.A. Experta: Jairo Erazo</p>	<p>Empresa: Gran Fruta Coomper Experta: Lic. Karol Gaibor</p>
<p>3.- ¿Cuántas toneladas de productos agrícolas exportan en su empresa? Dependiendo la temporada de producción cuando es alta de 10.000 a 15.000 kg cuando es baja 4.000 a 5.000 kg semanales de los diferentes productos, pero el mayor porcentaje es de la</p>	<p>De 20 toneladas anuales se exporta</p>

granadilla.

Las dos empresas agroexportadoras tienen escalas operativas muy diferentes, como se desprende claramente del extracto de la entrevista. La Bonita Fruit Export, S.A., que se dedica principalmente a la exportación de maracuyá, exporta entre 4 y 15 toneladas por semana, lo que indica una estructura de mercado dinámica y un flujo constante de mercancías. La empresa opera con un alto grado de variabilidad estacional y un volumen mucho mayor. Gran Fruta Coomper, por su parte, estima un volumen de exportación mucho menor y fijo, de solo 20 toneladas anuales, lo que sugiere una operación a menor escala o un plan de exportación menos intensivo y a largo plazo.

Tabla 49. Pregunta N°4- Frutícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
Empresa: La Bonita Fruit Export. S.A. Experta: Jairo Erazo	Empresa: Gran Fruta Coomper Experta: Lic. Karol Gaibor
4.- ¿A qué países se está exportando sus productos? La granadilla va a varios países como España, Canadá, Hong Kong y Singapur	Al país que se está exportando es a Estados Unidos.

En la exportación de fruta exótica se revela una diferencia clave en la diversificación de mercados entre las dos empresas agroexportadoras. La Bonita Fruit Export, S.A., que envía su producto principal, la fruta de la pasión, a varios países de Europa y Asia muestra una estrategia de exportación muy diversificada. Al evitar depender de un solo mercado, esta diversificación reduce el riesgo. Gran Fruta Coomper, por su parte, muestra un enfoque de mercado muy concentrado, ya que centra todas sus exportaciones en Estados Unidos. Esto implica un negocio posiblemente más sencillo y centrado en un nicho de mercado, pero más susceptible a los cambios en la economía o la normativa del país.

Tabla 50. Pregunta N°5- Frutícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
Empresa: La Bonita Fruit Export. S.A. Experta: Jairo Erazo	Empresa: Gran Fruta Coomper Experta: Lic. Karol Gaibor
5.- ¿Conoce los procedimientos para ingresar sus productos a mercados internacionales? Los procesos de producción son agroexportables de la granadilla ya que sus operaciones se centran en generar un producto de calidad.	Los procedimientos de exportación deben seguirse estrictos controles de calidad basados en la aplicación de las buenas prácticas agrícolas (BPA), especialmente cuando se trabaja con productos agrícolas. Al garantizar que los productos cumplen las normas fitosanitarias, medioambientales y de seguridad exigidas

por los mercados mundiales, estos procedimientos reducen la posibilidad de rechazo en la frontera y mejoran la reputación del exportador.

Existe consenso sobre la importancia de las prácticas sostenibles y el cumplimiento normativo como requisitos previos necesarios para acceder a los mercados extranjeros, según la entrevista comparativa con las empresas agroexportadoras Gran Fruta Coomper y La Bonita Fruit Export S.A. En ambos casos, se destaca que, para garantizar productos competitivos y reconocidos a nivel mundial, los procedimientos de producción deben basarse en buenas prácticas agrícolas, controles de calidad estrictos y el cumplimiento de las normas fitosanitarias, medioambientales y de seguridad.

Tabla 51. Pregunta N°6- Frutícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
Empresa: La Bonita Fruit Export. S.A. Experta: Jairo Erazo 6.- ¿Qué procesos le ayudan a usted a tener buenas prácticas comerciales? La buena clasificación del producto y presentación que nos lleva a los mercados internacionales los costos se han mantenido de manera competitiva de otros competidores.	Empresa: Gran Fruta Coomper Experta: Lic. Karol Gaibor La empresa se apoya con instituciones que los capacitan en prácticas comerciales sostenibles.

Las empresas exportadoras agrícolas Gran Fruta Coomper y La Bonita Fruit Export S.A., con énfasis en los procedimientos que refuerzan las prácticas comerciales éticas y, en consecuencia, la competitividad en los mercados globales. La Bonita Fruit Export S.A. hace especial hincapié en la clasificación precisa de los productos y la gestión de los costes como componentes estratégicos para aumentar la productividad, llegar a nuevos mercados y competir con otros exportadores. Por su parte, Gran Fruta Coomper destaca la importancia del apoyo técnico y la formación para mejorar la gestión empresarial, resaltando el papel del apoyo institucional y la formación en las prácticas empresariales sostenibles.

Tabla 52. Pregunta N°7- Frutícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
Empresa: La Bonita Fruit Export. S.A. Experta: Jairo Erazo 7.- ¿Que estrategias implementa la empresa en relación con las prácticas comerciales? Una de las estrategias que la empresa está implementando es contacto directo con los compradores en el	Empresa: Gran Fruta Coomper Experta: Lic. Karol Gaibor Una de las estrategias que la empresa está implementando consiste en establecer un contacto directo con los compradores internacionales, lo que le permite negociar de

exterior donde manejan los precios de los productos.	primera mano las condiciones comerciales. De esta manera, la firma participa activamente en la definición de los precios de sus productos, fortaleciendo su posición en el mercado externo y reduciendo la dependencia de intermediarios.
--	---

Las estrategias utilizadas por las empresas examinadas e tema de operaciones comerciales ayudan a garantizar que los productos destinados a la exportación cumplan con los estándares internacionales de calidad. Estas medidas, cuyo objetivo es aumentar la eficiencia de la producción y el control de los procesos, también promueven un crecimiento de la oferta exportable, lo que facilita la entrada de estos productos en los mercados de los países vecinos interesados en importarlos.

Tabla 53. *Pregunta N°8 Frutícola*

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
<p>Empresa: La Bonita Fruit Export. S.A. Experta: Jairo Erazo</p> <p>8.- ¿Tiene conocimiento sobre el modelo de la economía circular? El tema sobre economía circular la empresa no tiene suficiente conocimiento, pero si en áreas de reciclaje que trabaja por reducir la contaminación en el lapso de tiempo de producción del bien.</p>	<p>Empresa: Gran Fruta Coomper Experta: Lic. Karol Gaibor</p> <p>de la economía circular? En relación con la economía circular, la empresa reconoce que aún no dispone de un conocimiento amplio ni sistematizado sobre este enfoque. Sin embargo, sí ha desarrollado prácticas en el ámbito del reciclaje, orientadas a disminuir la contaminación generada durante el proceso de producción del bien. Estas acciones constituyen un primer paso hacia modelos productivos más responsables y pueden servir de base para incorporar, de manera gradual, principios más integrales de economía circular.</p>

La economía circular se considera un método relativamente nuevo para la gestión empresarial en el ámbito analizado. La empresa intenta aplicar parcialmente las tres R (reducir, reutilizar y reciclar) en el ámbito de la producción, especialmente en los procedimientos de gestión de residuos y reciclaje, con el objetivo de reducir la contaminación generada durante el ciclo de producción de los productos, aunque carece de una comprensión profunda o sistemática del concepto. Al integrar la optimización de los recursos, la prolongación de la vida útil de los productos y la minimización de los residuos a lo largo de toda la cadena de valor, estas iniciativas sirven de base para la integración progresiva de principios más amplios de economía circular por parte de la empresa. También suponen un primer paso hacia modelos de producción más sostenibles y responsables.

Tabla 54. Pregunta N°9- Frutícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
Empresa: La Bonita Fruit Export. S.A. Experta: Jairo Erazo 9.- ¿Qué tipo de procesos de economía circular usted implementa en la producción de sus productos? La empresa trabaja en la producción de productos orgánicos, en ser los primeros productores en cultivar la granadilla para exportar con certificación de Buenas Prácticas Agrícolas.	Empresa: Gran Fruta Coomper Experta: Lic. Karol Gaibor No aplica

La tabla destaca los distintos niveles de adopción de prácticas sostenibles mediante una entrevista con dos empresas agroexportadoras sobre la integración de procesos de economía circular en sus sistemas de producción. La Bonita destaca su énfasis en la producción orgánica y su papel innovador en el cultivo y la exportación de la fruta de la pasión con la acreditación de Buenas Prácticas Agrícolas, lo que demuestra su compromiso con técnicas de producción éticas y sostenibles dirigidas a mercados exigentes. Gran Fruta, por su parte, señala que no utiliza este tipo de procedimientos, lo que indica una laguna en la integración de la economía circular en su modelo de fabricación. En conjunto, el panorama ilustra cómo las empresas agroexportadoras pueden diferenciarse de la competencia y mejorar su posición medioambiental en el mercado mundial mediante la aplicación de prácticas sostenibles.

Tabla 55. Pregunta N°10- Frutícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
Empresa: La Bonita Fruit Export. S.A. Experta: Jairo Erazo 10.- ¿Tiene conocimiento acerca de los objetivos de desarrollo sostenible ODS? Si, al aplicar en el crecimiento de la empresa con los requerimientos de Agrocalidad se genera un impacto en lo social que contribuye con el desarrollo local generando empleo.	Empresa: Gran Fruta Coomper Experta: Lic. Karol Gaibor La empresa cuenta con una certificación orgánica y además trabaja con la organización de Naciones Unidas para tratar de enfocar los ODS con la misión y visión de la empresa.

Según la comparación de sus respuestas. La Bonita Fruit Export S.A. es una empresa más grande que comercializa su producto principal, la fruta de la pasión, en varios lugares de Europa, América del Norte y Asia. Tiene un enfoque de riesgo más diversificado. Su conocimiento de sostenibilidad en relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) se centra principalmente en el efecto social, desarrollando la creación de puestos de trabajo a nivel local.

Gran Fruta Coomper, por su parte, tiene una estructura de riesgo más concentrada, ya que solo vende a Estados Unidos. No obstante, demuestra un mayor nivel de formalización en términos de sostenibilidad y calidad, mencionando específicamente la certificación de productos orgánicos, el control de calidad basado en las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) y el trabajo para alinear su misión empresarial con los ODS.

Tabla 56. Pregunta N°11- Frutícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
<p>Empresa: La Bonita Fruit Export. S.A. Experta: Jairo Erazo</p> <p>11.- ¿Cuáles son las acciones específicas que su empresa realiza para alinearse con el ODS número 6 "Agua limpia y saneamiento" para la producción agropecuaria?</p> <p>La empresa está enfocada en el tratamiento del agua. En este tema del agua se puede decir que el agua debe de regresar a los cauces con la mayor calidad posible, al momento de que el agua sale de la finca se realiza un proceso de filtración para que el agua llegue en condiciones iguales a las que ingresó.</p>	<p>Empresa: Gran Fruta Coomper Experta: Lic. Karol Gaibor</p> <p>La agricultura se centra cada vez más en la implementación de sistemas de riego tecnificados, que se consideran un instrumento crucial para mitigar las consecuencias del cambio climático.</p>

Dada su importancia para la resiliencia y la productividad de los sistemas de producción, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) se están reforzando en el sector empresarial, centrándose, entre otras cosas, en el agua potable y el saneamiento. En este sentido, los sistemas de riego tecnificados, reconocidos como herramientas esenciales para maximizar el uso del agua, minimizar las pérdidas y reducir los efectos negativos del cambio climático en los cultivos, se están incorporando gradualmente a la agricultura. Por lo tanto, el uso de tecnologías de riego eficaces contribuye a la sostenibilidad y la competitividad a largo plazo del sector agrícola, además de ayudar a alcanzar los ODS relacionados con el agua y la acción por el clima.

Tabla 57. Pregunta N°12- Frutícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
<p>Empresa: La Bonita Fruit Export. S.A. Experta: Jairo Erazo</p> <p>12.- ¿Su empresa estaría encaminada al objetivo de desarrollo sostenible ODS número 8 "producción y consumo responsables"? Para fomentar buenas prácticas comerciales.</p> <p>Desde el 2022 se ha realizado el análisis de suelo para el cultivo de la granadilla s obtuvo que el suelo tenía alto porcentaje de hierro de 600% y el potasio tenía el 20,18%. Esto se maneja con</p>	<p>Empresa: Gran Fruta Coomper Experta: Lic. Karol Gaibor</p> <p>Certificación de BPA y Global Gap</p>

asesoramiento técnico para que los productos no sean nocivos.

Las empresas que cumplen rigurosamente con las normas establecidas por Agrocalidad y las especificaciones de la ficha técnica, que confirman que el producto es apto para el consumo humano, reflejan el Objetivo de Desarrollo Sostenible 12, relacionado con la producción y el consumo responsables. Del mismo modo, la obtención de certificaciones como Global G.A.P. y Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) acredita que su proceso de producción se lleva a cabo de acuerdo con las normas de seguridad, trazabilidad y cuidado del medio ambiente, lo que está en consonancia con los principios del desarrollo sostenible y aumenta la confianza de los consumidores y los mercados de destino.

Tabla 58. Pregunta N°13- Frutícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
Empresa: La Bonita Fruit Export. S.A. Experta: Jairo Erazo	Empresa: Gran Fruta Coomper Experta: Lic. Karol Gaibor
13.- ¿Su empresa está enfocada en generar procesos que mitiguen la huella de carbono? Se maneja con fichas técnicas que analiza Agrocalidad dónde se verifica el estado de la fruta si es apto para el consumo humano.	En efecto, la empresa lleva a cabo acciones orientadas a la reducción de emisiones de gases, dado que este es uno de los requisitos establecidos para la obtención de la certificación en Buenas Prácticas Agrícolas (BPA). Esta exigencia impulsa la adopción de medidas más responsables en los procesos productivos, contribuyendo tanto al cumplimiento normativo como a la mitigación del impacto ambiental asociado a sus actividades.

El caso de «La Bonita Fruit Export», se hace hincapié en la evaluación de la calidad de la fruta y su idoneidad para el consumo humano utilizando fichas técnicas. Sin embargo, con el fin de cumplir los requisitos para la certificación en Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), que implica la implementación de prácticas de producción responsables y la reducción del impacto medioambiental de sus operaciones, «Gran Fruta Coomper» ha tomado medidas para reducir las emisiones de gases. Ambas estrategias enfatizan lo crucial que es la sostenibilidad para la agricultura, al tiempo que se cumplen las normativas de calidad y medioambientales.

Tabla 59. Pregunta N°14- Frutícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
Empresa: La Bonita Fruit Export. S.A.	Empresa: Gran Fruta Coomper

Experta: Jairo Erazo	Experta: Lic. Karol Gaibor
14.- ¿Usted cree que su empresa podría hacer reciclaje del agua y de esta manera generar un proceso sostenible para la producción de sus productos agrícolas?	
Son vertientes de agua en los que nosotros no utilizamos químicos nocivos para no contaminar.	Sí, la empresa implementa esta práctica a través de la recolección de agua lluvia en un reservorio. Este mecanismo permite optimizar el uso del recurso hídrico, reducir la dependencia de fuentes tradicionales y mitigar posibles impactos sobre los ecosistemas locales.

Las empresas se esfuerzan por cumplir los indicadores medioambientales relativos a la gestión adecuada del agua en sus regiones de producción. La recogida de agua de lluvia en depósitos para su uso futuro es una práctica habitual en este sentido. Por el contrario, el agua se utiliza para lavar la fruta en la zona de selección de productos; este recurso se recicla posteriormente para regar los cultivos. Sin embargo, no todas las empresas tratan el agua previamente.

Tabla 60. Pregunta N°15- Frutícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
Empresa: La Bonita Fruit Export. S.A.	Empresa: Gran Fruta Coomper.
Experta: Jairo Erazo	Experta: Lic. Karol Gaibor
15.- ¿Considera en su empresa es viable minimizar significativamente el uso del papel mediante la digitalización completa de sus procesos?	
Se maneja aplicaciones web, para reducir el uso del papel, Si, se está minimizando en las facturaciones, y por otro lado se ha estado reduciendo las cintas adhesivas hoy en la actualidad solo se utiliza facturación electrónica.	La empresa ha digitalizado la mayor parte de sus procesos, por lo que el uso de papel es mínimo. Esta transición hacia procedimientos electrónicos contribuye a optimizar la gestión interna y, al mismo tiempo, reduce el impacto ambiental asociado al consumo de recursos forestales.

El uso de aplicaciones web ha reducido considerablemente el consumo de papel en el caso de La Bonita Fruit Export, en particular mediante la facturación electrónica y la eliminación de documentación tangible como la cinta adhesiva, limitando el uso de papel a lo estrictamente necesario. Por su parte, Gran Fruta Coomper ha avanzado en la digitalización de la mayoría de sus operaciones y en la reducción del uso de papel, lo que mejora la gestión interna y contribuye a disminuir el impacto medioambiental del uso de los recursos forestales.

Tabla 61. Pregunta N°1- Florícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
Empresa: Green Soul Flor Eterna CIA.LTDA	Empresa: León roses
Experto: Manuel Orellana	Experto: Carlos Herrera
Pregunta 1. ¿Cuáles son los productos que su empresa está exportando?	
Producción y exportación de rosas.	Producción y exportación de rosas.

Green Soul Flor Eterna CIA. LTDA y León Roses, dos empresas florícolas dedicadas a la floricultura cuya actividad principal es la producción y exportación de rosas, estas empresas se centran en el mercado mundial y probablemente formen parte de las cadenas de suministro internacionales de flores cortadas de alta calidad, donde su competitividad depende de la uniformidad de la producción y del cumplimiento de las normativas comerciales y fitosanitarias.

Tabla 62. Pregunta N°2- Florícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
Empresa: Green Soul Flor Eterna CIA.LTDA Experto: Manuel Orellana	Empresa: León roses Experto: Carlos Herrera
Pregunta 2. ¿Su empresa cuenta con infraestructura necesaria para fomentar la producción y exportación?	
Sí, contamos con la infraestructura necesaria y los protocolos que pide el ministerio, como los protocolos ambientales, con áreas designadas como vestidores para el personal.	Sí, con zona de cultivo, postcosecha y empaque.

La florícola cuenta con una infraestructura de producción relativamente bien establecida, ya que dispone de las instalaciones y los procedimientos exigidos por la autoridad competente, incluidas áreas específicas para el bienestar del personal (como vestuarios) y directrices medioambientales. La aplicación de normas de bioseguridad y gestión medioambiental que se ajustan a las exigencias de la industria de exportación de flores, así como el cumplimiento de la normativa, indican un cierto grado de formalización de la empresa.

Tabla 63. Pregunta N°3- Florícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
Empresa: Green Soul Flor Eterna CIA.LTDA Experto: Manuel Orellana	Empresa: León roses Experto: Carlos Herrera
Pregunta 3. ¿Cuántas toneladas de productos agrícolas exporta su empresa?	
La producción de las rosas se maneja por tallos, el total de tallos por mes es de 700 mil tallos y al año 8.400,00 tallos para la exportación.	La producción de las rosas se maneja por tallos, el total de 12.000 tallos diarios y al año 4.380.000 tallos para la exportación.

Las exportaciones de rosas fueron el principal objetivo de los floricultores con gran capacidad de producción, que estaban regulados por la cantidad de tallos en lugar de por toneladas. Mientras que León Roses declara un volumen de 12 000 tallos al día, o 4 380 000 tallos al año para los mercados extranjeros, Green Soul declara una producción de 700 000 tallos al mes, o 8 400 000 tallos al año para la exportación. Estas cifras muestran modelos de empresas de producción intensiva que están conectadas a cadenas de valor globales y tienen un alto nivel de especialización en un producto agrícola específico muy solicitado en el comercio de flores cortadas.

Tabla 64. Pregunta N°4- Florícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
Empresa: Green Soul Flor Eterna CIA.LTDA Experto: Manuel Orellana	Empresa: León roses Experto: Carlos Herrera
Pregunta 4. ¿A qué países se están exportando sus productos?	
Nos manejamos a un mercado abierto como el mercado americano, europeo y asiático para la comercialización de las rosas.	El producto está destinado con un 60% a Rusia, un 20% a Estados Unidos y el otro 20% a otros países de Europa.

Los destinos de exportación de estas empresas muestran una distribución más

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
Empresa: Green Soul Flor Eterna CIA.LTDA Experto: Manuel Orellana	Empresa: León roses Experto: Carlos Herrera
Pregunta 5. ¿Conoce los procedimientos para ingresar sus productos a mercados internacionales?	
Nos manejamos con un listado de clientes establecidos que cuenta las empresas y para buscar un nuevo cliente hacemos un estudio de mercados, donde se analiza la viabilidad del cliente que tiempo está en el mercado entre empresas se tiene un grupo de comunicación donde se reporta al cliente que no paga.	Requisitos básicos que son los de Agrocalidad y permisos aduaneros, en el tema logístico lo hacen los (brokets) que son los intermediarios

específica de las ventas, con un 60 % destinado a Rusia, un 20 % a los Estados Unidos y el 20 % restante a otros países europeos. Por un lado, el enfoque de marketing se centra en un mercado abierto que abarca América, Europa y Asia. En general, el informe destaca la fuerte orientación global de la industria floral y la diversidad geográfica de sus principales mercados de exportación.

Tabla 65. Pregunta N°5- Florícola

Además de contar con canales de comunicación entre empresas para informar sobre impagos, la primera empresa destaca el uso de una lista de clientes actuales y estudios de mercado para evaluar la viabilidad de nuevos compradores. La segunda organización, por su parte, hace hincapié en el cumplimiento de normativas fundamentales, como las licencias aduaneras y las certificaciones de Agrocalidad, y asigna la gestión logística a intermediarios o «corredores». En general, el documento demuestra cómo la investigación comercial, la gestión de riesgos y el cumplimiento de las normas técnicas y aduaneras son necesarios para acceder a los mercados mundiales.

Tabla 66. Pregunta N°6 - Florícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
Empresa: Green Soul Flor Eterna CIA.LTDA Experto: Manuel Orellana	Empresa: León roses Experto: Carlos Herrera
Pregunta 6. ¿Qué procesos le ayudan a usted a tener buenas prácticas comerciales? Las empresas están enfocadas en la calidad de sus productos ya que presentan la imagen de la empresa Green Soul.	Saber qué piden los mercados en variedades dependiendo de sus gustos, tener un inventario para que los clientes sepan qué productos se tienen como es el producto en su calidad y que se lo ofrece todo el año.

Se destaca la gestión de la calidad del producto como un elemento fundamental para proteger y proyectar la imagen corporativa. Además, enfatiza lo fundamental que es comprender las preferencias del mercado en cuanto a variedades, mantener un inventario actualizado y garantizar que los productos de calidad uniforme estén disponibles durante todo el año. Se observa que las prácticas empresariales adecuadas en el sector de la floricultura implican asegurar la calidad, orientarse al mercado y gestionar los inventarios de manera efectiva.

Tabla 67. Pregunta N°7- Florícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
Empresa: Green Soul Flor Eterna CIA.LTDA Experto: Manuel Orellana	Empresa: León roses Experto: Carlos Herrera
Pregunta 7. ¿Qué estrategias implementa la empresa en relación con las prácticas comerciales? Se trabaja en conjunto con la producción y la parte comercial, si no se brinda un buen producto, no se puede exigir al vendedor que saque un buen precio o abra más mercados, por eso nos manejamos con mercados abiertos	El sondeo de los mercados para la distribución de las rosas donde se identifica segmentos de clientes con mayor potencial, evaluar la viabilidad económica de ingresar a determinados mercados.

como americanos y europeos.

Con el fin de garantizar un producto de alta calidad que le permita exigir precios adecuados y abrirse a los mercados internacionales, especialmente en contextos abiertos como los mercados americano y europeo, Green Soul Flor Eterna concede una gran importancia a la integración interna. Esto indica una estrategia centrada en la competitividad externa y el posicionamiento en lugares con una gran demanda de flores ecuatorianas. Como parte de una estrategia basada en la investigación y segmentación de mercados como herramientas para optimizar la toma de decisiones comerciales, León Roses, por su parte, pone un fuerte énfasis en el estudio sistemático de los mercados de distribución de rosas, la identificación de los segmentos de clientes con mayor potencial y la evaluación de la viabilidad económica de entrar en nichos específicos.

Tabla 68. Pregunta N°8 - Florícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
Empresa: Green Soul Flor Eterna CIA.LTDA Experto: Manuel Orellana	Empresa: León roses Experto: Carlos Herrera
Pregunta 8. ¿Tiene conocimiento sobre el modelo de economía circular? Si, tiene conocimiento en el tema de economía circular.	El tema de modelo de economía circular no tiene conocimiento, pero realiza práctica aislada en cada eje.

Si bien ambas empresas operan dentro de un marco general de prácticas sostenibles, su comprensión del modelo de economía circular difiere. La florícola Green Soul confirmó estar familiarizado con el modelo, demostrando una base conceptual que podría contribuir al desarrollo de estrategias integrales en las dimensiones social, económica y ambiental. Sin embargo, León Roses admitió carecer de conocimiento formal de la economía circular, a pesar de implementar acciones concretas en cada sector, las cuales se caracterizan por su naturaleza empírica y desarticulada. La situación actual subraya la importancia de fortalecer los procedimientos de capacitación y asistencia técnica para incorporar estas diversas prácticas en un contexto de economía circular, mejorando así la competitividad y la sostenibilidad del sector.

Tabla 69. Pregunta N°9- Florícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE

“PRÁCTICAS SOSTENIBLES”

Empresa: Green Soul Flor Eterna CIA.LTDA
Experto: Manuel Orellana

Empresa: León roses
Experto: Carlos Herrera

Pregunta 9. ¿Qué tipo de procesos de economía circular usted implementa en la producción de sus productos?

Se maneja mediante el reciclaje de los envases químicos se los devuelve al almacén al igual que los aceites de los motores que se cambian se los devuelve a las lubricadoras que trabajan conjunto con la recicladora agroniversa.

El manejo de desechos, el manejo de todos los fluidos que salen de la producción y que regresen a las vertientes de manera limpia.

Mediante la implementación de procedimientos de reciclaje y el envío de residuos peligrosos como envases químicos y aceites usados a proveedores especializados y a una empresa de reciclaje externa, Green Soul Flor Eterna tiene un dominio operativo del modelo de economía circular. Esto está en consonancia con las directrices del sector floricultor y agroindustrial para la gestión responsable de los residuos y la reincorporación de materiales al ciclo de producción. Roses afirma utilizar «prácticas aisladas en cada área», lo que implica un enfoque inconexo y menos metódico de la sostenibilidad, muy diferente de los modelos de circularidad integrales que aconsejan articular de forma lógica la gestión de residuos, la eficiencia de los recursos y la innovación de procesos para lograr beneficios económicos y medioambientales en la floricultura.

Tabla 70. Pregunta N°10- Florícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE “PRÁCTICAS SOSTENIBLES”

Empresa: Green Soul Flor Eterna CIA.LTDA
Experto: Manuel Orellana

Empresa: León roses
Experto: Carlos Herrera

Pregunta 10. ¿Tiene conocimiento acerca de los objetivos de desarrollo sostenible ODS?

El reciclaje de agua de riego en reservorios, con la reutilización de plásticos y envases de aceites

Se está en constante crecimiento con el desarrollo social, en la floricultura trabajan 10 personas por hectárea, trabajo con 60 a 70 personas en los 7 años que estamos funcionando, vinculando con el objetivo 1 fin de la pobreza tenemos unas 70 familias que dependen de la empresa y ayudan con el crecimiento de la empresa.

El número de hectáreas de cultivo es 5 y con la infraestructura un total de 7 hectáreas.

Al reciclar el agua de riego en los embalses y reutilizar los envases de plástico y aceite, se apoyan los ODS, concretamente el ODS 6 (uso sostenible y tratamiento del agua) y el ODS 12 (producción y consumo responsables mediante la reducción y reutilización de materiales, haciendo hincapié en la gestión adecuada de los residuos y fluidos de la producción para que vuelvan limpios a los manantiales,

objetivos para mejorar la calidad del agua mediante la reducción de la contaminación y el tratamiento de efluentes, configurando un enfoque centrado en el saneamiento ambiental y la prevención de efectos perjudiciales en los ecosistemas acuáticos.

Tabla 71. Pregunta N°11- Florícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
Empresa: Green Soul Flor Eterna CIA.LTDA Experto: Manuel Orellana	Empresa: León roses Experto: Carlos Herrera
Pregunta 11. ¿Cuáles son las acciones específicas que su empresa realiza para alinearse con el ODS número 6 "Agua limpia y saneamiento" para la producción agropecuaria? Se maneja con protocolos del ministerio del ambiente cada vez que se me realiza la limpieza de filtros de agua para purificarla, la contaminación del agua de los químicos para la purificación para el medio ambiente.	En este tema del agua se puede decir que el agua debe de regresar a los cauces con la mayor calidad posible, al momento de que el agua sale de la finca se realiza un proceso de filtración para que el agua llegue en condiciones iguales a las que entró.

Las productoras y exportadoras llevan a cabo acciones orientadas a cumplir con el ODS 6 "Agua limpia y saneamiento" en sus procesos agrícolas mediante la gestión responsable de los recursos hídricos. Green Soul Flor Eterna utiliza protocolos del Ministerio de Medio Ambiente para la purificación y limpieza del agua, administrando el empleo de productos químicos y la contaminación con el objetivo de reducir los efectos sobre el medio ambiente. León Roses, por su parte, garantiza que el agua utilizada en la granja pasa por un proceso de filtrado que posibilita que vuelva a los cuerpos de agua con una calidad parecida a la del agua que ingresa al sistema productivo.

Tabla 72. Pregunta N°12- Florícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
Empresa: Green Soul Flor Eterna CIA.LTDA Experto: Manuel Orellana	Empresa: León roses Experto: Carlos Herrera
Pregunta 12: Su empresa estaría encaminada al objetivo de desarrollo ODS número 8 "producción y consumo responsable" para fomentar buenas prácticas comerciales. Se maneja con protocolos del Ministerio del Ambiente cada vez que se me realiza la limpieza de filtros de agua para purificarla, la contaminación del agua de los químicos para la purificación para el medio ambiente.	En este tema del agua se puede decir que el agua debe de regresar a los cauces con la mayor calidad posible, al momento de que el agua sale de la finca se realiza un proceso de filtración para que el agua llegue en condiciones iguales a las que entró.

Ambas empresas florícolas muestran avances hacia el cumplimiento del ODS 8, especialmente en su meta 8.4 relacionada con la producción y el consumo eficientes de los recursos, aunque lo hacen con enfoques técnicos distintos. Green Soul Flor Eterna CIA. LTDA. destaca por la aplicación de protocolos oficiales del Ministerio del Ambiente para la limpieza de filtros de agua, lo que reduce la contaminación por químicos y evidencia una preocupación por minimizar el impacto ambiental de sus procesos de purificación. Por su parte, León Roses orienta sus esfuerzos a cerrar el ciclo hídrico dentro de la finca mediante procesos de filtración que permiten devolver el agua a los cauces en condiciones similares a las de su captación, lo cual se alinea con prácticas de gestión eficiente del recurso hídrico promovidas en el marco de los objetivos de desarrollo sostenible.

Tabla 73. Pregunta N°13- Florícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
Empresa: Green Soul Flor Eterna CIA.LTDA Experto: Manuel Orellana	Empresa: León roses Experto: Carlos Herrera
Pregunta 13. ¿Su empresa está enfocada en generar procesos que mitiguen la huella de carbono? Sí, porque contamos con una certificación del medio ambiente que debe sacar cada año para poder exportar y por ende se nos realiza una inspección sobre el análisis del agua y huella de carbono.	Se trabaja con plantas, los cultivos tienen la capacidad de retener carbono y siempre se está en procesos de recuperación de suelos.

Las empresas se centran su estrategia en el cumplimiento de certificaciones ambientales exigidas para la exportación, lo que implica controles periódicos sobre calidad de agua y evaluaciones específicas de huella de carbono, alineándose con estándares que buscan cuantificar y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero de manera sistemática, enfatiza prácticas productivas basadas en el uso de plantas y cultivos con capacidad de retener carbono y en la recuperación continua de suelos, lo que contribuye a mejorar la fertilidad y la captura de carbono en el sistema agrícola.

Tabla 74. Pregunta N°14- Florícola

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"	
Empresa: Green Soul Flor Eterna CIA.LTDA Experto: Manuel Orellana	Empresa: León roses Experto: Carlos Herrera
Pregunta 14. ¿Usted cree que su empresa podría hacer reciclaje del agua y de esta manera generar un proceso sostenible para la producción de sus productos agrícolas? Si, se recicla en agua con los invernaderos tenemos los	Si se recicla los envases se trabaja con los

reservorios donde se recolecta el agua para el riego de las plantaciones. municipios y con una empresa que se lleva para volverlos a usar

Las empresas florícolas mediante su producción aplican el ODS 6 en el reciclaje de agua mediante los reservorios que se encargan de recolectar el agua y con el reciclaje de envases para reutilizarlos mediante las empresas recicladoras.

Tabla 75. *Pregunta N°15- Florícola*

ENTREVISTA A EMPRESAS PRODUCTORAS Y EXPORTADORAS SOBRE EL TEMA DE "PRÁCTICAS SOSTENIBLES"

Empresa: Green Soul Flor Eterna CIA.LTDA

Experto: Manuel Orellana

Empresa: León roses

Experto: Carlos Herrera

Pregunta 15. ¿Considera que en su empresa es viable minimizar significativamente el uso del papel mediante la digitalización completa de sus procesos?

Sí, estamos digitalizados contratando software para manejar desde los teléfonos para imprimir las hojas de packing.

Sí, se está minimizando en las facturas, y por otro lado se ha estado reduciendo lo que son los capuchones para las rosas y las cintas adhesivas.

Estas empresas se han ajustado a la innovación tecnológica con la reducción de papel, estas empresas trabajan con software que se lo maneja desde los teléfonos para la impresión de documentos como futuras y packing.

Tabla 76. Matriz de Cumplimiento de Prácticas Comerciales Sostenibles en las Empresas Entrevistadas Frutícola

Tema	Indicadores	Fuente	Nivel de Cumplimiento (Bajo/Medio/Alto)		Justificación
			La Bonita	Gran Fruta Coomper	
Exportación	Participación a mercados internacionales	Entrevista Revisión documental	Alto	Alto	El proceso agroexportador es estable, ya que los productos se comercializan exitosamente en mercados exteriores, lo que refleja una consolidación en la cadena de valor internacional.
Infraestructura de la empresa	Determinar las áreas y departamentos del sistema de gestión de acuerdo a la actividad de la empresa. Recursos financieros	Entrevista Revisión documental Documentos internos de la empresa	Medio	Medio	Las empresas enfrentan limitaciones para disponer de acopios adecuados de almacenamiento de fruta, debido a la escasez de financiamiento que impide la adecuación de instalaciones.
Mercados internacionales	Nicho de mercado Estrategias de diversificación	Entrevista Revisión documental	Alto	Bajo	La Bonita dirige su nicho a múltiples países (España, Canadá, Hong Kong, Singapur), diversificando riesgos. Gran Fruta se enfoca en un solo destino (EE.UU.), lo que la hace vulnerable a fluctuaciones económicas o normativas.
Gestión Comercial	Estrategias y proceso para exportar. Maximizar las ventas.	Documentos de la empresa. Informes de rendimiento de la empresa Entrevista	Alto	Medio	La Bonita cuenta con personal capacitado en exportaciones, evitando intermediarios y reduciendo costos adicionales. Gran Fruta carece de experiencia autónoma, requiriendo asesores para procesos y documentación del SENA.
Calidad del producto	Certificaciones que validen la calidad del producto.	Entrevista Revisión documental	Medio	Medio	Las empresas priorizan productos de calidad con valor agregado, integrando prácticas sostenibles y responsables con el medio ambiente. Además, Agrocalidad exige obligatoriamente el Certificado Fitosanitario de Exportación.
Sostenibilidad ambiental	Gestión responsable de los recursos naturales	Entrevista Revisión documental Visitas al campo	Medio	Medio	Se aplican buenas prácticas agrícolas, como uso controlado de pesticidas, compostaje, riego tecnificado y control biológico de plagas, promoviendo la conservación de recursos.
Gestión del agua	Tratamiento del agua	Visitas al campo Entrevista	Alto	Alto	La recolección estratégica de agua de lluvia en depósitos asegura su uso futuro. El agua de

Responsabilidad social	Desarrollo local	Entrevista Revisión documental	Medio	Medio	lavado de fruta en selección se recicla para riego de cultivos, optimizando este recurso vital. La generación de empleo local incluye beneficios como transporte, pago de horas extras y seguro médico, contribuyendo al desarrollo comunitario.
ODS y sostenibilidad	Pilares económico, social y ambiental.	Entrevista Revisión documental	Medio	Medio	Las prácticas sostenibles alinean con los ODS mediante la adopción de tecnologías limpias en empresas agroexportadoras.
Huella ambiental	Reducción del calentamiento global	Entrevista Revisión documental	Medio	Medio	Las empresas implementan medidas para minimizar impactos, aunque persisten oportunidades de mejora en la cuantificación y reducción de emisiones.
Innovación	Eco-innovación	Entrevista Revisión documental	Medio	Medio	La eco-innovación abarca tecnologías verdes y estrategias de mercado que generan ganancias financieras, minimizan efectos ambientales adversos, optimizan recursos y fomentan sostenibilidad en la cadena de valor.

Las empresas frutícolas agroexportadoras a las prácticas comerciales sostenibles. Concluye que, cuando disponen de personal especializado, obtienen buenos resultados en términos de capacidad exportadora, gestión del agua y participación en los mercados internacionales. Sin embargo, también destaca las limitaciones financieras, técnicas y de infraestructura que limitan su independencia operativa. Además, observa un cumplimiento promedio en cuanto a calidad del producto, sostenibilidad ambiental, responsabilidad social, alineamiento con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, huella ambiental e innovación, lo que refleja esfuerzos tangibles en eco-innovación, certificaciones y buenas prácticas agrícolas. Sin embargo, aún se requieren mayores estrategias de inversión y diversificación para combinar modelos empresariales que sean completamente sostenibles ambiental, social y comercialmente.

Tabla 77. Matriz de Cumplimiento de Prácticas Comerciales Sostenibles en las Empresas Entrevistadas Frutícola

Tema	Indicadores	Fuente	Nivel de Cumplimiento (Bajo/Medio/Alto)		Justificación
			Green Soul	Leon Roses	
Exportación	Producción y exportación de rosas	Entrevista Revisión documental	Alto	Alto	El proceso de exportación de la empresa es estable debido a que el producto está siendo comercializado en los mercados internacionales.
Infraestructura de la empresa	Infraestructura productiva y logística.	Entrevista Revisión documental. Documentos internos de la empresa	Medio	Medio	Las empresas cuentan con una zona específica de cultivo con áreas de postcosecha y empaque además de áreas específicas destinadas para el personal.
Mercados internacionales	Diversificación de destinos de exportación	entrevista	Alto	Alto	E1: esta empresa se maneja en un mercado abierto como América, Europa y Asia debido a que tiene más acogida de su producto. E2: la producción de esta empresa está dirigida a los mercados internacionales como EE.UU., Rusia y parte de países europeos.
Gestión Comercial	Procedimientos para exportar	entrevista	Alto	Alto	Se ha probado que las empresas conocen acerca de los procesos de exportación, ya que estas realizan un estudio de mercado, requerimientos de Agrocalidad, permisos aduaneros y respaldo de brokers ayudando a facilitar el proceso de exportación.
Calidad del producto	Control de calidad	entrevista	Alto	Alto	Las empresas garantizan la calidad del producto de las rosas como un mecanismo de competitividad, manteniendo algunos estándares como la presentación del producto y cubrir la demanda durante todo el año.
Sostenibilidad ambiental	Economía circular	Entrevista	Medio	Medio	E1: se implementan procesos de reciclaje en lo de envases químicos o restos de plásticos de invernadero, esta empresa trabaja conjuntamente con una empresa recicladora Agro Universal. E2: se aplican prácticas aisladas, lo que evidencia avances, aunque con menor sistematización.
Gestión del agua	Reciclaje y tratamiento del agua de riego	Entrevista Observación de campo	Alto	Alto	Ambas empresas realizan procesos de filtración y reutilización del agua de riego mediante reservorios, asegurando que el agua regrese a los cauces naturales en condiciones adecuadas, alineándose con el ODS 6.
Responsabilidad social	Generación de empleo	entrevista	Medio	Medio	Las empresas generan empleo directo en la zona, especialmente en áreas rurales. La empresa E1 destaca la generación de trabajo para entre 60 y 70 personas, contribuyendo al sustento de varias familias y

					al desarrollo local.
ODS y sostenibilidad	Aplicación de los ODS	Entrevista Documental	Medio	Medio	Las empresas tienen conocimiento de los ODS 5,6,8,9,12 los cuales los están aplicando en sus empresas cumpliendo con los tres pilares de la sostenibilidad económica, social y ambiental, ya que los consumidores buscan un producto que sea amigable con el medio ambiente.
Huella ambiental	Acciones para mitigar la huella de carbono	Entrevista Documental	Medio	Medio	Las empresas reconocen la importancia de reducir la huella de carbono, destacando el rol de los cultivos como sumideros de carbono y el cumplimiento de certificaciones ambientales que son requeridas para el ingreso de los productos a mercados internacionales.
Innovación	Digitalización de proceso y reducción de papel	Entrevista Documental	Medio	Medio	Ambas empresas han iniciado procesos de digitalización, como facturación electrónica y uso de software para documentos de exportación, reduciendo el consumo de papel y mejorando la eficiencia administrativa.

En la matriz muestra, si bien ambas empresas florícolas tienen un desempeño bajo en materia de sostenibilidad ambiental, responsabilidad social, implementación de los ODS, huella ambiental e innovación, en general cumplen en gran medida con los requisitos en áreas importantes de la competitividad internacional, en particular en lo que respecta a las exportaciones, la gestión comercial, la calidad de los productos y la gestión del agua. Esto implica que, aunque sus capacidades de producción y logística son sólidas y les permiten mantener una presencia constante en los mercados mundiales de rosas, aún deben mejorar sistemáticamente sus prácticas de digitalización, responsabilidad social y economía circular para cumplir plenamente con los estándares de sostenibilidad actuales que se exigen a la industria de exportación de flores.

4.1.15.3. Prácticas comerciales en las empresas agroexportables.

La tabla ofrece una perspectiva integral sobre cómo las empresas de la floricultura y la fruticultura alinean sus operaciones con los diferentes Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), considerando tanto los objetivos específicos como su implementación en la gestión diaria. Al contrastar las promesas de los ODS con las acciones reales, se permite una evaluación metódica del grado de integración de los factores económicos, sociales y ambientales en las empresas.

Con énfasis en temas como la igualdad de género, la gestión del agua, el trabajo decente, la infraestructura sostenible y los patrones de producción y consumo responsables, la información proporcionada se convierte en un insumo crucial para determinar si las prácticas comerciales y operativas de las empresas de Carchi se centran en un modelo de producción sostenible. Asimismo, ofrece componentes objetivos para el desarrollo de sugerencias de mejora y la toma de decisiones, así como datos reales para respaldar el análisis de la contribución del sector agroexportador al desarrollo sostenible de la región.

Tabla 78. Ficha Técnica

FICHA TÉCNICA	
Nombre del sector	Empresas productoras y exportadoras florícolas y frutícolas
Ubicación	Provincia del Carchi – Ecuador
Productos principales	Rosas (partida 0603) y Granadilla (partida 0810)
Tipo de empresa	Micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES)
Actividad económica	Producción agrícola, procesamiento y exportación
Mercados de destino	Estados Unidos, Países Bajos, Alemania y otros mercados internacionales
Prácticas comerciales aplicadas	Exportación directa, cumplimiento de normas fitosanitarias, certificaciones BPA, acuerdos comerciales, estrategias de comercialización internacional
Certificaciones relevantes	Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), normas de calidad y sostenibilidad.
Presentación del producto	
	La granadilla se embala en cajas de cartón reciclable y biodegradable, reduciendo el uso de plásticos. El diseño del embalaje optimiza el espacio y disminuye la huella de carbono durante el transporte, contribuyendo a la producción responsable y a la economía circular.
Embalaje	Las rosas se embalan en cajas de cartón reciclable.
Etiquetado	El eco-etiquetado incorpora información de trazabilidad, origen responsable, lote de producción y fecha de cosecha, lo que promueve la transparencia y el consumo informado. Además, cumple con las normativas ambientales y comerciales.

Alineación de los ODS

ODS 5. Igualdad de género	Participación de mujeres en procesos productivos y administrativos
ODS 6. Agua y saneamiento	Gestión de tratamiento del agua mediante la filtración para la reutilización de riego en las plantaciones.
ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico	Generación de empleo rural, fortalecimiento del sector agroexportador, mejora de ingresos locales
ODS 9. Industria, innovación e infraestructura	Uso progresivo de tecnologías productivas y logísticas para mejorar competitividad
ODS 12. Producción y consumo responsables	Implementación de BPA, reducción de residuos, uso eficiente de recursos naturales
Sostenibilidad	
Económico	Incremento de exportaciones, acceso a mercados internacionales, mejora de competitividad.
Social	Empleo rural, fortalecimiento comunitario, mejores condiciones laborales.
Ambiental	Uso de prácticas agrícolas sostenibles, control de residuos, economía circular incipiente.

Los hallazgos demuestran que las empresas han implementado progresivamente prácticas alineadas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, como la igualdad salarial y de oportunidades para las mujeres, el aprovechamiento del agua de lluvia para riego y la creación de empleos rurales asociados al aumento de las exportaciones. Estas acciones muestran una nueva pero importante conexión entre la competitividad empresarial y la responsabilidad social y ambiental, que fortalece la productivo local y mejora la calidad de vida de las personas afectadas.

No obstante, aún existe cierto grado de cumplimiento de los objetivos de sostenibilidad, especialmente en áreas como la modernización de la infraestructura, la integración de la gestión de residuos y productos químicos, y la combinación de conceptos de economía circular. Esto pone de relieve la importancia de seguir implementando tecnologías limpias, sistemas de reciclaje y reutilización de residuos, y obtener certificaciones especializadas para que las empresas de la provincia Carchi avancen hacia un desempeño sostenible más fiable y demostrable.

4.1.15.4. Evaluación de las empresas que implementan sostenibilidad

A continuación, se llevó a cabo identificar los niveles de cumplimiento de los ODS con en las empresas agroexportadoras, considerando las fortalezas importantes y las deficiencias actuales en la administración mediante indicadores de sostenibilidad. Al considerar aspectos como las certificaciones, el uso responsable de los recursos, las condiciones laborales, la gestión de residuos y la alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, esta herramienta metodológica resulta especialmente

Cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en las Empresas Productoras y Exportadoras de la Provincia del Carchi.

Objetivo	Meta	Porcentaje del impacto	Análisis	Ejes de la sostenibilidad
Objetivo 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas	5.1 Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo.	100%	Las empresas analizadas cumplen con el tema de poner fin a la discriminación en dichas empresas con acciones que incluyen educación y conciencia en tema de igualdad de oportunidad para hombres y mujeres. Evidenciando con documentación del rol de pagos de la empresa donde se identifica que menores de edad no trabajan en dichas empresas. El porcentaje de hombres y mujeres dentro de la empresa Green Soul es del 42% de mujeres y el 58% de hombres, los cuales se desempeñan en diferentes áreas. Ver anexo 9.	Social
Objetivo 6. Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos.	6.3 De aquí a 2030, mejorar la calidad del agua reduciendo la contaminación, eliminando el vertimiento y minimizando la emisión de productos químicos y materiales peligrosos, reduciendo a la mitad el porcentaje de aguas residuales sin tratar y aumentando considerablemente el reciclado y la reutilización sin riesgos a nivel mundial.	95%	Las empresas trabajan con el MAE, que les proporciona certificación y capacitación para verificar que el agua se trate y filtre adecuadamente, reduciendo así la contaminación. Con el fin de ayudar a estas empresas, Agrocalidad proporciona documentación que certifica el análisis de muestras de agua que revelan bajas concentraciones de potasio (< 8,0 mg/L), calcio (< 5,0 mg/L) y magnesio (< 1,6 mg/L). Ver anexo 11	Ambiental
Objetivo 8. Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y	8.5 De aquí a 2030, lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, así como	90%	Las empresas garantizan la igualdad de género en todos los aspectos de sus operaciones mediante la promoción del empleo inclusivo. Además de	social

productivo y el trabajo decente para todos.	la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor.		prestaciones completas que incluyen una remuneración equitativa y vacaciones pagadas, los empleados tienen acceso a equipos de seguridad adaptados a las diversas áreas de sus puestos de trabajo. El rol de pagos muestra las remuneraciones y beneficios que prestan las empresas con equipo de protección personal con perspectiva de género con un 20% mujeres y un 10% hombres. Ver anexo 13
Objetivo 12. Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles	12.5 De aquí a 2030, reducir considerablemente la generación de desechos mediante actividades de prevención, reducción, reciclado y reutilización.	85%	Las empresas trabajan simultáneamente con empresas recicladoras como agro universal y GAD parroquial para la clasificación de desechos y recolección de envases clásticos. Agro universal otorga a las empresas el sello de carbono neutro y el producto libre residuos de plaguicidas. Ver anexo 14

Fuente: ODS (2025).

Las empresas frutícolas y florícolas de la provincia de Carchi, Ecuador, han cumplido cuatro metas y cuatro objetivos que son los más adecuados para sus operaciones en la producción agrícola y la exportación, con énfasis en los porcentajes de impacto de cada objetivo. El cumplimiento general es bueno, con el ODS 5 (igualdad de género) alcanzando el 100% gracias a iniciativas como la educación en igualdad de oportunidades, la ausencia de menores en el empleo y la distribución del personal de la empresa Green Soul. El ODS 6 (agua y saneamiento) alcanza el 95% gracias a las certificaciones MAE y los análisis de Agrocalidad que confirman bajas concentraciones de contaminantes como potasio (8,0 mg/L), calcio (5,0 mg/L) y magnesio (1,6 mg/L); ODS 8 (trabajo decente) con un 90%, fomentando el empleo inclusivo, la remuneración equitativa y los equipos de protección personal; y ODS 12 (consumo sostenible) con un 85% a través de

colaboraciones con recicladores como Agrouniversal y GAD Parroquial para la gestión de residuos plásticos, incluyendo sellos de carbono neutral.

Aunque áreas como la gestión de residuos tienen el porcentaje más bajo (85%), lo que indica posibilidades de mejora en la reutilización integral, el análisis muestra fortalezas en las áreas social y ambiental, con énfasis en las prácticas inclusivas y la limitación de las consecuencias negativas. Con el fin de alinearse con el desarrollo agroexportador sostenible en la provincia del Carchi, las empresas muestran su compromiso con las certificaciones que valida la sostenibilidad. Sin embargo, de acuerdo al análisis revela la necesidad de equilibrar con mayor precisión los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) económicos. Es factible apoyar proyectos beneficiosos para la comunidad, al tiempo que se fomenta el crecimiento económico sostenible y se refuerza la industria florícola y frutícola local mediante tácticas de colaboración gubernamental.

En la provincia de Carchi, Ecuador, las empresas dedicadas a la producción y exportación de flores y frutas no cumplen plenamente con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) ni con las 169 metas establecidas en la Agenda 2030 de las Naciones Unidas. Esto dificulta que estas empresas avancen hacia modelos organizativos plenamente sostenibles que se ajusten a los pilares económicos, sociales y medioambientales.

El análisis revela que la alineación se limita a solo cuatro ODS: 5 (Igualdad de género), 6 (Agua limpia y saneamiento), 8 (Trabajo decente y crecimiento económico) y 12 (Consumo y producción responsables). Esta conclusión se basa en prácticas preliminares como las buenas prácticas agrícolas (BPA) y las certificaciones básicas. Este logro equivale a un 0,23% de progreso hacia los objetivos, lo que significa que solo se ha alcanzado efectivamente un pequeño porcentaje del total, concretamente alcanza el 0,02% de las metas cumplidas del 100% lo que se interpreta un nivel bajo y preocupante de avance que requiere acciones urgentes para activar el cumplimiento objetivos y metas. Estos indicadores muestran un impacto global inferior al 3 %, lo que pone de relieve los desequilibrios existentes en las certificaciones actuales, que dan prioridad al eje medioambiental y dejan atrás los avances en los ejes social y económico. Por lo tanto, es urgente fortalecer estrategias integrales mediante la inversión en innovación tecnológica,

gobernanza ética y alianzas intersectoriales para mejorar el cumplimiento de los ODS rezagados y aumentando la competitividad en los mercados internacionales.

En las empresas productoras y exportadoras de la provincia del Carchi se recomienda mejorar las prácticas agrícolas sostenibles mediante certificaciones de BPA sujetas a los 17 ODS y 169 metas planteadas por la Agenda 2030 que promueva al fortalecimiento del desarrollo en lo económico, social y ambiental. Al trabajar con campañas de responsabilidad social corporativa (RSE) permiten apoyar proyectos beneficiosos para la comunidad, al tiempo que se fomenta el crecimiento económico sostenible y se refuerza la industria local.

Tabla 79. Matriz FODA de las empresas analizadas

FODA	DESCRIPCIÓN
FORTALEZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Alta productividad y costos relativamente bajos en Granadilla y Rosas, lo que genera ventaja comparativa y competitiva para la provincia. • Certificaciones y buenas prácticas agrícolas (BPA, GlobalG.A.P., FloEcuador, Rainforest, etc.) presentes en varias fincas florícolas y frutícolas, que respaldan calidad e inocuidad. • Experiencia exportadora consolidada, con empresas líderes como GREEN SOUL en rosas y varias firmas posicionadas en granadilla que dinamizan el empleo rural. • Integración de prácticas de economía circular, uso eficiente de agua y bioinsumos en unidades productivas, aumentando la sostenibilidad.
OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de financiamiento verde y limitaciones de infraestructura (riego, logística, postcosecha) que restringen la expansión sostenible de la producción. • Escasa formación técnica y conocimiento de procedimientos de exportación en pequeños productores, lo que limita el acceso directo a mercados externos. • Cobertura aún parcial de certificaciones internacionales BPA/GlobalG.A.P. en el conjunto de productores de granadilla y rosas. • Rezagos en innovación tecnológica y desempeño logístico frente a competidores globales, lo que dificulta agregar valor y diferenciar la oferta.
DEBILIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Fuerte crecimiento de la demanda internacional de productos sostenibles y de frutas exóticas como la granadilla; Estados Unidos se consolida como principal importador tanto de granadilla como de rosas

FODA	DESCRIPCIÓN
	<p>ecuatorianas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acuerdos comerciales y regímenes preferenciales (como SGP y TLC) que reducen barreras arancelarias para el ingreso de productos agrícolas ecuatorianos en EE. UU. y Europa. • Tendencias globales hacia certificaciones ambientales, trazabilidad y responsabilidad social que favorecen a quienes ya aplican BPA y esquemas de sostenibilidad. • Programas e incentivos institucionales (AGROCALIDAD, PROECUADOR, gobiernos locales) para fortalecer capacidades, certificaciones y encadenamientos productivos.
AMENAZAS	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia intensa de otros países exportadores de rosas y frutas tropicales (Países Bajos, Colombia, Kenya, China, entre otros) con mayores economías de escala y tecnología. • Barreras arancelarias y no arancelarias (requisitos fitosanitarios, etiquetado, certificaciones complejas) en mercados de destino que pueden incrementar costos. • Volatilidad de precios internacionales, condiciones climáticas adversas y riesgos geopolíticos que afectan la producción y la estabilidad de la demanda. • Bajo nivel de innovación y desempeño logístico del país frente a estándares de los mercados objetivo, lo que puede reducir competitividad y oportunidades de diferenciación.

Las fortalezas identificadas en las cadenas de la granadilla y la rosa demuestran una base de producción eficaz y un fuerte potencial competitivo. Estos cultivos pueden presentarse como sustitutos atractivos de otros productos agrícolas debido a sus rendimientos favorables y a sus bajos costes relativos, especialmente en mercados que valoran la fiabilidad y la calidad del suministro. Además, la presencia de certificaciones y excelentes prácticas agrícolas consolida la reputación sanitaria y medioambiental de la producción, lo cual es crucial para acceder y permanecer en mercados difíciles. Todo ello se ve reforzado por la experiencia en exportación de empresas líderes que mejoran el empleo rural y actúan como referentes para la adopción de conceptos de economía circular y el uso sensato de los recursos.

Por el contrario, las oportunidades ponen de relieve los límites estructurales que impiden la formación de un modelo completamente sostenible. La modernización

de la infraestructura de riego, la gestión postcosecha y la logística es un reto debido a la falta de financiación para iniciativas ecológicas, lo que provoca pérdidas, ineficiencias y una menor capacidad para cumplir las normas internacionales. A esto se suma la brecha en materia de conocimientos técnicos y gestión de las exportaciones entre los pequeños productores, que a menudo dependen de intermediarios y pierden poder de negociación. La cobertura incompleta de la certificación y el retraso en la innovación técnica intensifican estas asimetrías, lo que da lugar a un suministro heterogéneo en el que no todas las unidades de producción logran mantener la misma calidad o rendimiento medioambiental.

Las debilidades están vinculadas a un clima mundial cada vez más favorable para los productos agrícolas distintivos, orgánicos y trazables. El auge del consumo responsable en América del Norte y Europa abre un espacio para frutas exóticas como la fruta de la pasión y flores de alta calidad, siempre que cumplan con criterios de sostenibilidad y responsabilidad social. En esta situación, los acuerdos comerciales y los regímenes preferenciales minimizan los costos de entrada, mientras que los programas públicos y de asociación brindan ayuda para la certificación, la innovación tecnológica y el fortalecimiento de las cadenas industriales. Si estos instrumentos se emplean estratégicamente, la provincia puede avanzar en la cadena de valor, diversificar los mercados y consolidar una imagen de origen vinculada a la calidad y la sostenibilidad.

Sin embargo, las amenazas reflejan un entorno externo altamente competitivo y turbulento. Los países con mayores economías de escala y una infraestructura de transporte más sólida ejercen presión sobre los precios internacionales y obligan a mejorar continuamente la productividad y la diferenciación. Al mismo tiempo, los obstáculos arancelarios y no arancelarios están cambiando hacia requisitos fitosanitarios y técnicos más estrictos, lo que aumenta el costo del cumplimiento, especialmente para los pequeños productores. La inestabilidad de los precios y los fenómenos meteorológicos añaden incertidumbre a los flujos comerciales. Estos riesgos pueden dar lugar a una pérdida de competitividad, al desplazamiento de los proveedores y a una mayor vulnerabilidad de las zonas rurales que dependen de la exportación de granadilla y rosas, en la medida en que el país va detrás de los mercados destino en materia de innovación y rendimiento logístico.

4.2. DISCUSIÓN

La investigación con tema *“Prácticas comerciales en las empresas productoras y exportadoras de la provincia del Carchi y su impacto en la sostenibilidad”* se ha evidenciado que aún existe un reconocimiento general sobre la importancia de incorporar criterios sostenibles en las prácticas comerciales, la aplicación de estas iniciativas en las empresas productoras y exportadoras del Carchi aún se encuentra en un nivel medio. Esta investigación coincide con estudios previos que señalan la falta de financiamiento, la limitada capacitación técnica y la ausencia de certificaciones internacionales como las principales barreras para consolidar modelos empresariales sostenibles en territorios agrícolas.

El primer objetivo específico es proporcionar una base bibliográfica sobre las operaciones comerciales, para ello se utilizaron fuentes de información primarias, entre ellas entrevistas con organismos gubernamentales, productores y exportadores del sector de estudio. También se tuvieron en cuenta fuentes secundarias, como documentos científicos, libros, revistas y sitios web. Con el fin de determinar si existen limitaciones a la comercialización de granadilla y rosas para la venta a mercado objetivo, también se presta atención a las regulaciones y los tratados comerciales que integran a pequeñas economías en vías de desarrollo. Sin embargo, los antecedentes de la investigación que ayudaron a contrastar la realidad de las empresas buscan aumentar la aceptación de los productos en los mercados internacionales y generar nuevas fuentes de empleo para la provincia de Carchi.

Según la teoría de Michael Porter, la producción agrícola de la provincia de Carchi, certificada con GlobalG.A.P. y Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), cumple con los estándares de calidad, inocuidad e innovación sostenible. Esto facilita la exportación directa de rosas y granadilla a mercados como Alemania, Países Bajos y Estados Unidos, donde los consumidores valoran el cuidado ambiental y la justicia laboral. Los bajos costos de producción y la alta productividad de estos cultivos también demuestran la ventaja comparativa de David Ricardo, lo que permite una especialización regional que abastece el mercado nacional y promueve el comercio y el crecimiento económico mediante la diversificación de las exportaciones. Paul Krugman, por su parte, pone un gran énfasis en la adaptación

al mercado global mediante productos sostenibles a precios razonables, la responsabilidad social con proveedores, trabajadores y comunidades que le otorgan una ventaja competitiva al garantizar la calidad de los procesos y productos.

Mediante los antecedentes obtenidos según Kusactay y Escudero (2019), nos menciona que las empresas agroexportadoras de la provincia tiene desafíos en incorporar las prácticas sostenibles en el proceso productivo por la falta del recurso financiero, retrasando la obtención de certificaciones que validen la implementación de prácticas comerciales sostenibles. Una guía para las empresas que garantiza la calidad del producto y la satisfacción del cliente es la norma internacional ISO 9001. Al combinarse con la norma ISO 14001, permite a las empresas mejorar su desempeño ambiental, optimizar sus recursos y procedimientos en las operaciones de su modelo de negocio, proporcionándoles una ventaja competitiva en el producto.

Según Roffé & González (2024), las practicas sostenibles influyen arriesgarse por implementar los ODS en la empresa con acciones de ahorrar el agua, luz y reciclar materiales de fabricación, promoviendo la igualdad de genero para crecer en el ámbito laboral y llegando a ser líderes del grupo de trabajo. Referente a los dos autores la implementación de prácticas sostenibles donde las operaciones de producción sean más eficientes y menos riesgosas ayuda a calificar al producto para obtener certificaciones internacionales como Global Gap y ISO 9001-14001 que es un requisito que válida para ingresar a nichos de mercados.

Las exportaciones de Ecuador, especialmente en la producción de granadilla y rosas, han alcanzado el tercer lugar en el ranking nacional por su oferta exportable y enfoque en la producción sostenible. Los principales destinos son mercados americanos, europeos y asiáticos, conforme a los datos de los años 2020 y 2024. En 2023, la exportación de granadilla totalizó USD 182.325, según el top 10 de los países exportadores, mientras en el año 2024 esta cifra aumentó a USD 229.395. De acuerdo con Trade Map, estos resultados evidencian un crecimiento significativo que contribuye de manera positiva a la economía, ya que las exportaciones favorecen la estabilidad de los países, seguido por las exportaciones de rosas en el

año 2023 un total de USD 20.168.362 en el año 2024 USD 21.703.940. Este desempeño revela que existe un potencial significativo para posicionar productos sostenibles, se alinea con la oferta exportable con los requerimientos de trazabilidad, responsabilidad social y certificaciones ambientales exigidos globalmente.

El factor innovación y desempeño logístico en Ecuador presenta rezagos en ambos aspectos, lo que limita su capacidad para agregar valor y diversificar productos como granadilla y rosas en los mercados internacionales. La innovación en el sector florícola ecuatoriano se concentra en el mejoramiento genético de variedades y el uso de tecnologías limpias; sin embargo, este indicador se centra en fase de consolidación y su alcance sigue siendo medio frete a los estándares de las principales potencias mundiales. En la granadilla, los avances en empaque, conservación postcosecha y certificaciones de calidad son esenciales, pero aún insuficientes para elevar la competitividad frente a mercados exigentes.

El análisis documental y las observaciones de campo de las empresas entrevistadas indicaron diversas dificultades para implementar prácticas comerciales sostenibles, desde el proceso de fabricación hasta el cliente final, según la matriz de cumplimiento de prácticas sostenibles. La falta de financiación para tecnologías limpias y sistemas de trazabilidad, instrumentos cruciales que permiten a las empresas reconocer, controlar y reducir los riesgos operativos y ambientales, es una de las principales barreras. Asimismo, se observó una notable carencia de comprensión sobre la integración del modelo de economía circular y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), tendencias importantes en un mundo globalizado donde los consumidores son cada vez más conscientes al seleccionar productos.

La investigación confirma que Ecuador es un primordial exportador de rosas sin embargo la producción y exportación de granadilla está en constate crecimiento en la oferta exportable, destacando la provincia del Carchi como un referente importante en el sector florícola y frutícola siendo el centro de estudio.

Por otro lado, las ventas de granadilla y rosas con certificación sostenible proyectaron una alta demanda, dando paso a nuevos mercados a nivel mundial. Es fundamental destacar que una de las principales tácticas sugeridas en este estudio es investigar y expandirse a nuevos mercados que se distingan por una

mayor dedicación a la compra de productos elaborados de forma sostenible. Además de satisfacer las necesidades de consumidores más conscientes, esta estrategia brinda a las empresas de flores y frutas la oportunidad de penetrar en nichos de mercado menos concurridos. Asimismo, consideraciones logísticas y económicas resaltan la necesidad de reforzar las medidas comerciales y de sostenibilidad para afrontar situaciones desfavorables.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Ecuador se beneficia de condiciones climáticas ideales que promueven la diversidad de su producción de flores y frutas gracias a su privilegiada ubicación en la línea ecuatorial. La provincia de Carchi, reconocida nacional e internacionalmente por la calidad superior y la diversidad de sus frutas y flores, es un excelente ejemplo de este potencial.

Las actividades agroexportables de la provincia de Carchi afectan directamente a la economía de la región. Estas empresas han logrado avances en la implementación de métodos agrícolas sostenibles, los recursos naturales y el acatamiento de las leyes medioambientales; sin embargo, aún existen limitaciones estructurales como la falta de financiación, la formación técnica inadecuada y la falta de certificaciones internacionales que garanticen la viabilidad a largo plazo.

La provincia del Carchi posee un alto potencial productivo y exportador en sectores como el florícola y frutícola, especialmente en la comercialización de granadilla y rosas. Estos rubros han demostrado que, al incorporar prácticas sostenibles y estrategias de valor agregado, es posible alcanzar niveles significativos de competitividad internacional. Sin embargo, para consolidar esta posición es necesario fortalecer la innovación tecnológica, mejorar la infraestructura de riego, logística y fortalecer las relaciones comerciales.

Las empresas que integran principios de economía circular, responsabilidad social y eficiencia energética en sus modelos de negocio logran incrementar su

productividad y su reputación en los mercados internacionales. En este sentido, la (BPA) y GlobalG.A.P. constituyen un instrumento clave para acceder a mercados más exigentes y responsables. La sostenibilidad se presenta no solo como un requisito ambiental, sino como un componente esencial de la competitividad empresarial indispensable para construir un modelo empresarial resiliente frente a los desafíos del comercio global. Asimismo, la promoción de programas de formación continua y asistencia técnica puede potenciar las capacidades de los productores y exportadores locales, generando empleo, impulsando la innovación y fortaleciendo la identidad productiva de la provincia del Carchi.

En síntesis, las empresas frutícolas y florícolas de la provincia de Carchi, Ecuador, evidencian un avance parcial hacia la sostenibilidad, cumpliendo cuatro ODS clave (5, 6, 8 y 12) con porcentajes de impacto entre el 85% y 100%, impulsados por prácticas inclusivas, certificaciones ambientales y gestión de residuos, aunque limitados al 0,23% del total de objetivos y metas de la Agenda 2030. Si bien destacan fortalezas en los ejes social y ambiental, persisten desequilibrios en el pilar económico y oportunidades de mejora en la reutilización integral de residuos, lo que subraya la necesidad de estrategias integrales como certificaciones avanzadas de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), campañas de responsabilidad social corporativa (RSE), innovación tecnológica y alianzas intersectoriales. Estas acciones no solo equilibrarán el cumplimiento de los ODS, sino que potenciarán la competitividad agroexportadora local, contribuyendo al desarrollo sostenible en los tres pilares económico, social y ambiental.

5.2. RECOMENDACIONES

- Promover el uso de certificaciones internacionales. Alentar a más empresas y agricultores de la provincia de Carchi a obtener certificaciones como GlobalG.A.P. y Buenas Prácticas Agrícolas (BPA), que garantizan la sostenibilidad, la calidad y la seguridad, y abren las puertas a mercados extranjeros.
- Formación continua y fortalecimiento institucional para mantener y ampliar programas de formación técnica para productores y exportadores sobre prácticas agrícolas sostenibles, manejo responsable del agua, seguridad laboral y

gestión ambiental, en colaboración con instituciones gubernamentales y organismos de control.

- Para obtener certificaciones de sostenibilidad, las empresas productoras y exportadoras deben alinear sus operaciones con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), incorporando metas específicas en los pilares económico, social y medioambiental. En la misma línea, es fundamental que evalúen las ventajas que aportan estas certificaciones, como la mejora de la reputación corporativa y el aumento de la competitividad en los mercados globales.
- Se recomienda a las empresas adopten un modelo de gestión sostenible que esté en consonancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 8 y 12. Este modelo promueve el trabajo decente y el crecimiento económico inclusivo (ODS 8) mediante la generación de empleo formal a nivel local, la garantía de condiciones de trabajo adecuadas y el fortalecimiento de las capacidades del talento humano. Del mismo modo, este modelo debe incluir prácticas de producción y consumo responsables (ODS 12) mediante la aplicación de buenas prácticas agrícolas, el uso eficiente de los recursos naturales, la reducción de residuos y la incorporación de un enfoque de economía circular en los procesos de producción y comercialización.
- Las empresas dedicadas al cultivo de flores y frutas en la provincia de Carchi deben priorizar la inversión sistemática en capacitación técnica continua para consolidar su competitividad y sostenibilidad en los mercados internacionales. La formación continua del talento humano en áreas como la sostenibilidad productiva, el comercio exterior y las buenas prácticas agrícolas no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también promueve el desarrollo sostenible al reducir los riesgos ambientales y para la salud, disminuir las pérdidas en la cadena productiva y permitir el acceso a certificaciones internacionales, un elemento fundamental para diferenciar y agregar valor al comercio exterior de rosas y granadilla.
- Se recomienda que las empresas, mejoren su alineación con la Agenda 2030 de las Naciones Unidas mediante la adopción plena de las certificaciones (BPA) que abordan los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y sus 169 metas, haciendo hincapié en la armonía entre los pilares económico, social y medioambiental. En particular, se recomienda implementar sistemas integrales de equidad de género, participación de las mujeres en decisiones administrativas y eliminar la

discriminación así alcanzando el cumplimiento del eje social que actualmente se sitúa un nivel bajo. Para pasar de un impacto global inferior al 3% a un progreso más equilibrado y cuantificable, se sugiere finalmente crear campañas de responsabilidad social corporativa (RSC) que apoyen proyectos comunitarios, mejoren la competitividad en los mercados internacionales y consoliden el desarrollo sostenible de las exportaciones agrícolas.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arguello, E. (2019). *Análisis de las MIPYMES exportadoras del Carchi y el impacto en el desarrollo económico*. Recuperado junio 25, 2024, from <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/1145/1/499-%20ARGUELLO%20FIERRO%20JOHANA%20ESTEFAN%c3%8da.pdf>
- Arroyo, F. R. (2018). *La economía circular como factor de desarrollo sustentable del sector productivo*. Universidad Central del Ecuador.
<https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/786/909>
- Báez, A., Hernández, C., & Carrasco, M. (2019, junio enero). *Evaluación de sostenibilidad en proyectos de desarrollo*. *Ingenierías USBMed*, 10(1), 35.
<https://revistas.usb.edu.co/index.php/ingUSBmed>
- Banco Central del Ecuador. (2025). *Riesgo País*. <https://contenido.bce.fin.ec>. Retrieved June 7, 2025, from <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/informacioneconomica/indicadores/general/RiesgoPais.html>
- Barreiro, R. (2015). *Las Prácticas abusivas en la Relación de Consumo*. *Las prácticas abusivas*. Recuperado octubre 15, 2024, from https://amfjn.org.ar/descargas-pdf/revista_juridica/NUMERO01/las_practicas_abusivas.pdf
- Bhagwati, J. (2002). *Free Trade Today*. <https://www.jstor.org/stable/j.ctv1j666p2>
- Bleckmann. (2024). *Nuevas regulaciones aduaneras en Bélgica y los Países Bajos*. Bleckmann. <https://www.bleckmann.com/es/recursos/nuevas-regulaciones-aduaneras-en-belgica-y-paises-bajos>

- Borja, A., Carvajal, H., & Vite, H. (2020, julio 02). Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Espacios*, 41(24)(15), 186.
<https://revistaespacios.com/>
- Briones Kusactay, V. H., & Vilema Escudero, S. F. (2019, marzo 02). La responsabilidad social de las productoras y exportadoras. *Scielo*, 11(1), p.4.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202019000100157
- Castillo, S., & Aldaz, A. (2021, agosto 30). Análisis del índice de competitividad para Ecuador según el Foro Económico Mundial. *Green World Journal*.
https://www.greenworldjournal.com/_files/ugd/dac1d8_ca76bb15e9ec491987041eb6eebd5347.pdf?index=true
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2019, junio 21). La sostenibilidad social en el comercio internacional. CEPAL repositorio. Retrieved June 26, 2024, from <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/c84889c0-2bc4-4a20-8902-c01f337101b5/content>
- Datos Macro. (2025). PIB - Producto Interior Bruto 2025. *Datosmacro.com*. Retrieved June 6, 2025, from <https://datosmacro.expansion.com/pib>
- Datosmacro. (2024). Índice Mundial de Innovación. *Datosmacro.com*.
<https://datosmacro.expansion.com/estado/indice-mundial-innovacion>
- Díaz Gispert, L. I., Marocho Teran, J., Gonzales Alonso, J., & Baldan, M. V. (2021, Octubre). OBSERVATORIO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIÓN EXTRANJERA DE LA UNIVERSIDAD DE OTAVALO; INSTITUCIÓN ACADÉMICA – INVESTIGATIVA EN TIEMPOS DE SARS-COV-2. *Ecociencia*, 8(5), 55. <https://doi.org/10.21855/ecociencia.85.572>
- Echer, W. (2021). Universidad Politécnica Estatal Del Carchi Facultad De Comercio Internacional, Integración, Administración Y Economía Empres. Universidad Politécnica Estatal Del Carchi Facultad De Comercio Internacional, Integración, Administración Y Economía Empres. Retrieved April 24, 2024, from <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/1152/1/483-%20eche%20quintero%20walter%20alexander.pdf>

- EcuRed. (2025). Provincia de Carchi. EcuRed. Retrieved December 14, 2025, from https://www.ecured.cu/Provincia_de_Carchi
- Editorial Etecé. (2025). Crecimiento poblacional. Concepto. Retrieved June 7, 2025, from <https://concepto.de/crecimiento-poblacional/>
- Espinales, H. O., Orrala, M. I., Burgos, B. A., & Nieto, C. A. (2025). Desafíos y oportunidades de la agroecología para el desarrollo socioeconómico rural en Ecuador. *Revista Socila Fronteriza*. file:///C:/Users/HP/Downloads/ART_52_636.pdf
- EXPORTOU. (2024). Las barreras no arancelarias. Exportou. Retrieved June 7, 2025, from <https://exportou.com/las-barreras-no-arancelarias/>
- Fernández, M. (2021). Desafíos y oportunidades en la inclusión de normas laborales en acuerdos comerciales. *Revista de Economía Global*, 12(3), 75-90.
- Figuroa, F. (2021). Acciones de la mezcla de marketing verde incorporadas en medianas y grandes empresas para desarrollar una ventaja competitiva, registradas en artículos científicos desde el año 2001 al 2015 – Una revisión literaria. file:///C:/Users/HP_14/OneDrive/Documentos/TESIS/impacto%20sostenible/IV_FCE_31_8_TE_Figuroa_Thomas_2021_M_V_P_C.pdf
- Forero, J. A., & Salazar, S. S. (2024, July 15). *Prácticas Sostenibles Para El Fortalecimiento Empresarial En Colombia*. Repositorio Institucional Universidad Cooperativa de Colombia. Retrieved December 11, 2025, from <https://repository.ucc.edu.co/server/api/core/bitstreams/596fe2ae-8fa7-45d0-a6fb-8190b466cdf3/content>
- GADPC. (2024). Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial de El Carchi (GADPC). Cooperanda. Retrieved June 26, 2024, from <https://cooperanda.org/explorar/socioslocales/ver/gobierno-autonomo-descentralizado-provincial-de-el-carchi-gadpc/>
- García, L. (2003). Teoría del desarrollo sostenible. <https://www.redalyc.org/pdf/851/85102008.pdf>

- Granillo, R. (2019). Índice de desempeño logístico. UAEH. Retrieved June 8, 2025, from https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/Sahagun/industrial/2019/indice-de-desempeno-logistico.pdf
- Honores Gómez, A. M., Chavarría Sangurima, B. A., & Solórzano, S. S. (2021, noviembre 05). Desarrollo sostenible: Casos de empresas exportadoras y productoras. *Revista Arbitrada Multidisciplinaria de Investigación Socio Educativa*, 6(5), 1. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2021.6.22.11.210-230>
- INEGI. (2020). *Presentación - Población*. Inegi. Retrieved June 7, 2025, from <https://www.inegi.org.mx/temas/estructura/>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2023). Grandes y medianas empresas: Liderazgo femenino. Ecuador en Cifras. Recuperado de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/grandes-y-medianas-empresas-generaron-mas-de-usd-43-mil-millones-en-2023/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15.ª ed.). Pearson.
- Krugman, P. (1991). *Intra-industry specialization and the gains from trade*. *Jstor*. <https://www.jstor.org/stable/1830815>
- López, S., Rodríguez, J., & Graciano, A. (2024, 09 17). Aplicación Sostenible de Fertilizantes Nitrogenados al Cultivo del Maíz. *Revista Internacional de Sostenibilidad*, 6(2). <https://doi.org/10.18848/2642-2719/CGP/v06i02/65-84>
- Márquez, A., & Torregrosa, T. (2022, marzo). Marketing verde y greenwashing: impacto en la economía de la empresa. *Universidad de alicante facultad de ciencias económicas y empresariales*. file:///C:/Users/HP_14/OneDrive/Documentos/TESIS/impacto%20sostenible/Microsoft%20Word%20-%20TFG%20-Aitana%20M%C3%A1rquez%20S%C3%A1nchez%20-%2048779111K%20-%20Marketing%20verde%20y%20greenwashing.docx.pdf
- Monteros, W., & Cando, J. C. (2023). *Gestión de Residuos Sólidos 2022*. Instituto Nacional de Estadística y Censos - INEC. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

inec/Encuestas_Ambientales/Municipios/2023/Residuos_Solidos/Boletin_Tecnico_GRS_2023.pdf

Naciones Unidas, (2025). *Objetivos de Desarrollo Sostenible. Portada - Desarrollo Sostenible.*

Retrieved December 24, 2025, from <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

Objetivo de Desarrollo Sostenible. (2023.). ODS. Agua y saneamiento - Desarrollo Sostenible.

Retrieved October 21, 2024, from

<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/water-and-sanitation/>

Observatorio de Complejidad Económica. (2023). *Participación de Ecuador en el Comercio Global 2023.* OEC.

https://oec.world/es/profile/country/ecu?selector2297id=trade_i_baci_a_22

OMC. (2025). *OMC | Aranceles - portada.* World Trade Organization. Retrieved June 7,

2025, from https://www.wto.org/spanish/tratop_s/tariffs_s/tariffs_s.htm

Ordoñez, D., Calderón, J., y Padilla, L. (2021). *Revisión de literatura de la teoría del comportamiento planificado en la decisión de compra de productos orgánicos.*

Revista Nacional de Administración. 12, (1), 1-12.

[https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1659-](https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1659-49322021000100010)

[49322021000100010](https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1659-49322021000100010)

Organización Mundial del Comercio. (2020). *Informe sobre el comercio mundial.*

https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/wtr20_e.htm

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2019). *Integridad*

empresarial y lucha contra la corrupción. <https://www.oecd.org/corruption/integrity-business.htm>

Ortega, C. (2024). *¿Qué es la investigación explicativa?* QuestionPro. Retrieved July 1, 2024,

from <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-explicativa/>

- Ortega, C. (2025). Datos demográficos: Qué son, cómo obtenerlos y ejemplos. QuestionPro. Retrieved June 7, 2025, from <https://www.questionpro.com/blog/es/datos-demograficos/>
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). "Creating shared value." *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62-77.
- Quiroa, M. (2020, November 9). Matriz POAM. Economipedia. Retrieved June 8, 2025, from <https://economipedia.com/definiciones/matriz-poam.html>
- Robson, W. (2018). *La Ventaja Competitiva según Michael Porter*. La Ventaja Competitiva según Michael Porter. Retrieved July 2, 2024, from http://fcaenlinea.unam.mx/anexos/1423/1423_u3_act3.pdf
- Roffé, M. A., & González, F. A. I. (2024). El impacto de las prácticas sostenibles en el desempeño financiero de las empresas. Universidad Nacional de Misiones. https://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1668-87082024000100195&script=sci_arttext#gf2
- Ruiz, A., Espinosa, A., Prialé, M., & Llanco, C. (2022, 03 29). Identidad nacional y aprecio por prácticas sostenibles en emprendedores sociales y comerciales de Lima. *Revista de psicología*, 40(2), 1099-1131. <https://doi.org/10.18800/psico.202202.017>
- Sevilla, A. (2025, March 10). PIB (Producto interior bruto): Qué es, características y tipos. Economipedia. Retrieved June 4, 2025, from <https://economipedia.com/definicion/producto-interior-bruto-pib>
- Silva, V. (2019). *Desarrollo sostenible, reglas comerciales y estrategias de inserción de América Latina y el Caribe*. CEPAL. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/e14ecea1e-46e2-489f-82b8-f37c09b76db4/content>
- Sistema de las Naciones Unidas en Ecuador. (2022). *Sistema de las Naciones Unidas en Ecuador*. Marco De Cooperación De Las Naciones Unidas Para El Desarrollo

Sostenible. https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2022-09/UNSDCF%20Ecuador%202022-2026_0.pdf

Trademap. (2024). Comercio bilateral entre Ecuador y Estados Unidos de América.

https://www.trademap.org/Bilateral_10D_TS.aspx?nvpm=3%7c218%7c%7c842%7c%7c110630%7c%7c%7c8%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1

UNCTAD (2021). United Nations Conference on Trade and Development. unctad. Retrieved October 21, 2024, from <https://unctad.org/publication/digital-economy-report-2021>

USA.gov. (2025). Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza de Estados Unidos (CBP).

USA.gov. Retrieved June 7, 2025, from <https://www.usa.gov/es/agencias/oficina-de-aduanas-y-proteccion-fronteriza-de-estados-unidos>

Westreicher, G. (2020, July 31). ¿Qué es la política comercial y cómo influye?

Economipedia. Retrieved June 7, 2025, from

<https://economipedia.com/definiciones/politica-comercial.html>

VII. ANEXOS

Anexos 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR CON ENFOQUE EN INVESTIGACIÓN

ESTUDIANTE:	MARIA FERNANDA ATIZ CARLOSAMA	CÉDULA DE IDENTIDAD:	0402004105
PERIODO ACADÉMICO:	2025B		
PRESIDENTE TRIBUNAL	PHD. JAIME MORENO VALLEJO	DOCENTE TUTOR:	MSC. GALO ALMEIDA CASANOVA
DOCENTE:	MSC. BEATRIZ REALPE DELGADO		
TEMA DEL TIC:	Prácticas comerciales en las empresas productoras y exportadoras de la provincia del Carchi y su impacto en la sostenibilidad		
No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	7.33	Se recomienda ampliar la fundamentación teórica incorporando al menos 15 autores relevantes que permitan fortalecer el sustento científico del estudio, especialmente en temas de prácticas comerciales, sostenibilidad empresarial, comercio exterior, cadenas de valor y adopción tecnológica. La inclusión de estos autores permitirá mejorar la rigurosidad académica y consolidar la coherencia conceptual del trabajo mejorando la coherencia del planteamiento del problema.
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	7.33	Mejorar fundamentación teórica que permita mayor ampliación y precisar claridad de las fuentes oficiales institucionales. Calidad en las teorías del desarrollo sostenible.
3	METODOLOGÍA	7.33	Se recomienda profundizar el análisis teórico y contextual de la temática, incorporando mayor evidencia científica reciente sobre prácticas comerciales sostenibles, adopción tecnológica en cadenas agroexportadoras y su impacto en territorios rurales como el Carchi. Asimismo, es pertinente fortalecer la discusión con autores especializados en sostenibilidad empresarial, comercio exterior y tecnologías limpias, con el fin de consolidar el rigor académico.
4	RESULTADOS	7.33	
5	DISCUSIÓN	7.33	Incluir discusión de empresas productoras y exportadoras del Carchi para mayor ampliación del estudio de investigación. Listado de empresas se debe considerar. Enfoque de género en el estudio es importante incorporar.
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	7.33	
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	7.33	Mejorar la argumentación con más autores.
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	7.33	Aplicación de normas APA 7 y revisar formato institucional.

Obteniendo una nota de: **7.33** Por lo tanto, **APRUEBA** ; debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

Art. 66.- De la aprobación de la pre defensa del informe final de TIC.- El estudiante deberá obtener una nota mínima de 7/10; al finalizar el proceso de pre-defensa se procederá a levantar el acta correspondiente. En el caso de aprobar con observaciones el estudiante deberá adjuntar el informe final de cumplimiento de observaciones y recomendaciones emitido por el Tribunal previo a la defensa final en un término máximo de 10 días.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **lunes, 8 de diciembre de 2025**


PHD. JAIME MORENO VALLEJO
PRESIDENTE TRIBUNAL


MSC. BEATRIZ REALPE DELGADO
DOCENTE


MSC. GALO ALMEIDA CASANOVA
DOCENTE TUTOR

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR CON ENFOQUE EN INVESTIGACIÓN

ESTUDIANTE:	GLAIDER KELLY CHALACAN TIPAZ	CÉDULA DE IDENTIDAD:	1761354230
PERIODO ACADÉMICO:	2025B		
PRESIDENTE TRIBUNAL	PHD. JAIME MORENO VALLEJO	DOCENTE TUTOR:	MSC. GALO ALMEIDA CASANOVA
DOCENTE:	MSC. BEATRIZ REALPE DELGADO		

TEMA DEL TIC: Prácticas comerciales en las empresas productoras y exportadoras de la provincia del Carchi y su impacto en la sostenibilidad

No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	7.33	Se recomienda ampliar la fundamentación teórica incorporando al menos 15 autores relevantes que permitan fortalecer el sustento científico del estudio, especialmente en temas de prácticas comerciales, sostenibilidad empresarial, comercio exterior, cadenas de valor y adaptación tecnológica. La inclusión de estos autores permitirá mejorar la rigurosidad académica y consolidar la coherencia conceptual del trabajo; mejorar la coherencia del planteamiento del problema.
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	7.33	Mejorar fundamentación teórica que permita mayor ampliación y precisar claridad de las fuentes oficiales institucionales. Coherencia en las teorías del desarrollo sostenible.
3	METODOLOGÍA	7.33	Se recomienda profundizar el análisis teórico y contextual de la temática, incorporando mayor evidencia científica reciente sobre prácticas comerciales sostenibles, adaptación tecnológica en cadenas agroexportadoras y su impacto en territorios rurales como el Carchi. Asimismo, es pertinente fortalecer la discusión con autores especializados en sostenibilidad empresarial, comercio exterior y tecnologías limpias, con el fin de consolidar el rigor académico.
4	RESULTADOS	7.33	
5	DISCUSIÓN	7.33	Incluir discusión de empresas productoras y exportadoras del Carchi para mayor ampliación del estudio de investigación. Listado de empresas se debe considerar. Enfoque de género en el estudio es importante incorporar.
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	7.33	
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	7.33	Mejorar la argumentación con más autores.
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	7.33	Aplicación de normas APA 7 y revisar formato institucional.

Obteniendo una nota de: 7,33 Por lo tanto, **APRUEBA** ; debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

Art. 66.- De la aprobación de la pre defensa del informe final de TIC.- El estudiante deberá obtener una nota mínima de 7/10; al finalizar el proceso de pre-defensa se procederá a levantar el acta correspondiente. En el caso de aprobar con observaciones el estudiante deberá adjuntar el informe final de cumplimiento de observaciones y recomendaciones emitido por el Tribunal previo a la defensa final en un término máximo de 10 días.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **lunes, 8 de diciembre de 2025**

PHD. JAIME MORENO VALLEJO
PRESIDENTE TRIBUNAL

MSC. GALO ALMEIDA CASANOVA
DOCENTE TUTOR

MSC. BEATRIZ REALPE DELGADO
DOCENTE

Anexos 2. Certificado del abstract por parte de idiomas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI FOREIGN
AND NATIVE LANGUAGES CENTER

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: Maria Fernanda Atiz Carlosama y Glaider Kelly Chalacan Tipaz				
DATE: Lunes, 1 de diciembre de 2025				
Topic: "Prácticas comerciales en las empresas productoras y exportadoras de la provincia del Carchi y su impacto en la sostenibilidad."				
MARKS AWARDED		QUANTITATIVE AND QUALITATIVE		
VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
De	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED		TOTAL 9	



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

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

Autor: Maria Fernanda Atiz Carlosama y Glaider Kelly Chalacan Tipaz

Fecha de recepción del abstract: Lunes, 1 de diciembre de 2025

Fecha de entrega del informe: Lunes, 1 de diciembre de 2025

139

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

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá

Anexos 3. Oficio dirigido a Proecuator

Oficio Nro. MPCEIP-OTC-DZ1-2025-0002-O

Tulcán, 08 de abril de 2025

Asunto: Respuesta a Oficio Nro. UPEC-FCII-2025-0070-OF

Señor Magíster
Edwin Marcelo Cahuasquí Cevallos
Decano FCHAAE
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
En su Despacho

De mi consideración:

Reciba un atento y cordial saludo de la Dirección Zonal 1 del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, a la vez desear éxitos en las funciones que acertadamente desempeña..

En referencia a "Oficio Nro. UPEC-FCII-2025-0070-OF, Tulcán, 07 de abril de 2025", el cual tiene por asunto: "Solicitud de Información para Desarrollar Trabajo de Integración Curricular ATIZ-CHALACAN (CE) - Ministerio de Producción, Comercio Exterior y Pesca" cuyo contenido expresa:

- *"Solicito muy comedidamente se autorice a la señorita ATIZ CARLOSAMA MARIA FERNANDA, portadora de la cédula N°0402004105, y a la señorita CHALACAN TIPAZ GLAIDER KELLY, portadora de la cédula N° 1761354230, estudiantes de octavo nivel de la Carrera de Comercio Exterior, el ingreso a las Instalaciones del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca; con la finalidad de aplicar entrevistas y obtener información para el desarrollo de su Trabajo de Integración Curricular cuyo tema es: "Prácticas Comerciales en las Empresas Productoras y Exportadoras de la provincia del Carchi y su Impacto en la sostenibilidad."*

Por medio del presente informo a usted que los estudiantes pueden acercarse a las instalaciones de Oficina Técnica Carchi, en la ciudad de Tulcán, en fecha jueves 17 de abril, a las 15:00 p.m.

Contacto para confirmar agendamiento: MSc. Paulina Cuadros 0939316203

Por favor se ruega puntual asistencia.

Saludos cordiales.

Anexos 4. Entrevista

- 1.- ¿Cuáles son los productos que su empresa está exportado?
- 2.- ¿Su empresa cuenta con infraestructura necesaria para fomentar la producción y exportación?
- 3.- ¿Cuántas toneladas de productos agrícolas exporta en su empresa?
- 4.- ¿A qué países se está exportando sus productos?
- 5.- ¿Conoce los procedimientos para ingresar sus productos a mercados internacionales?
- 6.- ¿Qué procesos le ayudan a usted a tener buenas prácticas comerciales?
- 7.- ¿Qué estrategias implementa la empresa en relación con las prácticas comerciales?
- 8.- ¿Tiene conocimiento sobre el modelo de la economía circular?
- 9.- ¿Qué tipo de procesos de economía circular usted implementa en la producción de sus productos?
- 10.- ¿Tiene conocimiento acerca de los objetivos de desarrollo sostenible "ODS"?
- 11.- ¿Cuáles son las acciones específicas que su empresa realiza para alinearse con el ODS número 6 "Agua limpia y saneamiento" para la producción agropecuaria?
- 12.- ¿Su empresa estaría encaminada al objetivo de desarrollo sostenible "ODS" número 8 "producción y consumo responsable" para fomentar buenas prácticas comerciales.
- 13.- ¿Su empresa está enfocada en generar procesos que mitiguen la huella de carbono?
- 14.- ¿Usted cree que en su empresa podría hacer reciclaje del agua y de esta manera generar un proceso sostenible para la producción de sus productos agrícolas?
- 15.- ¿Considera en su empresa es viable minimizar significativamente el uso del papel mediante la digitalización completa de sus procesos?

Anexos 5. Personal de la microempresa

Personal- Cargo	Cantidad	Genero
Gerente	1	Hombre
Secretaria	1	Mujer
Área de producción	1	Hombre
Operativos	3	Hombre/mujer
Área de contabilidad	1	Mujer
Área de ventas	1	Mujer
Total	8	

Anexos 6. Rol de pagos

EMPRESA LA BONITA
ROL DE PAGOS
AL 31 DE JULIO DE 2024

N o	NOMBRES	CARGO	INGRESOS						DESCUENTOS				VALOR A RECIBIR	
			SUBU	SUBSIDIO FAMILIAR	SUB. ANTIGÜEDAD	HORAS EXT RAS	TOTAL, INGRESOS	IESS 9,45 %	PRÉSTAMO	AHORRO	IMPUESTO A LA RENTA	COMISARIATO		TOTAL, DESCUENTOS
1	ING. Jairo Erazo	Gerente	790,9	71,181	47,454	27,34	790,9	71,181	47,454	27,34	0	75	220,975	569,925
2	Sr. Ximena Taqués	Secretaria	470	42,3	28,2	26,43	470	42,3	28,2	26,43	0	53	149,93	320,07
3	Sr. Ana Quelal	Área de producción	470	42,3	28,2	26,43	470	42,3	28,2	26,43	0	53	149,93	320,07
4	Sr. David López	Operativos	470	42,3	28,2	26,43	470	42,3	28,2	26,43	0	53	149,93	320,07
5	Lic. Marcela Morales	Área de contabilidad	680,6	61,254	40,836	22,78	680,6	61,254	40,836	22,78	0	59	183,87	496,73
6	Ing. Rodrigo Tulcán	Área de ventas	746,9	67,221	44,814	27,34	746,9	67,221	44,814	27,34	0	75	214,375	532,525
		TOTAL	3628,4	326,556	217,704	156,75	3628,4	326,556	217,704	156,75	0	368	1069,01	2559,39

Fuente: Rol de pagos empresa la bonita (2024).





Anexos 7. *Fotografías de las entrevistas realizadas*

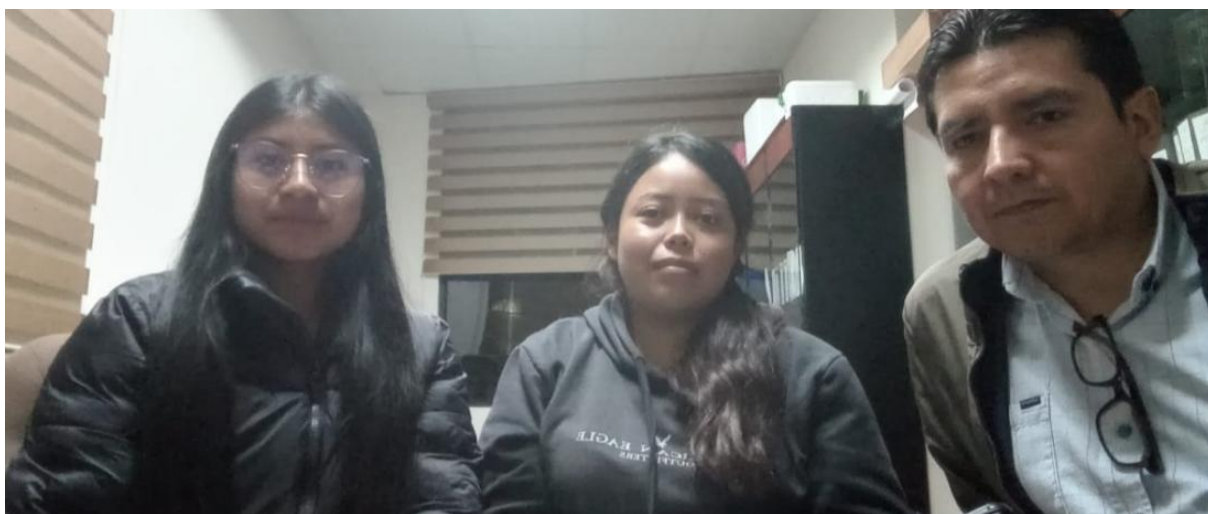
Entrevista Proecuador: Mgs. Oscar Alejandro Ruano Orellana



Entrevista Florícola Green Soul : Sr. Manuel Orellana



Entrevista Florícola Leon Roses: Lic. David Herrera



Entrevista Frutícola La Bonita: Sr. Jairo Erazo



Entrevista Frutícola Gran Fruta Coomper

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL

COMERCIO EXTERIOR

ENTREVISTA

Objetivo: Adquirir información primaria la cual facilite la elaboración del Trabajo de Investigación Curricular con el tema: "Prácticas Comerciales de las Empresas Productoras y Exportadoras de la Provincia del Carchi y su Impacto en la Sostenibilidad". La información proporcionada será utilizada únicamente con fines académicos.

Institución:

Nombre y Apellido:


Correo Electrónico:

1.- ¿Cuáles son los productos que su empresa está exportado?

.....

.....

0:07 / 21:13

 AGROCALIDAD AGENCIA DE REGULACIÓN Y CONTROL FITO Y ZOOSANITARIO	LABORATORIO DE SUELOS, FOLIARES Y AGUAS Vía Interoceánica Km. 14½ y Eloy Alfaro, Granja del MAGAP, Tumbaco - Quito Telef.: 023828860 Ext. 2080	PGT/SFA/09-FO01
		Rev. 5
	INFORME DE ANÁLISIS DE SUELO	Hoja 1 de 2

Laboratorio de ensayo acreditado por el SAE con acreditación N° SAE LEN 09.003

Informe N°: LN-SFA-E23-0843
 Fecha emisión Informe: 03/05/2023

DATOS DEL CLIENTE

Persona o Empresa solicitante¹: Jairo Wladimir Erazo Pizán
Dirección¹: El Higuero **Teléfono¹:** 0993332477
Provincia¹: Sucumbios **Cantón¹:** Sucumbios **Correo Electrónico¹:** erazowlady@hotmail.com
N° Orden de Trabajo: 21-2023-056
N° Factura/Documento: 019-001-0837

DATOS DE LA MUESTRA:

Tipo de muestra¹: Suelo	Conservación de la muestra: Lugar fresco y seco	
Cultivo¹: ---		
Provincia¹: Sucumbios	Coordenadas¹:	X: -77.527580
Cantón¹: Sucumbios		Y: 0.511687
Parroquia¹: La Bonita		Altitud: 2300
Muestreado por¹: Jairo Erazo		
Fecha de muestreo¹: 23-03-2023	Fecha de inicio de análisis: 19-04-2023	
Fecha de recepción de la muestra: 19-04-2023	Fecha de finalización de análisis: 03-05-2023	


RESULTADOS DEL ANÁLISIS

CÓDIGO DE MUESTRA LABORATORIO	IDENTIFICACIÓN DE CAMPO DE LA MUESTRA ¹	PARÁMETRO ANALIZADO	MÉTODO	UNIDAD	RESULTADO
SFA-23-0872	Jairo Erazo	pH a 25 °C	Electrométrico PEE/SFA/06 EPA 9045D	---	5,28
		Materia Orgánica*	Volumétrico PEE/SFA/09	%	13,17
		Nitrógeno*	Volumétrico PEE/SFA/09	%	0,66
		Fósforo*	Colorimétrico PEE/SFA/11	mg/kg	15,6
		Potasio*	Absorción Atómica PEE/SFA/12	cmol/kg	0,19
		Calcio*	Absorción Atómica PEE/SFA/12	cmol/kg	3,54
		Magnesio*	Absorción Atómica PEE/SFA/12	cmol/kg	0,37
		Hierro*	Absorción Atómica PEE/SFA/13	mg/kg	691,4
		Manganeso*	Absorción Atómica PEE/SFA/13	mg/kg	14,03
		Cobre*	Absorción Atómica PEE/SFA/13	mg/kg	3,41
		Zinc*	Absorción Atómica PEE/SFA/13	mg/kg	4,47

Analizado por: Edison Vega, Paulina Lliver, Katty Pastás

Nota: El resultado corresponde únicamente a la muestra entregada por el cliente en esta fecha. Está prohibida la reproducción parcial de este informe.

¹ Datos suministrados por el cliente: el laboratorio no se responsabiliza por esta información.

 AGROCALIDAD AGENCIA DE REGULACIÓN Y CONTROL FITO Y ZOOSANITARIO	LABORATORIO DE SUELOS, FOLIARES Y AGUAS Vía Interoceánica Km. 14½ y Eloy Alfaro, Granja del MAGAP, Tumbaco - Quito Teléf.: 023828860 Ext. 2080	PGT/SFA/09-FO01
	INFORME DE ANÁLISIS DE SUELO	Rev. 5 Hoja 2 de 2

Observaciones:

- Informe revisado por: Katty Pastás
- El laboratorio no es responsable del muestreo por lo que los resultados se aplican a la muestra como se recibió.
- Los ensayos marcados con (*) NO están incluidos en el alcance de la acreditación del SAE.
- Las interpretaciones que se indican a continuación, están FUERA del alcance de acreditación del SAE.

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS - REGIÓN COSTA										
PARÁMETRO	MO (%)	N (%)	P (mg/kg)	K (cmol/kg)	Ca (cmol/kg)	Mg (cmol/kg)	Fe (mg/kg)	Mn (mg/kg)	Cu (mg/kg)	Zn (mg/kg)
BAJO	< 3,1	< 0,15	< 8,0	< 0,20	< 5,0	< 1,6	< 20,0	< 5,0	< 1,1	< 3,0
MEDIO	3,1 - 5,0	0,15 - 0,30	8,0 - 14,0	0,20 - 0,40	5,0 - 9,0	1,6 - 2,3	20,0 - 40,0	5,0 - 15,0	1,1 - 4,0	3,0 - 7,0
ALTO	> 5,0	> 0,30	> 14,0	> 0,40	> 9,0	> 2,3	> 40,0	> 15,0	> 4,0	> 7,0

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS - REGIÓN SIERRA Y COSTA					
	ÁCIDO	LIGERAMENTE ÁCIDO	PRÁCTICAMENTE NEUTRO	LIGERAMENTE ALCALINO	ALCALINO
pH	≤ 5,5	> 5,5 - 6,5	> 6,5 - 7,5	> 7,5 - 8,0	> 8,0

FUENTE: INIAP, 2002



KATTY ALEXANDRA
 PASTÁS SANCHEZ
 Quím. Katty Pastás
 Responsable de Laboratorio
 Suelos, Foliar y Aguas

	LABORATORIO DE CONTAMINANTES DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS Via Interoceánica Km. 14% y Eloy Alfaro, Granja del MAGAP. Tumbaco – Quito. Telf: 02-382-8860 Ext. 2085	PGT/CPA/09-F001
		Rev.10
	INFORME DE ANÁLISIS	Hoja 1 de 3

Informe N°: LN-CPA-123-182
 Fecha Emisión Informe: 03/05/2023

DATOS DEL CLIENTE

Persona o Empresa solicitante¹: Agrocalidad Sucumbios

Dirección: Calle 6 de Diciembre y 18 de Noviembre

Provincia¹: Sucumbios

Cantón¹: Lago Agrio

Teléfono¹: 062 835 104

Correo Electrónico¹: christian.betancourt@agrocalidad.gob.ec

N° Orden de Trabajo: 21-2023-100

N° Factura/Documento: AGR-AGC/Z1/SUCUMBIOS-2023-000961-M

DATOS DE LA MUESTRA:

Provincia ¹ : Sucumbios	Tipo de muestra ¹ : Granadilla
Cantón ¹ : Sucumbios	Conservación de la muestra: Refrigerada
Parroquia ¹ : La Bonita	Tipo de envase: Plástico
Fecha de muestreo ¹ : 24/04/2023	Fecha de inicio de análisis: 26/04/2023
Fecha de recepción de la muestra: 25/04/2023	Fecha de finalización de análisis: 02/05/2023

RESULTADOS DEL ANÁLISIS

MÉTODO REFERENCIAL/ MÉTODO INTERNO:

PEE/CPA/03 basado en: AOAC Official Method 2007.01, EN 15662. "Residuos de plaguicidas en alimentos por extracción con acetonitrilo, partición y limpieza por SPE dispersivo.

Residuos de plaguicidas: Análisis instrumental realizado por Cromatografía Líquida de Ultra Alta Eficiencia con Detector de Masas doble (UHPLC/MS-MS).

CÓDIGO DE MUESTRA LABORATORIO	IDENTIFICACIÓN DE CAMPO DE LA MUESTRA ¹	PLAGUICIDAS DETECTADOS	RESIDUOS ENCONTRADOS mg/Kg (ppm)
CPA-23-252	Jairo Erazo 01	Residuos de plaguicidas por UHPLC-MS/MS:	ND

ppm: Partes por millón (mg/kg) mg: miligramo g: gramo Kg: kilogramo ND: No detectado LOQ: Límite de detección LOQ: Límite de cuantificación UHPLC/MS-MS: Cromatografía líquida de ultra alta eficiencia con detector de espectrometría de masas doble

Analizado por: Vicente Barba, Alexander Medina, Silvana Díaz y Alex Minda.

Observaciones:

- En la tabla de resultados se indican las moléculas de plaguicidas de los residuos detectados y cuantificados. Si no se detectan se informará como No Detectado (ND). Si se detectan, pero no se cuantifican se informará como menor al límite de cuantificación (<LOQ). Los resultados se aplican a la muestra tal como se recibió.
- Las muestras a las que se refiere este reporte, se mantendrá en custodia por 15 días, luego de la emisión de este informe. Concluido este periodo se desearán.
- Los datos asociados a este estudio (cromatogramas, curvas de calibración, etc.) se mantendrán en custodia por un plazo

Nota: El resultado corresponde únicamente a la muestra entregada por el cliente en esta fecha. Está prohibida la reproducción parcial de este informe.

¹Datos suministrados por el cliente. El laboratorio no se responsabiliza por esta información

 AGROCALIDAD AGENCIA DE REGULACIÓN Y CONTROL FITO Y ZOOSANITARIO	LABORATORIO DE CONTAMINANTES DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS Vía Interoceánica Km. 14½ y Eloy Alfaro, Granja del MAGAP. Tumbaco – Quito. Telef: 02-382-8860 Ext. 2085	PGT/CPA/09-F001
	INFORME DE ANÁLISIS	Rev.10
		Hoja 2 de 3

Informe N°: LN-CPA-123-182

de seis meses, después de emitido el reporte. Posterior a este periodo serán descartados a menos que el interesado indique lo contrario por medio de un documento escrito.

4. Los límites indicados en este reporte se refieren a las condiciones analíticas de trabajo en el laboratorio, no a la norma de regulación nacional o internacional.

5. Los límites máximos permisibles se establecen en:

Límites Máximos de Residuos (LMR's) establecidos por la Dirección General de Sanidad y Consumo de la Unión Europea 2022:

Límites Máximos de Residuos (LMR's) UE: <https://ec.europa.eu/food/plant/pesticides/eu-pesticides-database/start/screen/mlrs>

Límites Máximos de Residuos (LMR's) del CODEX: <https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/codex-texts/dbs/pestres/es/>



ALEX JAVIER MINDA ALVARO

QA. Alex Javier Minda Alvaro

Analista de Contaminantes de Productos Agrícolas 3

Responsable Técnico del Laboratorio de

Contaminantes de Productos Agrícolas

	LABORATORIO DE CONTAMINANTES DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS Vía Intercoecánica Km. 14½ y Eloy Alfaro, Granja del MAGAP. Tumbaco – Quito. Teléf: 02-382-8860 Ext. 2085	PGT/CPA/09-F001
	INFORME DE ANÁLISIS	Rev.10
		Hoja 3 de 3

Informe N°: LN-CPA-123-182

ANEXO

RESIDUOS DE PLAGUICIDAS POR CROMATOGRFÍA LÍQUIDA DE ULTRA ALTA EFICIENCIA CON DETECTOR DE MASAS DOBLE (UHPLC/MS-MS)	
1. Acetamiprid	29. Imidacloprid
2. Ametryn	30. Malathion
3. Atrazine	31. Metalaxyl
4. Azoxystrobin	32. Metamitron
5. Benalaxyl	33. Methiocarb
6. Bentazone	34. Methomyl
7. Bromacil	35. Methoxyfenozide
8. Buprofezin	36. Metribuzin
9. Cadusafos	37. Monocrotophos
10. Carbendazim	38. Napropamide
11. Carbofuran	39. Oxadiargyl
12. Chlorpyrifos	40. Parathion-ethyl
13. Chlorpyrifos-methyl	41. Pirimicarb
14. Clopyralid	42. Prochloraz
15. Cymoxanil	43. Profenophos
16. Cyprodinil	44. Propamocarb
17. Cyromazine	45. Propiconazole
18. Difenoconazole	46. Propoxur
19. Dimethomorph	47. Pyraclostrobin
20. Diuron	48. Pyrimethanil
21. Epoxiconazole	49. Pyriproxifen
22. Fenamiphos	50. Spirodiclofen
23. Fenhexamid	51. Tebuconazole
24. Fipronil	52. Terbutryn
25. Forchlorfenuron	53. Tetrachlorvinphos
26. Haloxifop	54. Tetraconazole
27. Hexythiazox	55. Thiabendazole
28. Imazalil	56. Thiacloprid
	57. Thiamethoxam
	58. Triadimefon
	59. Tridemorph
	60. Vamidothion

Nota: El resultado corresponde únicamente a la muestra entregada por el cliente en esta fecha.
 Está prohibida la reproducción parcial de este informe.
 *Datos suministrados por el cliente. El laboratorio no se responsabiliza por esta información

Anexos 10. Distribución del personal por empresa

Frutícola la Bonita

DIAGNÓSTICO					
Distribución del personal en el último año					
Denominación	Nro. de mujeres	Nro. de hombre	Total	% de mujeres	% de hombres
LA BONITA FRUIT EXPORT, S.A.	10	5	15	95%	5%

Número de trabajadores de la empresa LA BONITA FRUIT EXPORT, S.A.		
Denominación	Nro. de mujeres	Nro. de hombre
1. Cargos directivos	2	1
2. Cargos medios	1	2
3. Cargos operativos	7	2
Total	10	5

1 DIAGNÓSTICO						
Análisis de seguridad en el trabajo realizados en el último año						
Medidas de SST con perspectiva de género implementadas	Nro. Total de mujeres	Nro. Mujeres beneficiadas	% de mujeres beneficiadas	Nro. Total de hombres	Nro. Hombres beneficiados	% de hombres beneficiados
Estudios realizados para detectar necesidades relativas a riesgos laborales y salud laboral	10	10	20%	5	5	10%
Medidas de salud laboral o prevención de riesgos laborales implementadas	10	10	20%	5	5	10%
Análisis antropométrico de uso de Equipo de Protección Personal (EPP) con perspectiva de género	10	10	20%	5	5	10%

Diagnóstico					
Distribución del personal en el último año					
Denominación	Nro. de mujeres	Nro. de hombre	Total	% de mujeres	% de hombres
GRAN FRUTA COOMPER	30	15	45	85%	15%

Número de trabajadores de la empresa GRAN FRUTA COOMPER		
Denominación	Nro. de mujeres	Nro. de hombre
1. Cargos directivos	3	6
2. Cargos medios	2	4
3. Cargos operativos	12	5
Total	17	15

1 DIAGNÓSTICO						
Análisis de seguridad en el trabajo realizados en el último año						
Medidas de SST con perspectiva de género implementadas	Nro. Total de mujeres	Nro. Mujeres beneficiadas	% de mujeres beneficiadas	Nro. Total de hombres	Nro. Hombres beneficiados	% de hombres beneficiados
Estudios realizados para detectar necesidades relativas a riesgos laborales y salud laboral	30	30	60%	15	15	30%
Medidas de salud laboral o prevención de riesgos laborales implementadas	30	30	60%	15	15	30%
Análisis antropométrico de uso de Equipo de Protección Personal (EPP) con perspectiva de género	30	30	60%	15	15	30%

DIAGNÓSTICO					
Distribución del personal en el último año					
Denominación	Nro. de mujeres	Nro. de hombre	Total	% de mujeres	% de hombres
GREEN SOUL FLOR ETERNA CIA. LTDA.,	35	40	75	42%	58%

Número de trabajadores de la empresa GREEN SOUL		
Denominación	Nro. de mujeres	Nro. de hombre
1. Cargos directivos	2	3
2. Cargos medios	5	7
3. Cargos operativos	28	30
Total	35	40

DIAGNÓSTICO						
Análisis de seguridad en el trabajo realizados en el último año						
Medidas de SST con perspectiva de género implementadas	Nro. Total de mujeres	Nro. Mujeres beneficiadas	% de mujeres beneficiadas	Nro. Total de hombres	Nro. hombres beneficiados	% de hombres beneficiados
Estudios realizados para detectar necesidades relativas a riesgos laborales y salud laboral	35	35	70%	40	40	80%
Medidas de salud laboral o prevención de riesgos laborales implementadas	35	35	70%	40	40	80%
Análisis antropométrico de uso de Equipo de Protección Personal (EPP) con perspectiva de género	35	35	70%	40	40	80%



DIAGNÓSTICO					
Distribución del personal en el último año					
Denominación	Nro. de mujeres	Nro. de hombre	Total	% de mujeres	% de hombres
LEÓN ROSES CARCHI	25	25	50	50%	50%

Número de trabajadores de la empresa León Roses Carchi		
Denominación	Nro. de mujeres	Nro. de hombre
1. Cargos directivos	3	5
2. Cargos medios	5	5
3. Cargos operativos	17	15
Total	25	25

I DIAGNÓSTICO						
Análisis de seguridad en el trabajo realizados en el último año						
Medidas de SST con perspectiva de género implementadas	Nro. Total de mujeres	Nro. Mujeres beneficiarias	% de mujeres beneficiarias	Nro. Total de hombres	Nro. hombres beneficiados	% de hombres beneficiados
Estudios realizados para detectar necesidades relativas a riesgos laborales y salud laboral	25	25	100%	25	25	100%
Medidas de salud laboral o prevención de riesgos laborales implementadas	25	25	100%	25	25	100%
Análisis antropométrico de uso de Equipo de Protección Personal (EPP) con perspectiva de género	25	25	100%	25	25	100%



Calle García Moreno 733 y Julio Andrade esquina, Ecuador provincia del Carchi, Cantón Bolívar parroquia Bolívar, EC040101 EC040102

Anexos 11. Certificación de cumplimiento de buenas prácticas agropecuarias

MINISTERIO DE AGRICULTURA Y GANADERIA
AGENCIA DE REGULACION Y CONTROL FITO Y ZOOSANITARIO

CERTIFICADO DE CUMPLIMIENTO DE BUENAS PRÁCTICAS AGROPECUARIAS

Código Único BPA:	AGRO-CBPA-PA-1722551049	Subcódigo BPA:	00010
No. de Código Expediente:	AGRO202009	Fecha de Emisión Agrocalidad:	07-09-2020

Acorde a la Resolución N° 106, Guía de Buenas Prácticas Agrícolas General - publicada 2009-12-17

La Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario declara que la producción detallada en este certificado está en conformidad a:

Resolución: 0041 publicada el 19-04-2017

IDENTIFICADOR:	0402255104
NOMBRE/RAZÓN SOCIAL:	Asociación I
IDENTIFICACIÓN REPRESENTANTE:	0402255104
REPRESENTANTE LEGAL:	Manuel Orellana
DIRECCIÓN:	Dirección 123-567-38
E-MAIL:	sales@greansoul.com
TELÉFONO:	(09) 968551815
FECHA AUDITORÍA:	NA
FECHA AUDITORÍA COMPLEMENTARIA:	NA
TIPO DE CERTIFICADO:	Global Gap
FECHA DE EXPEDICIÓN:	01-09-2020
FECHA DE EXPIRACIÓN:	30-09-2020



Firmado mediante Sistema GUA

Denisse Ivonne Vásconez Mapa
Coordinación Distrital Pichincha
AGENCIA DE REGULACIÓN Y CONTROL FITO Y ZOOSANITARIO



Escaneado con CamScanner