



*Certificaciones internacionales un desafío clave para la exportación de la uvilla
ecuatoriana: análisis de barreras y estrategias de acceso*

*International certifications: a key challenge for the export of Ecuadorian grapes:
analysis of barriers and access strategies*

*Certificações internacionais: um desafio fundamental para a exportação de uvas
equatorianas: análise de barreiras e estratégias de acesso*

Martha Patricia Panchi Arias ^I

ppanchi@unibe.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-9668-5379>

Correspondencia: ppanchi@unibe.edu.ec

Ciencias Técnicas y Aplicadas
Artículo de Investigación

* **Recibido:** 19 de mayo de 2025 * **Aceptado:** 15 de junio de 2025 * **Publicado:** 21 de julio de 2025

I. Universidad Iberoamericana del Ecuador, Ecuador.

Resumen

Este estudio tuvo como objetivo analizar los desafíos clave relacionados a la obtención de certificaciones internacionales para identificar barreras de exportación y establecer estrategias. Para ello, se llevó a cabo una revisión de literatura que permitió identificar los principales desafíos y oportunidades asociados a estas certificaciones. La metodología incluyó la elaboración de una matriz de análisis bibliográfico, en la cual se sistematizó información relevante sobre autores, años, tipos de publicación, títulos, fuentes, contenidos de interés y reflexiones críticas. Este enfoque permitió estructurar el análisis en torno a tres ejes fundamentales: el papel estratégico de las exportaciones agroalimentarias, las certificaciones internacionales y las oportunidades y barreras para la uvilla ecuatoriana. Entre los resultados más destacados, se identificó que las certificaciones internacionales representan tanto una oportunidad para acceder a mercados globales como una barrera significativa debido a los costos y procesos complejos que implican. Este hallazgo subraya la necesidad de desarrollar estrategias sostenibles que permitan a los productores cumplir con estas certificaciones y fortalecer la competitividad de la uvilla como un producto emblemático de exportación. Entre esas estrategias sostenibles sobresale la capacitación de tipo conceptual y de conocimiento de las principales certificaciones, en función de alcanzar una cultura de exportación – certificación.

Palabras clave: certificaciones internacionales; exportación; uvilla; competitividad; capacitación.

Abstract

This study aimed to analyze the key challenges related to obtaining international certifications in order to identify export barriers and establish strategies. To this end, a literature review was conducted, allowing for the identification of the main challenges and opportunities associated with these certifications. The methodology included the development of a bibliographic analysis matrix, which systematized relevant information on authors, years, types of publication, titles, sources, relevant content, and critical reflections. This approach allowed for the analysis to be structured around three fundamental axes: the strategic role of agrifood exports, international certifications, and the opportunities and barriers for Ecuadorian golden berries. Among the most notable results, it was identified that international certifications represent both an opportunity to access global

markets and a significant barrier due to the costs and complex processes involved. This finding underscores the need to develop sustainable strategies that enable producers to comply with these certifications and strengthen the competitiveness of the golden berry as an emblematic export product. Among these sustainable strategies, conceptual training and knowledge of the main certifications stand out, aimed at fostering an export-certification culture.

Keywords: international certifications; export; golden berry; competitiveness; training.

Resumo

Este estudo teve como objetivo analisar os principais desafios relacionados à obtenção de certificações internacionais, a fim de identificar barreiras à exportação e estabelecer estratégias. Para tanto, foi realizada uma revisão bibliográfica, permitindo a identificação dos principais desafios e oportunidades associados a essas certificações. A metodologia incluiu o desenvolvimento de uma matriz de análise bibliográfica, que sistematizou informações relevantes sobre autores, anos, tipos de publicação, títulos, fontes, conteúdo relevante e reflexões críticas. Essa abordagem permitiu estruturar a análise em torno de três eixos fundamentais: o papel estratégico das exportações agroalimentares, as certificações internacionais e as oportunidades e barreiras para as frutas douradas equatorianas. Entre os resultados mais notáveis, identificou-se que as certificações internacionais representam tanto uma oportunidade de acesso a mercados globais quanto uma barreira significativa devido aos custos e processos complexos envolvidos. Essa constatação reforça a necessidade de desenvolver estratégias sustentáveis que permitam aos produtores cumprir essas certificações e fortalecer a competitividade do fruto-dourado como produto emblemático de exportação. Dentre essas estratégias sustentáveis, destacam-se o treinamento conceitual e o conhecimento das principais certificações, visando fomentar uma cultura de certificação para exportação.

Palavras-chave: certificações internacionais; exportação; fruto-dourado; competitividade; treinamento.

Introducción

En América Latina y el Caribe, la agricultura desempeña un papel clave en el desarrollo sostenible, no solo a nivel local, sino también en su proyección internacional. Este sector es uno de los principales motores de exportaciones, lo que ha permitido que en muchos países se consolide como

eje central de sus economías. Su relevancia también se refleja en el rol estratégico que tiene la región en la seguridad alimentaria mundial, contribuyendo con cerca del 14 % de las exportaciones globales de productos agroalimentarios. Este volumen representa aproximadamente una cuarta parte de las exportaciones totales de América Latina y el Caribe.

Lo primera idea en la reflexión es la necesaria comprensión de que la exportación, “constituye un proceso esencial en las negociaciones internacionales” Lerma y Márquez (2010). Dado que este proceso implica la comercialización de bienes y servicios producidos o manufacturados en un país hacia mercados del exterior, conviene entender, como plantean Mena y Gutiérrez (2021) que, las exportaciones “son vitales en el contexto económico de una nación, porque simbolizan una fracción del Producto Interno Bruto (PIB), al tiempo que generan empleo para ciudadanos nacionales y extranjeros, contribuyendo así a una vida más sustentable y sostenible”.

La segunda idea reflexiva para complementar la comprensión del concepto de exportación, consiste en ubicar la idea de análisis reflexivo en el rubro de exportación de las frutas. Por tanto, es vital abordar la composición de las exportaciones agrícolas de América Latina y el Caribe. En este sentido, a continuación, se tienen en cuenta datos de informes internacionales como la Food and Agriculture Organization, (FAO, por sus siglas en inglés) y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

El primer organismo internacional mencionado informa que el principal rubro de exportaciones fue el de las oleaginosas (28%), seguido de las frutas (19%). Este dato es muy interesante porque la localización geográfica de las exportaciones de frutas, en ese momento, según reportó la FAO (2002), estuvo ampliamente distribuida en la región, en la que Ecuador se ubicó en tercer lugar.

Gracias al análisis del informe de la CEPAL (2019), tal afirmación encuentra argumento por lo que resalta: “América Latina y el Caribe conforman una región estratégicamente favorecida en términos de su dotación de recursos de naturaleza biológica” (CEPAL et al. 2019). Es una idea que se actualiza de forma más reciente con Rodríguez (2021) que da cuenta de que, entre los principales países productores y exportadores de alimentos, destacan Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, Ecuador, Paraguay y Uruguay.

Con relación a Ecuador, los investigadores Chunchu, Uriguen y Vivanco, (2021) reconocen que el sector agropecuario ecuatoriano, ha sido tradicionalmente el sustento económico del país antes de la aparición del petróleo. Una referencia de ello es que “hasta 1970 este sector representó el 30% del PIB, y en el 2018 un 29,4% de la población económicamente activa tuvo en este sector su

principal fuente de empleo” P.16. Actualmente, durante 2024, la agricultura registró un desempeño positivo, destacándose el sector de frutas y hortalizas con una contribución del 16% al PIB agrícola. (Banco Central de Ecuador, 2025).

Este contexto reafirma la centralidad del sector agropecuario en la economía ecuatoriana, no solo por su peso histórico y su capacidad para generar empleo, sino también por su renovado dinamismo en el ámbito de frutas y hortalizas. Este impulso agrícola ha sido respaldado por políticas institucionales como el Plan Nacional de Promoción de Exportaciones, orientadas a potenciar la presencia del país en mercados internacionales. (Montesino, 2007).

En este marco, la necesidad de ampliar acuerdos comerciales y atraer inversión extranjera adquiere aún más relevancia, especialmente frente a la valorización creciente de productos orgánicos, con valor agregado y comercio justo. Ejemplifica Campana (2017) que, tienen a su favor el apoyo de la Carta magna y el Plan Nacional de Desarrollo.

Con los anteriores datos se razona y se concreta la idea de que la producción de frutas, representa una alternativa económica viable para el agricultor ecuatoriano, porque cuenta con mayores exportaciones, pero según alerta Quiñonez (2022) aunque esta alternativa se considera un logro, aun se requiere incrementar la diversificación de cultivos, porque “la diversificación de la economía representa uno de los principales desafíos para alcanzar un desarrollo económico en armonía con el medio ambiente y la sociedad, pilares fundamentales del desarrollo sostenible y los objetivos de la agenda 2030”.

Todo lo anterior permite entender que el cultivo y exportación de frutas representa una vía estratégica para el desarrollo agrícola en Ecuador, dando lugar a que la actividad de exportación e importación sea reconocida como un área esencial por el impacto que pueda o no tener, debido a que actualmente existe una mayor demanda de sus productos desde países que disponen de alto poder adquisitivo. Lo que abre oportunidades concretas para cultivos no tradicionales como la uvilla, cuyo potencial exportador merece un análisis profundo.

A partir de lo expuesto, y de acuerdo al título de la comunicación, para desarrollar una mirada académica y científica que oriente y fundamente lo que se persigue resaltar, inicialmente, resulta de interés, reflexionar acerca del concepto de exportación como referente teórico. Con la finalidad de valorar lo importante de su desarrollo y apreciar el posicionamiento de Ecuador entre los países de la región en este sector. Teniendo en cuenta estas reflexiones se incorporará, relacionamente, el referente de la fruta uvilla como el motivo de búsqueda de mejoramiento para que,

posteriormente, se aluda al referente de las certificaciones como parte de la solución, pero acompañadas de los detalles de las barreras identificadas y estrategias posibles de realización.

El problema

En este escenario, el estudio de la uvilla, como producto de exportación ecuatoriano adquiere un valor significativo no solo por su potencial comercial, sino por los retos que enfrenta para consolidarse en mercados internacionales. Aún, cuando es palpable su creciente reconocimiento en países que demandan productos orgánicos y exóticos, los pequeños y medianos productores encuentran dificultades para cumplir con las certificaciones requeridas, tanto por sus elevados costos como por la complejidad técnica de los procedimientos involucrados. Estas barreras limitan la capacidad de aprovechar plenamente las oportunidades que el comercio internacional ofrece para este cultivo no tradicional.

De ahí que resulte de interés analizar el problema desde una perspectiva integral, que considere no solo los aspectos económicos de las exportaciones, sino también las exigencias vinculadas a los sistemas de certificación, su impacto en la competitividad y la inclusión de los productores.

Material y métodos

La comunicación se desarrolla desde un enfoque cualitativo, de carácter descriptivo, siguiendo una metodología basada en revisión de literatura, y a sugerencia de Arksey y O'Malley (2005), organizada en etapas a modo de estudio exploratorio, dado que la literatura académica en torno al comercio agroalimentario internacional y las certificaciones ha crecido significativamente en las últimas décadas, reflejando el papel cada vez más estratégico que desempeñan los productos agrícolas en el desarrollo económico de países como Ecuador.

Etapas 1. Identificación de la pregunta de investigación

la revisión se estructura en torno a la pregunta de investigación: ¿Cómo influyen las certificaciones internacionales en la capacidad de exportación de la uvilla ecuatoriana por parte de pequeños y medianos productores?

Etapas 2 Identificación de estudios relevantes

La estrategia de búsqueda fue manual en las diferentes bases de datos de publicaciones de rigor académico y el establecimiento de criterios de selección.

Fuentes y criterios de selección

1. **Relevancia temática** Se priorizarán estudios que aborden directamente los ejes del estudio: exportaciones agroalimentarias, certificaciones internacionales y producción de uvilla en Ecuador o en contextos comparables.
2. **Actualidad de las fuentes** Se considerarán publicaciones de los últimos diez años (2014–2024), con excepción de documentos fundacionales o clásicos relevantes para el campo.
3. **Rigor académico y técnico** Se incluirán textos provenientes de revistas científicas indexadas, libros especializados, tesis de posgrado, y reportes de organismos internacionales y entidades públicas reconocidas (como CEPAL, FAO, Banco Central del Ecuador, entre otros).
4. **Diversidad de enfoques disciplinares** Se buscará una visión integradora que contemple perspectivas desde la economía, agronomía, desarrollo rural, comercio internacional y sostenibilidad.
5. **Contextualización regional** Tendrán especial valor aquellas fuentes que refieran al contexto latinoamericano, andino o ecuatoriano, para fortalecer el análisis desde una mirada contextualizada.
6. **Accesibilidad y trazabilidad** Se utilizarán fuentes disponibles en bases de datos académicas, bibliotecas universitarias o repositorios digitales confiables, que permitan la verificación y consulta futura por otros investigadores. Se tuvieron en cuenta las sugerencias de Arksey y O'Malley (2005) cuando dejan esclarecido que “El proceso debe estar documentado con suficiente detalle para permitir que el estudio sea replicado por otros. Este enfoque explícito aumenta la fiabilidad de los hallazgos y responde a cualquier sugerencia de que el estudio carece de rigor metodológico” (Mays et al., 2001).

Etapas 3 Selección de estudios

Esta etapa fue muy útil dada la cantidad de publicaciones que en el tema de las certificaciones existen actualmente. De ahí que se tuvo en cuenta localizar primero estudios previos y normativas comerciales para determinar los obstáculos que enfrentan los productores ecuatorianos en la certificación de sus cultivos y luego evaluación de estrategias, al compararse casos de éxito, como la exportación de la uvilla bajo la marca Golden Spirit, para proponer medidas que optimicen el proceso de certificación y comercialización.

El carácter exploratorio en dos fases tuvo en cuenta a Arksey y O'Malley (2005) quienes reconocen que el método del estudio exploratorio está guiado por la necesidad de identificar toda la literatura relevante, independientemente del diseño del estudio.

Etapas 4 Organización de los datos

Para organizar y analizar la información proveniente de la revisión bibliográfica, se elaboró una matriz de análisis que incluyó datos como autor, año, tipo de publicación, título, fuente, contenido relevante y reflexión crítica. Esta herramienta permitió sistematizar los hallazgos y facilitar la identificación de patrones teóricos, vacíos de investigación y aportes clave para el desarrollo del presente estudio. Esa matriz permitió desde la misma pregunta de investigación identificar tres ejes fundamentales de análisis

- El papel estratégico de las exportaciones agroalimentarias: Analizar cómo las exportaciones contribuyen al desarrollo económico y social de los países de América Latina y el Caribe, con énfasis en el caso ecuatoriano.
- Certificaciones internacionales: Examinar los tipos de certificaciones requeridas para productos agroalimentarios, sus objetivos y los desafíos que representan para los productores.
- Oportunidades y barreras para la uvilla ecuatoriana: Identificar las ventajas competitivas de la uvilla como producto de exportación y las limitaciones que enfrentan los pequeños y medianos productores para cumplir con las certificaciones internacionales.

Etapas 5 Recopilación, resumen e informe de los resultados

centrada en dos ideas fundamentales, la capacitación específica de acuerdo a estas necesidades y el análisis de un caso de éxito en Ecuador con relación a la exportación de la Uvilla, que deja claro, que esta labor no es de un día para otro, requiere esfuerzo organizacional, de pensamiento estratégico y de comunicación con los productores.

Resultados y discusión

Como un principal resultado se identifica la necesidad de estructurar para los productores de la uvilla ecuatoriana, una estrategia de capacitación, de tipo conceptual y de conocimiento de las principales certificaciones, para el alcance de una cultura de exportación – certificación, que favorezca el enfrentamiento a tales desafíos. En este sentido se tiene en cuenta a:

- Mora et al. (2020), quienes prestan atención a la conceptualización de algunos vocablos y clasificaciones. Entre esos vocablos a definir, están estrategia, competitividad (y las relaciones entre ambos). También conceptualizan el vocablo certificación (citando los tipos de certificaciones).
- Quisnancela et al. (2024) cuando dan cuenta de la utilidad de conocer las certificaciones de calidad en su relación con las exportaciones, como es el caso de la implementación de la certificación ISO 9001 con las exportaciones de bienes y servicios. Con respecto a la comprensión de la importancia de esta certificación, interesa de estos autores el detalle de la evolución del contenido del documento, porque inicialmente fue utilizada para mejorar la calidad de bienes y servicios, pero después pasó de ser una norma de control de calidad a vincularse como una norma de gestión de calidad, y actualmente, desde 2015, su objetivo es interesarse y satisfacer los requisitos del consumidor final. Tiene su enfoque en procesos en donde se aplica el círculo de la mejora continua: Planificar-Hacer-Verificar-Actuar con un pensamiento que se basa en los riesgos.
- Molina (2024) porque refiere la importancia de la certificación orgánica, que impacta en el desarrollo sostenible del sector exportador y su influencia en los pequeños productores orgánicos en Ecuador, desde una perspectiva de desarrollo sostenible y competitividad. La certificación orgánica no solo beneficia a los pequeños agricultores ecuatorianos al facilitar su acceso a mercados internacionales, sino que, también contribuye a la industria comprometida con el bienestar del consumidor y la mejora de las condiciones de vida de los productores.
- Ajila et al. (2025) al referirse al impacto de las certificaciones internacionales en la exportación de uvilla desde Ecuador hacia Estados Unidos, insisten no solo en identificar y conocer el contenido de aquellas certificaciones más importantes, sino que se refieren a la necesidad de analizar el contexto de esas certificaciones internacionales para la exportación de uvilla, y a su vez, categorizar las certificaciones internacionales en la exportación de uvilla de acuerdo a sus principales compradores.

Los resultados de la revisión van dejando esclarecida la necesidad de identificar las certificaciones internacionales más utilizadas, así como el hecho de que, conocer en profundidad los detalles de cada certificación por los productores, garantiza asegurar que sus procesos posean o tengan

recursos, y los mismos se gestionen apropiadamente, y por ende se identifiquen las oportunidades de mejora y en consecuencia se actúe apropiadamente.

También, este análisis aporta claridad en la importancia de la capacitación a los productores, que como característica distintiva contiene el tránsito por un algoritmo de acciones estratégicas, en que primeramente, se inicie con un diagnóstico de necesidades de los productores, que indague sobre la identificación de las certificaciones imprescindibles, dentro de las obligatorias y voluntarias, conocer su contenido, contextualizarlas para cada región – país, y categorizarlas de acuerdo a su importancia.

Es preciso aclarar que el hecho de partir de un diagnóstico inicial de necesidades de conocimiento, pasa por la organización de instrumentos de indagación a través de encuestas, entrevistas, guías de observaciones, todos relacionados con las certificaciones, que abarque conceptos como estrategia, competitividad, exportaciones, certificaciones. Para luego proceder con una estrategia de capacitación concebida a la luz de las necesidades identificadas en los aspectos destacados.

Así, las certificaciones no solo regulan aspectos técnicos y comerciales, sino que también representan una oportunidad para fortalecer la competitividad y sostenibilidad de los productos agrícolas en el siglo XXI (Servicio de Acreditación Ecuatoriana, 2024). Puede entenderse que, con el paso del tiempo a la actualidad, las certificaciones internacionales han demostrado ser un pilar esencial para la competitividad de los productos agrícolas en mercados globales.

En Ecuador, un caso ejemplar de éxito es la exportación de la uvilla ecuatoriana, bajo la marca Golden Sweet Spirit, gerenciada por Denis Brito, que ha logrado posicionarse en mercados exigentes gracias al cumplimiento de estrictos estándares de calidad y seguridad alimentaria. Este es un caso exitoso que refleja cómo la correcta aplicación de certificaciones no solo facilita el acceso comercial, sino que también impulsa el reconocimiento de un producto a nivel internacional. El proyecto manejado por Golden Sweet, abarca 40 hectáreas y colabora con alrededor de 200 productores en tres provincias: Pichincha, Cotopaxi y Tungurahua. Las plantaciones de uvilla con fines comerciales se encuentran principalmente en Pichincha, Carchi e Imbabura, provincias que concentran el 74 % de la superficie de cultivos de esta fruta en el país (Agrocalidad, 2023).

Producen fruta de alta calidad para los mercados de Europa, Canadá y Estados Unidos. La empresa se encarga del negocio en todos los procesos, sembrar, cosechar, industrializar y exportar. Golden Sweet Spirit produce más de 1.000 toneladas de uvilla anuales, el 99% de ésta se comercializa

afuera y la restante a nivel nacional. Ha sido un gran reto abrir nuevos mercados, no solo a nivel de producción sino también las certificaciones.

Según entrevistas concedidas por Denis Brito en diversos medios digitales (Infomercado, 2023; Maizysoya, 2022; El Productor, 2021; E-Comex, 2023; Vistazo, 2021; Tierraymarec, 2021) la empresa cuenta con certificaciones de sostenibilidad, comercio justo y cooperativismo, lo que posiciona a la uvilla como un producto estrella dentro del mercado. De aquellas certificaciones de mayor importancia, cuentan con certificaciones de calidad, como las más exigentes del mundo para productos frescos, las de buenas prácticas agrícolas, cuentan con registros de adecuadas condiciones de trabajadores, buen equipo.

Tienen la certificación de IFS Food, que permite la revisión de los productos y los procesos de producción para evaluar la capacidad de un fabricante de alimentos de producir productos seguros, auténticos y de calidad, de acuerdo con los requisitos legales y las especificaciones de los clientes. Cuentan con la Global G.A.P., (Good Agricultural Practices), que es una certificación para Frutas y Hortalizas, reconocida en 130 países y ha sido homologada en Ecuador. La Global G.A.P., brinda herramientas a los productores para enfrentar los riesgos y desafíos fito y zoonosanitarios, producir con calidad, inocuidad, sostenibilidad y ser más competitivos en los mercados internos y externos (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2019).

En 2023, obtuvieron la certificación de carbono neutralidad, acreditada por Agrouniversal. Este reconocimiento posiciona a Ecuador como el primer país exportador de uvillas con esta distinción, lo que significa que la producción de esta fruta emite un 0% de CO₂. Según explica Brito, este resultado significó un proceso de 7 años, relacionado con la eficiencia energética (gastos, eficiencia), medición de huella de carbono, con el compromiso hacia un mundo mejor, con impacto positivo.

En diversas entrevistas Brito ha explicado su visión sobre la producción y exportación de uvilla ecuatoriana, resaltando la importancia de la sostenibilidad, la capacitación y las certificaciones internacionales para lograr una presencia sólida en mercados globales.

El caso de Golden Spirit destaca como un modelo de transición exitoso, mostrando cómo la implementación estratégica de certificaciones puede cerrar estas brechas y fortalecer la competitividad. No obstante, su propio gerente reconoce que, aun con el éxito actual, su empresa enfrentó desafíos significativos debido a los estrictos controles fitosanitarios y requisitos de certificación que tomó catorce años en cumplir. Analizar estas diferencias permite comprender

cómo los productores pueden evolucionar desde su situación actual hacia un estándar ideal que garantice su sostenibilidad y expansión en mercados internacionales.

Discusión

La uvilla: potencial exportador

En el sector agropecuario, entre las frutas exportables, está la uvilla, denominación con que se le reconoce en Ecuador. La uvilla (*Physalis peruviana* L.), también conocida como “uchuva”, “golden Berry” o “physalis”, es una fruta nativa de los Andes sudamericanos que ha ganado notoriedad internacional debido a su alto valor nutricional y potencial económico. En Ecuador, el cultivo de la uvilla se concentra principalmente en la región interandina, tiene extraordinarias propiedades nutricionales y medicinales y su exquisito sabor y aroma atraen los consumidores. (Quiñonez y Celi, 2024)

La uvilla se destaca como cultivo de alta capacidad para generar ingresos provenientes del comercio exterior, gracias a su creciente demanda en mercados internacionales, debido a que su producción no sólo se destina a ser exportada en estado fresco, sino en otros estados de conservación. Así lo afirman Moreno et al., (2018): aunque se busca llegar al consumidor final con sus beneficios nutricionales intactos y forma original, también es canalizada hacia su transformación en fruta congelada, puré, pulpa, mermeladas, conservas, y deshidratadas.

Profundizando en lo anterior mencionado, se cuenta con evidencia científica resultante de investigaciones desarrolladas en un grupo de universidades ecuatorianas referidas a procesos de la uvilla para conservas en almíbar y mermelada (Coello, 2011), en forma de snacks de frutas deshidratadas orgánicas (Racines, 2012) preparaciones gastronómicas (Torres, 2019), preparaciones de cocina y pastelería gourmet (Alcívar, 2013), en su estado natural, (Meléndez, 2010) deshidratada, (Chugá, 2017), enlatadas (Villacrés, 2012), estas tres últimas, destinadas al mercado alemán, y a Rusia (Rodríguez, 2020).

En el escenario expuesto se vislumbra un futuro prometedor, ya que recientemente, la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario (Agrocalidad), certificó la exportación de uvilla ecuatoriana a 47 países, como destinos a escala mundial, entre los que destacan Estados Unidos, Canadá, España y Países Bajos. Agrocalidad (2023). Pero es particularmente en Europa y América del Norte, donde es considerada una fruta exótica, con un alto valor comercial, y estimada por sus

propiedades antioxidantes y su elevado contenido de vitaminas, como la provitamina A y el ácido ascórbico (Quiñonez y Celi, 2024).

Con estas potencialidades, la uvilla alcanza un alto interés para diversas industrias, incluidas la farmacéutica y biotecnológica, por sus propiedades curativas y preventivas contra enfermedades cardiovasculares, digestivas y cancerígenas (Reyes et al., 2017), al punto de que también las universidades ecuatorianas dedican estudios de factibilidad como en los casos de (Muñoz y Williams, 2003; Nono y Verdezoto, 2007; Bajaan y Troya, 2022).

Las barreras: un análisis

Es una realidad que, incluso con el crecimiento progresivo en la producción, comercialización y estudios para el desarrollo de la uvilla ecuatoriana, su inserción en mercados internacionales aún enfrenta importantes desafíos. Entre esos desafíos están las barreras arancelarias que establecen los países para entre otras razones: proteger la producción nacional al encarecer productos extranjeros, generar ingresos para el gobierno mediante impuestos aduaneros, regular el comercio exterior según acuerdos internacionales.

Estas barreras arancelarias pueden afectar las exportaciones de varias maneras. Pueden mencionarse como las más destacadas, el aumento de costos, cuando los productos exportados pueden volverse menos competitivos si enfrentan altos aranceles en mercados de destino. También, la restricción de acceso a mercados, ya que algunos países imponen aranceles elevados para limitar la entrada de ciertos productos, y también como barrera arancelaria que afecta las exportaciones está la desigualdad comercial en que mientras algunos países disfrutan de acuerdos de libre comercio, otros enfrentan barreras que dificultan su expansión.

Todo lo que permite apreciar una relación entre la exportación de productos agrícolas y las barreras arancelarias porque algunos países imponen tarifas diferenciadas según el origen del producto o su certificación. Lo que conduce pensar que uno de los factores determinantes en este proceso es el cumplimiento de certificaciones internacionales, las cuales garantizan la calidad, seguridad y sostenibilidad del producto.

Analizar el papel de las certificaciones es clave para comprender cómo la uvilla ecuatoriana puede consolidar su presencia en mercados exigentes y fortalecer su proyección en el comercio internacional.

Las certificaciones: una mirada necesaria

Una forma de asegurar la calidad, en la gestión del comercio internacional de productos agrícolas es la exigencia del cumplimiento de normativas a través de certificaciones que avalen calidad, seguridad alimentaria y sostenibilidad. Además de la calidad, las certificaciones abarcan diversos aspectos, como el origen, el comercio justo, la sustentabilidad, la producción orgánica, el impacto ambiental, la relación con los trabajadores, entre otros. (Promoción de Exportaciones e Inversiones - ProEcuador, 2013).

Cuando un país produce y desea exportar, su deber es ajustarse a estándares internacionales que permitan su ingreso a los mercados extranjeros. Estas regulaciones existen para proteger al consumidor, aseguran la competitividad de los productos y fortalecen las relaciones comerciales entre naciones.

Un estudio en profundidad realizado por Mora et al. (2020) reporta como resultado una caracterización de las certificaciones en el comercio internacional, que resulta de interés destacar a partir de los autores estudiados. Entre ellos, Ceballos (2016) que afirma que las certificaciones constituyen la vía para garantizar el cumplimiento de las normativas que establece el mercado en general y los organismos reguladores en particular. Por su parte, Vásquez y Torres (2018) se refieren a la necesidad de las certificaciones porque son la evidencia de la responsabilidad y compromiso de las empresas con la seguridad de los consumidores y los estándares del mercado en distintos ámbitos.

Desde la perspectiva estratégica, Chirinos y Rosado (2016) informan que las certificaciones permiten fortalecer el renombre de las empresas, y su vinculación con el cumplimiento de estrictos protocolos sobre los procesos de producción, identificando a la certificación como una estrategia de diferenciación de las empresas para generar y mantener su posición competitiva.

Por lo que se coincide con Mora, Lituma y González (2020) cuando resumen que las certificaciones equivalen a una constancia formal, que se obtiene a través del cumplimiento de procedimientos acordes con las exigencias específicas o el ámbito de la certificación. Además, estas certificaciones no solo validan la calidad del producto, sino que también funcionan como un respaldo frente a consumidores y socios comerciales, al evidenciar el compromiso del productor con estándares reconocidos a nivel internacional. En el contexto agroexportador, representan una herramienta estratégica para acceder a nuevos mercados y construir confianza en cadenas de valor sostenibles y competitivas.

La caracterización anterior favorece la comprensión de que las certificaciones internacionales son fundamentales para la exportación de productos agrícolas, pues determinan su aceptación en mercados globales. Desde la perspectiva de la Teoría Institucional del Comercio Internacional (Banco Central del Ecuador, 2017), estas certificaciones funcionan como regulaciones que estructuran el comercio global, estableciendo normas que los países deben cumplir para garantizar la calidad y seguridad de sus exportaciones (Mora et al., 2020).

Abordar este problema es de interés no solo para los productores, sino también para el desarrollo económico y social del país. La uvilla tiene el potencial de posicionarse como un producto diferenciado en mercados internacionales, pero para ello es necesario identificar estrategias que permitan a los productores cumplir con las certificaciones de manera sostenible y rentable. Este análisis resulta fundamental para el fomento de una agricultura más inclusiva y competitiva, que contribuya al desarrollo sostenible y a la integración de Ecuador en el comercio global.

Abordar este tema permite visibilizar las tensiones entre la realidad actual del sector (el ser) y el cumplimiento esperado por los estándares internacionales (el deber ser), abriendo paso a una reflexión crítica sobre las condiciones necesarias para que la uvilla pueda posicionarse de forma sostenible y justa en los mercados globales.

Conclusiones

A partir de la referencia de caso exitoso, ha sido posible analizar los antecedentes que han permitido la expansión de la uvilla, y evaluar las estrategias que podrían replicarse para fortalecer la presencia de la uvilla ecuatoriana en el comercio global, dando muestras de cómo debe ser esta labor.

A modo de contraste entre lo que es y lo que debe ser, sobresale el hecho de que, aunque la uvilla ecuatoriana ha demostrado un potencial significativo en mercados internacionales, la realidad actual refleja una serie de limitaciones que dificultan su consolidación como un producto para la exportación. Entre los principales desafíos se encuentran la falta de acceso a recursos técnicos y financieros para cumplir con las certificaciones obligatorias, (Ajila et al., 2025) así como la limitada capacitación en procesos de certificación voluntaria que podrían mejorar la percepción de confiabilidad por parte de los clientes.

Sin embargo, para los productores ecuatorianos, estas regulaciones pueden representar una barrera de acceso que limita su competitividad y expansión global.

Queda abierta la puerta a otros investigadores para que respondan a la necesidad estructurar, para los productores de la uvilla ecuatoriana, una estrategia de capacitación, de tipo conceptual y de conocimiento de las principales certificaciones, en función de alcanzar una cultura de exportación – certificación, que favorezca el enfrentamiento a tales desafíos.

Referencias

1. Agrocalidad. (2023). La uvilla ecuatoriana llega a El Salvador. Agrocalidad. <https://www.agrocalidad.gob.ec/la-uvilla-ecuatorianallega-a-el-salvador/>
2. Alcívar Roldán, Melissa Jazmín (2013) Estudio de la uvilla y propuesta innovadora para preparaciones de cocina y pastelería gourmet. Universidad de Guayaquil. <https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/6038459>
3. Arksey, H and O'Malley, L orcid.org/0000-0002-5340-4549 (2005) Scoping studies: towards a methodological framework. International Journal of Social Research Methodology. pp. 19-32. ISSN 1364-5579 <https://doi.org/10.1080/1364557032000119616>
4. Avich, R., & Pellicer, R. (2023). Procedimiento para la mejora del sistema de gestión de la calidad en el Hotel Villa San Juan. Economía y Desarrollo, 167(2), 1-16. <http://www.scielo.sld.cu/pdf/eyd/v167n2/0252-8584-eyd-167-02-e11.pdf>
5. Banco Central del Ecuador, 2017. Teoría Institucional del Comercio Internacional <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/doctec11.pdf>
6. Campana Sáenz, P. (2017) Panel: LA IMPORTANCIA DEL SECTOR EXPORTADOR EN LA ECONOMÍA. <https://libros.ecotec.edu.ec/index.php/editorial/catalog/download/62/57/910-1?inline=1>
7. Chugá Rodríguez, M. O. (2017). Exportación de uvilla deshidratada a Alemania (Bachelor's thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2017). <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/9889>
8. CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe), (2019). Perspectivas de la agricultura y del desarrollo rural en las Américas: una mirada hacia América Latina y el Caribe 2019-2020 (en línea). San José, Costa Rica, IICA. 144 p. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/45111>
9. Coello Jumbo, P. (2011). Evaluación del proceso de industrialización de la uvilla (Physalis peruviana) con papaya (Carica) para conservar en almíbar y mermelada. <https://repositorio.uteq.edu.ec/items/ce76f3ad-ac10-4429-a179-fc5f8ef15cee>

10. Deming, W. E. (1986). Teoría de la Calidad Total. Out of the crisis. Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology
11. E-Comex. (2023). <https://www.e-comex.com/oportunidad-de-exportacion-para-productores-ecuatorianos-de-uvilla-a-estados-unidos/>
12. El Productor. (2021). El Productor TV - Producción agrícola y exportación. <https://elproductor.com/2021/05/las-escuelas-de-uvilla-o-golden-berry-llevan-al-exito-en-el-exterior-a-este-cultivo-ecuatoriano/>
13. Espinoza, D. (2019). Producción Y Comercialización De La Uvilla (Physalis Peruviana L) En La
14. Global G.A.P., (Good Agricultural Practices) <https://ingenieroagroindustrial.com/certificacion-global-g-a-p/>
15. FAO. (2002) COMERCIO INTERNACIONAL DE PRODUCTOS AGRÍCOLAS. Food and Agriculture Organization. <https://www.fao.org/4/ae907s/ae907s04.pdf>
16. IFS Food. (International Featured Standards) <https://www.ifs-certification.com/es/ifs-portfolio/standards/food-standard>
17. Infomercado. (2023). Conozca cómo la uvilla ecuatoriana conquista los mercados internacionales. <https://infomercado.net/ecuador/conozca-como-la-uvilla-ecuatoriana-conquista-los-mercados-internacionales/>
18. Lerma, A., & Márquez, E. (2010). Comercio y Marketing Internacional. México: Cengage Learning Editores. <http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Comercio%20y%20Marketing%20internacional.pdf>
19. Mena, K., & Gutiérrez, N. (2021). Efecto del Covid-19 y su incidencia financiera en las exportaciones del sector cacaotero. Revista Ciencia UNEMI, 14(36), 34-44. <https://doi.org/10.29076/issn.25287737vol14iss36.2021pp34-44p>
20. Maizysoya. (2022). Crece el cultivo de uvilla orgánica en la Sierra. <https://maizysoya.com/lector.php?id=20201075>
21. Meléndez Naranjo, M. V. (2010). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa exportadora de uvilla en su estado natural a Alemania (Bachelor's thesis, Quito; 2010). <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/4686>
22. Molina, M. (2024). Desarrollo Sostenible y Competitividad: El Impacto de la Certificación Orgánica en la Exportación de Productos Agrícolas de Pequeña Escala en Ecuador. Sapientia

- Technological, 5(2), 26-3
<https://sapientiatechnological.aitec.edu.ec/index.php/rst/article/view/792>
23. Mora-Córdova, D. E., Lituma-Loja, A. A., & González-Illescas, M. L. (2020). Las certificaciones como estrategia para la competitividad de las empresas exportadoras. *Innova Research Journal*, 5 (2), 113–132.
https://www.researchgate.net/publication/341571520_Las_certificaciones_como_estrategia_para_la_competitividad_de_las_empresas_exportadoras
 24. Montesino, J. L. (2007). La economía ecuatoriana del siglo XXI y sus perspectivas de comercio internacional con países del Asia Pacífico. *Si Somos Americanos, Revista de Estudios Transfronterizos*, 9(1), 71-107. <https://www.redalyc.org/pdf/3379/337930326004.pdf>
 25. Muñoz Cedeño, L. J., & Williams Vargas, I. A. (2003). Análisis económico-financiero de la comercialización y producción de la uvilla, como una alternativa para la exportación (Doctoral dissertation). <https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/55719>
 26. Nono Duche, C. A., & Verdezoto Camacho, J. X. (2007). Proyecto de factibilidad para la elaboración comercialización y distribución de uvillas en almíbar al mercado alemán para la empresa equibusiness (Bachelor's thesis, QUITO/EPN/2007). <https://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/247>
 27. Quisnancela, A. Y., Galarza, M. E., & Maldonado, E. N. (2024). Relación entre la implementación de certificaciones de calidad y las exportaciones en países sudamericanos. 593 *Digital Publisher CEIT*, 9(2), 477-494.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9398942>
 28. Quiñonez, R. E. (2022). El modelo económico primario exportador, la matriz productiva, los encadenamientos productivos sostenibles y su particularidades en la República del Ecuador. *Sapientia: International Journal of Interdisciplinary Studies*, 3(2), 402-431.
<https://www.journals.sapientiaeditorial.com/index.php/SIJIS/article/view/347>
 29. Promoción de Exportaciones e Inversiones - ProEcuador. (2013). Guía de Certificaciones Internacionales. <https://issuu.com/pro-ecuador/docs/guiacertificacionesh>.
 30. Racines Tobar, A. A. (2012). Análisis de mercado para exportación de snacks de frutas deshidratadas orgánicas producidas en Ecuador, hacia el mercado mexicano (Bachelor's thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2012).<https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/3203>
 31. Reyes-Beltrán, M., Guanilo-Reyes, C., Ibáñez-Cárdenas, M., García-Collao, C., Idrogo-Alfaro, J., & Huamán-Saavedra, J. (2015). Efecto del consumo de *Physalis peruviana* L. (aguaymanto)

- sobre el perfil lipídico de pacientes con hipercolesterolemia. *Acta méd. Peruana*, 32(4), 195-201.
32. Rodríguez Ballesteros, S. T. (2020). Plan de negocio para la producción de uvilla orgánica deshidratada en la ciudad Quito, y su exportación para el mercado de San Petesburgo-Rusia (Bachelor's thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2020). <https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/12775>
33. Rodríguez Sáenz, D. (2021). El comercio internacional de productos alimentarios de América Latina y el Caribe y la transformación de los sistemas alimentarios. Blog IICA. <http://www.iica.int>
34. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO). (2002). La composición de las exportaciones agrícolas de América Latina y el Caribe. FAO. <https://www.fao.org/4/ae907s/ae907s04.pdf>
35. Servicio de Acreditación Ecuatoriana. (2024). ¿En qué consiste la ISO 22000? <https://www.acreditacion.gob.ec/en-que-consiste-la-iso-22000/>
36. Tierraymarec. (2021). <https://www.tierraymarec.com/uvillas-el-fruto-andino-ecuatoriano-que-conquista-estados-unidos/>
37. Torres Cifuentes, E. (2018). Estudio de la uvilla: propuestas innovadoras para preparaciones gastronómicas (Doctoral dissertation, QUITO/UIDE/2019).
38. Villacres Utreras, G. A. (2012). Análisis de mercado para la exportación de uvillas enlatadas producidas en Ecuador hacia el mercado alemán (Bachelor's thesis, Quito: Universidad de las Américas, 2012). <https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/3190>
39. Vistazo. (2021). <https://www.vistazo.com/enfoque/uvilla-ecuatoriana-con-gran-potencial-en-el-mercado-internacional-YY1155881>