

# ¡LO LOGRAMOS!

*HISTORIAS DE NUESTRA RUTA A LA UNIÓN EUROPEA*

## **APOYO A LAS MIPYMES ECUATORIANAS PARA LA PROMOCIÓN Y EXPORTACIÓN SOSTENIBLES A LA UNIÓN EUROPEA - EXPORT-DES**

*DCI/ALA/2016/383-056*



**EXPORT DES**

EXPORTACIÓN  
PARA EL DESARROLLO

**CORPEI**



Este proyecto está co-financiado  
por la Unión Europea

MINISTERIO DE PRODUCCIÓN,  
COMERCIO EXTERIOR,  
INVERSIONES Y PESCA



**PRO ECUADOR**  
*Negocios sin fronteras*



**CORPEI**  
TU NEGOCIO AL MUNDO

Entidades colaboradoras

Entidad ejecutora

# ¡LO LOGRAMOS!

HISTORIAS DE NUESTRA RUTA A LA UNIÓN EUROPEA

## APOYO A LAS MIPYMES ECUATORIANAS PARA LA PROMOCIÓN Y EXPORTACIÓN SOSTENIBLES A LA UNIÓN EUROPEA - EXPORT-DES

DCI/ALA/2016/383-056

Primera edición: Octubre 2020

Depósito legal: XXXXXXXXXX

ISBN: XXXXXXXXXXXXX

Diseño y Diagramación: GranIdea

Impresión: Nombre de la Imprenta

Reservados todos los derechos. No se permite reproducción, almacenar en sistemas de recuperación de la información ni transmitir alguna parte de esta publicación, cualquiera sea el medio empleado -electrónico, mecánico, copia, grabación, etc.- sin el permiso previo de los titulares de los derechos de propiedad intelectual.

Impreso en Ecuador

© 2020 CORPEI



MINISTERIO DE PRODUCCIÓN,  
COMERCIO EXTERIOR,  
INVERSIONES Y PESCA



Entidades colaboradoras

Entidad ejecutora

# SUMARIO

# SUMARIO

**Presentación**  
*Presidente CORPEI*

**P6**  
Introducción  
**P8**  
Componentes  
*Mipymes/Asociativos*  
**P10**

**P14**



**Cámara de Comercio de Quito**  
**P16**

**República del Cacao**  
**P20**

**Certificados en Comercio Justo del Ecuador**  
**P24**

**Populum Progressio**  
**P26**



**Man-Zhi**  
**P30**

**Marina Trading**  
**P32**

**Agroapoyo**  
**P34**

## Calidad >

4

**Sachaflor**  
**P60**

**Procesados del Ecuador**  
**P58**

**Página 56**

**Promoción**

**Mensaje**  
*Ministro de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca.*  
**Página 54**

**AnyArt Glass**  
**P50**

**EScoffee**  
**P46**

**Compañía Ecuatoriana de Té**  
**P44**

**Chocono**  
**P42**



**Página 40**

**Andes Kinkuna**  
**P38**

**Ecualexotics**  
**P36**

## < Empaque

5

**Tutosnack**  
**P62**

**Cimexport**  
**P64**

**True Flavor**  
**P68**

**Marpensa Trading & Exports**  
**P72**

**Casatel S.A.**  
**P74**

**Página 76**



**Bosques para Siempre**  
**P78**



**Balzo**  
**P82**

**Ecofrut**  
**P86**

**Everbloom**  
**P88**

## < Comunicación >

**Estudio Técnico**  
*CORPEI*  
**P90**

**Mensaje**  
*Delegación de la Unión Europea en Ecuador*  
**P116**



Ing. Eduardo Egas Peña  
Presidente Ejecutivo CORPEI

Sin duda alguna...

## ¡LO LOGRAMOS!

Sí, así como lo leen. ¡Lo logramos! Cumplimos los objetivos del proyecto Apoyo a las Mipymes Ecuatorianas para la Promoción y Exportación Sostenibles a la Unión Europea - EXPORT-DES, con el apoyo de empresarios, agricultores, técnicos, compradores, y todos los que de alguna u otra forma se convirtieron en eslabón de una gran cadena de valor y han participado de este proyecto. En esta memoria que tienen en sus manos, serán las experiencias de esas empresas y grupos asociativos, las que evidencien los resultados. Quiero resaltar los aspectos o impactos más importantes que hemos podido encontrar a lo largo de estos casi 4 años de ejecución de EXPORT-DES, que cuenta con

el invaluable auspicio de la Unión Europea. En primer lugar, este programa ha permitido desarrollar una cultura, una gerencia exportadora, en pequeñas, medianas empresas y asociaciones y esto es muy importante. Hoy en día tenemos un grupo de nuevas empresas ecuatorianas que pueden internacionalizarse gracias al aprendizaje que han obtenido con esta iniciativa. Otro impacto, que es importante destacar, es la labor conjunta, la articulación que ha podido lograrse entre sectores. Este proyecto, a diferencia de otros, permitió que la Unión Europea ponga a prueba la posibilidad de que el trabajo conjunto, entre lo público y privado, pueda llevar al éxito con la implementación de proyectos de asistencia técnica

para el sector de pequeñas y medianas empresas. En este sentido resaltamos la articulación perfecta que ha existido entre la Delegación de la Unión Europea en Ecuador, el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP); los ejecutores del programa que son la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI) y la Federación Ecuatoriana de Exportadores (FEDEXPOR) en un trabajo sincronizado, siempre coordinado y con el espíritu de poder ayudar a Mipymes y asociaciones productivas. El tercer aspecto que vale la pena enfatizar es el compromiso de los beneficiarios. En el caso de EXPORT-DES, más de 130 empresas han trabajado

arduamente por el éxito de los objetivos de este proyecto poniendo no solo recursos físicos, sino también tiempo y mucho empeño por llegar a incrustarse en los mercados internacionales. También debemos destacar el impacto que ha tenido en los pequeños productores, en las asociaciones. Para aquellos que dicen que es muy difícil que puedan llegar a internacionalizarse, EXPORT-DES ha mostrado que es factible y lo hemos hecho de una forma innovadora. También se ha podido trabajar con las asociaciones de productores, con alianzas con empresas anclas grandes que han ayudado a capacitarlos, organizarlos y ayudarlos en su proceso de internacionalización. Esto ha sido crucial para conseguir los objetivos. Además se han alcanzado metas a nivel social como mejorar la igualdad de género y la erradicación del trabajo infantil y la pobreza. Sin duda hemos ido más allá de los estudios o consultorías, se ha ayu-

“**Hoy tenemos un grupo de nuevas empresas ecuatorianas que pueden internacionalizarse**”

dado a los beneficiarios a mejorar sus lugares de producción, galpones, a completar o mejorar su infraestructura productiva, con maquinarias o equipos, lo que les ha ayudado a obtener certificaciones que significan un distintivo de garantía y seguridad frente a sus clientes, y prestigio ante los mercados internacionales llegando a ser empresas sostenibles, que en otras condiciones hubiera sido muy difícil obtener; también a promocionarse efectivamente en los mercados internacionales, a financiar pasajes, hospedajes y su participación en misiones comerciales y en stands en grandes ferias europeas. Además el apoyo incluyó fondos

para renovar sus etiquetas, su material de embalaje, adecuarlo a las condiciones del mercado, a hacerlo mucho más presentable como también a la edición de videos y posicionamiento en las redes digitales. Es decir, el programa no quedó en kilos de papeles, sino que fue al campo de la transformación de acuerdo con sus necesidades. Cabe destacar que los beneficiarios han quedado preparados para incursionar en otros mercados, muchas de las empresas que han trabajado con nosotros, no solo que se han incrustado en el mercado de la Unión Europea sino también en otros como: Estados Unidos, Latinoamérica, Centroamérica y Asia. Como CORPEI, que somos ejecutores y operadores de este proyecto, nos sentimos muy satisfechos del esfuerzo y por los resultados. Estamos muy complacidos de haber podido trabajar con la visión y transparencia de asistencia técnica de la Unión Europea, con el MPCEIP, con PROECUADOR, entidades con las cuales hemos tenido una articulación permanente para llegar a estos grandes objetivos. Más allá de la finalización de este proyecto, seremos guardianes de que los beneficios alcanzados y las herramientas diseñadas sigan estando disponibles en el tiempo, más allá de la presencia de la cooperación europea tan fantástica, que ha brindado al país en estos años.



Visita de delegación de la Unión Europea en Ecuador a las oficinas de CORPEI.



 La Asociación de mujeres 4 de Marzo, de Esmeraldas, es una de las beneficiarias en el componente asociativo.

## Más de 3.000 pequeños productores se articularon a la cadena productiva

Desde el cacao fino de aroma que proviene de la amazonia o el café que se cultiva en las estribaciones de la cordillera de Los Andes hasta la madera que se transforma en tablas de picar en un pequeño recinto de Esmeraldas, son las manos esforzadas de cientos de agricultores y emprendedores ecuatorianos, las responsables de lo que Ecuador puede ofrecer al mundo. Aquellas manos que siembran y cosechan con amor, que pintan o tallan con esmero, que producen para crecer y que entrelazadas trabajan para el desarrollo de sus comunidades.

Son precisamente los beneficios que llegaron a las manos de 3.323 productores locales, lo que permite decir con entusiasmo ¡Lo Logramos!. El proyecto 'Apoyo a las Mipymes Ecuatorianas para la Promoción y Exportación Sostenibles a la Unión Europea - EXPORT-DES' cumplió su objetivo, con acciones definidas a través de sus dos componentes: Mipymes y Asociativo.



### Asociativos

*Pequeños productores y empresas trabajaron juntos para impulsar su competitividad.*



### Mipymes

*Micro, pequeñas y medianas empresas mejoraron procesos para comercializar en la Unión Europea.*


En el primero, 138 beneficiarios de 18 provincias del Ecuador recibieron asesoría técnica y cofinanciamiento. Liggia Estrella, directora del proyecto, comenta que "cuando se hizo su diseño, se identificó que muchos programas de cooperación solo ofrecían asistencia técnica y al momento de la implementación, las empresas se quedaban paradas". Por ello, ofrecieron a los participantes 4 cajas de herramientas: calidad, empaque, promoción y comunicación, en las que recibieron el apoyo económico de la Unión Europea y el soporte de la CORPEI, como entidad ejecutora, para abrirles las puertas al mercado europeo. Esto derivó en 30 cierres de negocios, 46 envíos de muestras y 152 participaciones internacionales.

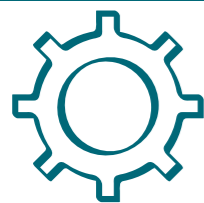
El componente asociativo, por su parte, logró integrar en el proyecto a pequeños agricultores y otros miembros de la cadena de valor productiva. "Son agrupaciones con limitaciones, que por sí solos, muchas veces les cuesta abrirse mercado o desarrollar nuevos productos. Por eso se vio la necesidad de sacar un proyecto, que además que los cofinancie, los apoye una entidad que esté acompañándolos en la ejecución", indicó Jenny Flores, técnica del componente asociativo. En total, participaron 10 iniciativas, de 12 provincias del país, cada una con una empresa u organización ancla, que los respalde y brinde soporte en las acciones a desarrollar.

Como resultado de este componente, el fruto del trabajo de pequeños productores logró ser exportado a Francia, Países Bajos, Italia, Estados Unidos y Colombia.

EXPORT-DES nace en 2017 en el marco del Acuerdo Comercial Multipartes entre la Unión Europea y la República del Ecuador, en cooperación con el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca; y cuenta como entes ejecutores con la CORPEI y FEDEXPOR.



 Las manos de cientos de agricultores ecuatorianos hacen posible el entregar al mundo productos de alta calidad.



## Mipymes ecuatorianas con sello de exportación a la Unión Europea

*Certificaciones y mejoras en sistemas de calidad fueron clave para la internacionalización de beneficiarias del componente Mipymes.*

1. PLATAYUC COMPAÑÍA LIMITADA. 2. EXPORGANIC S.A. 3. MARPENSA S.A. 4. INAGRO F. A. S. C. C. 5. FRUTINEXUS S.A. 6. PRODUCTOS DE LA COSTA Y ANDES SOCIEDAD ANÓNIMA PROCOSAN. 7. PRODUCTOS MAN-ZHI, ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS S.A. 8. PLANTA HORTIFRUTICOLA AMBATO COMPAÑÍA ANÓNIMA PLANHOFA C.A. 9. CIMEXPORT - COMERCIO, IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES S.A. 10. EXPORTADORA TRUEFLAVOR S.A. 11. ECUATORIANA DE CHOCOLATES ECUACHOCOLATES S.A. 12. PLANTAIN REPUBLIC/ REPÚBLICA DEL PLÁTANO/ EXPORT PLANTAIN S.A. 13. TUTOSNACK S.A. 14. TORRESPLATA ANA MARÍA - ANYART GLASS. 15. TEXTILES Y SERVICIOS TEXTISERVIS.A. 16. CAFECOM S.A. 17. PRODUCTOS OLE DEL ECUADOR PRODUCTOSOLE CIA.LTDA. 18. BALZO S.A. 19. FEGACON CIA. LTDA. 20. AGRILISTO DEL ECUADOR CIA. LTDA. 21. AUSTRIFOOD CIA. LTDA. 22. HACIENDA MIRAFLORES DE CHISINCHÉ SACHAFLORES CIA. LTDA. 23. SBD CIA. LTDA. 24. HOMERO ORTEGA PEÑAFIEL E HIJOS C. LTDA. 25. COMPAÑÍA ECUATORIANA DEL TÉ C.A. CETCA 26. CORPORACIÓN FORTALEZA DEL VALLE 27. PRODUCTOS ELABORADOS BOLIVAR S.A. (PEBSA) 28. PRODUCTOS ORGÁNICOS CHIMBORAZO SUMAKLIFE CIA. LTDA. 29. NATBEAUTY S.A. 30. ECUALIMFOOD. 31. CREANDO ESTILOS S.A. CRESTILSA. 32. EVERBLOOM ROSES ECUADOR. 33. FARMBLISSROSE S.A. 34. INDUSTRIA DE ALIMENTOS PROCESADOS INALPROCES S.A. 35. AGROAPOYO S.A. 36. CEREALES ANDINOS CERANDINA CIA. LTDA. 37. MONMIFISH S.A. 38. CHOCONO S.A. 39. MILBOOTS CIA. LTDA. 40. MARIA ALEXANDRA LOPEZ MOLINA - FRIGORÍFICO LOPEZ. 41. HOJA VERDE GOURMET HOVGO S.A. 42. AGRIVALDANI S.A. 43. BLIX S.A. 44. ADT/AROMAS DEL TUNGURAHUA / SILVA TIRADO EFREN XAVIER. 45. FRUTAS NANKY / LOPEZ GOMEZ DAMIANN GUSTAVO. 46. AGRÍCOLA CARMEN AMELIA / SEGOVIA CRUZ JUAN ANTONIO. 47. KELLY JOHANA NEIRA UMBARILA 48. MERINO ROSES CIA. LTDA. 49. ROSAS DEL COTOPAXI ROCOPAXI CIA. LTDA. 50. ORGANPIT - ANDREA PAULINA GUAMAN VILLACIS. 51. ECUAVERDURAS S.A. 52. COMPAÑÍA EXPORTADORA DEL SUR CIAEXDESUR C. LTDA. 53. AGROINDUSTRIAL SALAZAR MOLINA AGROSAMEX S.A. 54. ANDESPIRULINA C.A. 55. QUIMICA SUPERIOR UNICHEM S.A. 56. DAVINCIROSES EXPORTACIONES CIA. LTDA. 57. GARLANDSECUADOR S.A. 58. ROSESUCCESS CIA. LTDA. 59. CORPORACIÓN GRUPPO SALINAS. 60. FL PROCESADOS DEL ECUADOR S.A. 61. ANDES KINKUNA S.A. 62. YANAPI S.A. 63. REPRESENTACIONES DETERTEC S.A. 64. JAIMES JEWELLERY / PESANTEZ COBOS JAIME. 65. PEORIA S.A. 66. FLORES DEL COTOPAXI S.A. 67. OSPINA RIVAS DIEGO. 68. PORTAFOLIO Y GESTION PORGES CIA. LTDA. 69. INDUSTRIA AGRÍCOLA INTIORGANICS S.A. 70. COMPAÑÍA AGRÍCOLA COAMU S.A. 71. ARTEPISO CIA. LTDA. 72. SUROCEANICAS S.A. 73. BALTRA TRADING BALTREX S.A. 74. ANDEANFLAVORS C.LTDA. 75. MONTENEGRO CEVALLOS RAUL ANIBAL 76. FUNDACION CHANKUAP RECURSOS PARA EL FUTURO. 77. JUMANDIPRO S.A. 78. ESCOFFEE S.A. 79. INDUSTRIAS OZZ S.A. 80. UNIÓN VINICOLA



El proyecto cofinanció a empresas para su participación en ferias.

INTERNACIONAL S.A. 81. NAYA S.A. 82. LUMBERIND S.A. 83. UNIÓN DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS CACAOTERAS "UNOCACE". 84. EXPORTADORA DE CAMARÓN ECUATORIANO EXCAMECOR CIA. LTDA. 85. HACIENDA SAN JORGE HASANJOR S.A. 86. CORPORACIÓN DE ORGANIZACIONES CAMPESINAS DE LA PROVINCIA DE ESMERALDAS. 87. CASATEL S.A. 88. PRODUCTORA DE CAFÉ GALÁPAGOS PROCAFE S.A. 89. AGRICOMTRADE S.A. 90. GALLETTI S.A. 91. PROVEAGRO S.A. 92. ECUAFIELDS C.L. 93. PRODUCTOS DEL MAR MARINA TRADING S.A. 94. INDUSTRIA DE SUBPRODUCTOS ORGANICOS INSUBOR S. A. 95. BANSURLIT S.A. 96. DAZAK TRADING COMPANY S.A. 97. CORPORACIÓN TECNOLÓGICA DE LA INFORMACIÓN SOLUTANDI CIA. LTDA. 98. DESARROLLO DE APLICACIONES EMPRESARIALES SAVIASOFT CIA. LTDA. 99. PRACTISIS S.A. 100. INDUSTRIA EN TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN DEL ECUADOR INTEFOREC CIA. LTDA. 101. BIMETRIKA 102. EXCELENCIA CORPORATIVA. COM EXCOR.COM CIA. LTDA. 103. FRONTERA GLOBAL FRONGLOBAL CIA. LTDA. 104. SISTEMAS CONTABLES INTEGRADOS FLORES NARVAES S.A. 105. QUALITYSOFT INNOVATIVE SOLUTIONS CIA. LTDA. 106. SYSTEMS DEVELOPMENT CONSULTANTS SDCONSULT CIA. LTDA. 107. BIOLCOM CIA. LTDA. 108. AGRINECUA, AGRÍCOLA INNOVADORA ECUATORIANA C. LTDA. 109. SOCIEDAD CIVIL Y COMERCIAL ZICO (ALIMENTOS KARAY). 110. CORPORACIÓN QUIROLA CORPQUIR S.A. 111. EXPORTADORA HIDROVO MUÑOZ S.A. EXPHIMUSA. 112. INMAIA S.A. 113. PESCADOS, CAMARONES Y MARISCOS SOCIEDAD ANÓNIMA DOCAPES. 114. PRODUTANKAY CIA. LTDA. 115. ECOFRUT S.A. 116. KEXAA SOCIEDAD CIVIL Y COMERCIAL. 117. RODRÍGUEZ OLEAS DISTRIBUCIONES ECUADOR ROLDEG S.A. 118. ECUABALPRO S.A. 119. QUINOA COTOPAXI S.A. 120. MARPLANTIS S.A. 121. AGROAEREO FRUIT EXPORT S.A. 122. COMERCIALIZADORA Y EXPORTADORA AMBAFRUIT S.A. 123. AOGFOODS S.A. 124. BRUHWERCOFFEE CIA. LTDA. 125. ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE PLÁTANO ORGÁNICO BARRAGANETE LA Y DE LA RAIZ. 126. AGRÍCOLA EL CHAUPÍ AGROCHAUPÍ CIA. LTDA. 127. FLOTA PESQUERA DERIANCOMP S.A. 128. SISMODE CIA. LTDA. 129. JURADO PATIÑO ROBERTO EDUARDO 130. AGROPRODUZCA S.A. 131. EXPONACKS CIA. LTDA. 132. ECHEVERRÍA BARREIRO CESAR AUGUSTO. 133. ESPINOZA VALDEZ JOSE POMPILIO. 134. ALIMENTARTE S. A. 135. EQF EL QUESO FRANCES S.A. 136. ENVAGRIF C.A. ENVASADOS AGRÍCOLAS Y FRUTALES. 137. COMPAÑÍA AGRÍCOLA DE ALIMENTOS AGRODELICORP CIA. LTDA. 138. BANCHISFOOD S. A.



## Diez iniciativas de crecimiento comunitario y procesos sostenibles

Desde la agroindustria hasta el turismo, el componente asociativo abrió nuevas oportunidades a beneficiarios en 12 provincias.

1

**Proyecto:** Agroindustria alimenticia y turismo enfocado en el mercado internacional, como mecanismo de desarrollo económico integral.

**Empresa ancla:** Cámara de Comercio de Quito.

**Beneficiarios:**

- Asociación Kichwa Añangu.
- Asociación Comunitaria La Y de Cucuy.
- Asociación Canchacoto.
- Asociación de Producción Agropecuaria PAKTA Purisunchi de San Pablo de Lago.

2

**Proyecto:** Sustainable Shrimp Partnership (SPP).

**Empresa ancla:** Cámara Nacional de Acuicultura.

**Beneficiarios:**

Camaroneras Esthersita, Wilromar, Valeria, Panchita, Pacífico 1, Pacífico 2, 2 Hermanos, Sociedad Rosa, Cavijar 1, Cavijar 2, Luis Adrián, Palsimar, Luis Granda, Payana, La Payana, La Ponderosa, El gran jefe, Los ceibos, Max Jaramillo, San José, Rubén Romero, Anthari S.A., Divino Niño, Camila Sofía, Tallamar, El carmelito, Divino Niño Jr., El Rocío, P.J. La Maravilla, Ojeda, Campoverde, Las Piedras, Langosansa S.A., Rigoberto Ochoa, Acuiloaiza, Celistcorp S.A., Florcita, Power Energi S.A., Manglarsito, Chavegon, Gransa.

3

**Proyecto:** Mejora de las condiciones de vida y el acceso a mercados de 100 familias productoras de caña de azúcar vinculadas al Consorcio Artesanal Dulce Orgánico (CADO).

**Empresa ancla:** Fundación CODESPA.

**Beneficiario:**

Consorcio Artesanal CADO.

5

**Proyecto:** Consolidación de la empresa de comercialización de cacao APROCANE y su inserción en los mercados internacionales.

**Empresa ancla:** Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio.

**Beneficiarios:**

Asociación de Productores de Cacao de la Zona Norte de Esmeraldas.

6

**Proyecto:** Bosques para Siempre, algo más que madera, mujeres y agricultores aliados para la conservación y la producción.

**Empresa ancla:** ENDESA BOTROSA – Fundación Bosques para Siempre.

**Beneficiarios:**

- Asociación de Mujeres 4 de Marzo.
- Productores Agrícolas.



Firma de acuerdo de cooperación técnica y financiera entre EXPORT-DES, asociaciones y empresas ancla.

4

**Proyecto:** 4 Mipymes de Ecuador exportan nuevos productos innovadores y sostenibles provenientes de asociaciones comunitarias a Europa mejorando su huella social y ambiental.

**Empresa ancla:** Fundación Comercio para el Desarrollo – COPADE.

**Beneficiarios:**

- Asociación de producción y comercialización de productos alimenticios emprendedores Nutriandina (ASOALIENU).
- Cooperativa de producción agrícola comunitaria granos andinos San Miguel de Chugchilán.
- Asociación de productores agrícolas orgánicos de Cotacachi Mama Murucuna.
- Asociación de Procesamiento artesanal de productos primarios las flores.
- Asociación de mujeres Rosita Paredes de San Juan Chimborazo.

9

**Proyecto:** Desarrollo de una cadena de exportación de cacao especial con participación de grupos de pequeños productores de Manabí Ecuador.

**Empresa ancla:** EXFORO S.A.

**Beneficiarios:**

- Asociación de trabajadores autónomos de Camareta.
- Asociación agropecuaria Mi Campo.

8

**Proyecto:** Innovaciones de pequeños productores de comercio justo para los consumidores orgánicos de Europa.

**Empresa ancla:** Unión Nacional de Asociaciones de Pequeños Productores Agropecuarios Certificados en Comercio Justo del Ecuador CECJ.

**Beneficiarios:**

- Federación regional de asociaciones de pequeños cafetaleros ecológicos del sur (FAPECAFES).
- Unión regional de organizaciones campesinas del litoral (UROCAL).
- Asociación de productores de plantas medicinales de Chimborazo (JAMBI KIWA).
- Corporación de productores y comercializadores orgánicos Bio Taita Chimborazo (COPROBICH).
- Asociación artesanal de productores de café y mani de Manabí (ASOPROCAM).

7

**Proyecto:** Biocorredor El Armadillo. Proyecto piloto de reforestación e implementación de buenas prácticas ambientales en productores vinculados a la cadena de exportación de snacks a Europa.

**Empresa ancla:** THE EXOTIC BLENDS C.O.

**Beneficiarios:**

Pequeños y medianos productores de plátano, yuca de la zona del biocorredor.

10

**Proyecto:** Programa integral de responsabilidad empresarial para incrementar la cantidad y calidad de la producción para facilitar el encadenamiento productivo de dos comunidades cacaoteras.

**Empresa ancla:** República del Ecuador CACAOREPUBLICA CIA. LTDA.

**Beneficiarios:**

- Comunidad de pequeños productores de cacao en Vinces.
- Comunidad de pequeños productores de cacao en La Joya de los Sachas.



# Calidad

*Certificaciones, normativas e infraestructura robusta como carta de presentación en las exportaciones. Casos de éxito en competitividad.*

El clima y el suelo del Ecuador permite cultivar diversas frutas y productos de riqueza, dulzura y calidad extraordinarias. No obstante, el mercado europeo exige a los productores no solo fresca, sino también el garantizar la ejecución de buenas prácticas agrícolas, trazabilidad y respetar las relaciones de comercio justo, en sus respectivas cadenas de producción.

La primera etapa del proyecto EXPORT-DES consistió en gestionar la elaboración de un diagnóstico que identifique las áreas en las cuales trabajar con cada beneficiario para cumplir con los objetivos trazados. Esto incluye mejoras en su sistema de calidad, las mismas que parten de un manual y un informe de presupuesto, para determinar sus necesidades y la posterior implementación de acciones para acceder a certificaciones y recertificaciones.

“La intervención del proyecto en calidad era integral y para mí ese es su éxito”, comenta Catalina Cárdenas, coordinadora del componente calidad de EXPORT-DES. “Partes por saber qué norma es la que necesitas. Como hay tantas a nivel mundial, es importante el direccionamiento de la empresa para conocer su importador dependiendo del país que está en Europa”, para guiarlo a cumplir la meta, sostiene.

La Certificación Global G.A.P. en el caso de exportadores de fruta fresca y Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP, por sus siglas en inglés) para las empresas de procesados, fueron prioridad para garantizar la inocuidad alimentaria y abrir las puertas al comercio en la Unión Europea. Otras certificaciones fueron Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), Orgánica, la norma Food Safety System Certification (FSSC 22.000)

y British Retail Consortium (BRC). En total, 60 Mipymes desarrollaron manuales para el cumplimiento de procesos de calidad.

CORPEI además realizó asesoría técnica y capacitación. “En alimentos -sector de la mayoría de las empresas en el proyecto- la clave está en la prevención, más que en control al producto final”, indica Cárdenas. De acuerdo a la técnica, una infraestructura adecuada para prevenir cualquier contaminación, un detector de metales, la capacitación al personal, entre otras acciones, son imprescindibles para lograr un producto final de exportación. Cualquier aspecto analizado al término de la cadena de producción, es una revisión, reproceso o rechazo que cuesta. Por ello, “las certificaciones te garantizan tener una gestión de calidad, de buenas prácticas agrícolas, que dan confianza en el producto final”.





El Napo Cultural Center es una de las operaciones turísticas, sustento de la comunidad kichwa Añangu.



ASOCIATIVAS. Calidad

mayor rango de visión, para hacerlo más atractivo al visitante local. El proyecto también incluyó un nuevo sistema de cubierta sintético para 2 cabañas pilotos, que eviten el corte de especies nativas como la paja toquilla. Este material de techado tiene una vida útil de unos 50 años y es un producto reciclable. “También se han hecho varios estudios que tienen que ver con el aprovechamiento del viento en la instalaciones, por ejemplo, para tener menor uso de acondicionadores de aire, ventiladores” y reducir el consumo de energía, indica Alemán.



Los turistas pueden viajar en catamarán, bote que emula el antiguo comercio kichwa.

## Cultura ancestral y aventura atraen turistas en la amazonía

Cámara de Comercio de Quito

200

personas aproximadamente forman parte de la comunidad Añangu.

Al margen del río Napo, al interior del Parque Nacional Yasuní, se encuentra la comunidad kichwa Añangu. Rodeados de paisajes únicos de la amazonía ecuatoriana y exuberante vida silvestre, sus integrantes comparten sus costumbres ancestrales con los turistas que visitan el lodge Napo Wildlife Center. Esta comunidad es una de las beneficiarias del proyecto EXPORT-DES, a través del apoyo de la Cámara de Comercio de Quito (CCQ). “El 96% de los turistas que llegan son internacionales, muy pocos ecuatorianos. Por ello, hace unos 5 años, decidieron

comunitariamente crear una nueva operación turística llamada Napo Cultural Center, más enfocada al turismo local”, señala Marcelo Alemán, coordinador de proyectos de la CCQ. La intención, agrega el directivo, era que ellos como asociación reciban la inversión de fondos, conocimiento y apoyo del proyecto liderado por la CORPEI, “con la finalidad que se pueda incrementar el uso y la ocupación de esta operación turística”. Como parte del diagnóstico elaborado, se propuso cambiar de lugar las cabañas para estadía, a un punto más estratégico y con

“ Se han hecho estudios para el aprovechamiento del viento en las instalaciones ”

Marcelo Alemán, coordinador de proyectos CCQ.



La torre de observación a 40 metros de altura ofrece una vista panorámica del bosque y diversidad de aves.

EXPORT-DES, además, permitió mostrar los atractivos del Napo Cultural Center y del Napo Wildlife Center a diferentes agencias de viajes y turísticas, en las ferias internacionales Pure Life y Emotions 2019. “Adicionalmente, se empezaron a hacer acciones de marketing directo en mercados, como por ejemplo España, en Estados Unidos y en varias ciudades de Europa, para tener clientes directos”, recuerda Alemán. Esto incrementó significativamente las visitas de turistas europeos, pero la actividad se vio afectada en el 2020 producto del COVID-19. La comunidad kichwa Añangu emplea un modelo de ecoturismo sostenible. Todas las ganancias se reinvierten en proyectos comunitarios como energía renovable, educación y atención médica. Asimismo, la visita de turistas contribuye a la conservación de cerca de 21.400 hectáreas de selva tropical en la amazonía ecuatoriana.

## Productos con sello orgánico se incorporaron a cadenas de valor

Conscientes del tiempo que le podría tomar a un agricultor convertirse en agroindustrial, la Cámara de Comercio de Quito decidió involucrar a pequeños productores de cacao, plátano y otras frutas como beneficiarios del proyecto EXPORT-DES, a través del componente asociativo. La finalidad, comenta Marcelo Alemán, coordinador de proyectos de la CQC, fue apoyarlos, armar un plan de trabajo, obtener certificaciones y abrirles mercado para la exportación de sus productos.

La Asociación comunitaria La Y de Cucuy, de Chone en Manabí; la Asociación Canchacoto en Alluriquin, Pichincha; y la Asociación de producción agropecuaria PAKTA Purisunchi de San Pablo de Lago, en Imbabura, se

sumaron al proyecto. Alemán recalca que se trata de grupos de agricultores que están en la fase primaria de la producción, por lo que escogieron un modelo de encadenamiento.

**202**  
productores se beneficiaron con el apoyo de la Cámara de Comercio de Quito.

“Nosotros siempre hemos pensado en tener cadenas de valor. Es decir, los agricultores vienen haciendo su parte que está en el campo y queremos ajustar con ellos productividad, competitivi-

dad, y el tema de las certificaciones que es delicado. Los juntamos con una buena empresa, que ya es agroindustrial, que ya tiene experiencia y puede llegar más fácilmente a los mercados”.

Las asociaciones ejecutaron varias acciones para mejorar sus sistemas de calidad, gracias a EXPORT-DES. La Y de Cucuy certificó 45 fincas en forma integral, con el objetivo de que todos sus productos cosechados accedan a la certificación orgánica. Se han incorporado a la cadena de valor de una empresa que fabrica snacks de plátano para el mercado local e internacional.

La Asociación PAKTA Purisunchi realizó el proceso de certificación de sus terrenos de producción de uvilla (*Physalis peruviana*), para que su sello sea



ASOCIATIVAS. Calidad



Miembros de la Asociación comunitaria La Y de Cucuy, beneficiarios del proyecto EXPORT-DES, en componente asociativo.

orgánico y acceder así a la Unión Europea. Ahora trabajan con una compañía que deshidrata frutas y comercializa al viejo continente. Además, se está promoviendo la siembra asociada con productos como perejil, puerro, menta, cebollín, con el fin de atender otros nichos.

En tanto, el grupo Canchacoto Fruits, se encuentra asociado con pequeños productores de granadilla (*Passiflora ligularis*) para satisfacer la demanda de exportación al mercado de la Unión Europea y Rusia. Obtuvo la certificación Global G.A.P. y se entregaron insumos agrícolas permitidos por la norma para el mantenimiento de los cultivos. “Las asociaciones han entendido muy bien nuestra propuesta. No fue solamente venir y decirles está lindo mejorar el producto, qué chévere vamos a ser orgánicos y luego verán a quién

“**Se implementó la certificación orgánica, con la finalidad de abrir mercado**”

*Marcelo Alemán, coordinador de proyectos CQC.*

venden. Esa no ha sido nuestra propuesta, esta siempre fue traerles quién va a comprar”, expresa Alemán. Las asociaciones, asegura el directivo, han demostrado mucho compromiso. “Han implementado los sistemas en el caso de los certificados, eso nos deja ver que el dinero que se ha invertido ha llegado a los beneficiarios y por supuesto se ha invertido bien porque se están obteniendo los logros, no solo en el papel,

sino que la empresa continúe comprándoles y a medida que pase el tiempo se incrementen los volúmenes”.

Para Alemán, el cofinanciamiento ha sido muy importante, sumado a la vinculación del productor a una cadena de valor. Las certificaciones también han permitido a los productores ampliar sus ventas, pues si un cliente solo le compraba plátano ahora también le solicita otras frutas, ya que poseen el sello de orgánico.



Canchacoto Fruits se dedica a la producción y comercialización de granadilla. Sus cultivos están en la provincia de Pichincha.



La materia prima de Cacao Nibs es cosechada a menos de 100 km del centro de acopio de República del Cacao, en Vinces (provincia de Los Ríos).



ASOCIATIVAS. Calidad

“ El empuje de EXPORT-DES fue importante para descubrir terruños, finqueros certificados y potenciales asociativas ”



**José Merlo**  
Jefe de proyectos socio ambientales de República del Cacao

localidad. “Tenemos 80 toneladas proyectadas para el próximo año y para el 2024 un proyecto ambicioso de 500”.

Fue en esta tierra, en la provincia de Los Ríos, desde donde surgió la materia prima para Cacao Nibs, nuevo producto de República del Cacao, con notas de sabor puras

y que realzan las características organolépticas del cacao nacional fino de aroma cosechado por los finqueros aliados. Su uso varía desde aportar aroma y textura crocante a distintas elaboraciones, para proyectos *bean-to-bar* (de la semilla a la barra), y también para preparaciones saladas como sal-

sas, purés, sopas o como *toppings*. El centro de acopio en Vinces no es la única infraestructura implementada por esta empresa, fundada en 2005 y que actualmente exporta a 20 países alrededor del mundo. El apoyo a comunidades cacaoteras, con el proyecto, se extiende a otras zonas del país.



Beneficiarios de la comunidad cacaotera en La Joya de los Sachas participan de la Escuela de Campo Agrícola.

## Al rescate de intensos sabores y aromas en Costa y Amazonía

### República del Cacao

En el sector llamado Punta del Este, en el cantón Vinces (provincia de Los Ríos), se encuentra un centro de acopio que recibe cacao de intenso sabor y aroma. Allí se seca al sol, antes de ser colocado en sacos, en los que se transportará para su procesamiento.

Este cacao ecuatoriano, que luego será utilizado por chefs alrededor del mundo en sus preparaciones, fue cosechado gracias al trabajo de 13 finqueros de la zona, quienes conocen los estándares que debe cumplir un producto para ser considerado de exportación.

República del Cacao es la empresa responsable de este centro y se unió al proyecto EXPORT-DES,

con el objetivo de ampliar sus actividades. “La idea era repotenciar el centro de acopio, entrar en territorio nuevamente y poder hacer proyectos con finqueros que teníamos identificados hace algún tiempo, para poder comprarles directamente”, comenta José Merlo, jefe de proyectos socio ambientales de la compañía.

El centro tiene una capacidad de procesamiento de 500 toneladas, la misma que actualmente no es utilizada en su totalidad. “Compramos 5 toneladas el primer año, 10 el segundo y este 2020 cerraremos con 20”, dice Merlo, al tiempo que agrega que, desean aprovechar el impulso que les dio EXPORT-DES, por lo que continuarán trabajando en esta

## Escuelas de Campo capacitaron a finqueros en productividad



La empresa trabaja junto a los finqueros con el fin de proteger e incrementar el conocimiento sobre el buen manejo de la cosecha.

República del Cacao eligió participar del componente asociativo, a través del cual desarrolló una coordinación biprovincial, incluyendo también a agricultores de Orellana.

En la Amazonia ecuatoriana, encontraron un nuevo origen de cacao, con un árbol denominado el Súper árbol Sacha. La compra en este sector, en el cantón La Joya de los Sachas, presentó algunas complejidades y no ha sido recurrente. No obstante, el proyecto no se ha detenido, se sentaron las bases para resultados a largo plazo.

“A pesar que no estamos comparando ahora una inversión determinada, el próximo año compararemos 10 toneladas. El centro de acopio que construimos tiene capacidad para 50, entonces tenemos esa proyección a futuro”,

recalca Merlo, quien asumió la coordinación de las actividades. “Al ser un proyecto biprovincial tiene esa complejidad extra y ese fue nuestro reto, son dos te-

**100**  
personas fueron beneficiadas por el proyecto, a través de República del Cacao.

rritorios muy diferentes y no hay cómo aplicar la misma fórmula para dos sitios diametralmente opuestos, pero hubo una apertura muy grande”. En la comunidad de San Jacinto,

donde se focalizaron las acciones, se instalaron 10 Escuelas de Campo Agrícola durante el 2019, en las que trabajaron con 37 personas de la comunidad cacaotera aliada. “EXPORT-DES nos amplió nuestro accionar, nos amplió la gente a la que podemos llegar y la proyección a futuro que tenemos”, sostiene Merlo.

En La Joya de los Sachas continuarán impartiendo módulos de capacitación, incluso después del término del programa. En ambas localidades, República del Cacao, a través de la asistencia técnica de la mano de CORPEI y su personal, descubrió buenas referencias. En Vinces, hay potenciales proyectos de certificación orgánica a futuro y se han implementado programas de agroforestería, mejor manejo de suelos y



ASOCIATIVAS. Calidad

temas de sostenibilidad.

Este último punto es de suma importancia para República del Cacao. La compañía recibió en 2020 la certificación B, la cual la identifica como una empresa comprometida con su impacto social y ambiental.

Para Merlo, el apoyo de CORPEI en los últimos años, a través del programa, ha sido indispensable. En 2020 tenían previsto ingresar con producto al mercado europeo, lo cual se vio afectado a raíz de la pandemia por COVID-19, pero esperan concretar sus proyecciones. “Para nosotros como República del Cacao es realmente interesante este mercado porque hay consumidores conscientes, con un alto consumo de cacao *per cápita*, en comparación a los países de Sudamérica, lo cual nos da una ventaja competitiva para entrar con nuestros diferentes orígenes de chocolate negro. Además, hay una demanda del consumidor, a través de su



Analia Uzcátegui (segunda desde la izquierda), técnica de campo en Vinces, junto finqueros del sector El Junquillo y miembros de la empresa Orjijn.

educación, de poder tener productos que sean trazables, que tengan nombre y apellido detrás, que sepamos quién está detrás de esta gran cadena de valor”, enfatizó Merlo.

República del Cacao nació con el propósito de crear el chocolate latinoamericano más auténtico de la mano de comunidades

locales desarrollando de forma sostenible el cacao fino de aroma en su origen. Para Merlo, su diferenciador son los terruños que poseen, los específicos sabores, las particularidades de cada ecosistema y por supuesto, el tejido social que hay detrás, “la gente que está al comienzo de nuestra cadena de valor”.



La misión de República del Cacao es producir el más auténtico chocolate latinoamericano en su origen, protegiendo el cacao fino de manera sustentable.



En la planta procesadora de la Asociación Jambi Kiwa se producen infusiones y frutas deshidratadas.

## ‘Fortalecimos la dinámica de producción y la sostenibilidad’

### Certificados en Comercio Justo del Ecuador

Son más de dos mil los productores que se beneficiaron del programa EXPORT-DES, a través de la Unión Nacional de Asociaciones de Pequeños Productores Agropecuarios Certificados en Comercio Justo del Ecuador - CECJ, que recibe el respaldo de la empresa francesa Ethiquable. Así lo comenta Nicolás Eberhard, coordinador de productores para América Latina de la entidad europea.

“Por ser una empresa que apoya el comercio justo tenemos un mecanismo interno que a más de los precios de productos orgánicos

manejamos un pequeño fondo de apoyo a las organizaciones y entonces a través del mismo analizamos la posibilidad de cofinanciar (a los productores) para trabajar en el fortalecimiento de las organizaciones”, contó el dirigente.

Una vez identificadas las necesidades, aplicaron al componente calidad para mejorar los procesos de producción de los siguientes beneficiarios: Federación regional de asociaciones de pequeños cafetaleros ecológicos del sur (Fapecafes), Unión regional de organizaciones campesinas del litoral (Urocal), Asociación de

productores de plantas medicinales de Chimborazo (Jambi Kiwa), Corporación de productores y comercializadores orgánicos Bio Taita Chimborazo (Coprochich) y la Asociación artesanal de productores de café y maní de Manabí (Asoprocam).

“En el caso de Asoprocam se trabajó en la diversificación en las harinas; se dio fortalecimiento a la asistencia técnica porque estas asociaciones tienen certificación orgánica. Las asociaciones tienen que acostumbrarse cada año a invertir en su equipo de técnicos para poder realizar lo



### ASOCIATIVAS. Calidad

que exige la norma de producción orgánica”, comentó.

La Asociación Jambi Kiwa, por su parte, agrupa a 30 comunidades distribuidas en cuatro zonas de trabajo (Cumandá, Pallatanga, Alausí y Riobamba). Se dedica a la producción de más de 50 especies de plantas en diferentes presentaciones: deshidratadas, infusión, granuladas y en polvo, además de productos terminados como: infusiones aromáticas, medicinales y cosméticos.

“Nuestro beneficio fue la implementación de un molino para picar plantas aromáticas, con ello se logró bajar la pérdida durante este proceso, nosotros con el material hemos mejorado el rendimiento”, expresó Luis Guilcapi, administrador de la planta procesadora.

Con Jambi Kiwa trabajan 50 productores y con ellos alrededor de 120 familias son beneficiadas. “Esta ha sido una iniciativa que ayuda a desarrollar un emprendi-

“Ha sido una iniciativa que ayuda a los emprendimientos, espero que la sigan fomentando”

Luis Guilcapi, administrador de la planta procesadora Jambi Kiwa.

miento, esperamos que se sigan fomentado este tipo de programas”, señaló Guilcapi. Los inspectores de la asociación recibieron capacitación sobre la Normativa Orgánica EU y la Normativa Nacional con los técnicos Ethiquable; y se extendió la formación a la comunidad Sanjapamba Zona Riobamba.

En Fapecafes, en Loja, se buscó impulsar la competitividad y reducir la incidencia de plagas en

el producto. “Decidimos trabajar con ellos en el desarrollo de bio-fábricas que en resumen son bien preparadas en el marco de una sesión orgánica y tener bioinsumos a costos muy reducidos”, precisó Eberhard.

Un proceso similar se desarrolló con Urocal, mientras que con Coprobich se intensificó la labor en la recuperación de los suelos de cultivos para reducir el impacto de pérdidas.



Luis Guilcapi (c) con integrantes de Jambi Kiwa y miembros de CORPEI y la Unión Europea en Ecuador.



La cosecha de cacao es la principal fuente de empleo en varias zonas de la provincia de Esmeraldas.

## 'Hemos logrado un mayor impacto territorial con los cacaoteros'

### Populorum Progressio

Su proceso organizativo era interesante. Pero mejorar sus condiciones de producción y acopio, además de consolidar su empresa de comercialización, fue lo que llevó al Fondo Ecuatoriano Populorum Progresio (FEPP) a respaldar a la Asociación de Productores de Cacao del Norte de Esmeraldas (Aprocane). El FEPP es una organización no gubernamental (ONG) con finalidad social, que ofrece apoyo para el desarrollo de los campesinos. Fue creada en 1970 de la intención común de un grupo de eclesiásticos y seglares liderado por Mons. Cándido Rada (+), en ese entonces Obispo de la Diócesis

de Guaranda. Cuenta con el auspicio de la Conferencia Episcopal Ecuatoriana. Enrique Barriga, coordinador de proyectos de la entidad, contó cómo conocieron el programa EXPORT-DES y la finalidad para beneficiar a la institución esmeraldeña. "Dada la particularidad de la convocatoria, lo que vimos en este caso es la de favorecer a una organización que está liderando la producción de cacao, con un proceso organizativo interesante en la provincia de Esmeraldas en los cantones Eloy Alfaro y San Lorenzo y entonces vimos una oportunidad", comentó el directivo. "Ellos (Aprocane) tienen una

planta de procesamiento en la cual dan beneficio al cacao con la finalidad de exportar a Europa. La idea es que se fortalezca la cadena (de distribución) de este producto que ellos lideran con una mayor cantidad de producción, y número de productores articulados", agregó Barriga. El directivo precisó que se aplicó a los componentes de calidad y promoción, esto con la finalidad de que se involucren más beneficiarios al programa y también mejorar su condición de vida. "La aplicación (del proyecto) fue en torno a lo productivo, Aprocane tiene una intervención en Eloy Alfaro; sin embargo, los recursos



ASOCIATIVAS. Calidad

400

familias es el número aproximado de beneficiarios en Eloy Alfaro y San Lorenzo.

y las posibilidades no daban que se involucren más productores, entonces nosotros entramos para implementar viveros comunitarios que han permitido que la gente tome plántulas (planta en sus primeros estados de desarrollo, desde que germina hasta que se desarrollan las primeras hojas verdaderas) de buena calidad e incrementar las áreas de cultivo y mejorarlas, además buscar el fortalecimiento de la organización en los aspectos administrativos", indicó.

"También en la parte de la comercialización se ayudó para que ellos puedan participar en algunos eventos, ferias de cacao a nivel nacional donde muestren los productos que tienen, además de iniciativas que están implementando. Entonces se trabajó entre la parte productiva, organizativa administrativa y la de comercialización. Se fortalecieron los parámetros que tienen que ver con la calidad y con ello cumplir con lo que requieren a los importadores", agregó Barriga. El directivo se mostró satisfecho por el proyecto EXPORT-DES, el cual, según estimó, ha fortalecido la relación con Aprocane e insistió que se ha consolidado la imagen de la empresa cacaotera.



Las mujeres son parte fundamental en la cadena productiva.

“ Se fortalecieron parámetros de calidad para cumplir con lo que requieren los importadores ”

Enrique Barriga, coordinador de proyectos.

"Con este programa se ha fortalecido la relación con Aprocane que en los últimos años ha incurrido en la exportación y esto le ha permitido que haya mayor cantidad de productores, en este caso se articulan a la cadena (de producción) por lo que cuentan con cacao de calidad. La institución ha tenido impulso con los recursos generados por la venta de cacao y siendo productores de la propia zona", precisó el dirigente. Barriga exaltó que el proyecto ha mejorado las condiciones de vida de los adherentes al programa. "Alrededor de 400 familias se incorporaron a la cadena de cacao y algunos han incrementado sus

fincas que son relativamente pequeñas, porque tenían una hectárea y con esto las han incrementado, porque no es fácil para ellos acceder a plántulas de calidad; en este caso entonces se ha hecho un proceso de mejoramiento de la calidad, produciendo viveros, capacitando promotores", indicó el dirigente. "Además se trató que la incidencia de Aprocane no sea localizada y se incremente a nivel de comunidades, se asocian y tengan oportunidades. Hay una organización que fortalece a los cacaoteros y hemos logrado un mayor impacto territorial", añadió Barriga.

## Duplicaron sus hectáreas sin afectar calidad del producto



Los productores esmeraldeños supervisan la evolución del cacao, desde sus orígenes.

La Asociación de Productores de Cacao del Norte de Esmeraldas (Aprocane) cumplió, en septiembre pasado, 20 años y tiene como su producto estrella el cacao nacional fino de aroma. Su administrador, Andrés Arce, cuenta que las comunidades afiliadas han mejorado sus condiciones de vida gracias al programa EXPORT-DES y mantienen el alto nivel de calidad de sus productos.

“El programa nos ayudó mucho en lo que fue asistencia técnica, buscar las mejores opciones para seguir manteniendo el tipo de cacao que producimos. Somos una asociación que tiene 22 comunidades a su alrededor

las cuales cuentan con cerca de 450 agricultores que están dentro de San Lorenzo y Eloy Alfaro”, comentó el directivo.

“Este proyecto impulsó la construcción de viveros en los cuales los beneficiarios llevarían una cantidad de plantas para fortalecer sus fincas y mantener la misma calidad del producto que nosotros tenemos. Siempre vivimos impulsando esto”, agregó Arce.

El administrador resaltó que se ha incrementado la producción puesto que los afiliados crecieron en lo referente a hectáreas de cultivos.

“Esto nos ha ayudado a aumentar la producción, porque si un



ASOCIATIVAS. Calidad

“ Siempre buscamos impulsar el negocio o ampliarlo, y el programa nos ha ayudado ”

Andrés Arce, administrador Aprocane.

beneficiario tenía una hectárea ahora cuenta con dos, por ejemplo. Eso aumenta el volumen de producción y nos han motivado a crecer”, destacó.

“Siempre buscamos impulsar el negocio o ampliarlo para que también mejoren las condiciones de vida de nuestros agricultores, porque cada día impulsamos el aumento de plantaciones. Es lógico que busquemos un buen mercado para vender”, añadió Arce.

El dirigente precisó que Aprocane tiene varios años exportando a Suiza y su objetivo es crecer en el mercado de la Unión Europea. Agregó que los afiliados están contentos por los buenos resultados obtenidos.

“Todos se sienten contentos por el respaldo a los agricultores que no tienen para pagar un técnico; recursos para la adquisición de plantas para aumentar una hectárea más y entonces el

acompañamiento de la asesoría técnica ha sido permanente, todos se encuentran bien y quieren que estas iniciativas continúen”, expresó.

“Hemos exportado por 14 años

a Suiza. Me gustaría que sigan con estos proyectos para que continúen impulsando a emprendimientos o asociaciones que quieren dar a conocer sus negocios; es decir apoyar en lo que es búsqueda de mercados, ferias, estudios, porque en todo negocio debe haber un estudio de mercado para no tener inconvenientes o tener seguro quiénes van a comprar su producto”, concluyó Arce.

El dirigente lamentó que por la pandemia no se haya podido concretar un acuerdo con una empresa italiana.

22

comunidades del norte de Esmeraldas están asociadas a Aprocane.



Los agricultores recibieron capacitaciones y gracias al programa han mejorado su calidad de vida.



La marca Goya es uno de los clientes de Man-Zhi, a través de la compra de harina de plátano.

## 'Ahora tenemos nuevo laboratorio para análisis y pruebas propios'

### Man-Zhi

La producción y comercialización de productos procesados, teniendo como base harinas de plátano, yuca y otros productos secos, así como la creación de congelados y conservas de frutas y vegetales, han sido la principal labor que ha tenido Man-Zhi que tiene más de 20 años en el mercado. Ahora quiere abrir nuevos caminos a nivel internacional. Desde 1997 exporta a Estados Unidos, España y otras partes del mundo, sin embargo, a esta empresa le faltaba una herramienta necesaria en su proceso de pro-

ducción: un laboratorio para análisis y pruebas. Su gerente general, Marcos Zhindón, luego de conocer las bondades de EXPORT-DES se animó a unirse al proyecto con la finalidad de hacer mejoras en su industria que le permitan elevar las ventas al exterior. "Queríamos entrar en el proceso de promoción para exportar más, cuando nos vinieron a hacer una auditoría que delegó la CORPEI para ver a qué segmento podría aplicar la empresa, a nosotros nos designaron el componente de calidad", contó el empresario.



MIPYMES.Calidad

Zhindón expresó que le llamó la atención el programa debido al apoyo que brinda la Unión Europea, en especial, en el cofinanciamiento de actividades para abrir puertas hacia diferentes puntos de ese mercado. Tras seguir los respectivos procesos que exigió la iniciativa, Man-Zhi adquirió lo necesario para mejorar el análisis de sus productos y así subir el nivel de calidad de la industria que lidera. "Esto nos ayudó en la implementación de nuestro laboratorio interno para poder tener pruebas y análisis que se requieren y que nosotros no contábamos con eso. Con



El programa ayudó a la empresa para realizar adecuaciones en infraestructura e instalar un laboratorio de análisis de producto.

23

años de experiencia en el mercado tiene Man-Zhi.



Marcos Zhindón  
Gerente general

“EXPORT-DES nos permite crecer, porque es un apoyo que tenemos los empresarios”

CORPEI se lo pudo hacer y con eso mejoramos la infraestructura de la planta", indicó. "Ahora nos ahorramos en los análisis que se los hacía de forma externa, ya los podemos efectuar en nuestro laboratorio; es un buen ahorro. En la producción sí hemos tenido un incremento, pero este año decreció por la pandemia, se ha sentido el bajón de exportacio-

nes a España", agregó. El empresario destacó las bondades de la iniciativa que promueve la Unión Europea y aspira que se presenten otras del mismo tipo para incentivar a las industrias. "Podríamos decir que EXPORT-DES nos permite crecer, porque es un apoyo que tenemos los empresarios; nos ha ayudado a cambiar en infraestructura.

Recomendaría este programa a otros empresarios; hasta yo mismo volvería a ingresar a otro más", dijo sonriendo. Zhindón recordó que asistió a una misión internacional en el 2017 en Barcelona, España. La planta procesadora de Man-Zhi se ubica en Pascuales, parroquia rural de Guayaquil (provincia del Guayas).



## 'Tuvimos una catapulta y se nos abrieron las puertas de Europa'

### Marina Trading



La sardina es la base de la variedad de productos que ofrece esta empresa.

# 2018

fue parte de la feria virtual E-uropa con sus productos.

Producir conservas de uno de los superalimentos más apetecidos: sardinas y de enlatados de mariscos con los mejores estándares de calidad, garantizando productos alimenticios de alto poder nutritivo y siendo respetuosos de las normas ambientales para conservación de la naturaleza, es la labor que ha tenido Marina Trading, que se ubica en Salinas, provincia de Santa Elena. La empresa que tiene como su presidente a Pedro Coellar, funciona desde finales del 2016 y en corto tiempo ha ganado terreno

en el mercado nacional. No obstante, a esta industria le faltaba un paso más para ampliar su crecimiento: llegar a Europa. Coellar precisó que cuando se enteró de los beneficios que otorga EXPORT-DES decidió adherirse al proyecto y el componente de calidad fue "un gran atractivo" para su industria. "El proyecto no solo trata de dar los recursos y que uno los utilice a criterios de la empresa, es todo lo contrario: da el seguimiento, la asesoría y la guía para incrementar y producir. Los requisitos



MIPYMES. Calidad



La empresa pesquera participó en la feria internacional SIAL, en 2018.

tienen varios pilares como: calidad, infraestructura, productos terminados, la parte comercial, participación en ferias. Nos piden el cumplimiento de lo que se quiere realizar; lógicamente con la asesoría y guía de la CORPEI", expresó.

"EXPORT-DES nos ayudó a participar en ferias internacionales con stands y demás y eso cofinanciado, nosotros pagamos una parte y el proyecto otra, además con las asesorías para las certificaciones internacionales, todo con lineamiento, auditoría que se basa en calidad de procesos guiados", agregó. El empresario indicó que el componente que aplicó dio el impulso a mejoras en la infraestructura de su industria y darse a conocer a nivel internacional. "Nos ayudaron en encontrar las falencias que teníamos y pasar la auditoría (de calidad) para exportar al mercado europeo que es uno de los más exigentes. El resultado de esto fue la catapulta y abrimos camino a ese continente y entrar con nuestros productos", manifestó Coellar. "Nunca habíamos entrado en el

“ Hemos crecido en producción y en eficiencia para poder llegar al mercado europeo ”

mercado europeo, por ello aplicamos a EXPORT-DES y el resultado fue satisfactorio y así podremos comercializar nuestros productos en esa parte del mundo", añadió. El empresario se mostró contento con que su industria esté habilitada para darse a conocer en el Viejo Continente y aunque aún no tiene cerrada una negociación "en firme", cuenta con conversaciones para posibles negocios. "Estamos apuntando a los mercados como el español, francés e italiano", comentó Coellar. Marina Trading fue parte de la feria SIAL París 2018, que se efectúa cada dos años y es la más importante del sector agroalimentario. Además, en el mismo año estuvo en la E-uropa, de acceso virtual. "Ahora nos conocen gracias a



Pedro Coellar  
Presidente

EXPORT-DES, la verdad es bueno el trabajo de un equipo muy grande que comienza a tener sus frutos y a diferenciarse de productos similares", concluyó Coellar.



Procesamiento de frutas y vegetales es la principal actividad de esta entidad.

## Cultura organizacional renovada para beneficio de la industria

### Agroapoyo

19

años tiene en el mercado la empresa ecuatoriana Agroapoyo.

Ubicada en Puenbo, parroquia rural de Quito, Agroapoyo se dedica al procesamiento de frutas y vegetales, principalmente a deshidratación y fritura. Y añade valor a materias primas ecuatorianas, tanto tropicales como andinas: uvilla, frutilla, piña, banano, naranja, mango, zanahoria, zapallo, pitahaya, naranjilla, entre otras. Nació en el 2001 como una empresa consultora para el desarrollo del agro en el país y dos años después construyó la primera planta artesanal de productos deshidratados; ahora cuenta con certificaciones internacionales y exporta sus productos al mercado extranjero.

Según comentó Martha Cruz, su jefa de calidad, el ingreso a EXPORT-DES impulsó cambios positivos en la empresa en el tema organizacional y de estructura, así como capacitaciones sobre normas que se exigen en Europa. "Hemos avanzado bastante desde la parte de Recursos Humanos. Puedo decir que en nuestro caso sí nos hemos beneficiado grandemente del proyecto", expresó Cruz. "Esto es un cambio: primero de estructura porque tener las certificaciones es por una cultura organizacional y una alta dirección". La jefa de calidad indicó que su industria sí había tenido expor-



MIPYMES.Calidad



En la parroquia Puenbo, de Quito, se encuentra la planta procesadora.

“Avanzamos bastante desde la parte de recursos humanos, hemos tenido un cambio de estructura”

Martha Cruz, jefa de calidad.

taciones a Europa pero que con EXPORT-DES se les “abrió” más terreno de acción.

“Fuimos a ferias en Alemania (Anuga 2019, en Colonia) antes de la pandemia, nos fue bastante bien, hicimos contactos y estamos trabajando con esas personas haciendo desarrollo que es bastante interesante, inclusive para ver qué se está ofreciendo y qué demanda el mercado europeo”, añadió Cruz.

La empresaria insistió en destacar que el programa benefició a su industria en el tema organizativo lo que ayuda a entregar productos de calidad.

“Todavía no hemos cerrado contratos lastimosamente por la pandemia; el año empezó así, pero estamos mejorando y EXPORT-DES nos está dando a conocer”, agregó Cruz.

Agroapoyo resalta el apoyo del proyecto donde se recibe asesoría y esto, según su criterio, es “vital” para poder crecer y no “quedarse estancado”.

La empresa contó con asesoría para la implementación de la FSSC 22000 (Food Safety System Certification) que es un esquema de certificación para procesadores de alimentos y fabricantes de empaques.

Además para la recertificación or-

gánica y la HACCP, directriz que promueve principios y pasos a seguir para prevenir los riesgos de contaminación y garantizar la

inocuidad de los alimentos frescos o procesados con miras a generar una calidad de vida satisfactoria de los consumidores.



Cambios en infraestructura fue otro beneficio recibido como parte del programa.



El principal producto de exportación es la pitahaya.

## ‘Las certificaciones nos ayudan a consolidarnos con los clientes’

### Ecuaxotics

Ocho años son los que lleva en el mercado Ecuaxotics, empresa que se dedica a la exportación de la pitahaya amarilla y roja. Su empaedora se encuentra en la Vía a la Costa, en Guayaquil, y posee dos haciendas: una en Isidro Ayora (provincia del Guayas) y otra en Mocache (provincia de Los Ríos). Sebastián Bustamante, su fundador y gerente general, cuenta que cuando conoció de EXPORT-DES le pareció “muy

interesante” por lo que se adhirió al mismo bajo el componente de calidad, con el cual logró certificaciones para dar una mayor tranquilidad a sus clientes y que el proceso de producción se dé bajo altos estándares que se exigen en el mercado europeo. “El programa que recibimos es básicamente una ayuda para que nuestro producto sea elaborado de manera sustentable de acuerdo a lo que requiere la Unión Europea y esto fue bien orientado, dentro del proceso

del componente de calidad, a las certificaciones internacionales. En efecto, fuimos certificados por Global G.A.P (norma mundial para las buenas prácticas agrícolas)”, expresó. “Esta es una de las principales certificaciones que requieren los importadores europeos y es un buen punto de partida para comenzar a comercializar nuestros productos dentro de Europa. La certificación se basa en las buenas prácticas de agricultura que busca que los productores



MIPYMES.Calidad

respeten mucho los tiempos de carencia; está orientada a que el consumidor no tenga ningún problema y si lo tiene le ayude a identificar de dónde proviene. El componente de calidad nos ayudó a orientarnos, capacitarnos y, en el campo, a ver cómo se lo puede aplicar, qué es lo que se puede o se debe hacer y poder identificar si hay un problema en los lotes, poder trabajarlos y mejorarlos para la siguiente cosecha”, añadió Bustamante. El empresario señaló que previo al ingreso al programa su industria sí tenía llegada a Europa, pero que una “limitante” siempre fue la “certificación”.

“Esto no quiere decir que nunca nos compraron, siempre nos decían: ‘te compro, pero ayúdanos con la certificación’. Entonces todo fue de la mano e hicimos un trabajo a la par con misiones comerciales y ferias, pero este tema nos ayuda a consolidar al cliente y contar con nuevos como ha sucedido”, precisó Bustamante. “EXPORT-DES es un excelente programa, una herramienta muy útil para los exportadores porque muchas veces no se tiene conocimiento del acceso a estas iniciativas y de consejería”. “CORPEI es una empresa con muchos años de trayectoria en el tema de exportaciones, ellos saben lo que requieren los mercados internacionales. Me parece muy útil y buenísimo esto que hemos sabido aprovechar y creo que los resultados se van a lograr en el mediano plazo”, señaló el empresario.



Sebastián Bustamante (d), directivo de la empresa, junto con miembros de la CORPEI en un recorrido por las plantaciones de pitahaya.

“El proyecto ha sido un apoyo sustentable, de acuerdo a lo que quiere la Unión Europea”

Sebastián Bustamante, fundador.

6

años lleva operando  
Ecuaxotics en  
Ecuador.

Bustamante exhortó a sus colegas exportadores que aprovechen este tipo de programas porque les abre un “abanico” de opciones de posibles clientes. La construcción de un nuevo centro de acopio, es uno de los beneficios que logró Ecuaxotics gracias al proyecto EXPORT-DES.



El proyecto EXPORT-DES, con el componente calidad, aportó en la construcción de infraestructura de la empresa.

## ‘Elevamos estándares para poder contar con una mejor calidad’

### Andes - Kinkuna



La elaboración de los productos de ingredientes ancestrales y endémicos se realiza en la fábrica ubicada en Pujilí (Cotopaxi).

Andes Kinkuna aparece en el 2016 con la elaboración de productos con calidad de exportación, utilizando ingredientes ancestrales y endémicos de Ecuador.

Su planta se ubica en Pujilí, provincia de Cotopaxi, donde se desarrollan procesos biotecnológicos para transformar el mortiño, la piña, la uvilla, el chocho y otros en extractos naturales altamente funcionales, beneficiosos y con una alta capacidad de absorción. Y de forma principal, suplementos nutricionales a base de quinua.

Xavier Larreátegui es su gerente general y cuenta que su empresa necesitaba elevar los estándares con sus certificaciones para poder

arribar a Europa con sus productos. Ahora, gracias a EXPORT-DES el sueño se hizo realidad.

“Para llegar a Europa nosotros necesitamos elevar los estándares de certificaciones y de esa manera el programa nos pudo apoyar: primero con asesoría, que es lo que nos faltaba, y luego con la compra de algunos equipos que eran necesarios para subir el nivel de certificación”, indicó el empresario.

“Con la certificación viene todo el tema de producción y organización para poder tener una mejor calidad que va desde la provisión de la materia prima hasta poder llegar con el producto final al consumidor; entonces no solo abarca la producción sino también lo re-

**1 millón**

de dólares facturó en 2018 con su marca de suplementos alimenticios.



MIPYMES.Calidad

lacionado a la administración en general de la compañía”, agregó Larreátegui.

Pero no solo esto fue un beneficio para la empresa en mención, sino también el hecho de darse a conocer en ferias internacionales que abrieron las puertas en Europa. Sus productos habían llegado solo a mercados como el de México y Estados Unidos.

“Nos apoyaron también con el hecho de visitar a potenciales clientes en Europa; en Alemania (octubre del 2019), nos fue bastante bien, de hecho, estamos en los últimos procesos de negociación con un cliente en Holanda que distribuye o fabrica diferentes suplementos para varias compañías en Europa”, precisó.

“Es la primera vez que vamos a Europa; nosotros hemos exportado a México y Estados Unidos desde el 2017. Luego se dieron los primeros intentos de acceder al mercado europeo, entonces se empezaron a abrir las puertas a Europa. Este era un programa que nos permitía llegar allá, saber lo que se necesita, lo que la Unión Europea requiere para el ingreso de nuestros productos”, agregó Larreátegui.

El empresario contó que la primera experiencia en Europa lo ayudó mucho a “entender” el mercado europeo por lo que está contento con el hecho de ser parte de EXPORT-DES.

“Yo recomendaría estos proyectos que están avalados por la CORPEI que tiene mucha experiencia en el mercado internacional, lo conocen y lo que nos pasó a nosotros, que al intentar llegar y



La planta procesadora cumple con todos los estándares requeridos para las certificaciones.

“Luego de exportar a México y Estados Unidos desde 2017, es la primera vez a Europa”

Xavier Larreátegui, gerente general.

tener como objetivo el mercado europeo con el programa hemos logrado que la curva de aprendizaje se acorte; seguramente ser parte del programa nos ahorró mucho tiempo y dinero en el aprendizaje de llegar a Europa”, refirió el empresario. La empresa recibió asesoría técnica para obtener la certificación HACCP, directriz que promueve principios y pasos a seguir para prevenir los riesgos de contaminación y garantizar la inocuidad de los alimentos frescos o procesados con miras a generar una calidad de vida satisfactoria de los consumidores.



Xavier Larreátegui, gerente general de Andes Kinkuna.



## Empaque

*El poder de la imagen en el producto, su almacenaje y buenas prácticas de distribución para el éxito en perchas europeas.*

La Unión Europea cuenta con sus propias normativas o requisitos para el etiquetado de productos, con el fin de garantizar que los consumidores reciban toda la información esencial para la toma de decisiones informadas a la hora de comprar. Es así que, una correcta y llamativa exposición de los artículos ecuatorianos puede aumentar su competitividad frente a otros exportadores del mismo sector.

El proyecto EXPORT-DES impulsó el mejoramiento en la presentación de productos y su propuesta de valor para alcanzar objetivos específicos como el definir e implementar estrategias individuales de etiquetaje y empaque, con un enfoque diferente y único, de acuerdo al

mercado meta de las Mipymes. Asimismo, el identificar los requisitos para su distribución, almacenaje, venta y su posterior consumo.

En total, se desarrollaron 49 nuevos etiquetados y 16 Mipymes muestran renovados empaques en perchas. Valeria Rodríguez, técnica de este componente, comenta que las empresas que recibieron asistencia y realizaron la validación en este segmento, tuvieron acceso al 50% de cofinanciamiento en la impresión de los empaques.

La capacitación también fue un factor importante, considerando los últimos meses del proyecto en los que la pandemia por COVID-19 influyó en la seguridad

de envases, su cadena de distribución y percepción de los compradores, ante los procesos de cada marca. Los beneficiarios fueron invitados a participar en charlas sobre bioseguridad y protocolos en la manipulación de empaques y embalajes en planta. Asimismo, participaron en talleres que abordaron temas como 'El poder de la imagen', 'El empaque como herramienta de marketing' y 'Costos de Exportación y Tendencias en Empaques, y Etiquetas con Normas de la Unión Europea'.

La CORPEI, con estas acciones, orientó a los empresarios para el desarrollo y puesta en marcha de sus propias normativas, a través del modelo y matrices proporcionadas para su implementación.

## 'Ferias y misiones comerciales nos dieron los contactos en Europa'

### Chocono



Frutas y barras chocolatadas son los principales productos de esta compañía.

3

ferias internacionales recibieron los productos de Chocono.

Chocono es una empresa ecuatoriana establecida en el año 2007, que se caracteriza por su variedad de productos de chocolate que tienen altos estándares de calidad. La industria tiene su sede en Quito, en la provincia de Pichincha, y según Yazmín Bishara, su gerente propietaria, le llamó la atención del proyecto EXPORT-DES el hecho de llegar al mercado europeo, por lo que se adjuntó al mismo en donde aplicó a tres componentes: promoción, comunicación y empaques. La empresaria contó que los dos primeros puntos mencionados

fueron los más usados por su compañía, los cuales les sirvieron para establecer contactos y darse a conocer en Europa. "En cuanto a empaques fue una revisión completa de los que teníamos actuales y se dio una nueva propuesta de los mismos que sean todos pensados en el mercado europeo. Se nos asignó una agencia que iba a evaluar los productos que ya contábamos y que queríamos exportar. Se entregó un informe y en base a eso trabajamos en la presentación de unos nuevos", dijo la empresaria. Aunque aún no se ha realizado su impresión, ya cuentan con los



MIPYMES. *Empaque*

diseños listos para aplicarlos. "Comunicación y promoción eso fue lo que más usamos en nuestra empresa que ya estaba certificada y lista para exportar, lo que nos faltaba eran los clientes, entonces lo que más hicimos durante dos años fue asistir a ferias virtuales y presenciales en toda Europa y asistimos a misiones comerciales", agregó Bishara. Chocono tuvo presencia en ferias que se efectuaron en Alemania, Francia, Hungría y España y en otras virtuales. "En Europa todavía no nos conocían y ya teníamos los productos, pero nos faltaba el contacto y el cliente, por eso fue en lo que más se trabajó justamente en ferias y misiones, para darnos a conocer; si bien no tengo cerrado ningún cliente todavía, este tipo de eventos ayudan un montón para tener los contactos, hay varios que se hicieron durante estas y seguimos

“La comunicación y la promoción fue clave ya que sólo nos faltaban los clientes”

*Yazmín Bishara, gerente propietaria.*

trabajando", expresó. Bishara insistió en la ayuda ofrecida por el proyecto EXPORT-DES en cuanto a la internacionalización. "Si no es por las ferias o misiones es difícil llamar por teléfono a cualquier persona de Europa". De ahí, la importancia de esa conexión con posibles compradores y asistencia técnica recibida durante la ejecución del programa. La empresaria calificó como "un aprendizaje" haber asistido a es-

tos eventos y estimó que todos estos detalles les han dado un impulso. "EXPORT-DES me pareció muy bueno porque en este caso es un apoyo en este tipo de ferias en las que uno no tiene la experiencia para lanzarse solo en el tema, es ir con alguien que ya sabe de la situación y con el acompañamiento que da CORPEI es bastante útil. Pienso que el proyecto debería durar un poco más", concluyó.



Yazmín Bishara (d), gerente propietaria, brinda una degustación de sus productos en la feria ANUGA 2019, en Alemania.



El rediseño del empaque del té, a base de guayusa, es uno de los aportes del proyecto.

## ‘Ha sido genial en el desarrollo de empaques y comunicación’

### Compañía Ecuatoriana de Té

Desde 1964, la Compañía Ecuatoriana de Té es la pionera en producir té y hierbas aromáticas para el mercado. Cuenta con su planta procesadora en Quito (Pichincha) y su hacienda en Palora (Morona Santiago).

Naldi Sánchez, su gerente de mercadeo y ventas, contó que la institución que representa aplicó para los componentes de calidad, comunicación y empaque y que la misma ya está lista para dar el salto al mercado europeo.

**56**

**años tiene la industria, que es la pionera en producir té en el Ecuador.**

“Tratamos de maximizar todo lo que pudimos. El primer componente que aplicamos es el de apoyo para la certificación de calidad y logramos ya la orgánica de la planta de empaque en Quito y de la hacienda Sangay en Palora, en el oriente ecuatoriano. Esto fue muy importante para nosotros, aplicamos para comunicación, para empaques, y de hecho también lo hicimos para diseños y estamos terminando la etapa de impresión”, señaló la directiva.



MIPYMES. Empaque

“En lo referente a comunicación nos encontramos haciendo un rediseño de nuestra página web, tenemos una, pero le queremos dar un enfoque más comercial e internacional dado que tenemos identificado el destino al cual queremos llegar con esa página y a través de la misma como un catálogo. También será traducida al inglés”, agregó Sánchez. En lo referente a los empaques su industria ya los tiene elaborados con las exigencias que tiene la Unión Europea. “Tenemos un estudio realizado, nos ayudaron con unos diseños de empaques aplicados para la Unión Europea y que ahora los vamos a imprimir; todo eso ha sido gracias al programa EXPORT-DES y su apoyo. Eventualmente hemos tenido una que otra exportación a Europa de té al granel, pero a todos nos interesa el producto final, es decir el té empaquetado”, señaló la gerente. Sánchez insistió en el apoyo brindado por el proyecto impulsado

“Ojalá haya una segunda fase de este proyecto, que ha ayudado a optimizar los procesos y recursos”

*Naldi Sánchez, gerente de mercadeo.*

por la CORPEI, el mismo que ha dejado lista a su empresa para la conquista de otro continente. “Ha sido espectacular el apoyo (del programa) estuvo bastante bien enfocado en cuanto a lo que se necesita, que es justamente el desarrollo de empaques, imagen y comunicación, además del apoyo de las ferias que lamentablemente esta contingencia de la pandemia nos frenó toda la presentación; sin embargo, existen las virtuales. Estamos con todo el paquete listo y esto hace más fácil el trabajo”. “EXPORT-DES me parece genial;

esto es el apoyo que necesitamos también las pequeñas y medianas empresas, lo que incluía, cómo fue enfocado y ahora solo esperamos los resultados y las ventas finales”, indicó Sánchez. La empresaria expresó que recomendaría este tipo de proyectos, el cual insistió en el respaldo que brinda al sector. “Ojalá que haya una segunda fase y cómo no aprovechar un programa así con el cual se optimizan todos los procesos y los recursos que son geniales y lo recomendamos”, concluyó.



La Hacienda Sangay tiene 430 hectáreas de cultivo, se ubica en Palora, Morona Santiago.

## Empaque conecta a consumidores con las historias de origen del café

### EScoffee



El nuevo empaque y presentación de EScoffee se desarrolló en el marco del proyecto EXPORT-DES.

Cada empaque de EScoffee es una ventana abierta hacia los orígenes del café y la historia de una familia cafetalera del Ecuador. Un código QR, impreso en uno de los lados del envase, es el canal digital que permite esta conexión entre el consumidor y el agricultor. En la práctica, un comprador puede 'leer' este código con su teléfono celular y ser redirigido a la página web de la compañía, donde encontrará la historia del artesano y las tierras donde co-

sechó el producto que llega a sus manos. El diseño y elaboración de este empaque, se desarrolló en el marco del programa EXPORT-DES y muestra trazabilidad de origen, comenta Miguel Rendón Fontaine, presidente ejecutivo de EScoffee S.A. Esto es parte de la misión de la compañía y lo que deseaban proyectar. "Hemos mejorado, en general, el marketing gracias al proyecto. Comunicamos de una forma mucho más moderna cómo la



MIPYMES. Empaque

empresa llega al mercado. Renovamos la página web, mejoramos nuestros empaques, línea gráfica y etiquetas", agrega el empresario. EScoffee, fundada en 2003, lidera el sector de cafés especiales del Ecuador. Su objetivo es "conectar a los productores con los consumidores, trabajando con los artesanos y dando valor agregado a sus materias primas", indica Rendón.

Actualmente cuentan con 22 puntos de producción, entre los que se incluyen las Islas Galápagos. "Estamos en Ibarra, Loja, Zamora y a lo largo de toda la cordillera en que se siembra café en Ecuador, a más de 1.300 metros de altura sobre el nivel del mar. Hemos comprado café a más de 2.000 familias caficultoras del país", sostiene.

Las empinadas montañas ecuatorianas ofrecen un ambiente ideal para el cultivo del café. De acuerdo a información de la compañía, sus métodos post cosecha ayudan a preservar el medioambiente y continúan ampliando la diversidad de flora y fauna del Ecuador. EScoffee ofrece café 100% arábica SHB (*Strictly Hard Bean*), se seca al sol y se transporta cuidadosamente a las manos de tostadores expertos. El proceso busca destacar el



Las empinadas montañas ecuatorianas ofrecen un ambiente ideal para el cultivo del café.

“**Estamos en 22 puntos, Islas Galápagos y a lo largo de toda la cordillera en que se siembra café en Ecuador**”

intenso aroma, acidez brillante, cuerpo balanceado, y con un contexto de flora y ligero toque de chocolate, atributos que hacen que EScoffee sea reconocido internacionalmente. Los productos que más llaman la atención en el mercado europeo, a decir de Rendón, son los provenientes de orígenes como las Islas Galápagos, zonas y regiones específicas del país, aquellos diferenciados como café con sabores a canela o vainilla; y la línea de *Nanolots*, que son los microlotes de productos de especialidad.



Miguel Rendón  
presidente ejecutivo



## Recertificación permite cumplir con las exigencias del mercado



El café se cosecha en cultivos ubicados a más de 1.300 metros de altura.

EXPORT-DES también fue una oportunidad para obtener cofinanciamiento y realizar el proceso, para acceder a la Recertificación Orgánica, como parte del componente calidad. "Para el mercado europeo es muy importante este certificado orgánico y llevar a los europeos, la garantía que nuestro café es totalmente orgánico y libre de químicos tiene un costo. Si no hubiera sido por el proyecto EXPORT-DES nosotros no hubiésemos renovado, porque no nos justificaba y eso posiblemente nos hubiese hecho perder mer-

cados en Europa", manifiesta Rendón. La empresa cuenta además con la certificación 100% hecho en origen y tiene más de 50 productos en su portafolio. Para Rendón, CORPEI ha sido siempre un aliado, que los ha ayudado a que puedan exportar y que desarrollen nuevos canales de mercado. "Desde que CORPEI existe hemos tenido una buena relación, nos han visto como una empresa líder en el sector y hemos aprovechado proyectos como este para poder fortalecer nuestra imagen, marca, presencia internacional,



MIPYMES. *Empaque*

empaques, página web", dice el ejecutivo. En esta última, los consumidores pueden encontrar información de la marca, la Escuela Sensorial del Café, dedicada al desarrollo de profesionales en barismo, tostadería y catación, así como una tienda

en línea para la adquisición de los diferentes productos que ofrece EScoffee. La compañía, además, cuenta con proyectos de responsabilidad social empresarial y apoyo al desarrollo sostenible. EScoffee actualmente realiza exportaciones a Paraguay, Países

**2.000**  
*familias caficultoras se benefician con la compra de café de EScoffee.*

“ Si no hubiera sido por EXPORT-DES, no hubiésemos renovado la certificación orgánica y eso nos hubiese hecho perder mercados ”

*Miguel Rendón, presidente ejecutivo.*

Bajos, Francia, España, Bélgica, Luxemburgo y Alemania. Durante el 2020, en que el mercado internacional se vio afectado por la pandemia por COVID-19, lograron continuar con sus operaciones. "En el momento estamos con los mismos (compradores), pero hemos salvado ante la crisis, más que nada los clientes, en mantener las exportaciones y la compañía, sino hubiese sido por el proyecto posiblemente la empresa hubiera podido cerrar", concluye.



EScoffee lidera el mercado local en café de especialidad, un producto que garantiza aroma, sabor y trazabilidad.

# Arte en vidrio que captura la magia de las ciudades del mundo

AnyArt Glass



Todos los productos de AnyArt Glass son trabajados en su taller ubicado en Quito (Pichincha).

Con más de 10 años de experiencia en el arte en vidrio, ventas recurrentes en Estados Unidos y clientes en Francia, Bélgica y otros países alrededor del mundo, Ana María Torres tenía una empresa consolidada. Pero cuando el programa EXPORT-DES tocó a su puerta, la CEO de AnyArt Glass tuvo un momento de reflexión, en cuanto a su negocio y sus expectativas para un futuro cercano.

"Me di cuenta que estaba en una pausa, algo así como que te empiezas a acomodar y no quieres salir de esa comodidad. Fue nuevamente con EXPORT-DES,

que me motivé a volver a invertir, volver a moverme, a buscar nuevos espacios fuera", agrega Torres, mientras se encuentra en España. Precisamente en este país está cimentando las bases de los resultados de su participación en el proyecto, con la apertura de una oficina filial.

"Tengo un distribuidor para todo Estados Unidos, que recorre ferias, pero aquí en Europa no había tocado realmente las puertas como se deberían tocar. Entonces el proyecto fue una oportunidad súper grande para poder hacerlo", indica Torres, quien empezó a trabajar sobre vidrio 20 años atrás siendo pro-



MIPYMES. *Empaque*



Sitios turísticos son plasmados en vidrio, como recuerdos.

fesora de manualidades. Cuando llegó la técnica de vitrofusión a sus manos fue algo con lo que se apasionó inmediatamente, asegura. Desde entonces, sumó experiencia a través de la enseñanza.

"Tuve seguramente más de 600 alumnas durante 3 años. Fue algo súper enriquecedor, que me permitió conocer un poco más de cerca el producto, cómo manejarlo, y fui creando como un proceso personal de cómo trabajarlo. Fue así como esto hizo que lo convirtiera en empresa y en productos para poderlos comercializar y luego exportar", precisa Torres.

AnyArt Glass participó en EXPORT DES en los componentes empaque y promoción. En el primer caso se diseñó y elaboró una bolsa de liencillo con una

“**Habíamos estado buscando un empaque que cumpliera las normas de la Unión Europea**”

Ana María Torres, CEO Anyart.



Stand de AnyArt Glass en la feria Maison Et Objet, en París.

perforación para que se puedan ver los productos de la marca. Además, se lo cuelga para exhibirse con facilidad.

"Habíamos estado buscando justamente un empaque que cumpliera todas las normas de la Unión Europea y, además, la tendencia a la que vamos en cuanto a empaques. Los *millennials* y *centennials* están siempre atrás de la búsqueda de cosas que no dañen el medioambiente y que sean reusables. No solamente es la cara bonita, sino también que no sea una carga para el planeta", comenta la empresaria.

## Una nueva oportunidad en París



AnyArt Glass realiza también productos personalizados, de acuerdo a las necesidades de cada cliente.

Ana María Torres inició AnyArt Glass en el comedor de su casa, elaborando piezas artísticas para el hogar, cuadros y bandejas. Con el paso del tiempo y requerimientos de los clientes, fue inclinándose hacia la realización de *souvenirs* o recuerdos. "Nos ubicamos en ese tipo de producto porque era la necesidad que había en el mercado y algo que no existía en el mundo entero. Prácticamente, de hecho, hasta ahora es un poco difícil de encontrar, porque a pesar de que en Venecia (Italia) hay muchísimo arte en vidrio, son piezas artísticas. Si hay *souvenirs*, pero no de la manera que nosotros lo hacemos, tratamos de conseguir que la pieza sea una verdadera representación del lugar que estamos queriendo promover y lograr un recuer-

do para los turistas de ese lugar, y que quieren llevar algo de eso a casa", manifiesta Torres. Actualmente, AnyArt Glass cuenta con su taller en Quito (Pichincha), donde elabora todas sus piezas en vidrio para exporta-

**14**  
años lleva  
funcionando la  
empresa AnyArt Glass.

ción. Su primera venta internacional fue gracias a una pareja que llevó sus productos a una tienda de París. Luego participó en ferias internacionales en Frankfurt, en Alemania, y en Los Angeles, en Estados Unidos.

En 2018, a través del componente promoción de EXPORT-DES, exhibió su producto en la feria Maison Et Objet, de artesanías, en París. "Fue un gran desafío porque yo no hablo el idioma y no había estado nunca en París. Fue una experiencia nueva y la respuesta que obtuvimos fueron dos clientes. Allí, el que ahora es mi socio se interesó muchísimo en el producto, para poner la empresa aquí en España como centro, para lanzar el producto a toda Europa", cuenta Torres. En cuanto a la asistencia de CORPEI durante todo el programa, afirma estar contenta con el compromiso demostrado. "Es una relación que uno se siente muy cómodo, que siempre hay quien conteste algo, siempre están preocupados porque las cosas salgan, es una experiencia súper



MIPYMES. Empaque

“ Mi socio se interesó muchísimo en el producto y quiso poner la empresa en España ”

enriquecedora y EXPORT-DES fue una oportunidad para salir de ese estado de comodidad. Hay que arriesgarse, hay que salir a buscar nuevos mercados, innovar para que la empresa crezca". La empresaria, no obstante, está consciente de los problemas que ha generado la pandemia por COVID-19 en el sector turístico. La suspensión de los viajes a nivel global y consecuente carencia de movimiento en las tiendas de souvenirs han atrasado sus planes de instalar la filial en Europa. De 11 personas que tenía en su taller, ahora trabaja con 5, hasta que se normalice el turismo.

No obstante, AnyArt Glass está diversificando su modelo de negocio. "Estamos arrancando un proceso de redes sociales, porque siempre habíamos sido un negocio B2B (empresa a empresa) con tiendas de recuerdos, pero ahora estamos trabajando en mover las cosas para hacerlo B2C (empresa a consumidor), para ver si es que esto nos permite levantarnos y a su vez, ver si podemos ayudar a otras empresas también", concluye.



Ana María Torres  
CEO AnyArt



Funda de liencillo, elaborada a través del componente Empaque de EXPORT-DES.

## Iván Ontaneda Berrú

Ministro de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca.



## 'Ecuador, un paso adelante en alianzas público privadas para internacionalización de Mipymes'

Quiero empezar señalando mi profundo agradecimiento a nombre del Gobierno Nacional al sector privado y a la Unión Europea, quienes, permanentemente, buscan aportar para el desarrollo económico, productivo y comercial del Ecuador; el Programa de Apoyo al Sector Comercio en Ecuador para Mipymes - EXPORT-DES, es una muestra clara de ello.

Un programa cofinanciado por la Unión Europea que tiene como principal objetivo el apoyar el desarrollo económico, la generación de fuentes de empleo formal a través de la internacionalización de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes), y fortalecer su presencia en el mercado europeo aprovechando las oportunidades que brinda el acuerdo comercial que tiene Ecuador con el viejo continente.

El trabajo conjunto entre la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI), la Federación Ecuatoriana de Exportadores (Fedexpor) y el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP), du-

rante el tiempo de ejecución que lleva EXPORT-DES, ha sido muy importante, conjugando visiones y estrategias que permiten llevar el programa a otro nivel. Es fundamental destacar que el Gobierno Nacional, presidido por el Lic. Lenín Moreno Garcés, desde su primer día al frente del país, abrió las puertas a los que conforman el aparato productivo ecuatoriano, a toda escala: emprendedores, artesanos, Mipymes y gran industria, para trabajar juntos de la mano a sabiendo que ellos son los verdaderos dinamizadores de la economía nacional.

El trabajo conjunto, público privado, no solo descentraliza la labor del Estado sino que otorga responsabilidades compartidas; impulsa las inversiones, tan necesarias para la generación de divisas y, sobre todo, plazas de empleo; diversifica la economía; mejora la competitividad y compromete el desarrollo de programas o proyectos; con un solo objetivo, beneficiar al pueblo ecuatoriano.

En ese sentido, la labor en procura de internacionalizar a las Mipymes y por fomentar una cultura exportadora, ha

sido digno de resaltar, más aún durante los tiempos de pandemia la que nos llevó a una nueva realidad y en la que las exportaciones pasaron a tener un rol estelar dentro de la economía nacional.

CORPEI, a través del EXPORT-DES, ha logrado que 110 empresas participen en eventos de promoción internacional, 52 de ellas ya han realizado el envío de muestras al exterior; además, 53 han podido implementar manuales de procesos de calidad; 32 ya han instaurado sistemas de certificación de calidad; otras 12 han presentado mejoras relacionadas a la producción sostenible; entre otros aportes.

Por otra parte, el MPCEIP, entidad rectora de dictar las normas de la producción en el país, y que con mucha responsabilidad llevo las riendas desde junio 2019, ha venido realizando un enorme trabajo junto a todo el sector productivo; aquí destaco la labor ejecutada con los emprendedores, artesanos y Mipymes ecuatorianos, quienes han visto en esta cartera de Estado su apoyo para salir adelante y ver cada vez más cerca su sueño de exportar.

Es precisamente ese sueño de millones de emprendedores los que nos hacen continuar en el trabajo diario. El dotar de herramientas y nuevos conocimientos es vital para la sustentabilidad de los negocios; y es justamente ahí donde el MPCEIP está comprometido con el pueblo ecuatoriano. Las asistencias técnicas, capacitaciones, acompañamiento y demás, son elementos indispensables para mejorar la calidad de sus productos. El valor agregado y la diversificación de la canasta exportable son las llaves que abren grandes oportunidades en mercados internacionales.

Acercar los mercados internacionales hacia nosotros es uno de nuestros deberes. El pragmatismo y una política comercial idónea, definida, con un enfoque claro, ha brindado la confianza a países que antes veían a Ecuador con otros ojos. Una muestra de ello, son los acuerdos comerciales suscritos: Unión Europea, EFTA, Reino Unido, Chile; y

“ El valor agregado y la diversificación de la canasta exportable son las llaves que abren grandes oportunidades en mercados internacionales ”

Iván Ontaneda, Ministro de Producción Comercio Exterior, Inversiones y Pesca.

estamos muy cerca de cristalizar otro sueño, ser parte como Miembro Pleno de la Alianza del Pacífico lo que traerá nuevas oportunidades para los exportadores nacionales y significará un paso más hacia el desarrollo económico y productivo de nuestra nación.

El trabajo sin duda ha sido arduo pero fructuoso. Tenemos claro que lo realizado hasta el momento ha sido importante, pero sabemos que falta mucho más; el compromiso está intacto, agotaremos todos nuestros esfuerzos por ver al país siendo competitivo y llegando a esferas mundiales con productos de calidad y que nos hagan sentir orgullosos de ser ecuatorianos.



El Ministro Iván Ontaneda (c), durante una visita a Marpena, una de las empresas ecuatorianas beneficiadas por el proyecto EXPORT-DES.



# Promoción

*Estrategias empresariales que abrieron el mercado europeo a las Mipymes ecuatorianas, a través de misiones comerciales y ferias internacionales.*

Cuando se refiere a promoción internacional, uno de los principales obstáculos para las empresas ecuatorianas es el capital. Asistir a las ferias más importantes del mundo requiere de una inscripción, pero también de garantizar una inversión en diversos recursos como stand, transporte, hospedaje, envío de productos, entre otros.

EXPORT-DES "llegó a financiar hasta el 65% de esta participación", lo cual constituyó una gran oportunidad para las empresas, comenta Mary-Francis Andrade, técnica de promoción. Para algunas fue su primera experiencia en un evento internacional, mientras que para otras fue la posibilidad de cerrar exportaciones con compradores, con los que ya tenían un acercamiento.

Las Ferias ANUGA y Fruit Logística, en Alemania; Fruit Attraction en España, International Floriculture Trade Fair (IFTF) en Holanda, entre otras, recibieron a Mipymes ecuatorianas, como parte de este programa. En total, el componente promoción registró intervenciones en 30 eventos e igual número de cierre de negocios, entre exportadores y compradores.

Se enviaron 46 muestras de producto y se efectuaron importantes misiones comerciales a España, Hungría, Suecia y Holanda. Entre enero y septiembre de 2020, a raíz de la pandemia por COVID-19, el trabajo tomó un nuevo rumbo hacia las plataformas virtuales, con reuniones en línea y ferias digitales.

El programa, refiere Andrade, le abrió las puertas a muchas empresas al mercado europeo y les dio un conocimiento invaluable. "Hemos ido, por ejemplo, a misiones en ferias, donde no tenemos pabellón, pero vamos con empresarios, recorremos y hacemos una agenda de reuniones con potenciales compradores. También acceden a pabellones de maquinaria, proveedores de insumos y así abarcan todo, compradores, proveedores y capacitación".

Para CORPEI las ferias significan presencia y al ser internacionales, no se limitan a un solo mercado. Por ello, "tratamos, en la mayoría, de financiar pasaje y hospedaje. La idea es que estos empresarios se den cuenta de lo importante que es y piensen en regresar", agrega Andrade.





Procesados de pulpa de frutas constituyen el principal producto de esta industria.

## 'Queremos crecer en Italia, España y llegar a Alemania'

### Procesados del Ecuador

Apenas lleva tres años en el mercado (desde el 2017) y Procesados del Ecuador, empresa exportadora de pulpas de frutas, la cual tiene su sede en Quito, ya comenzó a darse a conocer en Europa, según relató Ana Cecilia Andrade, su gerente propietaria. Luego de conocer sobre el programa EXPORT-DES, tomó la decisión de aplicar para el componente de promoción, que ahora le ha dado resultados para promover sus productos en el mercado europeo. "Somos una empresa que ya había exportado fruta fresca, pero

la de procesados recién está iniciando, entonces conociendo como trabaja CORPEI nos animamos a adjuntarnos al programa para prepararnos para los requerimientos internacionales, para la exportación de nuestros productos que ya los vendemos en el mercado local", indicó. "En el caso de la promoción asistimos a ferias internacionales y nos ha ayudado en dos formas: una que nos daba a conocer las necesidades de los clientes y la dos, contactar a algunos clientes a los que ya estamos cotizando en el proceso de muestra", agregó Andrade.

Procesados del Ecuador participó en la Feria Fruit Logística, en Berlín, y cumplió con misiones comerciales en Alemania y Suecia. La ejecutiva explicó que el asistir a estos encuentros permitió que sus productos tengan acogida en Europa porque en Ecuador "ya los conocen" y en el otro continente "era muy poco" lo que sabían de su producción. "Exportamos a España y Países Bajos y estamos en negociaciones para hacerlo a Alemania, quisiéramos crecer más en España e Italia, esto por el mercado latino, porque son frutas exóticas, y gustan más de estos productos", explicó.



MIPYMES. Promoción



Ana Cecilia Andrade es su gerente propietaria.

"EXPORT-DES es un proyecto que ayuda muchísimo a las empresas, a desarrollarse y ponerlas a punto para el cumplimiento de los requerimientos de los mercados internacionales, que en Europa son bastante exigentes", agregó Andrade.

La empresaria está satisfecha por lo hecho con el programa, el cual recomendaría a sus colegas exportadores.

"El proceso cumplido no fue complicado, pero sí un poco largo; sin embargo, son situaciones que se tienen que seguir: hacer presupuestos, análisis de las necesidades que se tiene para que la empresa se ponga a punto y cumpla con los requerimientos de los mercados internacionales, efectuar cotizaciones con los proveedores", dijo.

“Asistimos a ferias internacionales donde conocimos las necesidades de los clientes”

Ana Cecilia Andrade, gerente propietaria.



La materia prima es seleccionada minuciosamente para cumplir con los estándares que exige la Unión Europea.

Andrade señaló que su empresa está en proceso de compra de nuevas maquinarias, que le darán un mayor impulso a su producción. "El programa ayudó específicamente a la promoción de nuestros productos a nivel internacional, en el desarrollo de los empaques de acuerdo a las necesidades del mercado; las buenas prácticas agrícolas. Ya estamos cerca de obtener la certificación y la adquisición de maquinaria para cumplir con las normativas que se requieren", concluyó Andrade.



Una gran variedad de rosas son las que exporta Sachaflor.

## 'Ahora tenemos herramientas para conocer más el mercado europeo'

### Sachaflor

Las rosas son el producto estrella de Sachaflor, empresa que se encuentra en Machachi (Pichincha) y funciona desde el 2007.

Fue fundada por un grupo familiar de tradición ganadera y agrícola, con la finalidad de crear las mejores rosas a una altitud de 3.100 metros sobre el nivel del mar. En 13 años en el mercado, gracias a EXPORT-DES ha fortalecido su llegada comercial a Europa.

Sofía Peñaherrera, su gerente propietaria, destacó los beneficios del proyecto el cual mencionó que ayudó a su empresa a "crecer" en mercados como el europeo.

"Nosotros ya estábamos exportando a Europa, pero obviamente tratamos todos los años de encontrar nuevos clientes, ajustar, afianzar la

relación con los actuales y este tipo de programas nos permite hacer eso", explicó.

"Lo que potencializamos con EXPORT-DES es llegar a Alemania, nos interesan también los mercados del norte de Europa como Suecia, Noruega, Finlandia a los cuales hemos llegado, pero no con la fuerza con la que lo estamos haciendo a otros países. Nos gustaría crecer en Francia, pero nuestros mercados más importantes son Países Bajos y Alemania", agregó Peñaherrera.

La empresaria se mostró contenta por los beneficios obtenidos por el proyecto en donde aplicó en el componente de promoción.

"Al ser una empresa productora y exportadora de rosas cortadas frescas, nos interesaba mucho el tema promoción hacia la Unión



MIPYMES. Promoción

## “Recomiendo mucho este tipo de programas que ayudan al crecimiento de las Pymes”

Sofía Peñaherrera, gerente propietaria.

Europea en los campos por ejemplo de exposición en ferias internacionales en los diferentes países, así como visitas a clientes específicos, también crear los materiales para llegar a este mercado con los diferentes idiomas, características para ingresos como España, Francia, Suecia, Alemania que son nuestros mercados potenciales y con los que trabajamos ahora", detalló.

Otro de los aspectos destacados por Peñaherrera es el hecho de que EXPORT-DES apoyó en el cofinanciamiento de diferentes actividades.

"Este es un programa que me ofrece una subvención: entonces yo pago una parte de los gastos y la otra está subvencionada por el programa. En la parte económica nos apoyan muchísimo a las Pymes", precisó.



Sofía Peñaherrera (d), gerente propietaria, expone durante una feria.



Bajo altos estándares de calidad se seleccionan las rosas para su exportación.

"Nos facilitaron las herramientas para conocer un poco más el mercado, a visitar clientes que normalmente hubiera sido difícil hacerlo. Nos han ayudado a crecer en el mercado", agregó Peñaherrera.

La empresaria enfatizó las cualidades de este tipo de programa que les permite obtener mejoras en sus exportaciones y en la promoción de sus productos.

"Recomiendo este tipo de programas porque es bastante abierto y se puede elegir directamente a lo que se quiere aplicar. Si uno como Pyme ve que necesita este impulso con relación de los clientes o si necesita ir a una feria específica, un apoyo en mi marketing digital puedo escoger qué tipo de ayuda necesito", concluyó.



El plátano y la yuca son la base principal de los productos de la empresa que se encuentra en Sangolquí, Pichincha.

## ‘Contamos con exposición y varios contactos para crecer en ventas’

### TutoSnack

Con el objetivo de emprender un negocio independiente integrado en el consumo diario de snacks para satisfacer de manera placentera los momentos y antojos de los consumidores, así nació TutoSnack en Sangolquí (provincia de Pichincha), a finales del 2010.

La empresa surgió con la idea de introducir al mercado snacks de alta calidad y su enfoque está puesto en la elaboración de productos de plátano y yuca. Su especialidad son los patacones (tro-

zos aplanados y fritos de plátano verde).

Fabiola Verduga, gerente de exportaciones de la industria, contó que el programa EXPORT-DES fue de mucho provecho por ello la misma aplicó para el componente de promoción.

“Están apoyando realmente a los exportadores con fondos, con un cofinanciamiento y con una exposición de entrar en el mercado europeo que para todos es interesante. Aplicamos en el tema de promoción y certificación”, contó.



### MIPYMES. Promoción

“Si le sacamos provecho (al programa) porque nosotros cofinanciamos la participación en una feria de Alemania y si logramos un cliente ahí, además de un par de contactos más, que aún no se han convertido en clientes, pero son potenciales para serlo. Por ahí ya fue una ganancia”, agregó la ejecutiva.

Verduga destacó el hecho de participar en ferias ya sea presenciales o virtuales. Esto abrió el camino para nuevas negociaciones.

“Tenemos contactos y avances con algunos (potenciales compradores); en el tema de certificación no pudimos terminarlo más que nada por lo de la pandemia. Avanzamos en un 50 o 60 por ciento en la certificación de calidad, pero había algunos temas que nosotros teníamos que hacer. Sin embargo, igual fue provechoso porque avanzamos bastante, porque fue parte de la cooperación que tuvimos con este programa”, expresó.

“Habíamos hecho algo en Europa, pero no fue exitoso por decirlo así, en el primer intento. Creemos que ahora va a irnos mucho mejor”, añadió Verduga, quien contó que gracias al programa además de obtener nuevos contactos también las exportaciones de su industria crecieron.

“EXPORT-DES si nos ha ayudado a tener más exposición, conseguir más contactos y hacer crecer las exportaciones. Ahora con este programa estoy hablando con personas de Suiza y Bélgica, entonces son cuestiones que toman su tiempo, que no son tan rápidas; incluso tengo una base de datos de potenciales compradores que hemos contactado y



Los productos de TutoSnack se pueden combinar con ingredientes como el aguacate y otros vegetales frescos.

“Ahora tenemos una base de datos de potenciales compradores de Europa”

Fabiola Verduga, gerente de exportaciones.

que eventualmente podrían convertirse en clientes”, señaló.

“En este proyecto a uno le daban fondos para hacer las cosas; es decir: si yo tenía que buscar una certificación de calidad que me cueste, por ejemplo, unos \$5

mil, el programa me daba la mitad, entonces eso si es bastante ayuda porque cuando uno está explorando mercados está tratando de llegar hacia allá. Cada mercado pide una cosa diferente”, concluyó Verduga.



Fabiola Verduga, gerente de exportaciones, muestra orgullosa sus productos en una feria en Alemania.





El principal producto de exportación de Cimexport es el plátano, a través de su firma Tropic Fruits.

## Berlín abrió puertas a mercados que duplicaron sus exportaciones

### Cimexport

Durante los últimos tres años, Cimexport ha dado pasos agigantados en la exportación de frutas tropicales hacia Europa. Antes, “ni siquiera se soñaba con estar en Berlín”. Hoy, el 70% del volumen de ventas de esta compañía está dirigido al mercado europeo, afirma su gerente comercial, Camilo Gómez. Este crecimiento, reconoce, se ha logrado gracias a su participación en el proyecto EXPORT-DES y la Unión Europea. Desde 2004, cuatro años después de su creación, Cimexport

ha ido buscando poco a poco concretar negocios en el extranjero. La iniciativa llevó a la empresa a conseguir contratos en Miami (Estados Unidos), ciudad con la que iniciaron la exportación de piñas y donde, posteriormente, incursionaron con plátano y otras frutas, a través de su firma Tropic Fruits. Cuando se les presentó la oportunidad de unirse al proyecto EXPORT-DES, habían empezado a mirar hacia el mercado europeo, aunque estaban conscientes de los retos que esto implicaba.



### MIPYMES. Promoción



Cimexport participó en las ediciones 2018 y 2019 de la feria Fruit Logística, en Berlín.

Un mayor tiempo de tránsito naviero, falta de contactos, el idioma, entre otros obstáculos, que comenzaron a derribarse en su primera misión comercial a España, en 2017.

“La visita fue verdaderamente exitosa. Nosotros trabajábamos con una sola empresa en ese momento en España, el cliente se quiebra y prácticamente nos quedamos sin cliente en Europa. Luego nos vamos a la misión y tuve cerca de ocho reuniones, de las cuales cinco eran solamente de plátano y conseguimos dos clientes, que nos pidieron un volumen bastante importante”, comenta Gómez. Con el pasar del tiempo, uno de ellos dejó de comprar por situaciones del mercado, aunque mantienen el contacto; mientras que el otro, continúa creciendo. “Seguimos trabajando

“ Todos nuestros colaboradores se sienten muy orgullosos de llegar cada vez a más países ”

y tenemos una relación fantástica como empresa. Otras quedaron como clientes cautivos, con los que conversamos cada año y nos ponemos a las órdenes”, reitera el empresario. Actualmente, Cimexport comercializa plátano, eddoes, yuca, malanga y otras frutas tropicales. Su empresa Tropic Fruits pasó de exportar poco más de 6 millones de kilos al año, a más de 15 millones de kilos en el mismo periodo.



Camilo Gómez  
Gerente Comercial



Plátanos verdes (l), eddoes y yuca son algunos de los productos alimenticios que exporta Cimexport.

## Cierre de negocios benefician a asociación de productores

A través de EXPORT-DES y con la asistencia técnica de CORPEI, Cimexport también participó en las ediciones 2018 y 2019 de la Feria Fruit Logística en Berlín. En el primer evento, relata Gómez, "conseguimos un cliente en Londres y uno en Holanda que, hoy en día, es nuestro mejor cliente, no por el volumen, sino porque hacemos varios productos mixtos, tubérculos. Es muy interesante. Firmamos un contrato en el año 2020, que hasta el momento va funcionando de maravilla y para 2021 queremos renovarlo, sin duda alguna".

En tanto, la edición 2019 significó nuevos cierres de negocios para Italia, Londres, España, y derivó en contactos permanentes con varios prospectos de comprado-

res, con los que esperan concretar exportaciones pronto. Este crecimiento también ha beneficiado a los 250 productores

**250**  
productores de El Carmen, Manabí, se benefician de las exportaciones de Cimexport.

con los que trabajan, en el cantón El Carmen y su zona de influencia en la provincia de Manabí. "Acogimos a una asociación de productores para garantizar la ca-

lidad de la fruta y trabajamos directamente de la mano con ellos. Los ayudamos con préstamos, damos anticipos para que ellos puedan tener el flujo para entregar correctamente la fruta. Somos una empresa que nuestro core es trabajar con todos los productores, no importa el tamaño, pero sí que se comprometan a un trabajo de buena calidad, así ayudamos a la zona", manifiesta Gómez. Por otro lado, se integró personal administrativo, realizaron capacitaciones y se obtuvo la certificación GLOBAL G.A.P.

Sobre su experiencia en el programa, Gómez asegura que ingresar a un mercado nuevo generaba un sentimiento de incertidumbre, al no saber cómo hacer cobranzas, la documentación necesaria,



MIPYMES. Promoción



Las ferias permitieron a la empresa duplicar sus exportaciones al mercado europeo.

cómo obtener un certificado de origen, etc. No obstante, hoy en día, dan pasos más firmes, han ganado madurez empresarial y el proyecto les ha dado confianza que están haciendo las cosas bien como empresa, en distintas áreas: calidad, logística, comercial y finanzas. "EXPORT-DES hace que te prepares como una empresa de gran nivel y cuando eres una empresa de gran nivel se te abren muchas puertas, sobre todo en mercados tan exigentes como Europa", explica Gómez. "Tienes una vitrina, vas a Berlín, te reúnes con clientes, tienes el apoyo y referencias por parte de CORPEI, entonces te rompe todo tipo de bloqueo que pudiera tener un cliente para acercarse, pedir información, confiar y hacer una prueba. Recordemos que el comercio internacional, al final del día, se trata

de confianza. Yo tengo que tener fe que el cliente me va a pagar y el cliente tiene que tener fe en que yo le voy a enviar". Cimexport, además, recibió un diagnóstico y asistencia técnica

con el componente empaque, para su más reciente desarrollo de una línea de snacks, en la que se encuentran trabajando, con la que esperan diversificar su producción.



Camilo Gómez, gerente comercial, durante una de sus visitas comerciales con EXPORT-DES.

## De negro a rojo, la pimienta de Ecuador se consolida en Europa

### True Flavor



La exportadora True Flavor exporta pimienta verde, roja, blanca y negra.

Los cultivos de pimienta en Ecuador se encuentran principalmente en las provincias de Esmeraldas, Manabí, Los Ríos y Santo Domingo de los Tsáchilas. En esta última, en el Recinto Las Delicias, a unos 40 minutos del cantón Santo Domingo, se encuentra la fábrica de la exportadora True Flavor. Desde esta ubicación, central y estratégica para la compañía, reciben la producción de aproxi-

madamente 40 fincas de zonas aledañas y preparan la exportación de pimienta negra, blanca, roja y verde. En los últimos años, su volumen de ventas al mercado europeo ha crecido significativamente, tras participar en el componente promoción del proyecto EXPORT-DES. “Desde el 2017, que comenzamos a ir a ferias, yo vendía unos 400 mil dólares, ahora cerré con 1,6 millones de dólares. Si he-



MIPYMES. Promoción

mos crecido bastante en exportaciones. Creo que un 50% de esto se ha debido a la CORPEI”, asegura Sebastián Flores, gerente general de la exportadora. ANUGA 2017 fue la primera feria internacional a la que asistieron, con el apoyo de EXPORT-DES, y su experiencia inicial de este tipo en Europa. Luego participaron en misiones comerciales en Alemania. “Nuestra visita fue súper buena, logramos tener contactos con nuevos clientes y también con clientes que ya eran nuestros, lo cual ayudó a que haya una mayor confianza, ya que es muy diferente que te conozcan en



Participación en la feria Anuga 2017, a través del proyecto EXPORT-DES.

“ Hemos crecido bastante en ventas y creo que un 50% se ha debido a CORPEI ”

persona, a que todo sea a través de una computadora”, señala Flores. Para el empresario, este tipo de eventos ayudan a reforzar la relación entre cliente y comprador, sobre todo en el mercado europeo al que considera le gusta saber con quién trabaja y prefiere las empresas familiares. “El hecho de ir a estas ferias, que te conozcan la cara y que te den la mano, la verdad mejora muchísimo la relación, las formas de pago; inclusive algunos clientes te dan formas de pago anticipados, que no se suele

dar, pero al momento que te conocen, creen en ti y te da un tipo de confianza diferente. Eso es lo principal de las ferias para mi punto de vista”, manifiesta. En ANUGA, además, conoció a una empresa española que le realizó compras hace unos 6 meses, su producto también despertó el interés de una compañía en Hungría. “Se efectuaron dos cierres de negocio para Alemania” y en el caso de una compañía de Holanda, con la que había tenido contacto hace 5 años, pero sin éxito, encontró en la feria a su gerente de com-



Sebastián Flores  
gerente general  
True Flavor.

pras y logró hablar con él. Desde ese momento, “comenzaron las órdenes”, comenta. Actualmente, además de exportar a países de la Unión Europea, vende su producto en India, Argentina, Honduras y localmente sigue comercializando en Ecuador.

## Diversificará sus productos para expandir oportunidades



True Flavor exporta pimienta durante todo el año, desde su fábrica en Santo Domingo de los Tsáchilas.

**400**  
personas trabajan aproximadamente en la cosecha de pimienta, que exporta True Flavor.

True Flavor es la única empresa en Ecuador, que comercializa en el extranjero pimienta verde y roja, las cuales provienen de la misma planta, pero se diferencian en el resultado, de acuerdo a su procesamiento, para mantener el color de cuando es cosechada. "Básicamente el 80% de nuestras exportaciones de este año van a ser pimienta verde", agrega Flores, al tiempo que recalca que esa es su principal ventaja frente a otros exportadores. "Podemos pagar mejor precio a los productores y eso nos permite buenos proveedores, que nos den la calidad que necesitamos para exportar, que

se sientan bien y tener relaciones a largo plazo". Aproximadamente, unos 400 trabajadores se benefician directa e indirectamente, a través de la actividad de True Flavor. "Cada punto de la cadena productiva, es un ganar y ganar para todos. Eso nos ha ayudado bastante", refiere Flores. La pimienta en su origen, cosechada entre 150 y 250 metros sobre el nivel del mar, tiene su punto máximo de producción entre los meses de julio y diciembre; y en menor proporción, un 20% aproximadamente, de enero a junio. Aunque existen picos, se garantiza la venta todo el año.



MIPYMES.Promoción

“Cada punto de la cadena productiva, es un ganar y ganar para todos”

Sebastián Flores, gerente general True Flavor.

Para Flores, True Flavor continuará reforzando sus exportaciones al mercado europeo, y se preparan para ello. Controlan el uso de pesticidas requerido en las plantaciones, capacitan a su personal y su objetivo es cumplir con todas las exigencias de los clientes, tanto de prácticas agrícolas como de maquinaria. "India, por ejemplo, nos pidió que nos compremos una máquina de limpieza adicional y ya la estamos importando, tratamos de cumplir con el cliente, con los que nos pida", confirma el empresario, quien reforzó la compra-venta de pimienta a nivel local en el 2008, dio su primer paso al extranjero en el 2014 con exportaciones a Alemania y

en el 2016 instaló la fábrica, que hoy en día permite la limpieza y empaque de sus productos. El mercado de la pimienta es grande, aclara, pero son pocos compradores en el comercio europeo. Por lo cual, sostiene, desea seguir asistiendo a ferias internacionales, para estar presente y buscar oportunidades, tras los buenos resultados obte-

nidos con EXPORT-DES. Actualmente, True Flavor trabaja en nuevas líneas de negocio como aceite de pimienta y cristales de piperina, las cuales están en etapa de desarrollo. En marzo de 2020 detuvo su actividad un mes, producto de la pandemia, y los protocolos a nivel mundial. No obstante, afirma, actualmente trabaja con normalidad.



La pimienta verde representará el 80% de las exportaciones de la compañía, en 2020.



Marpensa Trading & Exports ofrece una amplia variedad de snacks de plátano, bajo la marca PORTO'S.

## Snacks de plátano llevan consigo el corazón de una comunidad

### Marpensa Trading & Exports

**150**  
personas  
aproximadamente trabajan  
con Marpensa Trading &  
Exports.

Tras el devastador terremoto del 16 de abril de 2016, Marpensa, una empresa familiar dedicada a la construcción y el mantenimiento vial, empezó un nuevo camino en la búsqueda de alternativas para la creación de puestos de trabajo, que ayuden a la reactivación de la provincia de Manabí. Así surge Marpensa Trading & Exports, filial de esta compañía, dedicada a la comercialización y exportación de snacks, con materia prima proveniente de su zona de influencia. Actualmente exportan chips, tostones, toppers para ensaladas y canastas, todos a base de plátanos ecuatorianos, cultivados por

agricultores de los cantones de El Carmen, Santa Ana y sus alrededores, comenta Marco Peñaherrera, gerente general de Marpensa Trading & Exports. Estos productos llegan a las perchas bajo la marca PORTO'S, nombrada así en homenaje a la ciudad de origen de esta empresa, Portoviejo. "Nuestra marca refleja no solo el deseo de llevar los productos de nuestra tierra al mundo entero, sino que también rinde homenaje a la fuerte voluntad y resiliencia de su pueblo, que, después de haber sido golpeado tan duramente por la naturaleza, siempre encuentra la manera de levantarse una vez más con orgullo y esperanza en sus corazones",



### MIPYMES. Promoción

resalta la concepción de la marca. Peñaherrera agrega que se vincularon al proyecto EXPORT-DES por su interés en el mercado europeo. Como parte del programa participaron en los componentes calidad, promoción y empaque. En el primero, recibieron un diagnóstico, elaboraron un manual de calidad y cumplieron los pasos para iniciar el proceso de certificación HACCP.

"El apoyo en el cofinanciamiento fue muy importante, pudimos enviar muestras, realizar empaques y en la parte de fábrica se hicieron unas paredes, que eran muy importantes. Estamos muy agradecidos por eso", manifiesta Peñaherrera, quien asegura que EXPORT-DES les permitió tener su primera experiencia internacional en ferias.

Marpensa Trading & Exports fue parte de una misión comercial a Barcelona, en el 2017. El ejecu-

“ Sin el apoyo de EXPORT-DES no hubiera sido posible conocer de cerca cómo se comportaba una feria ”

Marco Peñaherrera, gerente general.

tivo aclara que no consiguieron clientes en esta visita, pero "fuimos a aprender". Su segunda participación en el extranjero fue en ANUGA 2017, en Alemania. "Fue muy interesante, aprendimos muchísimo y tuvimos bastantes contactos. Tuvimos la oportunidad de ser visitados por un cliente de Italia, que fue el primer cliente que tuvimos".

"Empezamos por internacionalizarnos gracias a EXPORT-DES. Los snacks no son un rubro tan

fuerte económicamente y sin el apoyo del programa no hubiera sido posible conocer de cerca cómo se comportaba una feria, cómo era una misión comercial. No tuvimos resultados específicos, pero la verdad nos dio la experiencia adecuada para poder participar", reitera Peñaherrera. Los productos de esta compañía llegan actualmente a Puerto Rico, Bélgica, Italia y varios estados en los Estados Unidos.



Marco Peñaherrera, gerente general, en el stand de su compañía durante la feria ANUGA 2017.

## Banano de alta calidad en busca de alianzas a largo plazo

Casatel S.A.



El banano Cavendish es el producto de exportación de esta compañía, cuyas haciendas están en la provincia de Los Ríos.

La hacienda Don Jorge inició su actividad en 1998, en Vinces, provincia de los Ríos, con el objetivo de producir el más exquisito y dulce banano ecuatoriano. Gracias a la visión de su propietario, Jorge Caicedo, y la colaboración de su familia, su empresa que tomó el nombre de CASATEL S.A. creció y hoy en día exporta fruta de alta calidad a varios países del mundo, con la firma Fruits Land Ecuador. Esta compañía se vinculó al proyecto EXPORT-DES, a través del componente promoción. “Lo que más nos llamó la

atención y puedo destacar de este proyecto son las ferias a las que pudimos asistir, ya que nos dimos a conocer al mundo y pudimos presentar nuestra imagen a los clientes en cada país que fuimos”, comenta Jorge Caicedo Bajaña, gerente de exportaciones de CASATEL S.A. El empresario promocionó su producto en la feria Fruit Logística, en las ediciones 2019 y 2020, en Alemania y en la feria hortofrutícola Fruit Attraction 2019, en España. Durante este último evento internacional confirmó su permanencia en mercados de Holanda,

Rusia y Ucrania. El programa, además, incluyó el desarrollo de una estrategia digital y herramientas de apoyo. “Estuvimos en Madrid, estuvimos en Berlín, con un stand, donde presentamos nuestro producto y pudimos dar a conocer a nuestras marcas. Los principales beneficios que hemos adquirido en este programa EXPORT-DES son la cantidad de clientes y una cartera muy grande de personas, que hemos hecho contacto a nivel de todo el gremio de banano, tanto de productores, exportadores y también personas que pro-



MIPYMES. Promoción

veen servicios y productos para banano”, recalca. Caicedo asegura que se sintió identificado con el programa, por la clase de ayuda que le podía brindar a su industria. “Desde el principio nos sentimos muy respaldados, ya que siempre estuvieron presentes para todo tipo de apoyo. Estamos muy agradecidos con la CORPEI por este programa, que ha venido haciendo durante todo este tiempo. Sin embargo, deseamos que siga apoyando a las Mipymes, que siga apoyando a empresas familiares que tanto lo necesitan. Sería muy bueno para futuras generaciones que cuenten con el apoyo de la Unión Europea”, expresa.

Las haciendas de CASATEL S.A. cuentan con certificación de buenas prácticas agrícolas GLOBAL G.A.P., y están comprometidas con el medioambiente, el desarrollo social de las comunidades alrededor de sus cultivos, sus colaboradores y el servicio que entregan a sus clientes, que incluye el desarrollo de empaques y etiquetas personalizadas,



Las haciendas de CASATEL S.A. cuentan con la certificación GLOBAL G.A.P., que garantiza buenas prácticas agrícolas.

“Lo que más puedo destacar son las ferias, ya que nos dimos a conocer al mundo”

según sus preferencias o requerimiento del mercado. La meta para esta empresa familiar, a decir de Caicedo, es obtener contratos a largo plazo con clientes en la Unión Europea, ya



Jorge Caicedo B.  
gerente de exportaciones



La empresa participó en la feria Fruit Attraction 2019, en España.

que “son personas que respetan mucho los contratos y que tienen un alto poder adquisitivo. Por ende, podemos tener una mejor relación a largo plazo y poder mandar nuestra fruta de calidad”.



# Comunicación

*Las acciones y planes para reconocimiento de marca y difusión de servicios, con el enfoque adecuado para una era digital.*

Los productos ecuatorianos poseen características únicas, que maximizan su valor. No obstante, estas cualidades podrían pasar desapercibidas sino se las comunica. Bajo esta premisa, el proyecto EXPORT-DES incluyó el desarrollo de actividades de comunicación y marketing para apoyar a las Mipymes y asociativos, a fortalecer su imagen y promover eficientemente sus servicios con enfoque hacia el mercado meta, la Unión Europea.

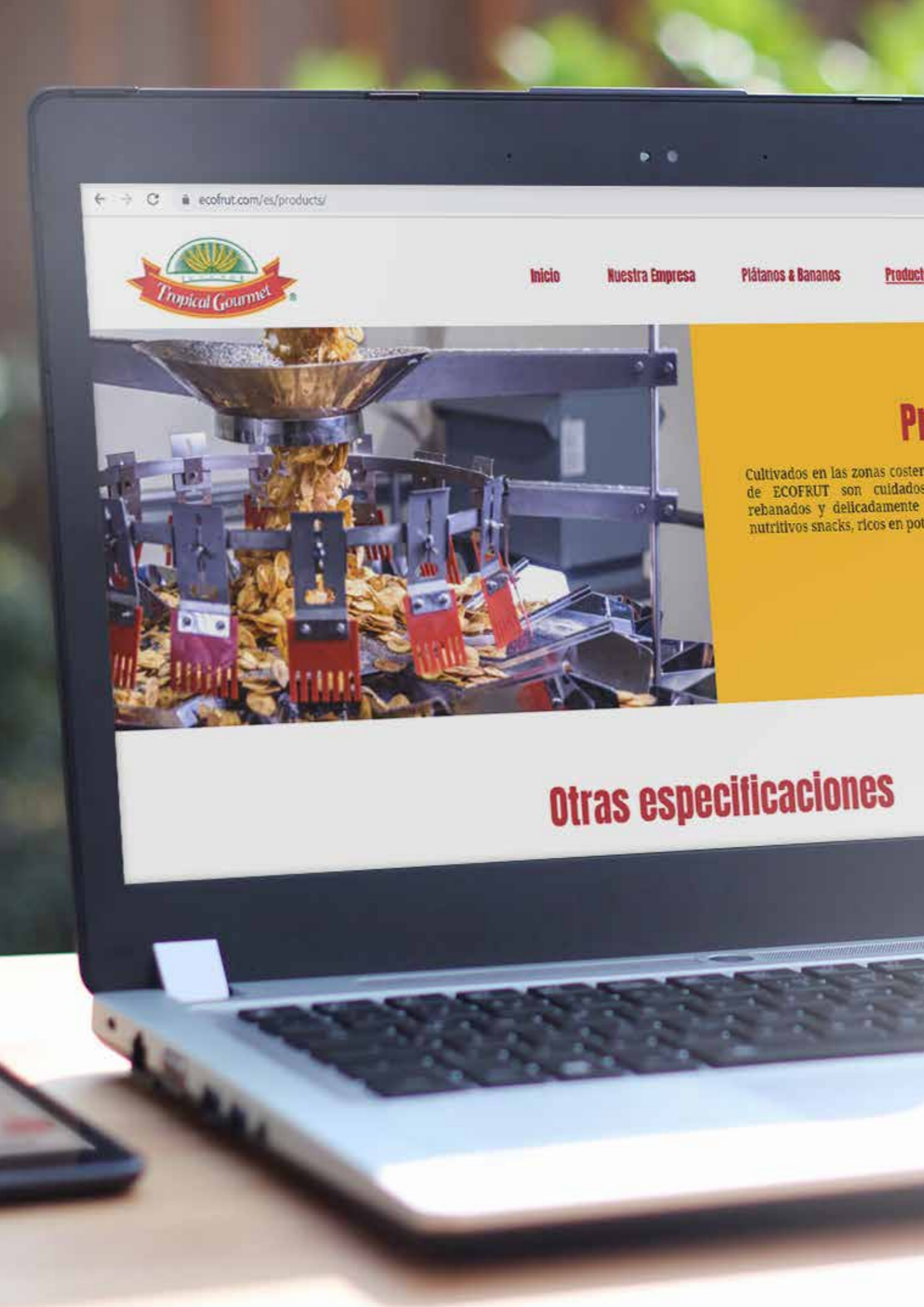
“Durante el transcurso del proyecto, a través de las diferentes actividades de promoción realizadas, en particular las ferias y misiones comerciales en Europa, se evidenció que los activos digitales de una empresa son vitales porque son la carta de presenta-

ción del exportador. Por ejemplo, en las misiones comerciales todos los compradores europeos pedían revisar la página web del exportador previo a darle una cita. Esto se profundizó aún más durante la pandemia, donde lo digital y virtual se volvió el mejor canal de negociación y venta”, afirma Valeria Rodríguez, técnica de este componente.

Una consultoría inicial permitió desarrollar una estrategia de marketing y comunicación para cada uno de los 33 beneficiarios de este segmento y definir paquetes flexibles, según sus necesidades para que sean un apoyo a las marcas. Páginas web en español e inglés, fotografías de producto en alta calidad, elaboración de videos institucionales, diseño de catálogo y

creación de piezas promocionales para difusión en plataformas digitales, fueron algunas de las herramientas facilitadas, que mejoraron considerablemente la percepción de imagen de las empresas, tanto en su participación en ferias internacionales, como en su presencia virtual. “Consideramos que es indispensable que las empresas exportadoras cuenten con herramientas de comunicación efectivas”, agrega Rodríguez.

Los empresarios, además, recibieron asesoría en redes sociales y varios talleres como ‘Coaching en Marketing Digital’ para brindar consejos clave, ayudar a entender las necesidades de los clientes, construir una marca en internet o armar un plan de marketing.



# Manos trabajan madera y tierra para desarrollar sus comunidades

## Bosques para Siempre



Rocío Imbaquingo (tercera desde la izquierda), presidenta de la Asociación 4 de Marzo, junto a varias de sus compañeras.

Rocío Imbaquingo es una de las 40 mujeres que usan sus manos y habilidad para elaborar tablas de picar de madera, con calidad de exportación. Lo hace desde el taller de la Asociación de mujeres 4 de Marzo, que ella preside, ubicado en el recinto Simón Bolívar - La Sexta, en la zona limítrofe entre las provincias de Esmeraldas y Pichincha. Trabajar en carpintería no es una novedad para esta madre de 7 hijos. Empezó en este oficio hace más de 15 años, cuando fabrica-

ba 'el alma' del tablero contrachapado para la empresa ENDESA BOTROSA. Fue entonces, cuando ella y sus compañeras, dedicadas a esta actividad decidieron unirse en una asociación. La Fundación Forestal Bosques para Siempre incluyó a esta organización de artesanas como una de las beneficiarias del proyecto EXPORT-DES, a través de su apoyo como entidad ancla. Ángel Jácome su director ejecutivo, comenta que se enfocaron en tres ejes: el primero asociado a la am-

pliación de la infraestructura que ellas poseen. "Pasamos de 120 mts<sup>2</sup> a más de 400 mts<sup>2</sup>, el proyecto nos motivó a poder ampliar esta superficie porque también permite fortalecer la producción de tablas de picar", agrega. El segundo eje se basó en la productividad, capacitación orientada a mejorar las habilidades, destrezas y conocimientos para el manejo en general de la madera, y los procesos de terminado de los productos. Un tercer objetivo fue la comer-



ASOCIATIVAS. Comunicación

“Esperamos en adelante tener muchas ventas, para que haya trabajo y dar cabida a muchas mujeres más”

Rocío Imbaquingo, presidenta Asociación 4 de Marzo.

cialización de estos artículos, que se encuentran bajo la marca Tika. "Lo que hemos hecho es crear una plataforma digital, que va a permitir a la asociación y a la fundación vender los productos, al mundo entero. Ya estamos empezando a tener los primeros acercamientos", indica Jácome. Para Rocío, las acciones han sido beneficiosas. "Gracias al proyecto, de la ayuda que nos dio la Unión Europea y la fundación hemos construido la segunda parte de nuestro taller, que está de maravilla ahora y hemos creado la página web para poder vender nuestro producto", manifiesta. Para la mayoría de mujeres en la organización, la única fuente de

trabajo es la asociación. "Hemos crecido como personas, como mujeres. Nos han ayudado las capacitaciones de género, cómo aprender a manejar una máquina. No nos hemos quedado ahí, cada día hemos aprendido un poco más", expresa Rocío Imba-

quingo. Su hija mayor ya se ha sumado a elaborar tablas para picar. Como parte del componente comunicación, también se realizó un cuento marketing en el que se muestra con fotos la historia del proyecto e iniciaron una estrategia en redes sociales.



La página web [www.tikawoods.com](http://www.tikawoods.com) muestra los productos elaborados por la Asociación de mujeres 4 de Marzo.



## ‘Impulsamos el buen manejo del cacao y reforestación sostenible’



La Fundación Bosques para Siempre trabaja en varios campos de acción, que incluyen el desarrollo social con sostenibilidad forestal.

80

personas entre artesanas y agricultores de cacao han sido beneficiados.

Las mujeres de la Asociación 4 de Marzo no fueron las únicas beneficiarias, a través del proyecto EXPORT-DES. Ángel Jácome refiere que la Fundación Forestal Bosques para Siempre posee varias líneas de acción: investigación científica, silvicultura y desarrollo social con el concepto de sostenibilidad forestal.

En este último objetivo, aclara, se trabaja bajo un principio: “Si las comunidades que se encuentran alrededor de las áreas forestales no mejoran sus ingresos, su calidad de vida, literalmente los bosques, van a desaparecer por presión de esas propias comunidades. En ese marco, hemos venido impulsando programas de desarrollo social con agricul-

tores y mujeres durante mucho tiempo”.

Como parte del programa se efectuaron acciones con 40 agricultores de cacao de las zonas de influencia, en los cantones Pedro Vicente Maldonado y Puerto Quito (provincia de Pichincha), en temas básicamente enfocados a la agroforestación.

“Para que tengan una idea, en cada hectárea de cacao se debería producir entre 14 a 20 quintales cada año y se producen 2 o 3. Entonces la idea del proyecto fue trabajar en temas silviculturales para que ellos puedan tomar consciencia de la importancia del buen manejo del cacao y mejorar la productividad, recuperando sus



ASOCIATIVAS. Comunicación

“Es una oportunidad muy importante para poder apostarle a un modelo económico productivo que sea positivo y ganador”

Ángel Jácome, director ejecutivo Fundación Forestal Bosques para Siempre.

plantaciones”, señala Jácome. Como resultado, se cuenta con 80 hectáreas manejadas de cacao, las cuales servirán para un aumento en la productividad y por lo tanto mejoran la oferta país, de cacao fino de aroma, destinado a la Unión Europea y al mundo. En este segmento, se impulsó además la digitalización de los predios e información electrónica de cada uno de los agricultores beneficiados, para identificar la ubicación y composición del grupo.

Adicionalmente, en estos campos se sembró una especie forestal, que es la *Gmelina*, de rápido crecimiento, con el objetivo de que, en ciclos de 9 años, esto

les permitirá a los agricultores vincularse con la cadena de la industria forestal y tener ingresos reales, gracias a tener en mente la reforestación. En total fueron 40 hectáreas reforestadas. Para Jácome, uno de los elementos más importantes del proyecto

fue la orientación hacia la comercialización y venta de productos. “En el caso de las mujeres, por ejemplo, ese ha sido uno de los aportes más significativos. Saben hacer cosas preciosas, pero el tema del mercado siempre ha sido una traba, eso nos ha ayudado”.



Se realizó capacitación y asesoría técnica para impulsar la productividad en el cultivo de cacao fino de aroma.

## Soluciones industriales en diseño y producción de maquinaria

### Balzo



La máquina clasificadora de camarón de Balzo permite trabajar con 5 tamaños del marisco, en líneas de 2.000 a 6.000 libras por hora.

En 1993, Balzo S.A. fabricó su primera máquina clasificadora de camarones. Cuatro años más tarde, inició su camino como exportadora al conseguir una venta en Guinea Conakry en África; para luego continuar expandiendo su presencia internacional en países como Colombia, Perú, México, Cuba y Honduras. La Unión Europea, por su parte, ha sido un mercado algo esquivo para Maquinarias Balzo; lo que los llevó a participar del programa EXPORT-DES.

“A partir del proyecto hemos podido tener más cercanía con Europa. El año pasado realizamos algunas cotizaciones y comenzamos a tener más contacto con potenciales compradores”, asegura Andrés Coronel, director comercial de la empresa ubicada en Guayaquil (provincia del Guayas), y quien espera que al normalizarse el comercio internacional, tras las paralizaciones por la pandemia, puedan concretarse algunos de estos acercamientos.



MIPYMES. Comunicación

“ Los componentes de calidad y comunicación fueron bastante útiles para todo este proceso ”

Además de las clasificadoras de camarón, la empresa fabrica glaseadoras y mesas de descabezado para este marisco, lavadoras de gavetas, cocinadores continuos, lavadoras de contenedores, entre otras, cuya fotografía y detalle de características se encuentran en su página web, rediseñada como parte de la estrategia del componente comunicación impulsada junto con EXPORT-DES.

“No habíamos renovado la página web desde el 2013, el año pasado hubo la oportunidad de realizar esta renovación y lo mismo hicimos con un catálogo, que por el momento es digital. Nos fue bastante útil este rediseño de la imagen, porque mostramos al exterior una empresa con trayecto-

ria, experiencia y buena ingeniería. Cuando se trata de maquinaria, proyectar ingeniería es sumamente importante”, agrega Coronel. Asimismo se realizó la grabación de un video institucional en alta calidad, que muestra su propuesta de valor y diversidad de maquinaria, y que les servirá como carta de presentación de sus productos en ferias internacionales. Además, con este mismo objetivo, se brindó soporte en redes sociales para la difusión de sus productos y servicios.



Andrés Coronel  
Director Comercial



La página web [www.maquinasbalzo.com](http://www.maquinasbalzo.com) se rediseñó gracias al proyecto y grabaron un video institucional.

## ‘Nos fortalecimos como empresa’



Participación de Maquinarias Balzo en la Feria Seafood Processing Global 2018, en Bruselas.

Balzo participó en 2018, en la feria Seafood Processing Global, por el componente Promoción; y formó parte de una misión comercial a Honduras, en la que tuvo la oportunidad de realizar un cierre de negocio para ese país. “Antes de ir a estas ferias no teníamos potenciales clientes en Europa, a raíz de estas tuvimos posibilidad de conocer a gente, intercambiar información, cotizar y hubo seguimiento. Lamentablemente llegó la pandemia y comenzó a frenar las posibilidades de inversiones”, comprensibles al ofrecer bienes de capital, indica Coronel.

EXPORT-DES incluyó además la implementación de un sistema de gestión de calidad y se trabajó en mejoramiento de infraestructura. “Los componentes de calidad y comunicación fueron bastante útiles para todo este proceso y

nos ha permitido fortalecernos un poco más como empresa”, recalca Coronel, quien agrega haber tenido el acompañamiento desde el inicio de la CORPEI, brindando toda la información necesaria y ofreciendo capacitaciones con expertos en cada una de las ramas, para lograr que el programa se ejecute de la mejor manera.

Coronel reconoce que Ecuador actualmente no es un país conocido como fabricante y cuando menciona su actividad, hay mercados que al inicio “les cuesta un poco creerlo”. Por ello considera importante las participaciones en ferias, la información y renovación en su página web, para ir mitigando de a poco esta percepción y “saber que estamos al mismo nivel que una empresa europea, asiática o norteamericana”.

“La tecnología sirve para todos. Si alguien quiere poner algo au-



MIPYMES. Comunicación

“Vamos a continuar participando en ferias porque nuestra meta es seguir creciendo y diversificar mercados”

Andrés Coronel, director comercial Balzo.

tomatizado, nosotros también lo podemos poner porque tenemos la tecnología disponible. No lo fabricamos, tenemos que importar, adaptar, pero está disponible. Siempre se trata de sacar a la luz otro tipo de atributos que podamos tener en comparación con otras empresas para ser seleccionados y nos ha ido bien”, comenta. Balzo ofrece facilidades a sus compradores, diseña su maquinaria, realiza planos con detalles técnicos de acuerdo a las necesidades de sus clientes, fabrica y cuando así lo solicite el importador, una vez que emprende el viaje el contenedor, un técnico de la empresa está listo para recibir la máquina en el país de destino, realizar la instalación y

brindar la capacitación técnica correspondiente.

Balzo continuará trabajando para materializar exportaciones a la Unión Europea, un mercado que consideran con alto poder adquisitivo y oportunidades. “Nuestras máquinas pueden ser soluciones industriales para ellos sabiendo que tendremos una ventaja en precios y que pueden ser de mucha utilidad”.

11

países cuentan con máquinas Balzo, de calidad ecuatoriana.



Balzo diseña maquinaria y ofrece acompañamiento de instalación y asesoría técnica para garantizar su óptimo funcionamiento.



Los productos de Ecofrut cuentan con certificaciones que garantizan sus procesos de calidad.

## Una renovada vitrina digital para snacks de plátano verde y maduro

### Ecofrut

15

proveedores cultivan los plátanos, que luego son procesados por Ecofrut.

Cumplir con altos estándares de calidad y de control en sus procesos ha sido el objetivo permanente de la empresa Ecofrut, desde su creación en 1994. La compañía convierte plátanos frescos, verdes y maduros en saludables snacks, a través de su planta ubicada en Durán, en la provincia del Guayas. Alexandra Ramos, jefe de aseguramiento de calidad en Ecofrut, asegura que participaron en el proyecto EXPORT-DES en varios componentes. En el área de comunicación, por ejemplo, rediseñaron y actualizaron su página web, para tener una vitrina de sus productos en internet, y facilitar el contacto con posibles clientes en

el extranjero. Su plataforma ahora cuenta con versiones en español y en inglés; fotografías que destacan su materia prima y maquinaria, así como un video institucional que recorre sus procesos. "La página quedó muy completa", asegura Ramos. Su experiencia en EXPORT-DES también incluyó compra de maquinaria, desarrollo de documentación para certificaciones y revisión de empaques. "Compramos una prensa hidráulica, una balanza pequeña de laboratorio y una impresora para las fundas", herramientas que necesitaban para continuar con una producción eficiente y que les permita cumplir con las exigencias del mercado.



### MIPYMES. Comunicación

Ecofrut actualmente exporta a Holanda, Canadá y Estados Unidos. Está certificada bajo el protocolo internacional de garantía de calidad de las Buenas Prácticas de Manufactura (BMP), así como HACCP (Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control). Todos sus productos cuentan, además, con certificación KOSHER y SMETA. "A través de EXPORT-DES realizamos la implementación para la certificación de la norma BRC, que es más avanzada que la HACCP o la BPM", sostiene.

La compañía obtiene su materia prima de alrededor de 15 proveedores ubicados dentro de un radio de 200 km alrededor de su planta. Los plátanos son cuidadosamente seleccionados, cosechados, rebanados y delicadamente fritos en aceite vegetal para crear snacks ricos en pota-

“Realizamos la revisión de empaque, según la norma europea. Nos hicieron algunas recomendaciones”

Alexandra Ramos, jefe de aseguramiento de calidad Ecofrut.

sio, sin colesterol o grasas trans. Solo utilizan oleína de palma certificada por la RSPO (Mesa Redonda sobre el aceite de palma sostenible). En cuanto al componente empaque, Ramos indica que se efectuó la revisión de envases, según las normas europeas. "Nos hicieron algunas recomendaciones, que

las estamos tomando, hicieron una encuesta en los países que exportamos". Los productos de Ecofrut se envasan bajo la marca de la empresa Tropical Gourmet en presentaciones de 85g (3oz) y también pueden venderse en formato al granel para su consumo directo o reempaquetado en destino.



La página web [www.ecofrut.com](http://www.ecofrut.com), desarrollada con EXPORT-DES, muestra un video institucional, productos y procesos de la compañía.



Una variedad de rosas son las que se exportan a Europa y otras partes del mundo.

## 'Ahora conocemos mercados que aún no habíamos explorado'

### Everbloom

Everbloom, nacida en el 2009, es una finca familiar donde se producen rosas cortadas de 22 diferentes variedades y especializada en la producción de tallos largos, robustos, con cabezas grandes y colores muy definidos. Opera en la localidad de El Ángel, en la provincia del Carchi. Federico Santa Cruz, su gerente de ventas, cuenta que a través de internet pudo conocer las bondades del programa EXPORT-DES, al cual aplicó para los componentes de promoción y calidad. "En la parte de promoción aplicamos en asistir a ferias y fuimos a una sectorial, también se hizo

trabajos para la página web; un video institucional, eso fue en comunicación; en la parte de calidad hicimos una revisión para lograr una certificación", contó el empresario. Everbloom acudió a la exhibición International Floriculture Trade Fair (IFTF), desarrollada en Holanda, en el 2018. El directivo destacó, además, el hecho de ser partícipes de una rueda de negocios donde conocieron potenciales clientes, a quienes ya se les hizo un envío de muestras. "Con el componente de calidad nos ayudaron a conocer el protocolo, en la parte de documen-



### MIPYMES. Comunicación



El sitio web [www.everbloomroses.com](http://www.everbloomroses.com) fue rediseñado en el marco del proyecto.

“Asistimos a ferias, trabajamos en la página web y en un video institucional”

tación de registros internos. Tuvimos una rueda de negocios en Alemania, viaje que fue cofinanciado y así conocer potenciales clientes; ahí fue casi que todo personalizado: se dio el contacto directo con clientes en Alemania y la feria en Holanda", precisó. Fue la primera vez que la compañía exponía sus productos en estos países y el empresario insistió en destacar el hecho de conseguir contactos que les permitan abrir campo en la Unión Europea. "Era un mercado que no conocíamos y saber de los mismos nos permitió enfocar los esfuerzos para llegar a ellos. Lastimosamente por el producto que tenemos no pudimos hacer mucho, pero al final la meta era saber de esos mercados y co-

nocer el potencial para llegar", acotó Santa Cruz.

En lo que tiene que ver con la imagen de la compañía, reiteró, "nos dio un impulso el hecho de tener un video institucional, ade-

más de contar con un sitio web renovado", a través del componente comunicación. En esta plataforma digital, se puede conocer más sobre la historia de Everbloom, sus productos y pronto contará con una tienda en línea para la adquisición de los mismos.

La empresa exportadora de flores inició sus operaciones hace 11 años con apenas tres personas, en la actualidad cuentan con 50 colaboradores, que son la base de sus familias y provienen de los barrios aledaños a su finca.



Federico Santa Cruz  
Gerente de Ventas



Everbloom realiza podas adecuadas para garantizar rosales productivos por aproximadamente 10 años.

# ESTUDIO

# CORPEI

# ESTUDIO

# CORPEI

# ESTUDIO

# CORPEI



# ESTUDIO

# CORPEI

# ESTUDIO

# CORPEI

# ESTUDIO

# CORPEI

# ESTUDIO

# CORPEI

# ESTUDIO

# CORPEI

# ESTUDIO

# CORPEI

# ESTUDIO

# CORPEI

# ESTUDIO

# CORPEI



# ESTUDIO

# CORPEI

# ESTUDIO

# CORPEI



## Andrea Ferrari-Bravo

*Jefe de la Sección de Cooperación de la Delegación de la Unión Europea en Ecuador.*



Visita a las instalaciones de la Asociación Jambi Kiwa, una de las beneficiarias del proyecto.

## ‘EXPORT-DES impulsó el desarrollo económico y la competitividad’

En el marco del Acuerdo Comercial Multipartes entre la Unión Europea y Ecuador, el proyecto “Apoyo a Mipymes ecuatorianas para la promoción y exportación hacia la Unión Europea - ‘EXPORT-DES’” ha generado un acercamiento relevante, impulsando la competitividad de los productos ecuatorianos e incrementando sus exportaciones hacia el bloque europeo.

Haciendo una revisión minuciosa del programa, estamos convencidos que ha tenido resultados favorables en todas sus líneas de trabajo. Se ha dado a las Mipymes la facilidad de trabajar aplicando criterios de innovación, como empaques y estrategias de comercialización; de calidad, como asistencia e implementación de sistemas de calidad y certificaciones y de promoción a través de ferias, misiones, cierre de negocios y envío de muestras. Asimismo se ha favorecido a proyectos asociativos para la incorporación de los pequeños productores en dinámicas de mercado acompañados de una empresa ancla para generar un valor agregado.

La efectiva gestión realizada ha permitido que más mercados conozcan la abundancia y riquezas que produce el Ecuador. Solo basta con mirar las cifras: más de 60 empresas han asistido a ferias internacionales y misiones comerciales, explorando nuevos nichos y mercados, como: Alemania, Países Bajos, Suecia, Hungría, Francia y España; más de 40 empresas han exportado a la UE; más de 55 empresas están mejorando los sistemas de gestión de calidad lo que les permitirá atender nuevos clien-

tes con certificaciones que son obligatorias para exportar a Europa; al menos 35 empresas están desarrollando y/o validando sus etiquetas y empaques para cumplir con la normativa europea; y al menos 30 empresas están implementando herramientas de comunicación para poder mejorar su presencia en este mercado.

Otro elemento que ha sido dinamizado gracias al proyecto son las consultorías locales que han brindado servicios especializados a las empresas beneficiarias y grupos de productores con el objetivo de insertarse en el mercado internacional. Entre las empresas y organizaciones beneficiadas destacan: Codespa, Focaznom, Caltu, Fepp, Unión Nacional de Pequeños Agricultores Agropecuarios Certificados en Comercio Justo del Ecuador (CECJ), República del Cacao y la Cámara de Comercio de Quito.

Respecto al componente asociativo es grato saber que más del 60% de los proyectos han formalizado transacciones realizando exportaciones a Países Bajos, Italia, Francia, Colombia y Estados Unidos, siempre tomando en cuenta un enfoque sostenible. Sumado a esto, la ejecución de 10 proyectos asociativos, que benefician a más de 800 pequeños productores, significa un aporte valioso y notable que

además promueve el involucramiento de grupos minoritarios como mujeres, jóvenes, indígenas y afro ecuatorianos.

También se resalta la oportuna gestión de la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI) que ha promovido el diálogo y las negociaciones entre exportadores ecuatorianos y compradores europeos, generando espacios de conversación con instituciones públicas como el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP).

Para tener una visión de la contribución del proyecto en la economía del Ecuador, de acuerdo al Banco Central de Ecuador, las Mipymes que participan del proyecto registran exportaciones totales por \$31 millones en el 2019. Otras cifras importantes son el porcentaje de crecimiento del grupo beneficiario en el mercado de la Unión Europea que alcanza el 23,6% y los 4 mil nuevos puestos de trabajo generados gracias a esta iniciativa.

Los resultados son indudablemente positivos y reafirman el compromiso de la Unión Europea con los pequeños productores, asociaciones, empresarios y consultores para seguir impulsando el desarrollo económico y la competitividad del Ecuador.



“ Hemos visto muy buenos resultados, muchísimas empresas han llegado al mercado europeo, al que antes no hubieran podido aspirar. Estoy muy feliz porque se ha visto un compromiso de CORPEI ”

**Marianne Van Steen**  
*Embajadora de la Unión Europea*



# ¡LO LOGRAMOS!

HISTORIAS DE NUESTRA RUTA A LA UNIÓN EUROPEA



**EXPORT DES**  
EXPORTACIÓN  
PARA EL DESARROLLO  
**CORPEI**



Este proyecto está co-financiado  
por la Unión Europea

MINISTERIO DE PRODUCCIÓN,  
COMERCIO EXTERIOR,  
INVERSIONES Y PESCA



Entidades colaboradoras

Entidad ejecutora