UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

CARRERA DE ECONOMÍA

TRABAJO DE TITULACIÓN COMO REQUISITO PREVIO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE ECONOMISTA

FACTIBILIDAD FINANCIERA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE VAINILLA DESHIDRATADA ECUATORIANA HACIA EL MERCADO EUROPEO

AUTOR:

JARAMILLO FLORES STEVEN ALEXIS

TUTOR:

SALAVARRIA ALCÍVAR FÁTIMA, MSc.

GUAYAQUIL, ECUADOR

2026

UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

CARRERA DE ECONOMÍA

APROBACIÓN DEL TUTOR

La suscrita, docente de la Universidad Agraria del Ecuador, en mi calidad de Tutora, certifico que el presente trabajo de titulación: FACTIBILIDAD FINANCIERA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE VAINILLA DESHIDRATADA ECUATORIANA HACIA EL MERCADO EUROPEO, realizado por el estudiante STEVEN ALEXIS JARAMILLO FLORES; con cédula de ciudadanía 0926234204, de la carrera de ECONOMÍA, Campus "Dr. Jacobo Bucaram Ortiz" - Guayaquil, ha sido orientado y revisado durante su ejecución; y cumple con los requisitos técnicos y legales exigidos por la Universidad Agraria del Ecuador; por lo tanto, se aprueba la presentación del mismo.

Atentamente,

SALAVARRIA ALCÍVAR FÁTIMA, MSc.

Guayaquil 30 de julio del 2026

UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR

FACULTAD DE ECONOMÍA AGRÍCOLA

CARRERA DE ECONOMÍA

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Los abajo firmantes, docentes designados por el H. Consejo Directivo como miembros del Tribunal de Sustentación, aprobamos la defensa del trabajo de titulación: "FACTIBILIDAD FINANCIERA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE VAINILLA DESHIDRATADA ECUATORIANA HACIA EL MERCADO EUROPEO", realizado por el estudiante STEVEN ALEXIS JARAMILLO FLORES, el mismo que cumple con los requisitos exigidos por la Universidad Agraria del Ecuador.

Atentamente,

Econ. Bueno Quiñónez Martha, MSc.
PRESIDENTE

Ing. Solano Farías Karina, MSc.
EXAMINADOR PRINCIPAL

Ing. Urgiles Carabajo Carmen, MSc.
EXAMINADOR PRINCIPAL

Ing. Salavarría Alcívar Fátima, MSc.
EXAMINADOR SUPLENTE

Guayaquil 6 de octubre del 2026

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi familia, por su amor incondicional, su apoyo constante y por creer en mí incluso en los momentos más desafiantes. Su ejemplo, paciencia y confianza han sido el pilar que hizo posible este logro.

A mis amigos, quienes, con su compañía, palabras de aliento y sincera amistad hicieron más llevadero este camino, recordándome el valor de la perseverancia y del trabajo compartido.

Finalmente, me la dedico a mí mismo, por la disciplina, el esfuerzo y la determinación para superar cada obstáculo. Este trabajo representa el resultado de muchas horas de aprendizaje, sacrificio y crecimiento personal, y simboliza el compromiso de seguir construyendo nuevos desafíos y oportunidades.

AGRADECIMIENTO

Agradezco, en primer lugar, a Dios, por concederme la vida, la fortaleza y la sabiduría necesarias para culminar esta etapa. Su guía y su gracia me sostuvieron en los momentos de dificultad y me permitieron avanzar con esperanza y determinación.

Expreso mi más profundo agradecimiento a mi madre, por su amor incondicional, sus sacrificios, su apoyo constante y la confianza que siempre depositó en mí. Su ejemplo de esfuerzo, perseverancia y entrega ha sido una fuente permanente de inspiración y la base sobre la cual he construido este logro.

Y sobre todo, a mis abuelos, este trabajo también representa el fruto de sus enseñanzas y del acompañamiento que, con cariño y dedicación, me brindaron a lo largo de mi vida.

Autorización de Autoría Intelectual

Yo, **STEVEN ALEXIS JARAMILLO FLORES**, en calidad de autor del trabajo de titulación **"FACTIBILIDAD FINANCIERA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE VAINILLA DESHIDRATADA ECUATORIANA HACIA EL MERCADO EUROPEO"** para optar por el título de **ECONOMISTA**, por la presente autorizo a la UNIVERSIDAD AGRARIA DEL ECUADOR, hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o parte de los que contienen esta obra, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Los derechos que como autor me corresponden, con excepción de la presente autorización, seguirán vigentes a mi favor, de conformidad con lo establecido en los artículos 5, 6, 8; 19 y demás pertinentes de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento.

Guayaquil, 06 de octubre del 2026

STEVEN ALEXIS JARAMILLO FLORES
C.C 0926234204

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo evaluar la factibilidad financiera de una propuesta de comercialización de vainilla deshidratada ecuatoriana de la especie *Vanilla planifolia* hacia mercados europeos. Se empleó un enfoque mixto, con diseño no experimental y alcance descriptivo y evaluativo, mediante revisión documental, análisis de importaciones de Francia, Alemania y España durante 2020–2024 y entrevistas a expertos. Asimismo, se formularon estrategias comerciales basadas en las 7P’s y se construyeron flujos mensuales con y sin financiamiento para un horizonte de cinco años, con ventas desde el mes 7.

En el escenario base, con un precio estimado de USD 500/kg, el flujo sin financiamiento presentó un Valor Actual Neto de USD 73.651,84, calculado con una tasa anual referencial del 10,03 %, y una Tasa Interna de Retorno efectiva anual del 76,48%. El préstamo simulado de USD 120.000 permitió mantener saldos de efectivo positivos, aunque la operación requirió conservar parte de esos recursos para completar las cuotas de los tres primeros años. El análisis de escenarios mostró que un VAN positivo puede coexistir con déficit de efectivo.

Se concluyó que la propuesta presenta resultados favorables de rentabilidad bajo los supuestos del escenario base, antes de impuestos. Su factibilidad permanece condicionada a la validación del precio de venta, los costos, el rendimiento productivo y las condiciones de acceso a los mercados, así como a una gestión de efectivo compatible con las obligaciones crediticias.

Palabras clave: *Vainilla Deshidratada, Comercialización Internacional, Mercado Europeo, Factibilidad Financiera, Marketing Internacional.*

ABSTRACT

This study aimed to assess the financial feasibility of a proposal to market Ecuadorian dried vanilla of the species *Vanilla planifolia* in European markets. A mixed-methods approach with a non-experimental, descriptive and evaluative design was used, combining documentary review, analysis of imports into France, Germany and Spain during 2020–2024, and expert interviews. Marketing strategies were developed using the 7P's framework, and monthly cash flows with and without financing were projected over a five-year horizon, with sales beginning in month 7. In the base scenario, using an estimated selling price of USD 500/kg, the cash flow excluding financing yielded a Net Present Value of USD 73,651.84 at a reference annual discount rate of 10.03%, and an effective annual Internal Rate of Return of 76.48%. A simulated loan of USD 120,000 maintained positive cash balances, although part of the loan proceeds had to be retained to cover the shortfall in debt payments during the first three years. Scenario analysis showed that a positive NPV can coexist with a cash deficit.

The proposal produced favorable profitability results under the base-case assumptions, before taxes. Its feasibility remains conditional on validating the selling price, costs, processing yield and market access conditions, as well as maintaining sufficient cash to meet debt obligations.

Keywords*: Dehydrated Vanilla, International Marketing, European Market, Financial Feasibility, Exports.*

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN iii
DEDICATORIA iv
AGRADECIMIENTO v
RESUMEN vi
ABSTRACT viii
ÍNDICE DE APÉNDICES xi
ÍNDICE DE ANEXOS xii
1. INTRODUCCIÓN 1

1.1 Antecedentes del Problema 1

1.2 Planteamiento y Formulación del Problema 3

1.3 Justificación de la Investigación 4

1.4 Delimitación de la Investigación 6

1.5 Objetivos 6

1.6 Idea a Defender 7

1.7 Aporte Teórico y Práctico 7

2. MARCO TEÓRICO 9

2.1 Estado del Arte 9

2.2 Bases Científicas y Teóricas de la Temática 11

2.3 Factibilidad Financiera de Proyectos 24

2.4 Alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible 25

2.5 Marco Legal 27

3. ASPECTOS METODOLÓGICOS 29

3.1 Métodos 29

3.2 Variables 31

3.3 Población y Muestra 33

3.4 Técnicas de Recolección de Datos 33

3.5 Análisis descriptivo y evaluación financiera 34

3.6 Cronograma de Actividades 35

4. RESULTADOS 36

Comparación del potencial comercial de Francia, Alemania y España para la comercialización de vainilla deshidratada ecuatoriana. 36

Análisis de los requisitos técnicos, normativos y logísticos que condicionan la exportación de vainilla deshidratada hacia los mercados internacionales seleccionados 39

Estrategia de Comercialización Internacional para el Posicionamiento Competitivo de la Vainilla Deshidratada Ecuatoriana 43

Evaluación de factibilidad financiera de la comercialización de vainilla deshidratada en España, Alemania y Francia bajo los supuestos definidos a partir del análisis de mercado y de la estrategia comercial propuesta 45

5. DISCUSIÓN 62

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 66

6.1 Conclusiones 66

6.2 Recomendaciones 67

BIBLIOGRAFÍA 69

ÍNDICE DE APÉNDICES

Apéndice 1. Síntesis del estado del arte 76

Apéndice 2. Análisis cualitativo de entrevistas 77

Apéndice 3. Mix de Estrategias 7p’s 78

Apéndice 4. Estimación de Costos y Gastos asociados a la Operación 79

Apéndice 5.Cotización de Flete 81

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Diagrama de Gantt 77

Anexo 2. Entrevistas a expertos 83

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Antecedentes del Problema

La economía ecuatoriana ha enfrentado en los últimos años un contexto de desaceleración y alta vulnerabilidad estructural, caracterizado por choques externos, restricciones internas y una fuerte dependencia de sectores tradicionales.

Según el Banco Central del Ecuador, durante 2024 el Producto Interno Bruto (PIB) registró una contracción interanual del 1,5%, explicada principalmente por la caída de la inversión (-6,2%), la reducción de las exportaciones (-5,1%) y la disminución del gasto público (-1,0%), en un escenario agravado por la crisis energética y la reducción progresiva de la actividad petrolera (Banco Central del Ecuador, 2025). Esta situación evidencia la necesidad de fortalecer estrategias de diversificación productiva y exportadora, especialmente en sectores no petroleros con potencial de valor agregado.

Dentro de este contexto, el sector agrícola continúa siendo un componente estratégico de la economía ecuatoriana, tanto por su aporte a la producción como por su relevancia social. De acuerdo con la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC), el uso agropecuario del suelo representa una proporción significativa del territorio nacional, concentrándose principalmente en cultivos tradicionales como banano, cacao, arroz y flores (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2024). Esta composición productiva refleja una estructura agrícola basada en cultivos históricamente consolidados, con limitada diversificación hacia productos emergentes con mayor diferenciación en mercados internacionales.

Asimismo, el desempeño del sector externo muestra la importancia del componente agroexportador. Según el Banco Central del Ecuador, en el segundo trimestre de 2025 las exportaciones totales del país alcanzaron USD 9.511,5 millones, registrando un crecimiento interanual del 7,2%, impulsado por las exportaciones no petroleras, que crecieron 16,2% respecto al mismo período del año anterior (Banco Central del Ecuador, 2025).

En este grupo, las exportaciones no petroleras tradicionales alcanzaron USD 4.584,5 millones, con un crecimiento interanual del 19,7%, destacándose

productos como banano y plátano (USD 1.111,7 millones), camarón (USD 2.366,5 millones) y cacao y elaborados (USD 976,8 millones), los cuales concentran una parte significativa de la oferta exportable nacional (Banco Central del Ecuador, 2025).

En este escenario, a nivel internacional, la vainilla natural es considerada uno de los productos agrícolas de mayor valor económico. Estudios científicos señalan que es la única orquídea con fruto comestible y que únicamente dos especies *Vanilla planifolia* y *Vanilla tahitensis* dominan el comercio mundial.

El valor de este producto se evidencia en sus precios internacionales, dado que en mercados europeos la vainilla beneficiada de categoría gourmet ha alcanzado valores estimados entre USD 450 y USD 500 por kilogramo, reflejando una demanda altamente rentable (Paris Moreno Rivas y otros, 2021). Esta dinámica del mercado global genera oportunidades para nuevos países oferentes que cuenten con condiciones agroecológicas favorables y capacidad de cumplir estándares de calidad.

En el caso del Ecuador, diversas investigaciones confirman que el país posee condiciones climáticas, edafológicas y biológicas adecuadas para el cultivo de vainilla, particularmente en zonas amazónicas y de la costa. Estudios sobre micropropagación y calidad de *Vanilla odorata* demuestran la viabilidad técnica del cultivo y su potencial para cumplir estándares internacionales, incluyendo contenidos de vainillina regulados por normas técnicas como la INEN/ISO 5565-2:2014 (Romero Zambrano, 2022). Sin embargo, pese a este potencial, la producción nacional de vainilla continúa siendo incipiente y de baja escala, con limitada articulación comercial y reducida inserción en el comercio exterior (Moncayo Palchisaca, 2024).

Los antecedentes revisados permiten plantear la comercialización de vainilla deshidratada como una alternativa que merece evaluarse en el contexto de la diversificación exportadora del Ecuador. Sin embargo, las oportunidades descritas en la literatura no bastan para establecer la factibilidad de una operación concreta. Es necesario determinar si el abastecimiento, el procesamiento y las condiciones de acceso al comprador permiten sostener los volúmenes, costos y precios previstos.

En este marco, la investigación evalúa una propuesta de comercialización de *Vanilla planifolia* ecuatoriana hacia Francia, Alemania y España. El análisis

relaciona las condiciones comerciales y operativas con los flujos de efectivo proyectados, para examinar tanto la rentabilidad del proyecto como su capacidad de atender las obligaciones financieras.

1.2 Planteamiento y Formulación del Problema

1.2.1 Planteamiento del Problema

A pesar de que el sector agrícola constituye un componente clave dentro de la economía ecuatoriana y mantiene una participación relevante en el comercio exterior, su estructura productiva continúa orientándose predominantemente hacia productos primarios tradicionales, lo que limita el desarrollo de bienes agroindustriales diferenciados con mayor valor agregado (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2024). Esta concentración productiva y exportadora reduce las oportunidades de inserción sostenida en mercados internacionales especializados, los cuales demandan altos estándares de calidad, procesos de transformación y estrategias comerciales competitivas (Banco Central del Ecuador, 2025).

En este contexto, la vainilla natural se posiciona como un producto estratégico por su alto valor en el mercado internacional y por la creciente preferencia global hacia ingredientes naturales utilizados en industrias alimentarias y cosméticas. No obstante, la consolidación de nuevos oferentes en este mercado requiere no solo condiciones agroecológicas favorables, sino también el cumplimiento de requisitos técnicos y normativos, además de una planificación comercial orientada a nichos específicos de consumo (Paris Moreno Rivas y otros, 2021).

Si bien investigaciones realizadas en Ecuador evidencian la viabilidad técnica del cultivo de vainilla y la posibilidad de obtener un producto con características compatibles con estándares internacionales (Moncayo Palchisaca, 2024), estos avances no han logrado traducirse en un posicionamiento exportador sostenido, debido a la débil articulación entre producción, transformación y comercialización (Romero Zambrano, 2022). Esta brecha se intensifica ante la ausencia de planes estructurados de comercialización internacional que integren análisis de mercado, estrategias de marketing, logística y cumplimiento normativo (García-Lemos, 2025), elementos identificados como críticos en estudios aplicados desarrollados para mercados europeos (Alcívar, 2025).

En consecuencia, el problema de investigación se centra en la falta de una evaluación integral que permita determinar la factibilidad de implementar un plan de comercialización para la exportación de vainilla deshidratada ecuatoriana hacia mercados internacionales, considerando las condiciones del mercado, los requisitos técnicos y normativos, así como las estrategias comerciales necesarias para su inserción competitiva.

1.2.2 Formulación del Problema

En función de lo expuesto, el problema de investigación se formula a través de la siguiente pregunta principal:

¿Es financieramente factible implementar un plan de comercialización para la exportación de vainilla deshidratada desde el Ecuador hacia el mercado europeo, considerando las condiciones de mercado, los requisitos técnicos y las estrategias comerciales necesarias para su inserción competitiva?

De manera complementaria, se plantean las siguientes preguntas específicas:

- ¿Qué condiciones y diferencias presentan Francia, Alemania y España para la comercialización de vainilla deshidratada ecuatoriana?
- ¿Cuáles son los principales requisitos técnicos, normativos y logísticos que condicionan su exportación?
- ¿Qué estrategias bajo el esquema Producto, Precio, Plaza, Promoción, Personas, Procesos y evidencia física permitirían posicionar la vainilla deshidratada ecuatoriana en el mercado internacional?
- Considerando los análisis previos, ¿es financieramente factible el plan?

Estas preguntas son susceptibles de ser abordadas empíricamente mediante el análisis de información secundaria, estudios de mercado y herramientas de planificación comercial, permitiendo evaluar la viabilidad del producto y sustentar la propuesta de un plan de comercialización internacional.

1.3 Justificación de la Investigación

La diversificación de las exportaciones constituye una estrategia clave para reducir la vulnerabilidad de las economías en desarrollo frente a la volatilidad de los precios internacionales y la dependencia de productos primarios. Desde una

perspectiva económica, una estructura exportadora más diversificada contribuye a fortalecer la resiliencia ante choques externos, mejorar la estabilidad macroeconómica y promover la transición hacia bienes con mayor valor agregado, innovación y complejidad productiva (Hasanov & Razek, 2023; Toai, 2025).

En el sector agrícola, esta diversificación adquiere especial relevancia, ya que permite ampliar la oferta exportable, dinamizar las economías rurales y generar alternativas productivas para pequeños y medianos productores. La incorporación de cultivos diferenciados, orientados a nichos especializados y mercados de alta calidad, favorece la reducción de la dependencia de monocultivos y mejora las oportunidades de inserción competitiva en el comercio internacional (Gbegbelegbe y otros, 2024).

En el caso ecuatoriano, la vainilla representa un producto agrícola no tradicional con potencial estratégico para contribuir a la diversificación exportadora. Su alto valor económico, su demanda en mercados especializados y las experiencias recientes de exportación evidencian oportunidades para posicionarla como una alternativa productiva sostenible, especialmente en territorios rurales y amazónicos (El Oriente, 2022). No obstante, la participación del Ecuador en el comercio mundial de vainilla aún es limitada y poco estructurada, lo que refleja la necesidad de fortalecer los procesos de transformación, comercialización y posicionamiento internacional del producto (EKOS, 2024).

En este contexto, la presente investigación se justifica académicamente porque aporta al análisis de la diversificación exportadora desde el estudio de un producto agrícola no tradicional con potencial de valor agregado. Asimismo, contribuye a la literatura sobre comercialización internacional, competitividad agrícola y acceso a mercados especializados, mediante la evaluación de condiciones comerciales, productivas y estratégicas para la exportación de vainilla deshidratada.

Desde una perspectiva práctica, el estudio ofrece insumos para productores, emprendimientos agroexportadores e instituciones vinculadas al desarrollo productivo, al identificar oportunidades, limitaciones y estrategias para fortalecer la inserción de la vainilla ecuatoriana en mercados internacionales. De esta manera, la evaluación de la factibilidad de un plan de comercialización internacional de vainilla deshidratada no solo responde a una oportunidad de mercado, sino que también contribuye al fortalecimiento del sector agrícola, la

generación de valor agregado, la dinamización de economías rurales y la diversificación del comercio exterior ecuatoriano.

1.4 Delimitación de la Investigación

La presente investigación se delimita en términos de espacio, tiempo y unidades de análisis.

El proyecto evalúa la comercialización de vainilla deshidratada ecuatoriana de la especie *Vanilla planifolia* hacia los mercados europeos considerados en el estudio. Las investigaciones nacionales sobre *Vanilla odorata* se incorporan como antecedentes del desarrollo del cultivo de vainilla en Ecuador. Por tratarse de una especie diferente, sus resultados no se utilizan directamente para establecer los rendimientos, las características de calidad ni los precios de *Vanilla planifolia*.

En cuanto al espacio, el estudio se enfoca en el análisis hacia el mercado europeo con especial énfasis en los mercados europeos preseleccionados (España, Alemania y Francia). Francia, Alemania y España se preseleccionaron como mercados de destino a partir de la consulta de información sobre importaciones de vainilla de cualquier origen en Trade Map. El estudio compara estos tres países durante el período 2020–2024 para examinar su potencial comercial para la vainilla deshidratada ecuatoriana.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Evaluar la factibilidad financiera de un plan de comercialización para la exportación de vainilla deshidratada desde el Ecuador hacia el mercado europeo.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Comparar el potencial comercial de Francia, Alemania y España para la exportación de vainilla deshidratada ecuatoriana, mediante el análisis de sus importaciones y condiciones de acceso.
- Analizar los requisitos técnicos, normativos, sanitarios, fitosanitarios y logísticos que condicionan la exportación de vainilla deshidratada ecuatoriana hacia los mercados europeos seleccionados.
- Proponer estrategias de comercialización internacional bajo el enfoque de la mezcla ampliada de marketing 7P’s, orientadas al posicionamiento competitivo de la vainilla deshidratada ecuatoriana.

- Evaluar la factibilidad financiera del plan de comercialización de vainilla deshidratada ecuatoriana hacia el mercado europeo, mediante flujo de caja proyectado e indicadores como VAN y TIR.

1.6 Idea a Defender

La comercialización de vainilla deshidratada ecuatoriana de la especie *Vanilla planifolia* hacia los mercados europeos seleccionados puede alcanzar condiciones de factibilidad financiera, dependiendo del precio de venta, los costos de abastecimiento y procesamiento, el rendimiento productivo y el volumen comercializado. Su evaluación requiere examinar tanto la rentabilidad del proyecto como la disponibilidad de efectivo para atender sus obligaciones.

1.7 Aporte Teórico y Práctico

Desde el ámbito teórico, la investigación articula los enfoques de comercio internacional, cadenas de valor y comercialización con la evaluación financiera de una propuesta exportadora de vainilla deshidratada ecuatoriana. Esta integración permite examinar cómo las condiciones de acceso a los mercados y las decisiones sobre abastecimiento, procesamiento y venta se incorporan a los supuestos del modelo financiero.

El aporte consiste en aplicar estos enfoques al caso estudiado y distinguir entre oportunidades comerciales propuestas, rentabilidad proyectada y disponibilidad de efectivo. Su alcance corresponde a un análisis aplicado: no establece relaciones causales ni permite generalizar los resultados a otros productos, empresas o destinos sin revisar sus condiciones particulares.

En cuanto al aporte práctico, la investigación ofrece una propuesta aplicada mediante el diseño de un plan de comercialización internacional para la exportación de vainilla deshidratada, el cual puede ser utilizado como herramienta de apoyo para productores, exportadores y actores de la cadena de valor interesados en incursionar en mercados internacionales. Los resultados del estudio constituyen un insumo relevante para la toma de decisiones empresariales, al proporcionar información sobre mercados objetivo, requisitos técnicos y estrategias comerciales.

Adicionalmente, el trabajo puede servir como referencia para instituciones públicas y organismos de apoyo al sector agrícola y al comercio exterior,

contribuyendo a la formulación de políticas y programas orientados a la diversificación productiva, el fortalecimiento de economías rurales y la promoción de exportaciones no tradicionales.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Estado del Arte

En los últimos cinco años, la investigación científica y aplicada sobre la vainilla amazónica ecuatoriana, particularmente en torno a *Vanilla odorata*, ha evidenciado un creciente interés por fortalecer su potencial productivo, tecnológico y comercial. La literatura revisada muestra que los estudios se han concentrado en tres ejes principales: el mejoramiento agronómico del cultivo, la incorporación de tecnologías para asegurar calidad y trazabilidad, y la evaluación de condiciones comerciales para su inserción en mercados internacionales.

En primer lugar, los estudios agronómicos han permitido identificar alternativas orientadas a mejorar el rendimiento, la sostenibilidad y la disponibilidad de material vegetal. Chiriboga (2023) evidencia que el uso de productos orgánicos bajo condiciones controladas puede favorecer el desarrollo del cultivo, lo cual resulta relevante para sistemas productivos que buscan diferenciarse mediante prácticas sostenibles. De forma complementaria, Romero Zambrano (2022) aporta desde la biotecnología al validar procesos de micropropagación de *Vanilla odorata*, demostrando que la reproducción vegetal controlada puede contribuir a superar limitaciones relacionadas con la disponibilidad de plántulas, la sanidad del material vegetal y la estandarización de la producción.

En segundo lugar, la literatura destaca la importancia de los procesos de curado, beneficiado y control de calidad como factores determinantes para la competitividad de la vainilla en mercados especializados. Moncayo Palchisaca (2024) demuestra que la aplicación de sistemas semi-mecanizados de curado-beneficiado permite medir y controlar el contenido de vainillina conforme a criterios normativos, aspecto fundamental debido a que este compuesto constituye uno de los principales atributos de valoración comercial de la vainilla natural. Estos hallazgos evidencian que el potencial exportador no depende únicamente de la producción agrícola, sino también de la capacidad para garantizar estándares de calidad consistentes.

En tercer lugar, los estudios de factibilidad y comercialización coinciden en que la vainilla ecuatoriana presenta oportunidades en mercados internacionales, especialmente en segmentos que valoran productos naturales, diferenciados, sostenibles y de origen amazónico. Ballesteros Pacheco y Pazmiño Riera (2021) identifican oportunidades de inserción en la Unión Europea, aunque advierten la

existencia de barreras normativas, certificaciones y exigencias de continuidad en la oferta.

Calvopiña Granizo (2025), por su parte, resalta que la viabilidad de exportación requiere organización de productores, estandarización de calidad, cumplimiento de certificaciones y construcción de una propuesta de valor diferenciada. En la misma línea, Rodríguez-Sánchez et al. (2024) destacan el potencial de los derivados de vainilla y canela amazónica como productos de valor agregado, siempre que exista una cadena articulada y estrategias de posicionamiento adecuadas.

De manera reciente, Flanagan (2026) analiza la estructura del mercado internacional de la vainilla natural y evalúa el potencial del Ecuador como productor emergente. El estudio identifica condiciones agroecológicas favorables y oportunidades de diferenciación vinculadas al origen, las variedades, la producción sostenible y las certificaciones, particularmente en segmentos de mayor valor. No obstante, señala que el desarrollo del sector ecuatoriano se encuentra condicionado por limitaciones relacionadas con la baja estandarización de procesos, la trazabilidad insuficiente, brechas en capacidades técnicas y una débil articulación de la cadena de valor, factores que restringen su inserción sostenida en mercados especializados.

A partir de estos antecedentes, se observa que la literatura ha avanzado en la comprensión de aspectos productivos, tecnológicos y comerciales de la vainilla amazónica ecuatoriana. Sin embargo, los estudios revisados tienden a abordar estos componentes de manera separada: unos se concentran en el manejo agronómico, otros en la calidad del producto y otros en la factibilidad comercial o el potencial exportador. Esta fragmentación evidencia una brecha investigativa relacionada con la necesidad de integrar dichos elementos en una propuesta estructurada de comercialización internacional.

En consecuencia, la presente investigación se justifica porque busca articular los hallazgos existentes sobre producción, calidad, valor agregado y mercado en la evaluación de la factibilidad de un plan de comercialización internacional de vainilla deshidratada. Su aporte consiste en conectar la dimensión técnica del producto con las condiciones comerciales, logísticas y estratégicas requeridas para su inserción en mercados especializados, contribuyendo así al fortalecimiento de una alternativa exportable no tradicional para el Ecuador.

2.2 Bases Científicas y Teóricas de la Temática

Las bases teóricas de esta investigación se sustentan en cuatro ejes conceptuales: la teoría de la ventaja comparativa, el enfoque de cadenas globales de valor, las cadenas gourmet sostenibles y la evaluación financiera de proyectos de exportación. Estos enfoques permiten comprender, por un lado, las condiciones que favorecen la inserción de productos agrícolas no tradicionales en mercados internacionales y, por otro, los criterios económicos que determinan la viabilidad de un plan de comercialización. De esta manera, el marco teórico no solo explica el potencial exportador de la vainilla deshidratada ecuatoriana, sino también los factores comerciales, normativos y financieros que condicionan su posicionamiento competitivo en el mercado europeo.

Es importante mencionar que este trabajo de investigación aporta de forma directa e indirecta a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Por ello, a continuación, se desarrollan las principales teorías y conceptos que sustentan el estudio y que servirán como marco de referencia para el análisis del mercado objetivo, los requisitos técnicos y las estrategias de comercialización internacional.

2.2.1 Teoría de la Ventaja Comparativa

2.2.1.1 Fundamentos de la teoría de la ventaja comparativa

La teoría de la ventaja comparativa, atribuida principalmente a David Ricardo, sostiene que los países deben especializarse en la producción y exportación de aquellos bienes en los que presentan un menor costo de oportunidad relativo frente a otras naciones. Este enfoque demuestra que el comercio internacional puede generar beneficios mutuos incluso cuando un país posee ventaja absoluta en la producción de todos los bienes, ya que el intercambio se fundamenta en diferencias de eficiencia relativa y no únicamente en la productividad total. (Mañay, 2023)

En el enfoque ricardiano, la ventaja comparativa se explica por diferencias relativas de productividad del trabajo, que originan distintos costos de oportunidad entre países. Este planteamiento debe distinguirse del enfoque de dotación de factores, que explica los patrones comerciales a partir de la abundancia relativa de recursos productivos. En esta investigación, la ventaja comparativa se utiliza como referencia conceptual para comprender la especialización comercial; no se estima

directamente mediante comparaciones de productividad o costos de oportunidad entre países.

Una distinción fundamental dentro de la teoría del comercio internacional corresponde a la diferencia entre ventaja absoluta y ventaja comparativa. La primera se relaciona con la capacidad de una economía para producir un bien utilizando menos recursos o con mayor productividad que otra, mientras que la ventaja comparativa se fundamenta en las diferencias relativas de costos de oportunidad. En consecuencia, la especialización puede generar beneficios derivados del comercio aun cuando un país no presente ventajas absolutas en la producción de determinados bienes (Mañay, 2023).

Desde una perspectiva empírica, este principio puede analizarse mediante indicadores de ventaja comparativa revelada, como el índice de Balassa, que permiten identificar el grado de especialización y competitividad exportadora de una economía en productos específicos (Mañay, 2023). Este principio constituye uno de los fundamentos más relevantes para explicar los patrones de comercio internacional y la interdependencia productiva entre economías (González-Andrade y otros, 2010).

En el ámbito de la especialización internacional, la teoría de la ventaja comparativa explica por qué las naciones tienden a concentrar su producción en sectores donde poseen mayor eficiencia relativa, exportando bienes en los que presentan ventajas y dependiendo de importaciones para aquellos bienes cuya producción implica mayores costos de oportunidad. Esta dinámica configura estructuras exportadoras diferenciadas y determina patrones de comercio basados en la asignación eficiente de recursos a nivel global (Valenzuela-Cobos y otros, 2022).

Para los países en desarrollo, este enfoque cobra relevancia debido a que la especialización puede convertirse en un motor de crecimiento económico si se orienta a sectores con capacidad de generar empleo, aumentar exportaciones y mejorar la competitividad. Sin embargo, también plantea desafíos relacionados con la dependencia excesiva de productos primarios y la vulnerabilidad frente a choques externos, por lo que se vuelve indispensable analizar su aplicación desde una perspectiva de diversificación y sostenibilidad productiva (González-Andrade y otros, 2010).

2.2.1.2 Aplicación de la ventaja comparativa en la estructura exportadora del Ecuador

En el caso ecuatoriano, la teoría de la ventaja comparativa permite comprender la estructura histórica del comercio exterior del país, caracterizada por una alta concentración en exportaciones primarias como petróleo, banano, camarón, cacao y flores (Páez & Salazar, 2022). Diversos estudios señalan que aproximadamente el 80% de las exportaciones ecuatorianas corresponden a productos primarios, lo cual refleja una estructura exportadora dependiente de recursos naturales y altamente influenciada por la variación de los precios internacionales (Wunder, 2001).

En este contexto, sectores como el banano y el camarón evidencian ventajas comparativas sostenidas, impulsadas por condiciones climáticas favorables, disponibilidad de tierras agrícolas, cadenas logísticas consolidadas y experiencia productiva acumulada (Vaca y otros, 2020). En particular, se ha documentado que el liderazgo del Ecuador en exportaciones de banano hacia Europa se encuentra asociado a su estructura productiva y comercial establecida, lo cual refuerza su especialización agrícola en mercados internacionales (Valenzuela-Cobos y otros, 2022).

Asimismo, la dotación de recursos naturales y la diversidad geográfica del Ecuador influyen significativamente en la formación de ventajas comparativas (Herrera-Franco y otros, 2023). La literatura indica que la variedad de pisos climáticos y ecosistemas permite desarrollar una oferta agrícola amplia, con potencial para sostener la competitividad de productos tradicionales y también de productos no tradicionales vinculados a mercados especializados (Wunder, 2001).

Sin embargo, esta ventaja comparativa basada en recursos naturales no garantiza por sí misma estabilidad económica, especialmente en escenarios de crisis global. En este sentido, se ha evidenciado que eventos como la pandemia del COVID-19 afectaron de manera importante la dinámica exportadora ecuatoriana, particularmente en productos agrícolas clave como banano, camarón y flores, lo cual puso en evidencia la vulnerabilidad de la estructura exportadora concentrada (Veintimilla y otros, 2020).

2.2.1.3 Implicaciones para la diversificación exportadora y competitividad internacional

Desde una perspectiva estratégica, la teoría de la ventaja comparativa sugiere que Ecuador podría fortalecer su resiliencia económica mediante procesos de diversificación exportadora orientados a productos agroindustriales con mayor valor agregado (Vázquez-deCastro y otros, 2023). Investigaciones recientes señalan que la incorporación de transformación productiva en sectores agrícolas tradicionales y emergentes podría mejorar la estabilidad del comercio exterior y generar mayores retornos económicos, especialmente a través del desarrollo de bienes procesados o diferenciados que respondan a tendencias de consumo internacional (Taco-Lambert & Pizarro-Romero, 2023).

En este sentido, se plantea que la diversificación no implica abandonar los sectores tradicionales, sino complementarlos con nuevas líneas productivas con potencial de competitividad internacional, como alimentos procesados o cultivos especializados, lo cual puede reducir la dependencia estructural y mejorar el posicionamiento del país en cadenas globales de valor (Prado & Vanel, 2020).

(Pacheco y otros, 2021) (Prado & Vanel, 2020) (Vázquez-deCastro y otros, 2023)En términos empíricos, el desempeño de sectores como banano, camarón y cacao evidencia que las ventajas comparativas del Ecuador pueden mantenerse y fortalecerse cuando existen condiciones de demanda internacional, infraestructura productiva y apoyo institucional. Por ejemplo, estudios sobre la participación del banano en las exportaciones agropecuarias del Ecuador demuestran su importancia sostenida en la canasta exportadora durante períodos recientes, consolidándolo como un pilar estructural del sector agrícola exportador.

Asimismo, se ha identificado que las políticas de incentivos, financiamiento y tecnificación productiva pueden potenciar las ventajas comparativas existentes, promoviendo competitividad y expansión hacia nuevos mercados .

No obstante, también se advierte que el comercio internacional enfrenta restricciones adicionales derivadas de medidas no arancelarias, como regulaciones ambientales o sanitarias. Un caso relevante es el impacto económico de las medidas relacionadas con cadmio en el cacao, que evidencia cómo las exigencias internacionales pueden afectar directamente a pequeños productores y condicionar la sostenibilidad exportadora si no se desarrollan mecanismos de adaptación productiva y normativa.

La teoría de la ventaja comparativa ofrece un marco para analizar la especialización comercial a partir de diferencias en los costos de oportunidad. En esta investigación se utiliza como referencia conceptual para examinar la propuesta exportadora de vainilla deshidratada ecuatoriana. Las condiciones naturales favorables para su producción no demuestran, por sí solas, una ventaja comparativa frente a otros países.

El estudio no calcula el índice de ventaja comparativa revelada de Balassa, dado que su análisis empírico se concentra en las importaciones de los mercados seleccionados y en la evaluación financiera de una operación exportadora. En consecuencia, no se afirma haber demostrado una ventaja comparativa revelada del Ecuador en vainilla. La diferenciación del producto, el procesamiento y la organización comercial se examinan como elementos de la propuesta competitiva, cuya viabilidad depende de los costos, ingresos y condiciones de acceso considerados.

2.2.1.4 Incidencia del Riesgo País

El riesgo país introduce una dimensión crítica en la Teoría de la Ventaja Comparativa, al alterar las condiciones bajo las cuales los países determinan su especialización productiva. Aunque esta teoría se fundamenta en diferencias relativas de productividad y costos de oportunidad, la evidencia reciente demuestra que factores como la inestabilidad macroeconómica, política e institucional modifican estos costos efectivos y afectan los incentivos de las empresas para participar en el comercio internacional. En particular, la volatilidad en variables como el tipo de cambio y la inflación incrementa la incertidumbre y los costos de operación, limitando la capacidad de sostener ventajas comparativas en el tiempo (Mbena, 2025).

La diversificación de productos y destinos puede reducir la exposición comercial a perturbaciones concentradas en un mercado o una actividad. Sin embargo, este efecto no equivale a una reducción automática del riesgo país, que comprende condiciones macroeconómicas, políticas e institucionales más amplias. Asimismo, la participación en cadenas globales de valor puede generar nuevas dependencias cuando las operaciones se concentran en pocos compradores o proveedores.

Estudios recientes evidencian que economías con mayor diversificación de productos y destinos, así como una participación estratégica en cadenas globales

de valor, presentan mayor resiliencia ante crisis económicas y geopolíticas, como se observó durante la pandemia de COVID-19 y las disrupciones globales recientes (Steinhauser, 2023). Sin embargo, esta relación no es lineal, ya que una integración profunda en cadenas globales también puede amplificar riesgos si existe dependencia de mercados o proveedores específicos, lo que exige estrategias de diversificación equilibradas (Lafrogne-Joussier y otros, 2022).

Para el proyecto de vainilla deshidratada, esta perspectiva orienta el examen de los riesgos asociados al abastecimiento y a los mercados de destino. La comparación de Francia, Alemania y España permite explorar alternativas comerciales, pero no demuestra que exista una cartera diversificada de compradores ni que la propuesta reduzca el riesgo país. El alcance del estudio se limita a evaluar las condiciones comerciales y financieras de la operación planteada.

Finalmente, en el marco de la ventaja comparativa, el riesgo país puede erosionar las ventajas tradicionales (basadas en recursos naturales o bajos costos) y, al mismo tiempo, incentivar la transición hacia ventajas comparativas dinámicas sustentadas en valor agregado, innovación y calidad. La evidencia sugiere que la estabilidad macroeconómica, la calidad institucional y el acceso a financiamiento comercial son condiciones necesarias para que la diversificación exportadora se traduzca en crecimiento sostenible y competitividad internacional, especialmente en economías en desarrollo (Klasen y otros, 2024).

En este sentido, la gestión del riesgo país se convierte en un factor estratégico para fortalecer la inserción internacional de bienes no tradicionales, permitiendo consolidar una estructura exportadora más resiliente y sofisticada.

2.2.2 Modelo de Cadena de Valor Global

2.2.2.1 Fundamentos conceptuales y evolución del enfoque GVC

El Modelo de Cadena de Valor Global (Global Value Chain – GVC) surge como un marco analítico que permite comprender la organización contemporánea del comercio y la producción internacional, caracterizada por redes transnacionales en las que distintas etapas productivas se distribuyen en varios países. Este enfoque define a las cadenas globales de valor como el conjunto de actividades necesarias para llevar un producto desde su concepción hasta su consumo final, incluyendo fases como diseño, producción, transformación, logística, distribución y comercialización (Gereffi & Lee, 2021).

A diferencia de los enfoques tradicionales del comercio internacional que se centraban principalmente en el intercambio de bienes finales, el enfoque GVC destaca que la producción moderna se encuentra fragmentada y coordinada a escala global, aprovechando ventajas diferenciadas entre países en términos de costos, recursos y capacidades tecnológicas (Kaplinsky & Morris, 2001).

En este sentido, la evolución del enfoque GVC representa una ampliación de las teorías clásicas del comercio internacional, ya que incorpora el rol estratégico de las empresas multinacionales y, especialmente, de las firmas líderes (lead firms) que organizan y controlan redes de producción global. En consecuencia, el análisis ya no se limita a la especialización productiva nacional, sino que se enfoca en la forma en que los países se insertan en determinadas etapas de la cadena, así como en los mecanismos de coordinación, poder y distribución del valor agregado (Gereffi, 2018).

De acuerdo con este enfoque, las cadenas globales están influenciadas por relaciones asimétricas entre actores, donde el control del conocimiento, los estándares y el acceso a mercados determina el posicionamiento competitivo de los países y sus productores (Gereffi & Lee, 2021). Por tanto, el enfoque GVC permite comprender que la participación internacional no garantiza desarrollo económico si los países permanecen en eslabones de bajo valor agregado.

2.2.2.2 Aspectos relevantes del Modelo GVC

La gobernanza en las cadenas globales de valor se refiere a la manera en que se organizan y coordinan las relaciones entre sus participantes. Su análisis permite examinar quién establece las especificaciones del producto, cómo se transmite la información y qué responsabilidades asumen proveedores y compradores. Estas relaciones pueden condicionar las oportunidades de participación y mejora de las empresas dentro de la cadena. La gobernanza puede ser jerárquica, cuando las firmas líderes ejercen control dominante sobre proveedores, o relacional, cuando las relaciones se estructuran sobre cooperación, confianza y capacidades compartidas (Gereffi, 2018).

En la propuesta de comercialización de vainilla deshidratada, este enfoque permite examinar la coordinación entre proveedores, responsables del procesamiento, exportadores y compradores. Resulta pertinente para definir las condiciones de calidad, trazabilidad, entrega y pago que deberían acordarse entre ellos. Sin embargo, como el proyecto no dispone de acuerdos comerciales

confirmados, no se atribuye una estructura de gobernanza específica a la operación ni se considera demostrado su acceso a etapas de mayor rentabilidad.

La literatura sostiene que estas estructuras condicionan el acceso a mercados y determinan las posibilidades reales de crecimiento económico, ambiental y social dentro de una cadena global (Golini y otros, 2018). Por tanto, el tipo de gobernanza influye directamente en la capacidad de los productores para mejorar su posición competitiva y avanzar hacia etapas más rentables.

El concepto de *upgrading* describe la mejora de la participación de una empresa dentro de una cadena de valor. Comprende mejoras de proceso, relacionadas con la eficiencia productiva; de producto, vinculadas con sus características y calidad; funcionales, mediante la incorporación de actividades como diseño o comercialización; y de cadena, cuando las capacidades adquiridas se aplican a otras cadenas productivas.

Este upgrading se expresa mediante cuatro categorías: upgrading de proceso (mayor eficiencia productiva), upgrading de producto (mejora o diversificación del bien), upgrading funcional (incorporación de actividades de mayor valor como marketing o branding) y upgrading de cadena (inserción en nuevas cadenas productivas) (Larsen, 2021). En este contexto, se destaca que la capacidad de mejorar dentro de la cadena no depende únicamente de factores productivos, sino también de políticas industriales, acceso a innovación y fortalecimiento de capacidades técnicas, lo cual es particularmente relevante para economías de ingresos medios y bajos (Kaplinsky, 2024).

En este proyecto, el concepto orienta la propuesta de mejorar el procesamiento, estandarizar la calidad y desarrollar capacidades comerciales para la exportación de vainilla deshidratada. Estas acciones constituyen posibilidades de mejora, no resultados ya alcanzados. Su evaluación requiere contrastar los recursos necesarios con los rendimientos, costos e ingresos esperados, pues incorporar nuevas actividades o atributos no garantiza por sí solo una mayor rentabilidad.

El enfoque de cadenas globales de valor permite examinar cómo los requisitos de calidad, inocuidad, sostenibilidad y trazabilidad influyen en las relaciones entre proveedores y compradores. Para su aplicación, es necesario distinguir las obligaciones establecidas por la normativa de las certificaciones

voluntarias y las especificaciones comerciales solicitadas por cada cliente. Su exigibilidad depende del producto, el destino y las condiciones de la operación.

Los estándares establecen parámetros de calidad, inocuidad y responsabilidad ambiental, constituyendo requisitos obligatorios para acceder a mercados internacionales de alto valor, especialmente en productos agroindustriales (Kaplinsky, 2024). En paralelo, los sistemas de trazabilidad han adquirido relevancia como mecanismos que garantizan transparencia y control de origen, permitiendo rastrear insumos y procesos productivos dentro de cadenas complejas, fortaleciendo la confianza del consumidor y el cumplimiento regulatorio (Deng y otros, 2021).

En la propuesta de exportación de vainilla deshidratada, la trazabilidad se plantea como un mecanismo para relacionar cada lote con su origen, procesamiento y despacho. Los registros y documentos correspondientes permitirían respaldar la información presentada al comprador y facilitar la identificación de incidencias. Las certificaciones previstas se consideran componentes de la propuesta sujetos a obtención y verificación; su inclusión en el presupuesto no demuestra que se hayan conseguido ni garantiza el acceso al mercado o un precio superior.

2.2.2.3 Aplicación del modelo GVC al Ecuador y al caso de la vainilla deshidratada

Desde el enfoque de cadenas globales de valor, Ecuador se inserta de forma significativa en cadenas agrícolas y agroindustriales internacionales mediante exportaciones como banano, cacao, camarón y flores. Estos sectores representan un claro ejemplo de integración global basada en ventajas productivas naturales y alta capacidad de producción primaria, lo cual ha permitido al país posicionarse como proveedor relevante en mercados internacionales (Gereffi, 2018).

No obstante, el análisis desde GVC evidencia que la participación ecuatoriana se mantiene concentrada principalmente en etapas de bajo valor agregado (Veintimilla y otros, 2020), caracterizadas por exportación de productos frescos o mínimamente procesados, lo cual limita la captura de valor, reduce márgenes de rentabilidad y genera vulnerabilidad ante fluctuaciones de demanda y choques externos (Páez & Salazar, 2022). Esto refleja una inserción subordinada

en la cadena, donde la mayor captura de valor suele concentrarse en actividades de transformación avanzada, branding y comercialización internacional.

En este marco, el enfoque GVC plantea que Ecuador enfrenta desafíos estructurales para avanzar hacia eslabones superiores, tales como limitaciones institucionales, insuficiente transferencia tecnológica, barreras de certificación y escaso fortalecimiento organizativo en sectores productivos emergentes (Larsen, 2021). No obstante, también se identifican oportunidades estratégicas asociadas a la diversificación exportadora, la industrialización agroalimentaria y la adopción de estándares internacionales como mecanismos para lograr upgrading (Kaplinsky & Morris, 2001).

Además, experiencias internacionales sugieren que los países pueden mejorar su posición en cadenas globales si desarrollan capacidades productivas, innovan en procesos y fortalecen mecanismos de gobernanza local, como cooperativas o asociaciones que permitan negociar mejores condiciones de acceso y precios (Kadarusman, 2020).

(Horner, 2017) (Deng y otros, 2021)Bajo esta perspectiva, el caso de la vainilla deshidratada representa una oportunidad emergente para Ecuador, particularmente si se estructura una cadena de valor orientada a nichos internacionales especializados. Una cadena global de valor para este producto debería considerar, en primera instancia, la producción primaria sostenible, desarrollada por pequeños productores con asistencia técnica y control de calidad.

Posteriormente, la fase crítica sería el beneficiado, curado y deshidratado, dado que estas etapas determinan la calidad final y el valor del producto. Luego, resulta indispensable la incorporación de certificaciones y cumplimiento normativo para mercados como la Unión Europea, donde los estándares de inocuidad, calidad y sostenibilidad son requisitos de entrada para productos agroindustriales de alto valor .

Asimismo, la logística y distribución deben garantizar condiciones óptimas de conservación, trazabilidad y estabilidad del producto, lo cual fortalece la credibilidad comercial y reduce riesgos en exportación .

Finalmente, la comercialización debe orientarse a mercados gourmet o especializados, donde la diferenciación basada en origen, sostenibilidad y calidad puede permitir un mayor valor agregado y competitividad internacional.

En conclusión, el Modelo de Cadena de Valor Global permite analizar de forma integral la inserción de Ecuador en el comercio internacional, evidenciando que la competitividad no depende únicamente de exportar, sino de participar en eslabones estratégicos con mayor captura de valor. En el caso de la vainilla deshidratada, el enfoque GVC muestra que la factibilidad exportadora requiere fortalecer procesos de upgrading productivo, cumplimiento de estándares internacionales, trazabilidad y sostenibilidad, con el objetivo de insertar el producto en mercados de alto valor como Europa, generando mayores oportunidades económicas para productores y para el país.

2.2.3 Cadenas de Valor Gourmet - Sostenibles

2.2.3.1 Características de las cadenas gourmet y su diferenciación frente a cadenas tradicionales

Las cadenas de valor gourmet agroindustriales representan un enfoque diferenciado dentro del comercio internacional de alimentos, orientado a mercados especializados que priorizan la calidad, el origen y la sostenibilidad como atributos centrales del producto. A diferencia de las cadenas tradicionales basadas en commodities, donde predomina la lógica de producción masiva y reducción de costos, las cadenas gourmet se fundamentan en la diferenciación del producto, lo que permite acceder a nichos de mercado dispuestos a pagar precios superiores por bienes con atributos únicos (Middendorp y otros, 2019).

En este contexto, la competitividad no se define únicamente por el volumen exportado, sino por la capacidad de ofrecer productos con perfiles sensoriales distintivos, métodos artesanales o sostenibles de producción, y elementos de identidad territorial vinculados al origen.

Asimismo, estas cadenas se caracterizan por incorporar estrategias de segmentación y posicionamiento orientadas a consumidores de alto poder adquisitivo, especialmente en mercados como la Unión Europea, donde existe una mayor valoración de productos diferenciados y de alta calidad. La literatura señala que, en este tipo de cadenas, la generación de valor agregado está estrechamente relacionada con el fortalecimiento de atributos como certificaciones orgánicas, inocuidad alimentaria y estándares de producción sostenible, factores que incrementan la percepción de calidad y fortalecen la disposición de pago del consumidor final (Haro-Sosa y otros, 2024).

En consecuencia, las cadenas gourmet sostenibles constituyen una alternativa estratégica para países productores que buscan superar la dependencia de exportaciones primarias y avanzar hacia esquemas de comercio internacional basados en diferenciación y mayor captura de valor.

2.2.3.2 Factores de Competitividad

La sostenibilidad se ha convertido en un componente esencial en el desarrollo de cadenas gourmet, dado que los consumidores actuales demandan productos alineados con valores ambientales, sociales y éticos. En este sentido, las cadenas de valor sostenibles incorporan estándares ambientales rigurosos, prácticas de producción responsable y esquemas de abastecimiento ético como mecanismos para fortalecer la confianza del consumidor y consolidar la reputación del producto (Etheredge y otros, 2024). Estas prácticas incluyen enfoques como agricultura agroecológica, reducción del uso de insumos químicos, conservación de biodiversidad y mejora del bienestar laboral en la producción primaria.

Dentro de este marco, las certificaciones internacionales cumplen un rol determinante, ya que funcionan como mecanismos de validación externa para garantizar que los productos cumplen criterios específicos de sostenibilidad y calidad. Certificaciones como USDA Organic, Fair Trade o Rainforest Alliance permiten a los productores acceder a mercados premium, al tiempo que generan ventajas competitivas al posicionar el producto como diferenciado y confiable (Oya y otros, 2017). A su vez, la trazabilidad se consolida como un requisito clave en cadenas gourmet sostenibles, ya que permite rastrear el origen del producto y verificar prácticas de producción y procesamiento, lo cual se ha vuelto indispensable frente a regulaciones internacionales y exigencias del consumidor (Veleva y otros, 2024).

De acuerdo con Deng et al. (2021), los sistemas de trazabilidad fortalecen la transparencia y facilitan procesos de upgrading tecnológico, mejorando el desempeño competitivo de los productores integrados a cadenas globales. De la misma forma, la sostenibilidad y la trazabilidad se articulan con estrategias de storytelling y branding territorial, donde el origen y la historia del producto se convierten en herramientas de diferenciación. Por ello, las cadenas gourmet sostenibles no solo se sustentan en atributos técnicos del producto, sino también en la capacidad de comunicar valor simbólico asociado a identidad cultural, responsabilidad social y preservación ambiental.

2.2.3.3 Oportunidades para Ecuador y aplicación al caso de la vainilla deshidratada

En el contexto ecuatoriano, el desarrollo de cadenas gourmet sostenibles representa una oportunidad estratégica para diversificar la estructura exportadora y reducir la dependencia histórica de commodities tradicionales. Ecuador posee condiciones agroecológicas privilegiadas y alta biodiversidad, lo cual constituye una ventaja comparativa para el desarrollo de productos diferenciados y de especialidad orientados a mercados internacionales premium (Oya y otros, 2017).

Por el contrario, la literatura evidencia que el país continúa concentrando su oferta exportable en productos primarios como banano, camarón y cacao, lo cual limita la captura de valor agregado y mantiene una inserción dependiente en cadenas globales (Pacheco y otros, 2021). Esta estructura resalta la necesidad de impulsar estrategias de diversificación agroindustrial mediante productos especializados que aprovechen las tendencias globales de consumo sostenible.

En este marco, Ecuador presenta un alto potencial para desarrollar cadenas gourmet sostenibles vinculadas a productos agrícolas diferenciados, especialmente aquellos asociados a prácticas artesanales, biodiversidad y comercio justo. La evidencia indica que las relaciones comerciales directas con compradores especializados han permitido mejorar ingresos y fortalecer sostenibilidad en productores ecuatorianos, particularmente en sectores como cacao de alta calidad, lo cual demuestra la viabilidad de modelos orientados a nichos gourmet (Middendorp y otros, 2019).

Asimismo, la creciente demanda internacional por productos éticos y sostenibles abre oportunidades para incorporar mecanismos de inclusión rural y empoderamiento comunitario mediante cadenas de valor donde los pequeños productores participen no solo en la producción primaria, sino también en procesos de transformación y certificación.

Aplicado al caso de la vainilla deshidratada, el enfoque de cadena gourmet sostenible permite organizar una propuesta basada en la calidad, la trazabilidad y la diferenciación del producto. La producción y el procesamiento deben cumplir las condiciones técnicas que correspondan a la especie, al mercado de destino y a las especificaciones del comprador. Las certificaciones orgánicas o de comercio justo pueden contribuir a respaldar determinados atributos, pero su utilidad depende de

que sean exigidas, reconocidas y efectivamente obtenidas (Middendorp y otros, 2019).

Posteriormente, el proceso de beneficiado, curado y deshidratación se convierte en una fase crítica para garantizar atributos sensoriales y calidad final del producto, siendo indispensable la implementación de controles técnicos y estándares de procesamiento (Veleva y otros, 2024). Para acceder a mercados premium, el cumplimiento de certificaciones como USDA Organic y Fair Trade se vuelve determinante, ya que estas incrementan credibilidad, valor percibido y acceso comercial en mercados exigentes (Oya y otros, 2017).

Desde esta perspectiva, la logística debe asegurar la conservación, identificación y entrega del producto conforme a las condiciones acordadas con distribuidores o compradores especializados. La identidad de origen y la narrativa de sostenibilidad pueden incorporarse a la comunicación comercial cuando existan evidencias que las respalden. Estos elementos estructuran una propuesta de diferenciación, pero no prueban por sí mismos la aceptación del producto, la obtención de un precio premium ni la viabilidad financiera de la operación (Etheredge y otros, 2024).

Finalmente, la estrategia de diferenciación debe incorporar elementos de identidad territorial y narrativa de origen, resaltando la sostenibilidad, la trazabilidad y el carácter artesanal de la vainilla ecuatoriana como factores clave. En síntesis, el desarrollo de cadenas gourmet sostenibles representa una alternativa viable para fortalecer la competitividad agroexportadora del Ecuador, promoviendo valor agregado, inclusión rural y posicionamiento estratégico en mercados internacionales de alto valor.

2.3 Factibilidad Financiera de Proyectos

La evaluación de la factibilidad financiera permite determinar si los flujos de efectivo previstos de un proyecto justifican los recursos comprometidos, considerando el valor del dinero en el tiempo. Según Dahlquist y Knight (2022), el Valor Actual Neto (VAN) expresa la diferencia entre los ingresos y egresos de efectivo descontados al presente; un resultado positivo indica que el proyecto genera valor por encima del rendimiento requerido. Por su parte, la Tasa Interna de Retorno (TIR) corresponde a la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero y, en proyectos con flujos convencionales, constituye un criterio

favorable cuando supera la rentabilidad mínima exigida. Estos indicadores permiten fundamentar las decisiones de inversión, aunque sus resultados dependen de las estimaciones de ingresos, costos y de la tasa de descuento utilizada.

En la evaluación financiera se distingue el flujo del proyecto, que permite analizar la rentabilidad de la operación sin incorporar préstamos ni pagos de deuda, del flujo del inversionista, que considera los aportes propios y el efecto del financiamiento. El capital de trabajo comprende los recursos necesarios para sostener la operación durante el desfase entre pagos y cobros, mientras que el horizonte de evaluación delimita el período durante el cual se proyectan los flujos. Por su parte, el análisis de sensibilidad examina cómo cambian los resultados al modificar los supuestos relevantes; cuando se alteran varias condiciones simultáneamente, se realiza un análisis de escenarios. Estas distinciones permiten evaluar por separado la rentabilidad y las necesidades de efectivo de la propuesta.

2.4 Alineación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible

La presente investigación se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en la medida en que evalúa la factibilidad de comercializar internacionalmente un producto agrícola no tradicional con potencial de valor agregado: la vainilla deshidratada ecuatoriana. Esta propuesta no se limita a ampliar la canasta exportadora del país, sino que plantea una alternativa productiva capaz de articular producción rural, transformación agroindustrial, cumplimiento normativo y acceso a mercados internacionales especializados.

En primer lugar, la propuesta se relaciona con el ODS 8, trabajo decente y crecimiento económico, porque contempla actividades de producción, procesamiento, empaque y comercialización que podrían generar oportunidades económicas en la cadena de la vainilla. Esta relación expresa un efecto potencial del proyecto y no un resultado laboral ya comprobado. La creación de empleo, la mejora de los ingresos y la participación de pequeños productores dependerán del abastecimiento, la escala de operación, las condiciones de contratación y la efectiva puesta en marcha de la propuesta exportadora.

En segundo lugar, la investigación se relaciona con el ODS 9, industria, innovación e infraestructura, ya que la vainilla deshidratada implica un proceso de

transformación productiva que va más allá de la venta de materia prima. El curado, la deshidratación, el control de calidad, la estandarización del contenido de vainillina, el empaque y la trazabilidad constituyen actividades que incorporan innovación, capacidades técnicas y valor agregado al producto agrícola. En este sentido, el proyecto promueve una lógica de agroindustria rural, donde la competitividad no depende únicamente de producir vainilla, sino de transformarla en un bien diferenciado, apto para mercados gourmet, alimentarios, cosméticos o industriales.

Asimismo, la propuesta se articula con el ODS 17, alianzas para lograr los objetivos, particularmente con la meta 17.11, orientada a aumentar significativamente las exportaciones de los países en desarrollo. La internacionalización de la vainilla deshidratada requiere la coordinación entre productores, asociaciones, instituciones públicas, organismos de certificación, operadores logísticos, compradores internacionales y entidades de promoción comercial. Por ello, el plan de comercialización internacional se concibe como un instrumento que puede facilitar la articulación de actores y fortalecer las capacidades necesarias para acceder a mercados externos bajo criterios de calidad, sostenibilidad y cumplimiento normativo.

Desde una perspectiva de comercio sostenible, la vainilla deshidratada ecuatoriana también puede contribuir a la diversificación productiva y a la reducción de la dependencia de commodities tradicionales. Su potencial radica en combinar origen territorial, biodiversidad, valor agregado y diferenciación comercial, elementos que responden a la demanda internacional por productos naturales, trazables y sostenibles. De esta manera, el proyecto no solo busca identificar una oportunidad de exportación, sino también analizar si dicha oportunidad puede traducirse en beneficios económicos y productivos para territorios rurales.

Por tanto, la alineación con los ODS se evidencia en la capacidad potencial del proyecto para generar empleo rural, fortalecer procesos de transformación agroindustrial, promover la innovación en la cadena de valor y facilitar la inserción del Ecuador en mercados internacionales de productos diferenciados. En consecuencia, la evaluación de la factibilidad de un plan de comercialización internacional de vainilla deshidratada responde tanto a una lógica económica como

a una lógica de desarrollo sostenible, al proponer una alternativa exportable con mayor valor agregado, articulación territorial y potencial de comercio inclusivo.

2.5 Marco Legal

En el Ecuador, la exportación de bienes no tradicionales y el fortalecimiento del comercio exterior se sustentan en un marco jurídico amplio que orienta la promoción productiva, la inserción internacional y el crecimiento económico.

En primer lugar, la Constitución de la República del Ecuador establece principios del régimen económico relacionados con el impulso a la producción nacional, la soberanía alimentaria, la generación de valor agregado y la inserción estratégica en mercados internacionales, promoviendo la diversificación productiva y el desarrollo sostenible (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008).

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) establece disposiciones relacionadas con la producción, el comercio exterior, la promoción de exportaciones y los procedimientos aduaneros. En el caso de esta investigación, el COPCI se considera el marco general aplicable a una eventual exportación de vainilla deshidratada, junto con los procedimientos administrados por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), con el objetivo de incrementar la competitividad y dinamizar el crecimiento económico (Asamblea Nacional del Ecuador., 2010).

La aplicación concreta de estas disposiciones dependerá de la clasificación arancelaria del producto, del régimen de exportación, del país de destino y de la documentación exigida en la operación. Por ello, la revisión del COPCI permite identificar el marco regulatorio general, pero no sustituye la verificación de los requisitos vigentes para cada envío ni demuestra que el proyecto haya completado los trámites correspondientes.

Asimismo, el marco legal se articula con las disposiciones del régimen aduanero nacional, normado mediante el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones y ejecutado por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE), entidad que regula procedimientos, control y formalidades para la salida de mercancías hacia mercados internacionales (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2024).

De igual manera, tratándose de productos agroindustriales destinados al comercio exterior, resulta indispensable el cumplimiento de estándares de calidad,

inocuidad y requisitos técnicos establecidos por organismos nacionales de regulación. En este ámbito, la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) regula los aspectos sanitarios y de control de productos alimenticios procesados, mientras que el Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN) define normas técnicas que permiten garantizar parámetros de calidad conforme a exigencias nacionales e internacionales (Servicio Ecuatoriano de Normalización., 2014).

Además, para productos agrícolas y de origen vegetal, la normativa se complementa con los controles fitosanitarios exigidos por la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario (AGROCALIDAD), institución responsable de asegurar el cumplimiento de requisitos sanitarios y fitosanitarios requeridos en procesos de exportación.

En conjunto, estos cuerpos normativos conforman la base legal que regula el proceso exportador ecuatoriano, facilita la comercialización internacional de productos no tradicionales como la vainilla deshidratada y contribuye a los objetivos nacionales de diversificación productiva, generación de valor agregado y fortalecimiento del crecimiento económico.

3. ASPECTOS METODOLÓGICOS

3.1 Métodos

La investigación se desarrolló mediante el método inductivo-deductivo y un enfoque mixto, debido a que el análisis requirió integrar información cuantitativa y cualitativa. Desde el componente cuantitativo, se analizaron datos secundarios relacionados con comercio exterior, precios internacionales, tendencias de importación y costos asociados a la exportación de vainilla deshidratada. Desde el componente cualitativo, se revisaron requisitos técnicos, normativos y logísticos exigidos por los mercados europeos seleccionados, y se aplicaron entrevistas semiestructuradas a expertos en comercio exterior y agroexportación.

La integración de ambos enfoques permitió sustentar la selección de mercados, el diseño de estrategias comerciales y la evaluación financiera del plan de comercialización. (Hernández Sampieri y otros, 2014).

El componente cuantitativo se sustentó en el análisis de información secundaria correspondiente al período 2020–2024, relacionada con el comercio internacional de vainilla deshidratada, particularmente la subpartida 090510. Para ello, se consideraron datos de importaciones de los países preseleccionados, valor importado, evolución del mercado, participación relativa de los países compradores, comportamiento de precios internacionales, precios referenciales de exportadores ecuatorianos, costos productivos, costos logísticos, costos regulatorios, inversión en certificaciones, ingresos proyectados y flujos de caja. Esta información permitió identificar los mercados europeos con mayor potencial y estimar la rentabilidad esperada del plan de comercialización.

La selección de mercados se realizó mediante indicadores comerciales comparativos, entre ellos: valor total importado de vainilla, participación dentro del total de los tres países analizados, evolución de las importaciones, tendencia de crecimiento o contracción, presencia de demanda especializada, concentración de compradores y compatibilidad con productos gourmet, sostenibles y de alto valor agregado. En función del análisis desarrollado en el trabajo, Francia, Alemania y España constituyen los mercados priorizados, debido a su relevancia dentro del comercio europeo de vainilla, su demanda de ingredientes naturales y su orientación hacia segmentos especializados.

El componente cualitativo se basó en revisión documental especializada y entrevistas semiestructuradas a expertos vinculados al comercio exterior, la

agroexportación o la normativa aplicable a productos agroindustriales. La revisión documental ayudó a identificar requisitos sanitarios, fitosanitarios, técnicos, logísticos, documentales y comerciales exigidos para el ingreso de vainilla deshidratada al mercado europeo. Por su parte, las entrevistas permitieron contrastar la pertinencia de los requisitos, identificar barreras y complementar el análisis.

La validación de las entrevistas se realizó mediante triangulación entre tres fuentes: los criterios de los expertos entrevistados, la normativa oficial aplicable al mercado europeo y la información secundaria proveniente de bases de comercio internacional. Para sistematizar la información cualitativa, se empleó una matriz de análisis por categorías, considerando dimensiones como acceso a mercado, requisitos técnicos, requisitos logísticos, certificaciones, trazabilidad y estrategia comercial.

Finalmente, la factibilidad financiera se determinó mediante la construcción de un flujo de caja proyectado, considerando ingresos por venta de vainilla deshidratada, costos de materia prima, costos de curado y deshidratación, empaque, transporte interno, flete internacional, seguro, gestión aduanera, certificaciones, marketing, infraestructura, nómina y financiamiento. A partir de estos flujos se obtuvieron indicadores financieros como el Valor Actual Neto o Valor Presente Neto, la Tasa Interna de Retorno y el comportamiento de los flujos netos anuales. El Valor Presente Neto fue considerado el principal criterio decisor de factibilidad, de modo que el proyecto es financieramente viable si el VPN es positivo y si la TIR supera la tasa de descuento utilizada.

3.1.1 Modalidad y Tipo de Investigación

El diseño de la investigación fue no experimental, debido a que no se manipularon variables ni se intervino directamente en el comportamiento del mercado; se analizaron datos secundarios, documentos técnicos, normativa vigente y criterios de expertos en su contexto real. En cuanto al tipo o alcance, el estudio fue descriptivo y analítico, puesto que caracterizó las condiciones del mercado europeo de vainilla deshidratada, identificó requisitos de acceso, estructuró estrategias de comercialización y evaluó la viabilidad financiera del proyecto.

En cuanto a la modalidad, la investigación fue documental y de campo. Se constituyó como documental porque utilizó información secundaria proveniente de

bases de datos de comercio internacional, reportes institucionales, plataformas de inteligencia de mercados, normativa de la Unión Europea, información de organismos nacionales y fuentes técnicas relacionadas con exportación agroindustrial.

Se consideró de campo porque incorporó entrevistas semiestructuradas a informantes clave, seleccionados mediante muestreo no probabilístico de tipo intencional. Los expertos fueron elegidos por su experiencia en comercio exterior, exportaciones agroindustriales, procesos aduaneros, requisitos sanitarios o fitosanitarios y conocimiento sobre mercados internacionales. Las entrevistas no tuvieron una finalidad estadística, sino de validación técnica y estratégica, por lo que su análisis se realizó mediante categorización cualitativa y triangulación con la evidencia documental.

El análisis cuantitativo se aplicó principalmente a la identificación de mercados y a la evaluación financiera. Para la selección de mercados se analizaron indicadores como valor importado, participación porcentual, evolución histórica, tendencia de demanda, precios internacionales y orientación hacia nichos gourmet o sostenibles. Para la evaluación financiera se estimaron ingresos, costos, inversión, financiamiento y flujos netos, con el fin de calcular el VPN y la TIR del proyecto.

El análisis cualitativo se orientó a interpretar los factores que condicionan la inserción internacional del producto, tales como requisitos técnicos, certificaciones, trazabilidad, documentación de exportación, estándares sanitarios, barreras logísticas y estrategias comerciales. Esta integración metodológica permitió que el plan de comercialización no se sustente únicamente en cifras de mercado, sino también en condiciones reales de acceso, cumplimiento y posicionamiento competitivo.

3.2 Variables

La investigación consideró como variable principal la factibilidad financiera del plan de comercialización internacional, evaluada mediante indicadores como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y el flujo de caja proyectado. De forma complementaria, se analizaron dimensiones comerciales y técnicas vinculadas con la demanda internacional potencial, los precios de referencia, los costos de producción y logística, los requisitos sanitarios y

fitosanitarios, y las estrategias de posicionamiento bajo el enfoque de la mezcla ampliada de marketing 7P's. Estas dimensiones permitieron relacionar el comportamiento del mercado europeo con la viabilidad económica del proyecto de exportación.

Tabla 1
Matriz de Operacionalización de Variables

Variable	Definición conceptual	Tipo de Medición e Indicador	Fuente de datos
Mercado de destino	Suma del valor anual de las importaciones de vainilla de cualquier origen para cada país seleccionado.	Valor acumulado de importaciones	Información consultada en Trade Map.
Acceso al mercado	Clasificación de requisitos según producto, destino y operación; distinción entre obligaciones normativas y exigencias comerciales del comprador.	Requisitos técnicos, documentales y logísticos identificados	Normativa y documentación oficial consultadas; entrevistas a expertos como información complementaria.
Factibilidad comercial y financiera del plan de exportación	Capacidad del plan de comercialización para generar rentabilidad económica y viabilidad financiera en el tiempo, considerando ingresos, costos y riesgos asociados al proceso de exportación.	Valor Actual Neto (VAN)	Fuentes secundarias: datos de precios internacionales, costos logísticos, costos productivos estimados, proyecciones de ventas y supuestos
		Tasa Interna de Retorno (TIR)	Fuentes secundarias: datos de precios internacionales, costos logísticos, costos productivos estimados, proyecciones de ventas y supuestos
Ingresos y Costos de Exportación	Mide el nivel de ingresos y gastos generados por la exportación de vainilla deshidratada al mercado europeo considerando precios referenciales, cantidad estimada y requisitos logísticos	Ingresos por Venta de Vainilla Deshidratada	Fuentes secundarias: datos de precios internacionales, costos logísticos, costos productivos estimados, proyecciones de ventas y supuestos
		Costos de producción, logísticos y administrativos	

Fuente: Autor. Elaborado por: Autor, 2026.

3.3 Población y Muestra

3.3.1 Población

En la presente investigación, debido a que el estudio no se basa en encuestas a consumidores finales, la población de estudio está conformada por: (a) bases de datos de comercio internacional que contienen registros de importación y exportación de vainilla y productos relacionados en el mercado europeo; (b) fuentes documentales y bibliográficas sobre requisitos técnicos, normativos y logísticos de exportación hacia Europa; y (c) informantes especializados con experiencia en exportaciones agroindustriales o comercio internacional.

Asimismo, se considera como parte del universo de análisis la información proveniente de organismos oficiales y plataformas internacionales que reportan tendencias de mercado, precios, demanda, oferta mundial y participación de países exportadores, con el fin de sustentar la identificación de mercados potenciales y el diseño de estrategias comerciales para la exportación de vainilla deshidratada ecuatoriana.

3.3.2 Muestra

La muestra aplicada en esta investigación correspondió a un muestreo no probabilístico de tipo intencional, debido a que se seleccionaron informantes clave en función de su experiencia y conocimiento técnico sobre el proceso exportador. En este marco, se realizaron entrevistas a dos expertos, quienes fueron elegidos considerando criterios como: experiencia en comercio exterior, participación en exportaciones agroindustriales, conocimiento sobre normativas sanitarias o fitosanitarias y trayectoria vinculada a mercados internacionales.

Por otro lado, para el análisis cuantitativo basado en comercio exterior, se trabajó con información secundaria obtenida de bases de datos especializadas y reportes institucionales, seleccionando registros correspondientes al período 2020-2024, lo cual permitió realizar comparaciones y análisis de tendencias recientes para determinar el potencial comercial de los mercados internacionales y sustentar la factibilidad del plan de comercialización.

3.4 Técnicas de Recolección de Datos

Para la recolección de información en la presente investigación se emplearon técnicas orientadas principalmente al levantamiento de datos

secundarios y validación mediante informantes clave. En este sentido, se aplicó la revisión documental como técnica central, utilizando bases de datos de comercio exterior, informes estadísticos internacionales, reportes institucionales, normativa vigente y documentos técnicos relacionados con exportaciones agroindustriales. Complementariamente, se realizó una búsqueda de información en fuentes web oficiales vinculadas a requisitos sanitarios, fitosanitarios y de comercio exterior exigidos por los mercados internacionales seleccionados.

Adicionalmente, se utilizó la técnica de entrevista semiestructurada dirigida a expertos en comercio exterior o exportaciones agroindustriales, con el propósito de validar criterios técnicos, identificar barreras reales de acceso al mercado y fortalecer el análisis estratégico. Estas técnicas sustentaron el cumplimiento de los objetivos específicos del estudio.

3.5 Análisis descriptivo y evaluación financiera

La información comercial se analizó mediante estadística descriptiva, utilizando valores acumulados, participaciones porcentuales y comparaciones entre Francia, Alemania y España durante el período 2020–2024. Las participaciones se calcularon sobre el total de importaciones de los tres países seleccionados. El análisis se delimitó a estos mercados y no pretendió generalizar sus resultados al conjunto de Europa.

La evaluación financiera se desarrolló mediante flujos mensuales proyectados para un horizonte de cinco años, con inicio de ventas en el mes 7. Se distinguió el flujo del proyecto sin financiamiento del flujo con préstamo. Sobre el primero se calcularon el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR); el segundo permitió examinar los saldos de efectivo y la capacidad de atender las obligaciones crediticias.

Para el VAN se utilizó una tasa anual referencial del 10,03 %, convertida a su equivalente mensual. La TIR obtenida de los flujos mensuales se expresó también como tasa efectiva anual. La tasa de descuento se empleó como referencia de evaluación y no como una estimación validada del costo de capital del proyecto.

Asimismo, se compararon escenarios que modificaron condiciones de abastecimiento, costos, precio de venta y rendimiento productivo. Sus resultados permitieron examinar conjuntamente la rentabilidad y la liquidez bajo los supuestos

establecidos, sin atribuir los cambios observados a un único factor. No se aplicaron pruebas de inferencia estadística, debido a que el análisis se orientó a describir los mercados seleccionados y evaluar proyecciones financieras condicionadas a supuestos, sin estimar relaciones causales ni realizar generalizaciones poblacionales mediante pruebas de hipótesis.

3.6 Cronograma de Actividades

Para el desarrollo del presente trabajo de titulación orientado a evaluar la factibilidad de implementar un plan de comercialización para la exportación de vainilla deshidratada desde el Ecuador hacia el mercado internacional, se estructuró un cronograma de actividades para organizar de manera secuencial y sistemática cada una de las fases metodológicas del estudio. Dicho cronograma contempló actividades relacionadas con el levantamiento y análisis de información secundaria, identificación de mercados potenciales, revisión normativa y técnica, entrevistas a expertos, formulación de estrategias comerciales, evaluación financiera mediante flujo de caja y cálculo del Valor Presente Neto (VPN), así como la redacción y consolidación final del documento investigativo.

4. RESULTADOS

En este capítulo se expusieron los resultados obtenidos a partir del análisis desarrollado en función de los objetivos específicos planteados en la investigación, orientados a evaluar la factibilidad financiera de la comercialización de vainilla deshidratada ecuatoriana en España, Alemania y Francia. Los hallazgos sustentaron empíricamente la evaluación del plan de comercialización propuesto.

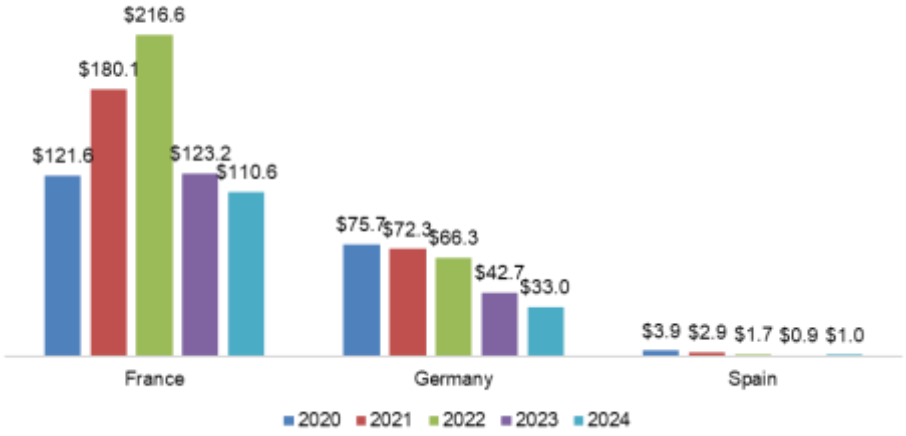
Comparación del potencial comercial de Francia, Alemania y España para la comercialización de vainilla deshidratada ecuatoriana.

Evolución de Importaciones del Mercado Europeo

El gráfico presentó la evolución de las importaciones de vainilla deshidratada correspondientes a la subpartida 090510. Los datos fueron extraídos de TradeMap, herramienta de consulta y visualización de información desarrollada por el International Trade Centre (ITC).

Figura 1

Evolución de las importaciones de vainilla deshidratada: Alemania, España y Francia (millones USD)



Fuente: TradeMap, (2026).

Los valores de importación analizados corresponden a la suma del período 2020–2024, según la información consultada en Trade Map. Francia registró aproximadamente USD 752 millones; Alemania, USD 290 millones; y España, USD 10 millones. En conjunto, los tres mercados acumularon USD 1.052 millones. Sobre este subtotal, las participaciones fueron del 71,48 %, 27,57 % y 0,95 %,

respectivamente. Estos porcentajes describen la distribución del valor importado entre los países seleccionados y no representan su participación en las importaciones totales de Europa.

En conjunto, los resultados indicaron que Francia y Alemania son los mercados con mayor potencial, especialmente el primero, aunque la reciente desaceleración del mercado sugiere la necesidad de estrategias comerciales enfocadas en diferenciación y valor agregado.

La serie histórica principal analizada correspondió al período 2020-2024. Las referencias de 2025 y 2026 se incorporaron únicamente como información contextual y de validación posterior, sin modificar el período base de análisis. Es importante notar que el mercado europeo de la vainilla deshidratada (Vanilla planifolia) atraviesa una fase de reajuste estructural caracterizada por la convergencia de la deflación de precios en origen y una transición hacia derivados de mayor valor agregado.

Mientras que Francia se consolida como el principal nodo logístico de redistribución para el sur de Europa (Observatory of Economic Complexity, 2026), Alemania ha registrado una contracción en el volumen de importación bruta de vainas, impulsada por una optimización de procesos industriales y el aumento en el uso de biovainillina obtenida por fermentación (Mordor Intelligence, 2026). Por su parte, España presenta una dinámica dual: aunque registra una disminución puntual en el valor de sus importaciones directas en el corto plazo, se posiciona como el mercado con mayor potencial de crecimiento proyectado en el segmento de etiqueta limpia (*clean label*), con una tasa de crecimiento del 5.0% CAGR hacia 2036 (Future Market Insights, 2026).

Análisis del Comportamiento del Mercado Europeo (España, Alemania y Francia)

Un reporte del *Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries* (CBI, 2023) permite corroborar que el comercio de vainilla en Europa se concentra principalmente en Francia y Alemania. En estos países, el crecimiento de la demanda está apuntalado por los segmentos de heladería, chocolatería, bebidas y panadería, nichos donde la vainilla natural mantiene un posicionamiento diferenciado dentro de segmentos premium.

Esta dinámica comercial está fuertemente influenciada por una transformación en las preferencias del consumidor europeo. Existe una tendencia estructural hacia las etiquetas limpias (*clean labels*), la autenticidad y las certificaciones de sostenibilidad, como la producción orgánica y el comercio justo (CBI, 2023). El interés por los ingredientes naturales camina a la par del incremento global en el consumo de alimentos procesados de alta gama (CBI, 2026).

De la misma forma, se conoce que Madagascar domina el suministro internacional de vainilla. Datos del *Observatory of Economic Complexity* (OEC, 2025) confirman que Francia, junto con Estados Unidos y Canadá, figura entre sus principales destinos de exportación. No obstante, esta extrema dependencia de un solo origen expone al mercado a una alta volatilidad de precios, riesgos climáticos severos y variabilidad en la calidad física del producto. Esta vulnerabilidad abre una ventana de oportunidad estratégica para nuevos oferentes que busquen diversificar la oferta global.

A este panorama comercial se suman las crecientes exigencias éticas de la cadena de suministro. Investigaciones recientes revelan que la vainilla importada por Francia, especialmente la proveniente de Madagascar, enfrenta serios cuestionamientos sociales y ambientales vinculados a la precarización del ingreso de los productores y a la vulnerabilidad social en las zonas rurales (Gérard, 2025). Ante esto, las empresas compradoras en Europa han intensificado la búsqueda de proveedores que integren la responsabilidad social y ambiental directamente en su propuesta de valor.

En conclusión, la priorización de países como Francia y Alemania como mercado objetivo no solo representa un volumen de importación crítico, sino que aglutina el ecosistema de compradores especializados y la sensibilidad ética necesarios para absorber una oferta diferenciada. La inserción de la vainilla ecuatoriana debe renunciar a la competencia por precio y enfocarse en capturar los segmentos de la alta gastronomía e industria gourmet, donde el valor final está determinado por la transparencia, la historia del origen y la sostenibilidad ambiental.

Análisis de los requisitos técnicos, normativos y logísticos que condicionan la exportación de vainilla deshidratada hacia los mercados internacionales seleccionados

Entrevistas a Expertos en Comercio Exterior

Los resultados obtenidos a partir de las entrevistas realizadas a expertos en comercio exterior permitieron identificar, de manera complementaria, tanto las condiciones estructurales de acceso al mercado europeo con énfasis en España, Alemania y Francia, como los principales requisitos técnicos y operativos que condicionan la exportación de vainilla deshidratada ecuatoriana (véase Apéndice 2).

Desde un enfoque estratégico, se evidenció que el acuerdo comercial entre Ecuador y la Unión Europea constituye un elemento clave para la competitividad del producto, al permitir el ingreso con arancel 0%, lo que reduce significativamente los costos de acceso y mejora la posición frente a otros países competidores. Adicionalmente, este acuerdo no solo implica beneficios arancelarios, sino también la simplificación de procesos, reconocimiento de estándares internacionales y mayor seguridad jurídica para el exportador, lo cual facilita la planificación comercial y la inserción en cadenas de valor internacionales.

No obstante, estos beneficios están condicionados al cumplimiento de exigentes estándares técnicos. En este sentido, los hallazgos mostraron que este mercado se caracteriza por un alto nivel de rigurosidad normativa, donde el acceso no depende únicamente de la calidad del producto, sino de la capacidad del exportador para cumplir con requisitos sanitarios, fitosanitarios y de trazabilidad. La correcta clasificación arancelaria del producto (HS 0905), así como la coherencia documental entre factura comercial, lista de empaque, documentos de transporte y declaración aduanera, constituyen elementos críticos para evitar retrasos logísticos o rechazos en aduana.

Asimismo, se identificó que uno de los principales factores diferenciadores en España, Alemania y Francia es el cumplimiento de certificaciones internacionales, tales como orgánico, comercio justo o sostenibilidad, las cuales no solo facilitan el acceso, sino que permiten posicionar el producto en segmentos de mayor valor agregado. De igual manera, la trazabilidad se consolida como un requisito indispensable, ya que los compradores europeos demandan información

detallada sobre el origen, proceso productivo y condiciones de comercialización del producto, convirtiéndose en un estándar básico de mercado.

Desde una perspectiva operativa, los resultados evidenciaron que los principales obstáculos para los exportadores ecuatorianos no radican en la demanda, sino en la gestión del cumplimiento. Errores en documentación, inconsistencias en la información o una débil estandarización productiva generan riesgos logísticos, inspecciones y costos adicionales que afectan directamente la rentabilidad del negocio. A esto se suma la dificultad de garantizar volúmenes constantes con calidad homogénea, lo cual limita la capacidad de inserción sostenida en mercados internacionales.

En conjunto, los resultados permitieron concluir que, si bien Ecuador cuenta con ventajas comerciales relevantes para el acceso al mercado europeo, la exportación de vainilla deshidratada está fuertemente condicionada por el cumplimiento de requisitos técnicos, normativos y logísticos. Por tanto, la viabilidad del proceso exportador depende de la capacidad de articular una cadena de valor organizada, con estándares de calidad consistentes, cumplimiento documental riguroso y una estrategia orientada a nichos especializados de alto valor.

Validación mediante información oficial del Mercado Europeo

La revisión de fuentes oficiales de la Unión Europea (UE) y del Ecuador permite establecer que el acceso de la vainilla deshidratada (*Vanilla planifolia*) al mercado europeo se encuentra condicionado por un ecosistema regulatorio multidimensional. Este entramado se compone de exigencias sanitarias, técnicas, documentales, logísticas y de sostenibilidad. En este contexto, el cumplimiento normativo no solo constituye un requisito obligatorio de admisibilidad comercial, sino también un mecanismo crítico de diferenciación competitiva dentro de los segmentos *gourmet* y especializados del continente.

Bajo la normativa de la Unión Europea administrada por la Comisión Europea, los productos vegetales importados deben garantizar inocuidad alimentaria, trazabilidad integral y la ausencia estricta de plagas cuarentenarias. En este marco, el Reglamento (UE) 2016/2031 dictamina que el cumplimiento fitosanitario de los vegetales debe validarse obligatoriamente en el origen. Esto se efectúa mediante la emisión del Certificado Fitosanitario de Exportación por parte de la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario (Agrocalidad), entidad

encargada de inspeccionar físicamente que el lote se encuentre libre de riesgos biológicos antes de su despacho.

Paralelamente, la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) supervisa rigurosamente el cumplimiento de los Límites Máximos de Residuos (LMR) de plaguicidas, regulados bajo el Reglamento (CE) n.° 396/2005, así como los niveles de contaminantes microbiológicos (como Salmonella y Escherichia coli) y micotoxinas fijados por el Reglamento (UE) 2023/915. Para los exportadores de orígenes emergentes, el control de contaminantes químicos y biológicos representa una de las barreras técnicas más complejas debido a las políticas europeas de tolerancia cero en alertas alimentarias.

Asimismo, para que el producto sea aceptado en los canales industriales y de distribución, el exportador debe demostrar que sus procesos de deshidratación y curado cumplen con el Reglamento (CE) n.° 852/2004 relativo a la higiene de los productos alimenticios, lo que exige la implementación demostrable de un Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP). Desde un punto de vista comercial e industrial, los importadores europeos evalúan la calidad física basándose en los estándares internacionales homologados por el CBI, los cuales priorizan:

- Un contenido mínimo de vainillina del 2%.
- Un rango de humedad estandarizado de entre el 20% y el 30% para evitar el desarrollo de hongos durante el transporte transatlántico.

De igual manera, la UE exige el acatamiento del Reglamento (UE) n.° 1169/2011 sobre la información alimentaria facilitada al consumidor. Estas disposiciones obligan a que el etiquetado de los embalajes comerciales identifique de forma clara e indeleble el número de lote, el país de origen, la fecha de consumo preferente, el peso neto y las condiciones específicas de conservación (temperatura y humedad). Dentro de este componente, la trazabilidad adquiere un rol estratégico y fiscalizable: permite rastrear el flujo del producto desde la unidad de producción en la Amazonía o Costa ecuatoriana hasta el consumidor final en Europa, operando simultáneamente como una salvaguarda de control sanitario y como un atributo de valor comercial en los mercados especializados.

Para ingresar de forma efectiva a los canales de comercialización de alto valor (como la industria de chocolates finos, heladería de autor o cosmética ecológica), el mercado exige de forma voluntaria la certificación de sistemas

avanzados de gestión de inocuidad alimentaria, tales como FSSC 22000 o BRCGS, auditados por organismos de inspección internacionalmente reconocidos (v.g., SGS, Bureau Veritas o Cotecna).

Adicionalmente, bajo el marco estratégico del Pacto Verde Europeo y la Directiva sobre Diligencia Debida de las Empresas en Materia de Sostenibilidad, las certificaciones voluntarias ambientales y sociales han pasado de ser elementos opcionales a convertirse en requisitos comerciales estratégicos. Sello tales como *Orgánico Europeo* (Reglamento UE 2018/848), *Fairtrade* (Comercio Justo) y *Rainforest Alliance* resultan indispensables para posicionar el producto en nichos *gourmet*, donde el consumidor final europeo muestra una alta disposición a pagar un sobreprecio a cambio de un impacto social y ambiental positivo verificable.

Finalmente, el cumplimiento de este entramado normativo y técnico guarda una relación directa con los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas. El rigor en los controles de inocuidad y la reducción de agroquímicos se alinean de manera directa con el **ODS 3 (Salud y Bienestar)** y el **ODS 12 (Producción y Consumo Responsables)**.

Asimismo, el fomento de esquemas de comercio justo y la agricultura familiar sostenible impactan de forma positiva en el ODS 8 (Trabajo Decente y Crecimiento Económico) y el ODS 15 (Vida de Ecosistemas Terrestres), protegiendo los entornos de alta biodiversidad del Ecuador. Por último, la articulación aduanera e institucional nacional y el aprovechamiento del Acuerdo Multipartes configuran mecanismos de cooperación internacional plenamente alineados con el ODS 17 (Alianzas para lograr los Objetivos), consolidando la inserción estratégica de la agroindustria diferenciada del Ecuador en los mercados globales de alto valor.

Estrategia de Comercialización Internacional para el Posicionamiento Competitivo de la Vainilla Deshidratada Ecuatoriana

Los resultados obtenidos en el análisis de mercado evidencian que Francia, Alemania y España constituyen destinos con potencial para la comercialización de vainilla deshidratada ecuatoriana, debido a la existencia de una demanda sostenida por ingredientes naturales de alta calidad destinados a la industria alimentaria, gastronómica, cosmética y de productos especializados. Asimismo, la revisión de requisitos técnicos y normativos demuestra que el acceso a estos mercados se encuentra condicionado por el cumplimiento de estándares de calidad, trazabilidad, inocuidad alimentaria y sostenibilidad, aspectos que actualmente representan factores diferenciadores para productos agroindustriales orientados a segmentos premium.

En este contexto, la estrategia de comercialización propuesta se fundamenta en el posicionamiento de la vainilla deshidratada ecuatoriana como un producto gourmet de origen tropical, caracterizado por atributos de calidad, sostenibilidad y trazabilidad. A diferencia de los esquemas tradicionales de comercialización basados únicamente en precio, la estrategia busca competir mediante diferenciación, aprovechando la creciente preferencia de consumidores e industrias europeas por ingredientes naturales, sostenibles y con identidad territorial definida.

La segmentación del mercado objetivo se orienta principalmente hacia compradores empresariales especializados, debido a que la comercialización internacional de vainilla se desarrolla predominantemente bajo esquemas Business to Business (B2B). En este sentido, se identifican como segmentos prioritarios los importadores especializados en especias e ingredientes naturales, distribuidores de productos gourmet, industrias alimentarias dedicadas a la elaboración de productos premium, fabricantes de extractos naturales y empresas del sector cosmético interesadas en ingredientes de origen vegetal.

Estos segmentos presentan una mayor disposición a valorar atributos diferenciadores relacionados con calidad, origen y sostenibilidad, permitiendo acceder a mejores niveles de rentabilidad respecto a mercados masivos.

La propuesta de valor se sustenta en la comercialización de vainilla deshidratada ecuatoriana con características compatibles con los estándares exigidos en los mercados europeos seleccionados. Entre los principales atributos

destacan su origen ecuatoriano, las condiciones agroecológicas favorables para el cultivo, la posibilidad de implementar sistemas de trazabilidad desde la producción hasta la exportación y la potencial incorporación de certificaciones orientadas a sostenibilidad y comercio responsable. Estos elementos permiten construir una oferta diferenciada frente a competidores tradicionales, fortaleciendo el posicionamiento comercial del producto en segmentos especializados de alto valor agregado.

Desde la perspectiva estratégica, el posicionamiento buscado corresponde al de una vainilla gourmet premium de origen ecuatoriano, producida bajo criterios de sostenibilidad y orientada a satisfacer las necesidades de industrias y consumidores que demandan ingredientes naturales de alta calidad. Este posicionamiento pretende asociar el producto con atributos de exclusividad, autenticidad y responsabilidad ambiental, factores que actualmente influyen de manera significativa en las decisiones de compra dentro de los mercados europeos.

Con base en estos elementos, la investigación adopta la mezcla ampliada de marketing de las 7P’s: producto, precio, plaza, promoción, personas, procesos y evidencia física. Según el Chartered Institute of Marketing (2026), estas dimensiones permiten organizar las decisiones comerciales y relacionarlas con las expectativas de los clientes. Su elección responde a las necesidades del proyecto y a la posibilidad de integrar las características del producto con las actividades que acompañan su comercialización.

En este estudio, el modelo se adapta a una operación agroindustrial entre empresas, orientada a importadores y distribuidores especializados. Producto, precio, plaza y promoción permiten estructurar la oferta de vainilla deshidratada, las condiciones comerciales, los canales de distribución y la comunicación con los compradores. Las tres dimensiones adicionales se incorporan para abordar la atención comercial, la ejecución de pedidos y los elementos que permiten verificar la oferta.

La dimensión personas comprende las competencias del personal encargado de la negociación, la coordinación técnica y la atención al comprador. Procesos abarca la gestión de pedidos, el seguimiento de lotes, la documentación y las entregas. Evidencia física comprende muestras, empaques, fichas técnicas, registros de trazabilidad y certificados, cuando se obtengan y estén vigentes. Estos

elementos se proponen como medios para respaldar los atributos comunicados al cliente.

Por estas razones, las 7P’s ofrecen una estructura pertinente para organizar la propuesta comercial del proyecto. Su aplicación no demuestra por sí sola la aceptación del producto, la obtención de un precio premium ni la rentabilidad financiera, aspectos que requieren evidencia comercial y evaluación específica.

El modelo descrito en el Apéndice 3 demuestra que la vainilla deshidratada ecuatoriana posee una base sólida de competitividad fundamentada en el cumplimiento de las normativas de manufactura nacionales. La aplicación conjunta de estas estrategias permite estructurar una propuesta comercial coherente con las características de los mercados analizados y con las tendencias actuales de consumo observadas en Europa.

Además, las acciones planteadas contribuyen a sustentar los supuestos utilizados en la evaluación financiera del proyecto, particularmente aquellos relacionados con precios de venta, acceso a mercados especializados y generación de valor agregado. En consecuencia, la estrategia propuesta constituye un mecanismo viable para fortalecer el posicionamiento internacional de la vainilla deshidratada ecuatoriana y mejorar sus posibilidades de inserción competitiva en mercados europeos de alto valor.

Evaluación de factibilidad financiera de la comercialización de vainilla deshidratada en España, Alemania y Francia bajo los supuestos definidos a partir del análisis de mercado y de la estrategia comercial propuesta

La evaluación de factibilidad financiera constituye el eje central para determinar la viabilidad económica del plan de comercialización de vainilla deshidratada hacia España, Alemania y Francia.

En esta sección se analizan los principales componentes económicos del proyecto, considerando la proyección de ingresos en función de precios internacionales y demanda estimada, así como los costos asociados a la producción, procesamiento, logística y cumplimiento normativo. A partir de estos elementos, se construye el flujo de caja proyectado y se aplican indicadores financieros como el Valor Presente Neto (VPN), con el propósito de determinar si la iniciativa genera rentabilidad y resulta sostenible en el tiempo. Este análisis

permite sustentar, desde una perspectiva cuantitativa, la conveniencia de implementar la estrategia de exportación propuesta**.**

Definición de Componentes de Gasto

La evaluación financiera del proyecto se fundamenta en la identificación, clasificación y estimación de los costos asociados al cumplimiento de los requisitos técnicos, operativos y comerciales exigidos para la exportación de vainilla deshidratada hacia España, Alemania y Francia

La estructura de costos incorpora tanto gastos directos de producción y acondicionamiento, como costos regulatorios, logísticos y estratégicos derivados de las barreras de acceso identificadas previamente.

- Costos de Materia Prima y Aprovisionamiento:

Constituye el rubro variable de mayor incidencia en la estructura de costos. El aprovisionamiento se basa en la adquisición de vainilla en estado verde (insumo primario) directamente a asociaciones de productores locales. Para el cálculo presupuestario, se considera el factor de conversión técnico, donde el rendimiento promedio tras el proceso de curado es de aproximadamente 4:1 (cuatro unidades de vainilla verde por una de deshidratada tipo Gourmet), lo cual determina el costo real del inventario final.

- Costos de Transformación y Empaquetado (Outsourcing):

Bajo un modelo de optimización de activos fijos, se ha optado por la externalización (*maquila*) del proceso de deshidratación y estabilización del fruto. Este componente incluye:

- Servicio de Maquila de Curado: Pago por el tratamiento térmico y secado controlado para garantizar niveles de humedad entre el 20% y 30%.
- Acondicionamiento y Empaque: Adquisición de materiales que cumplen con la normativa de seguridad alimentaria de la Unión Europea, tales como envases al vacío de alta barrera y embalajes secundarios certificados para tránsito internacional.

- Gastos de Administración y Estructura Operativa: Representan los costos fijos necesarios para la sostenibilidad jurídica y comercial de la entidad exportadora en el territorio nacional. Se incluyen:
- Gestión de Infraestructura: Arrendamiento de oficinas administrativas y centros de acopio que cumplan con las certificaciones de Agrocalidad.

- Pasivos Laborales: Remuneraciones del personal administrativo y técnico, estructuradas bajo el régimen laboral vigente, incluyendo beneficios sociales y aportaciones patronales.
- Servicios y Mantenimiento: Suministros básicos y gastos recurrentes para la operatividad del negocio.
- Costos Logísticos y de Gestión Aduanera:
- Comprende todas las erogaciones necesarias para el desplazamiento de la mercancía desde el origen hasta el punto de entrega convenido en el mercado europeo (Incoterm seleccionado).
- Gestión Aduanera: Honorarios del agente de aduana y costos por la emisión de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE).
- Logística Nacional e Internacional: Tarifas de transporte terrestre interno, flete internacional (priorizando la vía marítima al ser un producto procesado y de alto valor) y primas de seguro de carga.
- Inversión en Estrategia de Mercadotecnia (Mix de las 7P’s):
- Gastos orientados a la generación de valor y posicionamiento en nichos de especialidad.
- Gestión de Producto y Procesos: Inversión en la obtención de sellos de certificación (Orgánico, Fair Trade) y sistemas de trazabilidad exigidos por la agenda de sostenibilidad europea.
- Promoción y Evidencia Física: Costos de diseño de identidad corporativa, envío de muestras comerciales y presupuesto para la participación en plataformas de promoción comercial internacional.

Los rubros fueron detallados y se encuentran en el apéndice 4 del presente documento. Estos poseen las siguientes consideraciones:

Infraestructura:

El valor estimado de USD 500 mensuales contempla el arrendamiento de un espacio destinado a oficinas administrativas y almacenamiento temporal del producto previo a exportación. La infraestructura debe cumplir condiciones mínimas de ventilación, control de humedad y manejo higiénico exigidas por la normativa sanitaria nacional y por los estándares internacionales de inocuidad alimentaria aplicables a productos vegetales deshidratados. Estas condiciones son

fundamentales para evitar procesos de rehidratación, proliferación microbiológica y pérdida de calidad organoléptica durante la etapa de preexportación.

Nómina:

El costo de $1,500.00 mensuales ha sido estimado con base en el Salario Básico Unificado (SBU) vigente y las tablas sectoriales aplicables al personal administrativo. Este valor incluye la carga patronal completa, incorporando beneficios sociales como décimos, fondos de reserva y aportes a la seguridad social, reflejando el costo real total para la empresa.

Compra de Materia Prima:

Se considera un costo promedio de adquisición de vainilla verde de USD 50 por kilogramo, valor construido a partir de referencias comerciales nacionales. Este costo refleja las condiciones actuales de mercado para vainilla de calidad exportable, considerando criterios de homogeneidad, contenido aromático y estabilidad de abastecimiento. Debido al factor de conversión técnico del proceso de curado y deshidratación, donde aproximadamente cuatro kilogramos de vainilla verde generan un kilogramo de vainilla deshidratada tipo gourmet, este rubro constituye el principal componente variable dentro de la estructura de costos del proyecto.

El costo del servicio de maquila se estima en USD 4 por kilogramo de vainilla verde ingresada al proceso. Este servicio contempla las etapas técnicas de escaldado, fermentación, secado, estabilización y acondicionamiento necesarias para alcanzar parámetros internacionales de calidad, particularmente niveles de humedad entre el 20% y 30%, requeridos para exportación hacia mercados europeos. La externalización del proceso permite reducir inversiones iniciales en activos fijos especializados, aunque incrementa la dependencia operativa de terceros dentro de la cadena de valor.

El costo de empaque especializado se estima en USD 1,20 por kilogramo procesado, incluyendo materiales de alta barrera, sellado al vacío y etiquetado conforme a las exigencias de trazabilidad y etiquetado establecidas por la Unión Europea. Este componente tiene un rol estratégico dentro de la conservación del producto, debido a que contribuye a mantener estabilidad aromática, humedad controlada y protección frente a contaminación durante el transporte internacional.

Gestión Aduanera y Logística:

La estructura logística contempla transporte marítimo consolidado LCL desde Guayaquil hasta Le Havre, Francia, vía Hamburgo, bajo la condición comercial CIF. El transporte terrestre interno se estima en USD 195 por operación. Para el flete marítimo se adopta, como supuesto del autor, un costo fijo de USD 115 por pallet utilizado de hasta 900 kg. Cada envío mensual de 25 kg asume la totalidad de ese importe. Este supuesto toma como referencia la cotización FTLGS-2025-1752, cuya tarifa original se expresa por unidad TN-CBM; su aplicación como precio fijo por pallet requiere confirmación del operador. El seguro y los demás servicios logísticos se presupuestan por separado.

Adicionalmente, los honorarios de agencia de aduana ascienden a aproximadamente USD 1.130 por operación, incluyendo coordinación documental, transmisión electrónica de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE), gestión de certificados complementarios y procesos de aforo aduanero. A esto se suma un costo referencial de USD 50 correspondiente al seguro internacional de carga, destinado a mitigar riesgos asociados a pérdida, contaminación o daño del producto durante el tránsito internacional.

Costos Regulatorios y Certificaciones:

Los costos regulatorios constituyen uno de los componentes más relevantes dentro de la estructura financiera del proyecto, debido a las exigencias sanitarias y técnicas establecidas por el mercado europeo. El Certificado Fitosanitario de Exportación emitido por Agrocalidad posee un costo de USD 67,61 para cargas de hasta 1.000 kg, mientras que el análisis multirresiduo de plaguicidas asciende a USD 263,91 por muestra analizada. Asimismo, el Certificado de Origen EUR.1 tiene un costo aproximado de USD 10 por documento emitido.

La estrategia de inserción comercial contempla la implementación de certificaciones orientadas a mercados especializados y segmentos gourmet de alto valor agregado. La certificación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), incluyendo inspecciones y adecuaciones operativas, presenta un costo aproximado de USD 964. Por su parte, la certificación orgánica nacional posee un costo referencial de USD 269,52, mientras que la certificación orgánica bajo Reglamento UE 2018/848 alcanza aproximadamente USD 1.500 anuales.

Si bien estas certificaciones incrementan los costos iniciales del proyecto, representan mecanismos estratégicos de diferenciación comercial, debido a que

permiten acceder a consumidores europeos con mayor disposición de pago por productos sostenibles, trazables y ambientalmente responsables.

Estimación de Ingresos

La estimación de ingresos constituye un componente central en la evaluación de la factibilidad financiera del plan de comercialización, ya que permite proyectar los flujos de caja en función de variables clave como el precio internacional y el volumen exportado. En este contexto, el precio de la vainilla deshidratada presenta una alta variabilidad, determinada por factores como la calidad del producto, el grado de procesamiento, las certificaciones y las condiciones del mercado internacional.

Con el fin de establecer parámetros realistas para la modelación financiera, se analiza en primera instancia la evolución reciente de los precios internacionales reportados por plataformas especializadas en comercio agroalimentario.

Tabla 2
Reporte de precios de exportación de Vainilla deshidratada

Año	Precio bajo USD/kg	Precio Alto USD/kg	Precio promedio USD/Kg	% Crecimiento
2024	81.23	190.55	135.89	37.4%
2023	55	142.86	98.93	-25.7%
2022	51.3	215	133.15	-

Fuente: Plataforma de inteligencia de mercados Tridge, 2026.
Elaborado por: Autor, 2026.

Los datos evidencian que el mercado internacional de la vainilla presenta una elevada volatilidad en sus precios, con una amplitud significativa entre valores mínimos y máximos en cada período analizado. En particular, durante 2024 se observa una recuperación del precio promedio hasta USD 135.89/kg, luego de una contracción en 2023, lo cual refleja un proceso de ajuste del mercado tras períodos de sobreoferta y correcciones en la demanda global.

Asimismo, la dispersión entre el precio bajo (USD 81.23/kg) y el alto (USD 190.55/kg) pone de manifiesto la existencia de una segmentación estructural del mercado, donde coexisten productos estándar orientados a la industria con vainilla de calidad gourmet destinada a nichos especializados de alto valor.

Esta heterogeneidad resulta clave para la definición de estrategias comerciales, ya que el posicionamiento del producto incide directamente en el nivel de ingresos potenciales. Con el objetivo de complementar el análisis macro de precios internacionales, se incorporan datos provenientes de ofertas reales de exportadores ecuatorianos en plataformas de comercio internacional, lo cual permite aproximar de manera más precisa el comportamiento del precio en operaciones B2B.

Tabla 3

Reporte de precios de exportación de Vainilla deshidratada de exportadores ecuatorianos en portales web

Precio ref. (USD/kg)	Tipo de vainilla	Portal web
90	Estándar exportación	Go4WorldBusiness
100	Estándar FOB referencial	EXIMNext
117	Gourmet	Globy
120 – 150	Premium (vainas largas)	Go4WorldBusiness
290 – 300	Orgánico premium	Go4WorldBusiness

Fuente: Consulta web, 2026. Elaborado por: Autor, 2026

La evidencia empírica proveniente de exportadores ecuatorianos confirma la existencia de una estructura de precios segmentada en función de la calidad del producto y su posicionamiento comercial. En términos generales, los precios más frecuentes se concentran en un rango entre USD 90 y USD 150/kg, correspondiente a vainilla estándar y de calidad intermedia, que constituye el segmento predominante en las exportaciones actuales del país.

Por otro lado, los precios superiores a USD 200/kg se asocian a productos diferenciados, generalmente vinculados a certificaciones orgánicas, comercio justo o características premium, orientados a nichos específicos del mercado europeo. No obstante, estos segmentos presentan menores volúmenes de comercialización y mayores exigencias en términos de calidad, trazabilidad y cumplimiento normativo.

En síntesis, los resultados evidenciaron que el Ecuador participa principalmente en segmentos de valor medio dentro del mercado internacional de vainilla, lo que sugiere oportunidades para incrementar la captura de valor mediante estrategias de diferenciación, certificación y posicionamiento en nichos

gourmet. Los precios observados en fuentes internacionales y portales de exportadores ecuatorianos sirvieron como referencia para estructurar los escenarios financieros del estudio.

No obstante, el escenario base del proyecto consideró un precio estimado de USD 500 por kilogramo como supuesto de posicionamiento premium. Este valor supera las referencias de USD 90 a 300/kg recopilados en la tabla 3 y no corresponde a un precio promedio observado ni a una cotización confirmada de un comprador. Su obtención se plantea como una condición comercial objetivo, vinculada a una propuesta de diferenciación por calidad, trazabilidad y certificaciones. En consecuencia, los resultados financieros derivados de este supuesto quedan condicionados a su validación comercial y deben interpretarse junto con los escenarios de precios inferiores.

Análisis de Factibilidad Financiera

Como supuesto base, se establece la adquisición mensual de 100 kilogramos de vainilla verde, materia prima que posteriormente atraviesa procesos de curado, fermentación y deshidratación. Debido a la pérdida de humedad inherente al procesamiento, se considera un factor técnico de conversión aproximado de 4:1, donde cuatro kilogramos de vainilla verde permiten obtener un kilogramo de vainilla deshidratada exportable. Bajo este criterio, el volumen mensual proyectado de producción comercializable corresponde a 25 kilogramos de vainilla gourmet deshidratada.

Asimismo, el modelo incorpora un período de maduración operativa de seis meses entre la adquisición de la materia prima y la obtención del producto final listo para exportación. Este desfase responde a los tiempos requeridos para alcanzar parámetros óptimos de humedad, estabilización aromática y acondicionamiento comercial exigidos por compradores internacionales. En consecuencia, el proyecto presenta una necesidad significativa de capital de trabajo durante las etapas iniciales de operación, debido a la inmovilización temporal del inventario.

En relación con el precio de comercialización, se establece un valor proyectado de USD 500 por kilogramo de vainilla deshidratada exportable. Este precio responde al posicionamiento esperado del producto dentro de nichos gourmet y especializados del mercado europeo, caracterizados por una alta

disposición de pago hacia productos naturales, certificados y trazables. La proyección considera además la incorporación de certificaciones como Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), certificación orgánica nacional y certificación orgánica bajo Reglamento UE 2018/848, elementos que fortalecen la percepción de calidad y sostenibilidad del producto frente a compradores internacionales.

Bajo estos supuestos, el proyecto alcanzaría ingresos brutos mensuales aproximados de USD 12.500, equivalentes a USD 150.000 anuales (con excepción del primero año debido al periodo de producción de la vainilla deshidratada, el cuál es de 6 meses, generando USD 75.000 anuales) dada la comercialización de 25 kilogramos mensuales de vainilla deshidratada a un precio unitario de USD 500 por kilogramo, exceptuando el año 0 en el que no se reciben ingresos por operación debido a que no se están realizando operaciones por venta.

Tabla 4
Estimación de Ingresos

Rubro General	Componente / Trámite	Costo Actualizado (USD)	Valor Mensual	Total Año 1	Total Año 2,3,4,…
Ingresos	Venta de vainilla deshidratada	USD 500 por Kg	$12.500	$75.000	$150.000
Total Ingresos			$12.500	$75.000	$150.000

Fuente: Autor, 2026. Elaborado por: Autor, 2026.

La estructura de costos del proyecto integró información obtenida mediante entrevistas a expertos, fuentes oficiales nacionales y referencias técnicas vinculadas al comercio agroexportador hacia la Unión Europea. Los componentes considerados respondieron tanto a las necesidades operativas de producción y exportación como al cumplimiento de requisitos regulatorios, sanitarios y comerciales exigidos para la inserción del producto en mercados especializados europeos.

Los costos mensuales corresponden principalmente a actividades recurrentes necesarias para sostener el abastecimiento, procesamiento y control operativo del producto. En este contexto, la compra mensual de 100 kg de vainilla verde representa el principal componente variable del modelo, con un costo aproximado de USD 5.000 mensuales, considerando un precio promedio de USD 50 por kilogramo.

A esto se suman los costos asociados al servicio de curado y deshidratación mediante maquila (USD 400 mensuales), transporte terrestre interno (USD 195), arrendamiento de infraestructura (USD 500 mensuales) y gestión técnica y control de calidad (USD 1.500 mensuales), este último vinculado a trazabilidad, registros documentales y cumplimiento sanitario.

Asimismo, el proyecto incorpora costos operativos asociados a empaque especializado y logística internacional. El empaque al vacío de alta barrera presenta un costo estimado de USD 1,20 por kilogramo procesado, permitiendo mantener estabilidad aromática y control de humedad durante el transporte internacional, sobre los 25kg de producto final obtenido luego del proceso de deshidratación.

En términos logísticos, cada envío mensual se presupuesta con USD 115 de flete marítimo para la ruta Guayaquil–Le Havre, vía Hamburgo, USD 50 de seguro estimado y USD 1.130 por servicios documentales, aduaneros y portuarios. El transporte interno se registra por separado con un costo estimado de USD 195. La operación se plantea bajo la condición CIF Le Havre. Los importes constituyen una adaptación presupuestaria de la cotización de referencia al envío previsto de 25 kg.

Por otra parte, los costos relacionados con certificaciones y posicionamiento comercial presentan una naturaleza anual o de inversión periódica, debido a que no corresponden a gastos operativos recurrentes mensuales, sino a procesos de auditoría, renovación y fortalecimiento estratégico del producto dentro de mercados gourmet europeos.

Para la elaboración del flujo de caja, se estimaron USD 964 para la certificación BPM, USD 269,52 para la certificación orgánica nacional y USD 1.500 para la certificación orgánica bajo el Reglamento UE 2018/848. Estos importes se presupuestaron inicialmente y se mantuvieron como estimaciones de renovación anual durante el horizonte evaluado. Asimismo, se asignaron USD 500 para el desarrollo inicial de identidad corporativa y trazabilidad digital, y un importe equivalente en los años posteriores por servicios de actualización de marketing. En conjunto, estos conceptos representan USD 3.233,52 anuales, registrados en los meses 1, 13, 25, 37 y 49. La periodicidad y los valores de renovación constituyen supuestos presupuestarios del modelo y deberán confirmarse con los proveedores correspondientes.

Finalmente, los costos regulatorios y de exportación fueron incorporados a partir del séptimo mes del flujo financiero, debido a que el proceso de curado y deshidratación requiere aproximadamente seis meses para obtener vainilla gourmet exportable.

En consecuencia, costos como el Certificado Fitosanitario de Exportación (USD 67,61), análisis multirresiduo de plaguicidas (USD 263,91), Certificado de Origen EUR.1 (USD 10) y demás gastos vinculados a exportación internacional únicamente se generan cuando el producto alcanza condiciones técnicas aptas para comercialización en España, Alemania y Francia. Esta estructura temporal refleja la naturaleza real de la cadena de valor de la vainilla gourmet, caracterizada por ciclos productivos prolongados, alta necesidad de capital de trabajo y fuerte dependencia de estándares técnicos y comerciales internacionales.

Tabla 5
Estimación de Costos por Tipo y Frecuencia

Rubro General	Valor Mensual	Total Anual
Costos Mensuales	$7.530	$90.360
Costos Regulatorios y Logísticos	$1.832	$21.978
Inversión en Marketing y Certificaciones	-	$3.234

Fuente: Autor, 2026. Elaborado por: Autor, 2026.

Los costos detallados en la tabla 5 corresponden a un mes de operación, así como a un año completo de operación. Adicionalmente, la operación exportadora propuesta requiere una inversión inicial significativa destinada a cubrir capital de trabajo, adquisición de materia prima, costos operativos, certificaciones, adecuaciones técnicas y sostenimiento de la operación durante el período de maduración del producto. Debido a que el proceso de curado y deshidratación de la vainilla requiere aproximadamente seis meses antes de alcanzar condiciones aptas para exportación, el proyecto presenta un desfase temporal considerable entre egresos operativos e ingresos comerciales.

El financiamiento se modeló a partir de una simulación de crédito de BanEcuador realizada el 25 de mayo de 2026, para capital de trabajo del segmento PYME. Se consideró un monto de USD 120.000, una tasa nominal y efectiva anual del 10,03 % y un plazo de tres años, con cuotas anuales fijas de USD 48.279,26. Estas condiciones constituyen una referencia para la proyección financiera y no

representan una aprobación crediticia. El modelo contempla el desembolso al inicio y el primer pago al finalizar el mes 12, conforme a la periodicidad anual simulada.

Figura 2
Simulación de Crédito para Pymes



BanEcuador

Detalle Simulación de Crédito

Tipo	*PYME*		
Destino	*Capital de Trabajo*	***Tasa Nominal(%)***	*10.03*
Sector Económico	*N/A*	***Tasa Efectiva(%)***	*10.03*
Facilidad	*Pequeña y Mediana Empresa*	***Monto(USD)***	*120,000.00*
Tipo Amortización	*Cuota Fija*	***Plazo(Años)***	*3*
Forma de Pago	*Anual*	***Fecha Simulación***	*2026-05-25*

Recuerda: *Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.*

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	120000.00			
1	83756.74	36243.26	12036.00	48279.26
2	43878.27	39878.46	8400.80	48279.26
3	0.00	43878.27	4400.99	48279.26

Fuente: BanEcuador, (2026).

La estructura del financiamiento permite sostener la operación durante las etapas iniciales de procesamiento y maduración del producto, mitigando restricciones de liquidez derivadas de la naturaleza prolongada del ciclo productivo de la vainilla gourmet. Asimismo, la periodicidad anual de pago resulta compatible con la dinámica operativa del proyecto, debido a que reduce presión financiera mensual y facilita la consolidación progresiva de ingresos provenientes de exportación.

Desde una perspectiva estratégica, el financiamiento no solo cubre necesidades operativas inmediatas, sino que actúa como mecanismo de soporte para la consolidación de una cadena exportadora especializada basada en diferenciación, certificaciones y acceso a segmentos premium del mercado europeo.

El flujo de caja financiero del proyecto fue elaborado con el objetivo de evaluar la viabilidad económica de la exportación de vainilla deshidratada hacia España, Alemania y Francia bajo un esquema de operación apalancada mediante financiamiento externo. Para ello, se incorporó un crédito productivo de USD 120.000 destinado a cubrir capital de trabajo, costos operativos iniciales, certificaciones, logística y adecuaciones necesarias para el inicio de la operación exportadora.

El modelo considera un período estimado de seis meses para el curado y la deshidratación de la vainilla. Durante los meses 1 a 6 del primer año se registran los desembolsos de abastecimiento, procesamiento y administración, mientras que las ventas comienzan en el mes 7. El momento 0 corresponde al desembolso del préstamo de USD 120.000 y no representa un año adicional de operación.

El flujo con financiamiento incorpora los pagos de capital e intereses mediante cuotas anuales al finalizar los meses 12, 24 y 36. Su análisis permite evaluar la disponibilidad de efectivo y la capacidad de atender las obligaciones crediticias durante el horizonte de cinco años. La rentabilidad del proyecto se evalúa por separado mediante el VAN y la TIR calculados sobre el flujo sin financiamiento.

Tabla 6
Flujo de Caja del Proyecto

Rubro General	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	-	$75.000	$150.000	$150.000	$150.000	$150.000
Costos Mensuales	-	$90.180	$90.360	$90.360	$90.360	$90.360
Costos Regulatorios y Logísticos	-	$10.989	$21.978	$21.978	$21.978	$21.978
Inversión en Marketing y Certificaciones	-	$3.234	$3.234	$3.234	$3.234	$3.234
Préstamo	$120.000					
Capital Pagado		$36.243	$39.878	$43.878		
Intereses		$12.036	$8.400	$4.400		
Flujo de Caja sin Financiamiento	-	-$29.402	$34.428	$34.428	$34.428	$34.428
Flujo de Caja Con Financiamiento	$120.000	-$77.681	-$13.851	-$13.851	$34.428	$34.428

Fuente: Autor, 2026. Elaborado por: Autor, 2026.

Los resultados obtenidos a través del flujo de caja financiero evidencian que el proyecto presenta viabilidad económica bajo un esquema de comercialización

orientado a segmentos gourmet y especializados. A pesar de que durante los tres primeros años se observa presión financiera derivada de las obligaciones crediticias y de la elevada necesidad de capital de trabajo asociada al ciclo de maduración de la vainilla, el proyecto logra estabilizar su operación y generar flujos positivos sostenidos a partir del cuarto año.

Tabla 7
Indicadores de Evaluación del Proyecto

Indicador	Valor
Tasa	10,03%
VAN	$73.651,84
TIR	76,48%

Fuente: Autor, 2026. Elaborado por: Autor, 2026.

Con una tasa anual referencial de descuento del 10,03 %, el flujo del proyecto sin financiamiento presentó un VAN de USD 73.651,84 y una TIR efectiva anual del 76,48 %. Estos resultados indican una rentabilidad favorable bajo los supuestos del modelo, antes de impuestos, especialmente el precio estimado de USD 500/kg, los costos presupuestados y el rendimiento productivo previsto. Sin embargo, no demuestran que las certificaciones o la diferenciación comercial garanticen ese precio o causen una mayor rentabilidad. La factibilidad estimada queda condicionada a la validación comercial y operativa de dichos supuestos, mientras que la disponibilidad de efectivo para atender el préstamo se analiza mediante el flujo con financiamiento.

Análisis de Escenarios

Considerando la volatilidad que caracteriza al mercado internacional de la vainilla y la incidencia que las variaciones del precio de comercialización pueden ejercer sobre la rentabilidad del proyecto, se desarrolló un análisis de sensibilidad.

Se evaluaron tres escenarios para examinar el comportamiento financiero del proyecto ante distintas condiciones de abastecimiento, costos, precio de venta y rendimiento productivo. El análisis modificó simultáneamente determinados supuestos operativos, manteniendo el horizonte de cinco años, el inicio de ventas en el mes 7 y las condiciones del préstamo simulado. Para calcular el VAN del proyecto sin financiamiento se utilizó una tasa anual referencial del 10,03 %, convertida a su equivalente mensual.

En el escenario pesimista se supuso una restricción de abastecimiento que redujo las compras mensuales de vainilla verde de 100 a 50 kg y elevó su costo de USD 50 a USD 100/kg. Se mantuvieron el rendimiento del 25%, la maquila de USD 4/kg de materia prima y el precio de venta de USD 500/kg. Estas condiciones representan una situación desfavorable por la menor disponibilidad y el encarecimiento de la materia prima.

En el escenario medio se adoptó un precio de venta de USD 425/kg como supuesto alternativo al precio base de USD 500/kg. Se mantuvieron las compras de 100 kg mensuales, el costo de materia prima de USD 50/kg, el rendimiento del 25 % y la maquila de USD 4/kg.

En el escenario optimista se mantuvo el precio de venta de USD 425/kg y se supuso una mejora del rendimiento del 25% al 30%, acompañada de un incremento de la maquila de USD 4 a USD 8/kg de materia prima. Las compras permanecieron en 100 kg mensuales a USD 50/kg. La mejora del rendimiento y el mayor costo de procesamiento constituyen supuestos conjuntos del escenario; no se considera demostrada una relación causal entre ambos.

Tabla 8
Análisis de Escenarios

Indicador	Escenario pesimista	Escenario medio	Escenario optimista
Precio de venta por kg	USD 500,00	USD 425,00	USD 425,00
Cantidad comercializada anual	150 kg	300 kg	360 kg
Ingresos anuales	USD 75.000,00	USD 127.500,00	USD153.000,00
VAN, tasa 10,03%	USD -176.674,88	USD -4.484,19	USD 64.816,69
Evaluación	No viable	No Viable	Viable

Nota: Los volúmenes e ingresos anuales corresponden a un año completo de comercialización; el primer año tiene ventas desde el mes 7.
Fuente: Autor, 2026. Elaborado por: Autor, 2026.

El escenario pesimista presenta un VAN negativo, por lo que no satisface el criterio de rentabilidad utilizado. De igual forma, el escenario medio obtiene un VAN

negativo de USD 4.484,19. El escenario optimista alcanza un VAN de USD 64.816,69 y mantiene un saldo de efectivo positivo durante el horizonte evaluado.

Los resultados están condicionados al cumplimiento de los supuestos y al alcance del modelo, calculado antes de impuestos. Dado que los escenarios modifican varias condiciones simultáneamente, sus diferencias no permiten atribuir los cambios de rentabilidad exclusivamente al precio, al rendimiento o al costo de procesamiento.

La comparación entre escenarios mostró que los resultados financieros del proyecto dependen de la combinación del precio de venta, la disponibilidad y el costo de la materia prima, el rendimiento del procesamiento y el volumen comercializado. El escenario pesimista presentó un VAN negativo pese a mantener un precio de venta de USD 500/kg, debido a la reducción del abastecimiento y al encarecimiento de la vainilla verde. Por tanto, alcanzar un precio elevado no garantiza por sí solo la rentabilidad. Asimismo, el VAN negativo del escenario medio evidencia la necesidad de evaluar tanto la rentabilidad del proyecto como su capacidad para atender las obligaciones financieras.

Análisis del Punto de Equilibrio

Complementariamente, se determinó el punto de equilibrio con el propósito de identificar el nivel mínimo de comercialización necesario para que los ingresos cubran los costos del proyecto.

De acuerdo con la estructura del flujo de caja, los costos operativos anuales ascienden aproximadamente a USD 115.571,76, conformados por USD 90.360 correspondientes a costos productivos y administrativos recurrentes, USD 21.978,24 de costos regulatorios y logísticos y USD 3.233,52 asociados a marketing y certificaciones. Considerando una capacidad de comercialización de 300 kg anuales, el precio de equilibrio operativo se determina mediante la relación:

Precio de equilibrio = Costos operativos anuales / Kilogramos comercializados

Precio de equilibrio = USD 115.571,76 / 300 kg

Precio de equilibrio = USD 385,24 por kg

Esto significa que, manteniendo el volumen de producción previsto, la empresa requiere comercializar la vainilla deshidratada a un precio promedio mínimo aproximado de USD 385,24 por kilogramo para cubrir sus costos operativos, sin considerar las obligaciones derivadas del financiamiento.

5. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en la presente investigación evidencian que Francia, Alemania y España constituyen mercados con potencial para la comercialización de vainilla deshidratada ecuatoriana, debido a la existencia de una demanda consolidada de ingredientes naturales utilizados en las industrias alimentaria, gastronómica y cosmética.

Este hallazgo coincide con lo señalado por Ballesteros Pacheco y Pazmiño Riera (2021), quienes identifican a la Unión Europea como un destino atractivo para productos derivados de vainilla, debido al crecimiento sostenido de la demanda y a la preferencia de los consumidores por ingredientes naturales frente a sustitutos sintéticos. Asimismo, los resultados guardan relación con lo expuesto por Calvopiña Granizo (2025), quien concluye que la viabilidad comercial de la vainilla amazónica ecuatoriana depende de la capacidad de insertarse en mercados internacionales especializados donde exista disposición a pagar precios superiores por productos diferenciados.

Sin embargo, los resultados de esta investigación permiten ampliar dichos planteamientos al evidenciar que las oportunidades comerciales no son homogéneas dentro del mercado europeo. Mientras Francia presenta una fuerte vinculación con el consumo de productos gourmet, Alemania muestra una mayor orientación hacia atributos relacionados con sostenibilidad y certificaciones, y España se posiciona como una plataforma estratégica para la distribución comercial dentro de Europa. En este sentido, el análisis desarrollado aporta una visión más específica sobre las particularidades de cada mercado objetivo, permitiendo diseñar estrategias comerciales más precisas.

Respecto a los requisitos técnicos, normativos y logísticos, la investigación determinó que el acceso al mercado europeo se encuentra condicionado por el cumplimiento de estándares relacionados con calidad, trazabilidad, inocuidad y documentación de exportación. Estos resultados coinciden con los planteamientos de Ballesteros Pacheco y Pazmiño Riera (2021), quienes identifican que las principales limitaciones para el ingreso competitivo de la vainilla a la Unión Europea están asociadas al cumplimiento de regulaciones y certificaciones internacionales.

De igual manera, los hallazgos son consistentes con lo señalado por Moncayo Palchisaca (2024), quien destaca que la estandarización de procesos de

beneficiado y el cumplimiento de parámetros de calidad constituyen factores determinantes para la aceptación comercial del producto en mercados especializados. No obstante, un resultado relevante de la presente investigación es que las principales limitaciones identificadas no corresponden a barreras extraordinarias o restricciones comerciales excepcionales, sino a la capacidad de los actores productivos para cumplir de manera consistente los estándares exigidos por el mercado.

En relación con los antecedentes citados, el análisis permite reconocer la calidad, la trazabilidad y la organización comercial como aspectos relevantes para la propuesta exportadora. No obstante, el estudio no permite establecer que estos factores internos tengan mayor influencia que las condiciones externas del mercado. La factibilidad del proyecto debe interpretarse considerando conjuntamente los requisitos de acceso, las condiciones de compra y los supuestos productivos, logísticos y financieros utilizados.

En relación con la estrategia de comercialización internacional, los resultados obtenidos permitieron desarrollar una propuesta basada en el posicionamiento de la vainilla deshidratada ecuatoriana como un producto gourmet premium sustentado en atributos de calidad, sostenibilidad, trazabilidad y diferenciación de origen.

Este resultado coincide con Rodríguez-Sánchez et al. (2024), quienes concluyen que los derivados de vainilla amazónica presentan mayores oportunidades comerciales cuando se orientan a segmentos especializados y construyen propuestas de valor diferenciadas.

Del mismo modo, los resultados son consistentes con los planteamientos de Calvopiña Granizo (2025), quien sostiene que la competitividad internacional de la vainilla ecuatoriana depende de la construcción de ventajas asociadas a calidad y diferenciación más que a estrategias basadas exclusivamente en precio. Flanagan (2026) refuerza este enfoque al señalar que la segmentación por origen, variedad y certificaciones puede permitir la captura de mayores márgenes en segmentos premium y contribuir al acceso a mercados especializados.

Sin embargo, la presente investigación amplía dichos enfoques al incorporar una estrategia integral basada en las 7P’s del marketing internacional, articulando elementos relacionados con producto, precio, distribución, promoción, personas, procesos y evidencia física. En este sentido, se evidenció que la diferenciación por

sí sola podría resultar insuficiente para sostener ventajas competitivas en mercados internacionales altamente especializados, siendo necesario complementarla con mecanismos de posicionamiento, promoción internacional, fortalecimiento de canales de comercialización y construcción de relaciones comerciales de largo plazo.

La evaluación financiera presentó condiciones favorables de rentabilidad para el escenario base, bajo los supuestos establecidos en el modelo. Este resultado coincide de manera condicionada con lo señalado por (2025), quien identifica posibilidades de sostenibilidad económica en proyectos de producción y exportación de vainilla amazónica orientados a mercados especializados. Sin embargo, en la presente investigación el precio estimado de USD 500/kg supera las referencias recopiladas en la tabla 3. Por ello, la coincidencia no valida directamente ese precio ni permite generalizar la factibilidad a condiciones comerciales distintas de las evaluadas.

Asimismo, los resultados guardan relación con lo planteado por Rodríguez-Sánchez et al. (2024), acerca de la importancia de articular producción, transformación y comercialización para desarrollar oportunidades comerciales en productos derivados de vainilla. En el escenario pesimista, el mantenimiento de un precio de USD 500/kg no compensó la reducción del abastecimiento y el aumento del costo de la materia prima. Este resultado muestra, dentro del modelo, que la propuesta comercial necesita acompañarse de condiciones productivas y de suministro compatibles con los ingresos esperados.

Por su parte, el escenario optimista obtuvo un VAN favorable con un precio de USD 425/kg, al combinar un mayor rendimiento con un incremento del costo de maquila. Este resultado es compatible con el énfasis de los estudios citados en la transformación y la diferenciación del producto, aunque no demuestra que las certificaciones o el posicionamiento comercial causen una mayor rentabilidad. Como los escenarios modificaron varios factores simultáneamente, no es posible establecer la contribución individual de cada uno ni afirmar que la estrategia comercial sea más determinante que el volumen o el rendimiento.

La evaluación también incorporó una distinción entre rentabilidad y liquidez que complementa la comparación con estos antecedentes. El escenario medio presentó un VAN negativo, pero una TIR positiva con el financiamiento previsto. En el escenario base, los saldos permanecieron positivos mediante la

conservación de parte del préstamo para completar las cuotas. En consecuencia, las oportunidades económicas descritas en la literatura deben contrastarse, para esta propuesta, tanto con los resultados de rentabilidad como con el calendario de cobros y pagos y las condiciones efectivas de financiamiento.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

La comparación de los tres mercados preseleccionados mostró que Francia concentró el mayor valor acumulado de importaciones de vainilla durante 2020–2024, seguida de Alemania y España. Estos resultados permiten establecer diferencias en la dimensión comercial de los destinos analizados, pero no determinar cuáles son los mercados con mayor potencial dentro del conjunto de Europa. La priorización comercial requiere considerar, además del valor importado, los requisitos de acceso, los costos logísticos y las condiciones de compra que pueda alcanzar el proyecto.

Respecto de los requisitos de acceso, se determinó que la exportación hacia los mercados seleccionados exige el cumplimiento articulado de condiciones sanitarias, fitosanitarias, técnicas, documentales, logísticas y de trazabilidad. La estandarización del producto, la consistencia documental y las certificaciones aplicables se identificaron como elementos indispensables para reducir riesgos operativos y sostener la inserción competitiva en segmentos de alto valor.

En cuanto a la estrategia de comercialización, se estableció un posicionamiento de la vainilla deshidratada ecuatoriana como producto gourmet premium, diferenciado por calidad, origen, sostenibilidad y trazabilidad. La aplicación del enfoque ampliado de marketing 7P’s permitió articular producto, precio, plaza, promoción, personas, procesos y evidencia física en una propuesta orientada principalmente a compradores empresariales especializados y canales B2B.

La evaluación financiera del escenario base, con un precio estimado de USD 500/kg y ventas desde el mes 7, presentó un VAN de USD 73.651,84 a una tasa anual referencial del 10,03 % y una TIR efectiva anual del 76,48%, calculados sobre el flujo mensual sin financiamiento. Estos resultados indican condiciones favorables de rentabilidad bajo los supuestos del modelo, antes de impuestos, y están sujetos a la validación comercial del precio, los costos y el rendimiento productivo.

El flujo con financiamiento mostró que el préstamo simulado de USD 120.000 permite mantener saldos de efectivo positivos durante el horizonte evaluado. Sin embargo, el flujo generado por la operación no cubre por sí solo las

cuotas de los tres primeros años, por lo que su pago requiere utilizar parte de los recursos recibidos del préstamo. En consecuencia, la liquidez depende de conservar esa reserva y cumplir el calendario previsto de cobros y pagos.

La comparación de escenarios confirmó que los resultados cambian según las condiciones de abastecimiento, costos, rendimiento y precio. El escenario pesimista presentó un VAN negativo, así como el escenario medio. Por tanto, la conclusión de factibilidad debe considerar conjuntamente la rentabilidad y la disponibilidad de recursos para atender las obligaciones, sin atribuir los resultados exclusivamente al posicionamiento comercial o a las certificaciones propuestas.

6.2 Recomendaciones

Se recomienda concentrar la fase inicial de prospección comercial en Francia, Alemania y España, utilizando criterios de priorización diferenciados para cada mercado y validando periódicamente la evolución de demanda, precios y canales de compra antes de ampliar la estrategia hacia nuevos destinos.

Se recomienda implementar un sistema documentado de cumplimiento para los requisitos sanitarios, fitosanitarios, técnicos, logísticos y de trazabilidad identificados, incorporando controles de calidad, responsables definidos y verificación previa de la documentación de exportación para reducir riesgos de retrasos, inspecciones o rechazos.

Se recomienda ejecutar de forma gradual la estrategia de comercialización basada en las 7P’s, priorizando la estandarización del producto, la trazabilidad, las certificaciones pertinentes, el desarrollo de canales B2B y una comunicación comercial centrada en calidad, sostenibilidad, origen y diferenciación.

Se recomienda validar y actualizar los supuestos financieros antes de la implementación, especialmente precio de venta, costos de materia prima, maquila, logística y financiamiento, y mantener análisis de sensibilidad periódicos. La decisión de inversión debería condicionarse a la capacidad de alcanzar un precio compatible con el segmento premium y con el punto de equilibrio calculado para la operación.

BIBLIOGRAFÍA

Adamiv, M., Mykytiuk, R., Bobyliak, R., & Kozak, Y. (2024). Diversification of export activities: Essence, purpose and state in Ukraine. *Economics Finances Law*, 68-72.

Alcívar, N. (2025). Comercialización en el mercado suizo para la vainilla ecuatoriana. *Pontifica Universidad Católica del Ecuador*.

Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Registro Oficial.* Constitución de la República del Ecuador.

Asamblea Nacional del Ecuador. (2010). *Registro Oficial Suplemento No. 351.* Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI).

Ayala Grefa, J. B. (2020). Evaluación de la temperatura en el tiempo de curado de la vainilla (Vanilla odorata). *Universidad Estatal Amazónica*.

Ballesteros Pacheco, M. A., & Pazmiño Riera, S. A. (2021). Potencial exportable de vainilla de la subpartida arancelaria 09051000 hacia la Unión Europea en el periodo 2015–2019. *Universidad de las Fuerzas Armadas*.

Banco Central del Ecuador. (2025). *Evolución de la economía ecuatoriana 2024 y perspectivas 2025.* Banco Central del Ecuador.

Calvopiña Granizo, D. S. (2025). Plan de negocios para la producción y exportación del cultivo de vainilla (Vanilla odorata) sembrado en Pastaza. *Universidad Técnica Particular de Loja*.

CBI. (2 de Mayo de 2023). *The European market potential for vanilla. CBI Ministry of Foreign Affairs*. CBI Vanilla Market Potential: https://www.cbi.eu/market-information/spices-herbs/vanilla/market-potential?utm_source=chatgpt.com

CBI. (14 de Enero de 2026). *The European market potential for vanilla extract*. CBI Ministry of Foreign Affair: https://www.cbi.eu/market-information/natural-food-additives/vanilla-extract/market-potential?utm_source=chatgpt.com

Chartered Institute of Marketing. (2026). *The 7 Ps of marketing*. Chartered Institute of Marketing: https://www.cim.co.uk/content-insights/articles/the-7ps-of-marketing/

Chiriboga, J. D. (2023). Evaluación del cultivo de la vainilla ante el uso de tres productos orgánicos bajo el sistema de casa malla. *Universidad Católica Santiago de Guayaquil*.

Dahlquist, J., & Knight, R. (2022). *Principles of finance.* OpenStax. https://doi.org/https://openstax.org/details/books/principles-finance

Deng, Z., Ma, X., & Zhu, Z. (2021). Transactional dependence and technological upgrading in global value chains. *Journal of Management Studies*, 390-416.

EKOS. (2024). La vainilla ecuatoriana conquista mercados internacionales. *Guía de Negocios: EKOS*.

El Oriente. (2022). La vainilla ecuatoriana tuvo un 'boom' de exportaciones en 2021. *El Oriente*.

Etheredge, C., Waliczek, T., & DelPrince, J. (2024). Demographic differences in United States consumers' perceptions and willingness to pay for sustainable environmental practices in the floral industry. *HortTechnology*, 27-51.

Flanagan, N. S. (2026). Evaluación del mercado de la vainilla natural y su potencial en Ecuador. *Andreettana*, 32-39.

Future Market Insights. (2026). *Demand for Vanilla Bean in EU: Global Market Analysis and Industry Forecast, 2026-2036.* Future Market Insights.

García-Lemos, D. (2025). Estudio de mercado para la comercialización de vainilla ecuatoriana en el mercado Alemán. *Pontífica Universidad Católica del Ecuador*.

Gbegbelegbe, S., Chikoye, D. A., Kyei-Boahen, S., & Chigeza, G. (2024). Strategic foresight analysis of droughts in southern Africa and implications for food security. *Frontiers in Sustainable Food Systems*.

Gérard, M. (2025). Coffee, cocoa, vanilla: The severe social and environmental impacts of foods imported to France. *Le Monde*.

Gereffi, G. (2018). Global value chains and international trade. *SAGE Publications*.

Gereffi, G., & Lee, J. (2021). Global value chains, rising power firms and economic and social upgrading. *Critical Perspectives on International Business*, 35-60.

Golini, R., Marchi, V., Boffelli, A., & Kalchschmidt, M. (2018). Which governance structures drive economic, environmental, and social upgrading? A quantitative analysis in the assembly industries. *International Journal of Production Economics*, 13-23.

González-Andrade, F., López-Pulles, R., & Estévez, E. (2010). Acute pesticide poisoning in Ecuador: A short epidemiological report. *Journal of Public Health*, 437-442.

Haro-Sosa, G., Moliner-Velasquez, B., Gil-Saura, I., & Fuentes-Blasco, M. (2024). Motivations toward Electronic Word-of-Mouth Sending Behavior Regarding Restaurant Experiences in the Millennial Generation. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*.

Hasanov, F., & Razek, N. (2023). Oil and non-oil determinants of Saudi Arabia's international competitiveness: Historical analysis and policy simulations. *Sustainability*, 9011.

Hasanov, F., Javid, M., & Joutz, F. (2022). Saudi non-oil exports before and after COVID-19: Historical impacts of determinants and scenario analysis. *Sustainability*, 2379.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación.* McGraw-Hill Education.

Herrera-Franco, G. S., Escandón-Panchana, P., Caicedo-Potosí, J., Jaya-Montalvo, M., & Mendoza, J. (2023). Analysis of scientific contributions to agricultural development and food security in Ecuador. *International Journal of Design & Nature and Ecodynamics*, 1129-1139.

Horner, R. (2017). Beyond facilitator? State roles in global value chains and global production networks. *Geography Compass*.

Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2024). *Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (.* Boletín técnico 2024.

International Monetary Fund. (2013). *Peru: Selected issues paper.* IMF Country Report No. 13/46.

International Monetary Fund. (2024). *Republic of Uzbekistan .* IMF Country Report No. 2024/210.

Kadarusman, H. (2020). Value creation and value capture: Lessons learnt from Indonesian suppliers inserted into GVC. *Journal Ekonomi Indonesia*, 123-135.

Kaplinsky, R. (2024). The challenges to industrial policies in the early 21st century in low- and middle-income economies. *In Contextualizing global value chains*, 43-54.

Kaplinsky, R., & Morris, M. (2001). A handbook for value chain research. *A handbook for value chain research*.

Klasen, S., Martínez-Zarzoso, I., Nowak-Lehmann, F., & Bruckner, M. (2024). Export diversification and economic development: New evidence from panel data. *Journal of Development Economics, 166*. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jdeveco.2023.103180

Lafrogne-Joussier, R., M. J., & Mejean, I. (2022). Supply chain disruptions and trade: Evidence from the COVID-19 crisis. *Review of World Economics, 158*(2), 251-276. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s10290-021-00435-0

Larsen, R. (2021). Sustaining upgrading in agricultural value chains? State-led value chain interventions. *Sustainability*.

Mañay, L. (2023). Diseño de un modelo para mejorar la competitividad de la cadena de suministro del sector florícola ecuatoriano. *UPV*.

Mashura, B., & Mashura, S. (2024). Leveraging technology innovations to boost Africa's industrialisation. *International Journal for Multidisciplinary Research*.

Mbena, A. (2025). Macroeconomic instability and export performance in developing economies. *Economic Modelling*(106322), 132. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.econmod.2024.106322

Middendorp, R., Boever, O., Rueda, X., & Lambin, É. (2019). Improving smallholder livelihoods and ecosystems through direct trade relations: High-quality cocoa producers in Ecuador. *Business Strategy & Development*, 165-184.

Moncayo Palchisaca, D. (2024). Determinación del porcentaje de vainillina contenida en Vanilla odorata (vainilla) de acuerdo a la Norma INEN/ISO 5565-2:2014 curada-beneficiada mediante sistemas semi-mecanizados para la Asociación Orquídea Dorada Amazónica . *ESPOCJ*.

Mordor Intelligence. (2026). *Vanilla Market - Size, Share & Industry Analysis: Growth Trends and Forecasts (2026-2031).* Mordor Intelligence.

Naudé, W., Bosker, M., & Matthee, M. (2010). Export specialisation and local economic growth. *The World Economy*, 552-572.

Observatory of Economic Complexity. (2026). *Vainilla en el Comercio de España: Perfil de producto e intercambios con Francia, Alemania y Madagascar.* OEC.

OEC. (2025). *Vanilla in Madagascar*. OEC: https://oec.world/en/profile/bilateral-product/vanilla/reporter/mdg?

Oya, C., Schaefer, F., Skalidou, D., McCosker, C., & Langer, L. (2017). Effects of certification schemes for agricultural production on socio-economic outcomes in low- and middle-income countries: A systematic review. *Campbell Systematic Reviews*.

Pacheco, M., Montealegre, V., Romero, H., & Campoverde, J. (2021). Análisis de la participación del banano en las exportaciones agropecuarias del Ecuador periodo 2015–2019. *REMCA*, 82-89.

Páez, C., & Salazar, O. (2022). The water–energy–food nexus: An analysis of food sustainability in Ecuador. *Resources*.

Paris Moreno Rivas, L., López Rodríguez, H., Medina Litardo, R., & Pérez Almeida, I. (2021). Efecto de bioestimulantes sobre el crecimiento de Vanilla tahitensis en Daule, Ecuador. *Revista Científica Ecociencia,*.

Prado, M., & Vanel, G. (2020). A Particular Insertion in the World Agricultural Trade: The Case of the Ecuadorian Rose. *Latin American Journal of Trade Policy*, 71-78.

Quintana Lombeida, M. D., & Aguilar Herrera, J. V. (2020). Desarrollo de cultivos sostenibles de vainilla en Ecuador. *Revista de Investigación Talentos*, 71-79.

Rodríguez-Sánchez, M. F., Vasquez-Erazo, E. J., & Solís-Muñoz, J. B. (2024). Pre-factibilidad comercial de derivados de vainilla y canela amazónica: Macas-Ecuador. *Runas Journal of Education and Culture*.

Romero Zambrano, G. (2022). Desarrollo y validación de una tecnología para la micropropagación de Vanilla odorata C. *Universidad Regional Amazónica IKIAM*.

Servicio Ecuatoriano de Normalización. (2014). *Vainilla. Determinación del contenido de vainillina.* NTE INEN-ISO 5565-2:2014.

Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2024). *SENAE.* Normativa aduanera y procedimientos de exportación.

Steinhauser, N. (2023). Trade resilience and global supply chains in times of crisis. *Applied Economics Letters, 30*(14), 1895-1900. https://doi.org/https://doi.org/10.1080/13504851.2022.2101234

Swyngedouw, E. (2004). The urban conquest of water in Guayaquil, 1945–2000: Bananas, oil, and the production of water scarcity. *Oxford University Press*.

Taco-Lambert, L., & Pizarro-Romero, K. (2023). Análisis comparativo de las exportaciones de camarón, cacao y banano del Ecuador de los años 2018–2022 y su incidencia en la balanza comercial. *REMCA*, 116-126.

Toai, D. (2025). Export diversification and its role in Vietnam's economic resilience: A quantitative study. *European Journal of Business, Economics and Management*, 66-72.

Vaca, E., Gaibor, N., & Kovács, K. (2020). Analysis of the chain of the banana industry of Ecuador and the European market. *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*.

Valenzuela-Cobos, J., Guevara-Viejó, F., Vicente-Galindo, P., & Galindo-Villardón, P. (2022). Food sustainability study in Ecuador: Using PCA biplot and GGE biplot. *Sustainability*, 13033.

Vázquez-deCastro, J. C., Espinel, R., Hendrix, S., Smolders, E., & Maertens, M. (2023). The economic costs of cadmium non-tariff measures for smallholder cocoa farmers in Ecuador. *The World Economy*, 1147–1166.

Veintimilla, P., Granda, A., Montealegre, V., Prado-Carpio, E., & Campoverde, J. (2020). Impacto del COVID-19 en las exportaciones de banano, camarón y flores durante el 2020. *South Florida Journal of Development*, 5615-5630.

Veleva, V., Todorova, S., Bleau, K. M., & Vandenabeele, R. (2024). Environmental priorities, drivers and barriers in the craft beer sector: Insights from Massachusetts breweries. *Highlights of Sustainability*, 275-293.

Wunder, S. (2001). Ecuador goes bananas: Incremental technological change and forest loss . *In Agricultural technologies and tropical deforestation*, 167-194.

Yafi, M. (2025). Market structure and competition of Indonesian cocoa beans exports in the Malaysian market. *Pelita Perkebunan (A Coffee and Cocoa Research Journal)*, 235–338.

Apéndice 1. Síntesis del estado del arte

Autor / año	Enfoque del estudio	Principales aportes	Limitaciones o brecha identificada
Chiriboga (2023)	Evaluación agronómica del cultivo de vainilla con productos orgánicos en casa malla.	Evidencia que ciertos insumos orgánicos favorecen el desarrollo del cultivo y pueden mejorar la sostenibilidad productiva.	Se concentra en el rendimiento agronómico, sin profundizar en la conexión con mercados internacionales o estrategias de comercialización.
Romero Zambrano (2022)	Validación tecnológica para la micropropagación de *Vanilla odorata*.	Demuestra la viabilidad de generar material vegetal estandarizado y con mayor control sanitario.	Aporta a la disponibilidad de materia prima, pero no aborda la transformación, logística ni comercialización exportadora.
Moncayo Palchisaca (2024)	Análisis del contenido de vainillina en vainilla curada-beneficiada bajo sistemas semi-mecanizados.	Resalta la importancia del curado, la estandarización y la calidad como factores clave para mercados gourmet.	Se enfoca en el atributo técnico de calidad, sin desarrollar una estrategia comercial integral.
Calvopiña Granizo (2025)	Plan de negocios para producción y exportación de vainilla amazónica desde Pastaza.	Identifica condiciones de viabilidad comercial y financiera, destacando certificaciones, organización productiva y propuesta de valor.	Aunque aborda exportación, requiere mayor articulación con un plan específico de comercialización internacional de vainilla deshidratada.
Ballesteros Pacheco y Pazmiño Riera (2021)	Análisis del potencial exportable de la subpartida 09051000 hacia la Unión Europea.	Reconoce oportunidades en la UE por la demanda de vainilla natural y productos diferenciados.	Identifica barreras normativas y de certificación, pero no desarrolla una estrategia operativa de inserción comercial.
Rodríguez-Sánchez et al. (2024)	Prefactibilidad comercial de derivados de vainilla y canela amazónica en Macas.	Evidencia potencial para productos con valor agregado basados en origen amazónico y sostenibilidad.	Se centra en derivados y prefactibilidad, sin estructurar un plan exportador específico para vainilla deshidratada.
Flanagan (2026)	Evaluación del mercado internacional de vainilla natural y análisis del potencial productivo y comercial del Ecuador mediante FODA.	Identifica condiciones agroecológicas favorables, oportunidades en segmentos premium y posibilidades de diferenciación por origen, variedad y certificaciones; además, destaca la demanda sostenida de vainilla natural y el potencial de Ecuador como productor emergente.	Evidencia que el sector ecuatoriano aún presenta baja estandarización, limitada trazabilidad, brechas técnicas y débil articulación de la cadena de valor, factores que restringen su acceso sostenido a mercados especializados.

Apéndice 2. Análisis cualitativo de entrevistas

Categoría	Entrevistado	Hallazgo clave	Interpretación
Acceso a mercado	Alexander Silva	Simplificación de procesos, reconocimiento de normas y mayor seguridad jurídica	La reducción de barreras no arancelarias mejora la eficiencia del proceso exportador
Requisitos técnicos	Andrea Saltos	El ingreso depende del cumplimiento de estándares sanitarios y técnicos exigidos por la UE	El acceso al mercado está condicionado al cumplimiento normativo, no solo a la calidad del producto
Requisitos técnicos	Andrea Saltos	La correcta identificación del código HS define controles y obligaciones	Errores en clasificación afectan directamente el proceso de exportación
Requisitos logísticos	Andrea Saltos	Coherencia entre factura, packing list, transporte y DAE es fundamental	La precisión documental es un factor crítico para evitar retrasos o sanciones
Competitividad	Andrea Saltos	Certificaciones como orgánico o Fair Trade permiten acceso a mercados premium	La diferenciación comercial se basa en estándares de calidad y sostenibilidad
Estrategia comercial	Ambos	La vainilla debe competir en nichos de alto valor, no por volumen	La estrategia debe enfocarse en diferenciación y valor agregado

Fuente: Autor. Elaborado por: Autor, 2026.

Apéndice 3. Mix de Estrategias 7p's

Pilar de Estrategia	Descripción Táctica	Objetivo Estratégico
Producto (Product)	Vainilla deshidratada con alto perfil de vainillina, procesada bajo estrictas BPM ecuatorianas para asegurar inocuidad.	Garantizar un producto estandarizado, seguro y apto para el consumo humano.
Precio (Price)	Fijación de precios competitivos dentro del segmento premium, apalancados en el Arancel 0% del Acuerdo Multipartes.	Maximizar el margen operativo mediante el aprovechamiento de beneficios arancelarios.
Plaza (Place)	Distribución a través de importadores industriales y canales B2B que suministran a la industria alimentaria y cosmética.	Asegurar una logística eficiente y directa hacia los centros de procesamiento europeos.
Promoción (Promotion)	Comunicación enfocada en la calidad técnica del proceso y las ventajas comparativas del origen ecuatoriano.	Generar reconocimiento de la vainilla ecuatoriana como un insumo de alta fidelidad técnica.
Personas (People)	Equipo de planta capacitado en protocolos de BPM y personal de exportaciones con dominio en gestión aduanera.	Asegurar que toda la cadena de valor cumpla con los estándares de higiene y control documental.
Procesos (Process)	Estandarización del flujo de producción y deshidratación, con controles de calidad en cada etapa del proceso.	Minimizar la variabilidad del producto y cumplir con las exigencias de inspección fitosanitaria.
Evidencia Física (Physical Evidence)	Certificado de cumplimiento de BPM emitido por la autoridad local, fichas técnicas y empaques industriales sellados al vacío.	Proveer seguridad al comprador mediante certificaciones oficiales de inocuidad y empaques de alta protección.

Notas:
Fuente: Autor. Elaborado por: Autor, 2026.

Apéndice 4. Estimación de Costos y Gastos asociados a la Operación

Rubro General	Componente / Trámite	Costo Actualizado (USD)
Regulatorio (Origen)	Certificado Fitosanitario de Exportación	USD 67,61 (hasta 1.000 kg) + USD 0,0204/kg adicional
	Certificado de Origen EUR.1	USD 10,00 por documento
	Registro como Operador Exportador Agrocalidad (RUA)	Sin Costo
	Análisis Multirresiduo de Plaguicidas	USD 263,91 por análisis
Operativo (Producción)	Compra de vainilla verde	USD 50 por Kg
	Servicio de Curado y Deshidratación (Maquila)	USD 4,00 por Kg de vainilla verde (ingreso)
	Empaque al vacío de alta barrera	USD 1,20 por Kg
Operativo (Logística)	Transporte terrestre interno	USD 195
	Flete marítimo Guayaquil–Le Havre, vía Hamburgo	USD 115 por pallet utilizado de hasta 900 kg; supuesto del autor
	Seguro Internacional de Carga	$50
	Servicios documentales, aduaneros y portuarios	USD 1.130
Administrativo	Arrendamiento de Oficina/Bodega	USD 500 mensual
	Gestión Técnica y Control de Calidad (Salarios)	USD 1500 mensual
Marketing Internacional	Desarrollo de identidad corporativa y trazabilidad digital	USD 500
Voluntario / Certificación	Buenas Prácticas de Alimentos (BPM) (incluye inspección)	USD 964
	Certificación Orgánica Nacional	USD 269,52
	Certificación Orgánica UE 2018/848	USD 1500 anual

Notas: La operación logística se presupuesta bajo CIF Le Havre. La cotización de referencia corresponde a una carga de 9 m³ y 8.100 kg, con una tarifa de flete expresada por unidad TN-CBM. Para el proyecto se adopta como supuesto un flete fijo de USD 115 por pallet utilizado de hasta 900 kg. El seguro se presenta en una fila independiente. Nota sobre marketing y certificaciones: Los valores consignados corresponden al presupuesto inicial y se utilizan también como estimaciones de renovación anual para las certificaciones. En marketing, el importe de USD 500 corresponde al

desarrollo inicial de identidad corporativa y trazabilidad digital; en los años posteriores se contempla el mismo monto por servicios de actualización. Estos conceptos suman USD 3.233,52 por año. Los montos y la periodicidad de las renovaciones son supuestos de planificación financiera, sujetos a confirmación con los proveedores.
Fuente: Autor. Elaborado por: Autor, 2026.

Apéndice 5. Cotización de Flete

ORIGEN		DESTINO	
PAIS ORIGEN:	ECUADOR	PAIS DESTINO:	FRANCIA
POL:	GUAYAQUIL	POD:	LE HAVRE
INCOTERM:	CIF	TIPO DE CARGA:	GENERAL

TIPO DE EMPAQUE	DIMENSIONES UNITARIAS			UOM	NÚMERO DE UNIDADES	CBM	WEIGHT PER UNIT	PESO TOTAL KG
	LONGITUD	ANCHO	ALTO					
pallet	1	1	1	mts	9	9,00	900	8100

Shipment Totals			
TOTAL DE UNIDADES	PESO NETO	PESO BRUTO	VOLUMEN CARGABLE
1	-	8,10	9,00
pallet	kg	TONS	CBM

DESCRIPCION		PRECIO UNITARIO	MEDIDA	IVA		Total(USD)
GASTOS LOCALES EN ORIGEN						
FLETE MARÍTIMO LCL	$	115,00	*TN-CBM	-	$	1.035,00
TOTAL GASTOS LOCALES ORIGEN					**$**	**1.035,00**
GASTOS LOCALES EN DESTINO						
DOCUMENTACION	$	255,00	BL	15%	$	255,00
MANEJO DE CARGA	$	150,00	*EMBARQUE	15%	$	150,00
CONSOLIDACIÓN	$	25,00	*TN-CBM MIN 200	15%	$	225,00
DESPACHO DE ADUANA EXPORTACIÓN	$	150,00	*DESPACHO	15%	$	150,00
REGISTRO EXPORTADOR + TOKEN (EN CASO DE REQUERIRLO)	$	75,00	*SERVICIO	15%	$	75,00
GASTOS PORTURARIOS APROXIMADOS	$	350,00	*APROXIMADO	15%	$	350,00
SERV. TRANSPORTE INTERNO GUAYAS-PTO.GYE	$	195,00	*TRANSPORTE	15%	$	195,00
SERV. SEGURO DE CARGA	$	0,55	% V.FOB MIN $50	15%	$	280,69
TOTAL GASTOS LOCALES DESTINO SIN IVA					**$**	**1.680,69**
TOTAL EMBARQUE SIN IVA					**$**	**2.715,69**

Observaciones Importantes

Tiempo de tránsito Aprox: 38 DÍAS EN AGUA VIA HAMBURGO
Salidas semanales
Gastos portuarios son APROXIMADOS.
Se incluye 8 días de almacenaje en terminal de origen, luego de eso se generan recargos adicionales.
En caso de requerir seguro de carga o de contenedor, certificado de origen, certificado fitosanitario, por favor solicitarlo.
Exportador debe cumplir el proceso BASC previo al booking.
Exportador debe estar presente en la inspección antinarcóticos. No se incluyen valores por inspecciones en esta oferta.
Valor de la carga: USD 50.000,00
-

Tarifa sujeta a espacios, confirmación y disponibilidad de Naviera. No incluye costos no especificados en la misma y puede estar sujeta a cambios según manipulación de carga

Notas:Cotización referencial realizada con destino a Francia
Fuente: Empresa Privada. Elaborado por: Autor, 2026.

Anexo 1. Diagrama de Gantt

Actividades	Meses					
	1	2	3	4	5	6
Revisión Bibliográfica						
Elaboración del Capítulo I						
Elaboración del Capítulo II						
Aplicación del diseño metodológico						
Revisión del trabajo final						
Presentación del trabajo final						

Anexo 2. Entrevistas a expertos

Entrevista A: Alexander Silva Gámez

Entrevistado: Alexander Silva Gámez

Cargo: Director de Inteligencia de Negocios – IEPS

1. Alexander, para empezar, cuéntenos un poco sobre usted. ¿Cómo ha sido su recorrido profesional hasta llegar a la dirección en el IEPS?

"Soy economista con especialización en análisis económico y data science. Actualmente lidero la Dirección de Inteligencia de Negocios en el IEPS, donde transformamos datos complejos en información estratégica para la toma de decisiones, especialmente en lo que respecta a mercados internacionales y el fortalecimiento del comercio exterior."

2. En cuanto al comercio exterior, ¿cuál ha sido su experiencia específica manejando estos temas?

"Mi trayectoria se ha centrado en el monitoreo de flujos comerciales y la evaluación de competitividad. He trabajado diseñando estrategias para que productos locales logren penetrar mercados externos, analizando siempre las ventajas comparativas que tiene el país para competir afuera."

3. Si tuviera que describir cómo vende Ecuador al mundo hoy en día, ¿cómo caracterizaría nuestra estructura exportadora?

"Sigue siendo una estructura muy dependiente de los commodities o productos primarios. Esto es un reto, porque nos deja expuestos a los cambios de precios internacionales y limita nuestra capacidad de generar valor agregado, que es donde realmente está el crecimiento económico."

4. Entrando en materia de productos específicos, ¿qué tanto potencial le ve usted a la vainilla deshidratada?

"Tiene un potencial enorme en nichos de alto valor, como la industria gourmet, la cosmética y la farmacéutica. Al ser un producto deshidratado, mantiene sus propiedades organolépticas, lo que permite capturar precios premium en mercados que buscan ingredientes naturales de altísima calidad."

5. Hablemos de las reglas del juego. ¿Cómo afectan realmente los acuerdos comerciales a un producto como este?

"Son fundamentales porque eliminan el 'muro' de los aranceles. Por ejemplo, gracias al Acuerdo con la Unión Europea, la vainilla ecuatoriana entra con

0% de arancel. Eso nos da una ventaja competitiva directa frente a países que no tienen estos convenios, abaratando el producto para el comprador europeo."

6. Más allá de pagar menos impuestos o aranceles, ¿qué otros beneficios técnicos nos dan estos acuerdos?

"Nos dan seguridad jurídica y simplifican los trámites. Facilitan el reconocimiento de normas fitosanitarias y estándares de calidad; básicamente, hacen que el proceso en aduanas sea más ágil y menos costoso, lo cual es vital para la logística de productos especializados."

7. Y específicamente para la vainilla, ¿qué implicaciones directas tienen estas ventajas en el día a día del exportador?

"La implicación es que el exportador puede ser más agresivo en su oferta comercial, pero también le exige estar a la altura. El mercado europeo ahora demanda sostenibilidad y trazabilidad (como el cumplimiento del Pacto Verde). Si la vainilla cumple con esto, el acuerdo comercial es la llave que abre las puertas de las grandes cadenas de suministro."

8. Siendo realistas, ¿cuáles son las mayores limitaciones que hoy frenan al Ecuador para exportar este tipo de productos?

"Nuestras principales trabas son la escala de producción y la falta de tecnología para el procesamiento post-cosecha. Aún nos cuesta garantizar que un volumen grande de vainilla tenga la misma calidad homogénea en cada envío, y eso es algo que el mercado internacional no perdona."

9. Con este panorama, Alexander, ¿cree que es realmente viable apostar por la exportación de vainilla deshidratada?

"Totalmente, pero no como un esfuerzo aislado. Es viable si lo hacemos con una estrategia integral: fortaleciendo la asociación de los productores, invirtiendo en tecnología de deshidratación para proteger la vainillina y enfocando nuestra promoción comercial directamente en los mercados de mayor poder adquisitivo de Europa."

Entrevista B: Andrea Saltos Salcedo

Entrevistado: Andrea Saltos Salcedo

Cargo: Coordinadora de Mercados Internacionales – IEPS

1. Andrea, para entrar en contexto, ¿podría contarnos un poco sobre su trayectoria y cómo su paso por el SENAE influye en su visión actual en el IEPS?

"Actualmente coordino el área de Mercado Internacional en el IEPS, donde nos enfocamos en la apertura de canales comerciales para organizaciones de la Economía Popular y Solidaria. Mi experiencia previa como directora de Mejora Continua en el SENAE me permite abordar las exportaciones desde una óptica de eficiencia operativa; entiendo que la competitividad no solo está en el campo, sino en la optimización de los procesos aduaneros y la facilitación del comercio."

2. En su día a día, ¿cómo ha sido la experiencia de trabajar mano a mano con los exportadores ecuatorianos?

"He acompañado a diversos sectores en su camino a la internacionalización. El aprendizaje más recurrente es que producir con calidad es solo la mitad del camino; el verdadero reto estratégico radica en la gestión del cumplimiento (compliance). Muchos productores tienen un producto excepcional, pero enfrentan barreras por no dominar la normativa técnica de los mercados de destino."

3. Desde esa perspectiva, ¿cómo ve usted el mercado europeo para un producto de especialidad como la vainilla?

"Es un mercado de alta sofisticación y sumamente estructurado. Europa no es un mercado de 'oportunidades aisladas', sino de relaciones de largo plazo basadas en la confianza técnica. No basta con la excelencia del producto; se requiere un rigor absoluto en el cumplimiento del marco normativo, la documentación y los estándares de calidad que exige el bloque."

4. Si hablamos de pasos concretos, ¿cuáles son esos requisitos innegociables para llevar vainilla deshidratada a la Unión Europea?

"El punto de partida es la correcta clasificación arancelaria (Código HS 0905), ya que de esto derivan todas las obligaciones tributarias y los controles para-arancelarios. A partir de ahí, es imperativo cumplir con la normativa sanitaria y fitosanitaria. En términos documentales, la coherencia entre la factura comercial, el packing list, el conocimiento de embarque (B/L o guía aérea) y la Declaración

Aduanera de Exportación (DAE) es lo que garantiza un flujo logístico sin interrupciones."

5. En la práctica, ¿cuáles son esos 'pecados capitales' o errores comunes que usted ve en los exportadores?

"La mayoría de los problemas surgen por errores de forma que tienen fondo: discrepancias en la descripción de la mercancía, errores en la subpartida arancelaria o inconsistencias de peso y volumen entre documentos. Estos errores básicos activan alertas de riesgo en las aduanas, lo que se traduce en inspecciones físicas, retrasos logísticos y costos extraordinarios de almacenaje que merman la rentabilidad."

6. ¿Qué tan crítica llega a ser la precisión documental en este negocio?

"Es el corazón de la operación. En la Unión Europea, la validación documental es digital y sumamente estricta. Una coma mal puesta en una certificación de origen o una factura que no coincida con el manifiesto de carga puede detener un contenedor. La documentación debe ser íntegra, coherente y trazable; es el 'pasaporte' que garantiza que el producto sea admitido sin fricciones."

7. Hablemos de diferenciación. ¿Qué papel juegan las certificaciones en el mercado de la vainilla?

"Son el mayor diferenciador comercial. Las certificaciones orgánicas, de Comercio Justo (Fair Trade) o de sostenibilidad no solo permiten acceder a segmentos que pagan precios superiores, sino que a menudo son requisitos de entrada para los principales distribuidores europeos. Son sellos que validan la calidad y la ética detrás del producto, generando una ventaja competitiva inmediata."

8. Últimamente se habla mucho de trazabilidad. ¿Es realmente tan importante para los compradores en Europa?

"Ya no es opcional, es un estándar de mercado. El comprador europeo exige conocer el recorrido del producto de la granja a la mesa. La trazabilidad es lo que construye la confianza; permite garantizar la inocuidad alimentaria y el impacto social del cultivo. Quien no pueda demostrar el origen y el proceso de su vainilla, simplemente quedará fuera de las cadenas de valor más importantes."

9. Un tema que suele generar confusión es el IVA. ¿Cómo funciona este impuesto en las exportaciones hacia Europa?

"Es un punto clave para la estructuración de costos. En Ecuador, las exportaciones están gravadas con tarifa 0% de IVA, lo que permite al exportador solicitar la devolución del crédito tributario por sus compras locales. Sin embargo, hay que entender que el importador en Europa deberá liquidar el IVA (VAT) al ingresar la mercancía a su país. Tener clara esta diferencia es vital para negociar los Incoterms y definir un precio que sea competitivo en el mercado de destino."

10. Mirando hacia el futuro, ¿realmente tiene oportunidad la vainilla ecuatoriana frente a gigantes como Madagascar?

"Absolutamente. Ecuador no debe competir por volumen, sino por valor y especialidad. Tenemos un perfil de vainilla que interesa mucho a la industria de alta gama. Si logramos articular una logística impecable con un cumplimiento normativo riguroso, nuestra vainilla tiene un espacio ganado en las vitrinas más exigentes del mundo."

11. Para cerrar, ¿cuál sería su recomendación final para posicionar este producto con éxito?

"Orden y visión estratégica. El éxito en Europa depende de la estandarización. Se necesita un producto que sea siempre el mismo en calidad y presentación, un cumplimiento documental sin errores y un enfoque comercial en nichos donde se reconozca y se pague el valor agregado de la biodiversidad ecuatoriana."