



**CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**TÍTULO:**

Comercialización en el mercado suizo para la vainilla ecuatoriana

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Inteligencia de mercados

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:**

Licenciada en Negocios Internacionales

**AUTORA:**

Genesis Natalia Alcivar Cañola

**ASESOR:**

Mgt. Francisco Mila Carvajal

**Esmeraldas, 2025**

## **TRIBUNAL DE GRADUACIÓN**

Trabajo de tesis aprobado luego de haber cumplido con todos los requisitos exigidos por el tribunal en el reglamento de Grado de la PUCESE previo a la obtención del título de LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES.

---

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADUACION**

---

**LECTOR 1**

---

**LECTOR 2**

---

**COORDINADORA DE LA CARRERA DE  
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Mgt. Andrea Stefania Dueñas Mendoza

---

**DIRECTOR DE TESIS**

Mgt. Francisco Mila Carvajal

## **AUTORÍA**

Yo, **Genesis Natalia Alcivar Cañola**, portadora de la cedula de ciudadanía N.- 2300799745 declaro ser autora del presente proyecto de investigación denominado “Comercialización en el mercado suizo para la vainilla ecuatoriana.”, el cual original, autentico y personal. En virtud que el contenido de esta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora y de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas.

---

**Genesis Natalia Alcivar Cañola.**

CI: 2300799745

## DEDICATORIA

**Queridos padres,**

Con profundo aprecio y agradecimiento, dedico este trabajo a ustedes, quienes han sido la guía de cada uno de mis pasos, han estado para alentarme, darme la mano y corregirme cuando ha sido necesario.

Cada enseñanza impartida por ustedes ha sido fundamental tanto para mi crecimiento personal como académico.

Esta tesis no es solo mía, también suya, la cual refleja su compromiso y dedicación como padres, espero los haga sentir orgullosos tanto como yo me siento de ser su hija.

Con amor y cariño,

*Genesis Alcivar*

## AGRADECIMIENTO

Expreso mi agradecimiento desde lo más hondo de mi corazón, a Dios, el omnipotente que ha sido mi protector a lo largo de este trayecto. En los momentos más difíciles de mis años universitarios me ha dado el ánimo para no renunciar, mantenerme firme y con energía. Gracias por siempre ser mi luz en situaciones de oscuridad.

A mi adorada madre, Olga Cañola, que ha sido mi motor, la persona más importante en mi vida, la cual siempre me impulsa y fomenta en mi ser mejor persona cada día, gracias por darme tanto amor y cariño. También, a mi amado padre, Franklin Alcivar, quien me ha acompañado a lo largo de esta travesía, siempre inculcando sus valores en mí y siendo el un ejemplo noble de admirar.

A mi querida abuelita, Susana Santos, la cual es una segunda madre para mí, quien siempre soñó verme convertida en licenciada, gracias por siempre creer en tu nieta querida, por siempre apoyarme y darme ánimos.

A mis hermanos amados, gracias por siempre estar presente en mi vida, dándome palabras aliento y su inmenso amor.

A mis profesores de la PUCESE, muchas gracias por su paciencia, enseñanzas y lecciones aprendidas a lo largos de estos 8 semestres. De manera especial, agradezco a Mgt. Andrea Dueñas por no solo cuidar del progreso académico sino también por nuestro bienestar. Mi estimado Mgt. Francisco Mila, gracias por su apoyo y orientación en mi proceso de tesis. También agradezco a Mgt. Mario Armas y Mgt Mónica Vergara, quienes han sido fuente de inspiración y ejemplos a seguir.

A mis valiosos compañeros, gracias por ser un pilar importante en esta etapa, en la cual nos apoyamos mutuamente. A Nicole, Camili, Juli, Melani y Eddu, gracias por los momentos compartidos y la linda amistad construida.

*Genesis Alcivar*

## ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>TRIBUNAL DE GRADUACIÓN.....</b>	<b>ii</b>
<b>AUTORÍA.....</b>	<b>iii</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>iv</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>v</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ix</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>10</b>
Introducción-Presentación del tema.....	10
Planteamiento del problema.....	11
Pregunta de Investigación .....	12
Justificación.....	12
Objetivo General .....	13
Objetivos Específicos.....	13
<b>CAPÍTULO I. MARCO TEORICO .....</b>	<b>13</b>
Bases Teórico Conceptuales.....	13
Teoría de la Dotación de Factores (Heckscher-Ohlin) .....	13
Comercialización.....	14
Exportaciones tradicionales y no tradicionales .....	14
Requisitos específicos.....	15
Teoría de la Internacionalización de Empresas .....	16
Practicas logísticas .....	16
1.2 Antecedentes .....	17
1.3 Bases Legales .....	19
<b>CAPÍTULO II. METODOLOGÍA.....</b>	<b>20</b>
Contextualización.....	20
2.1 Método .....	21
2.2 Enfoque .....	21
2.3 Alcance.....	21

2.4 Tipo de investigación .....	21
2.5 Población-Muestra .....	21
2.6 Técnicas e instrumentos .....	22
2.6.1 Técnicas .....	22
2.6.2 Instrumentos .....	22
2.7 Procedimiento para el análisis de datos.....	23
<b>CAPÍTULO III: Resultados y Discusión .....</b>	<b>25</b>
3.1. Presentación y Análisis de Datos .....	25
3.2 Requisitos de exportación para Suiza.....	25
3.2.1 Requisitos nacionales de exportación .....	26
3.2.2 Infraestructura y Recursos tecnológicos.....	29
3.2.3 Certificaciones .....	30
3.2.4 Fitosanitarias .....	32
3.2.5 Barreras administrativas y regulatorias .....	32
3.3 Practicas logísticas .....	33
3.3.1 Métodos de transporte.....	35
3.3.2 Condiciones de Almacenamiento y Gestión de inventarios.....	36
3.3.3 Empaque y embalaje .....	37
3.3.4 Seguros de Carga .....	37
3.4 Discusión.....	38
<b>CAPÍTULO IV: Conclusiones y Recomendaciones.....</b>	<b>40</b>
<b>4.1 Conclusiones .....</b>	<b>40</b>
<b>4.2 Recomendaciones .....</b>	<b>41</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>43</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>45</b>

## RESUMEN

Exportar es acceder a mercados internacionales vendiendo productos fabricados en el país de origen de la empresa, generalmente con mínimas modificaciones. Esta investigación se centra en el proceso de introducir la vainilla producida en Ecuador al mercado suizo, el cual es un mercado que valora los productos agrícolas, específicamente los orgánicos.

Asimismo, por medio del análisis detallado de este estudio se identificaron los requisitos que Ecuador debe cumplir para exportar vainilla al mercado suizo. Además, se determinó las mejores prácticas logísticas para garantizar un transporte eficiente del producto hasta al país de destino.

Por otro lado, esta investigación utilizó un enfoque inductivo con el fin de obtener una comprensión más profunda del mercado meta. Además, el enfoque del estudio fue cualitativo, el cual se llevó a cabo a través de entrevistas y revisión documental.

Finalmente, se exponen las conclusiones y recomendaciones fundamentadas en el estudio para la comercialización de vainilla ecuatoriana en el mercado suizo poniendo énfasis en que es esencial cumplir los requisitos, tanto fitosanitarios y de certificaciones orgánicas, ya que garantizan la inocuidad y calidad del producto. Además, la importancia de la creación de perfiles de plantas de producción y procesamiento en el sistema GUIA de Agrocalidad, lo que permite la obtención del Certificado Fitosanitario de Exportación. Asimismo, para acceder al mercado suizo es indispensables la obtención de certificaciones, como Bio Suisse, GLOBALG.AP, Certificado de Origen y demás certificados que exijan los clientes.

De igual manera, se destaca la importancia de la selección de un medio de transporte eficiente, destacando al transporte aéreo como la opción más adecuada, permitiendo tiempo de tránsito reducidos y condiciones de almacenamiento convenientes.

**Palabras claves:** Comercialización, mercado, vainilla, requisitos, practicas logísticas

## ABSTRACT

Exporting is accessing international markets by selling products manufactured in the company's country of origin, generally with minimal modifications. This research focuses on the process of introducing vanilla produced in Ecuador to the Swiss market, which is a market that values agricultural products, specifically organic products.

Likewise, through the detailed analysis of this study, the requirements that Ecuador must meet to export vanilla to the Swiss market were identified. In addition, the best logistical practices were determined to ensure efficient transportation of the product to the destination country.

On the other hand, this research used an inductive approach in order to gain a deeper understanding of the target market. In addition, the study's approach was qualitative, which was carried out through interviews and documentary review.

Finally, the conclusions and recommendations based on the study for the commercialization of Ecuadorian vanilla in the Swiss market are presented, emphasizing that it is essential to meet the requirements, both phytosanitary and organic certifications, as they guarantee the safety and quality of the product. In addition, the importance of creating profiles of production and processing plants in Agrocalidad's GUIA system, which allows obtaining the Phytosanitary Export Certificate. Likewise, in order to access the Swiss market, it is essential to obtain certifications such as Bio Suisse, GLOBALG.AP, Certificate of Origin and other certificates required by customers.

Likewise, the importance of selecting an efficient means of transport is emphasized, highlighting air transport as the most appropriate option, allowing reduced transit times and convenient storage conditions.

**Key words:** Commercialization, market, vanilla, requirements, logistic practices.

# INTRODUCCIÓN

## Introducción-Presentación del tema

En el marco de la creciente demanda global por productos naturales y de calidad superior, la vainilla ecuatoriana se perfila como un producto con un gran potencial de crecimiento, especialmente en mercados selectos como el suizo. Ecuador podría aportar con el crecimiento de nuevos mercados, ya que, por sus características geográficas exclusivas, cuenta con la posibilidad de establecerse como un gran país exportador de este producto. No obstante, este potencial se enfrenta a diversas dificultades asociadas con los estándares del mercado europeo y la fuerte competitividad.

Suiza, se perfila como un mercado atractivo para la vainilla ecuatoriana, ya que es un país que se destaca por su estabilidad económica, alto poder adquisitivo de sus habitantes y alta propensión de consumo de productos de alta calidad, esto lo hace un mercado óptimo para la vainilla. Para lograr entrar a este mercado y posicionarse, se requiere diseñar una estrategia de comercialización que ayude a superar los retos logísticos, a realizar los requisitos de exportación de manera eficiente y asegurar que todo el proceso de distribución se haga de la mejor manera, puesto que esto garantiza la calidad de la vainilla ecuatoriana.

Este proyecto tiene como finalidad analizar los parámetros para la comercialización de vainilla ecuatoriana al mercado suizo, en el cual se identificará las mejores prácticas logísticas y los requisitos de exportación. Al hacerlo, se busca fortalecer la competitividad de Ecuador como exportador de productos premium y promover un comercio más justo y sostenible, alineado con las expectativas de los consumidores internacionales.

## Planteamiento del problema

La vainilla es una especie de gran importancia en las culturas de Mesoamérica y en la actualidad ha recobrado interés en los mercados internacionales debido a su uso en la industria alimentaria (Loaiza, citado por Tanguila, 2020)

Por otro lado, la globalización causa que los mercados se saturen con rapidez y que los procesos de obtención de bienes se modernicen, sin embargo, dentro de todos los productos agrícolas, están surgiendo nuevas ideas de cultivo con el fin de diversificar carteras de productos e inmiscuirse en nuevos nichos de mercado. El caso de las vainas de vainilla es particular ya que entra como un producto no tradicional para la cartera de Ecuador y novedoso para el mercado (Ballesteros y Pazmiño, 2021) con el renombre agrícola que cuenta el país es viable llegar a un posicionamiento favorable.

Mientras tanto, Alzate (2020) menciona a Suiza como un país que, a pesar de su robusta producción agrícola, no puede satisfacer sus necesidades debido a su tamaño limitado. Sin embargo, los altos ingresos de sus habitantes permiten importar bienes a precios elevados sin inconvenientes.

Al ser un mercado estable y dispuesto a pagar precios premium por productos de alta calidad, Suiza se presenta como un mercado especialmente atractivo para la comercialización del producto ecuatoriano.

La comercialización abarca desde que el producto sale del establecimiento de un productor hasta que llega al consumidor, el mercado o el lugar de encuentro entre la oferta y la demanda (Chiodo, citado por Franco, 2020) Esto implica que la comercialización incluye la distribución,

promoción y venta, asegurando así que la vainilla ecuatoriana satisfaga la demanda en el mercado internacional.

Es importante destacar que el precio por kilo de la vainilla ecuatoriana de alta calidad, bien cocida al sol y correctamente fermentada, supera los USD 500, como menciona Primicias (2022). Por lo tanto, su importancia económica reside en los elevados precios en mercados internacionales.

### **Pregunta de Investigación**

¿Cuáles son los parámetros para la comercialización de la vainilla ecuatoriana en el mercado suizo?

### **Justificación**

El enfoque de esta investigación, es analizar los parámetros para la comercialización de la vainilla ecuatoriana al mercado suizo. Es necesario resaltar que Ecuador es un país megadiverso, a causa de su ubicación geográfica, clima y variedad de regiones, cuenta con una riqueza de flora y fauna que ofrece oportunidades significativas para su aprovechamiento.

Suiza a causa de su tamaño y a la escasez de tierras cultivables se muestra como un mercado muy atractivo para la venta y distribución de la vainilla ecuatoriana, ya que la producción agrícola interna de Suiza no satisface su mercado interno. No obstante, los habitantes de suiza pueden adquirir con facilidad bienes importados a precios altos, sin mayores complicaciones.

Ecuador, gracias a sus condiciones geográficas y climáticas favorables, tiene la capacidad de producir y exportar vainilla. Por ende, este entorno propicio permite enfocarse en la vaina de

vainilla, que es altamente demandada en mercados internacionales por sus cualidades distintivas y es económicamente rentable debido a su elevado precio en el mercado global.

### **Objetivo General**

Analizar los parámetros para la comercialización de la vainilla ecuatoriana en el mercado suizo.

### **Objetivos Específicos**

4.1.1 Identificar los requisitos que Ecuador debe cumplir para exportar vainilla al mercado suizo.

4.1.2 Determinar las mejores prácticas logísticas para garantizar el transporte eficiente y seguro de la vainilla ecuatoriana al mercado suizo.

## **CAPÍTULO I. MARCO TEORICO**

### **Bases Teórico Conceptuales.**

#### **Teoría de la Dotación de Factores (Heckscher-Ohlin)**

La teoría neoclásica o "moderna" del comercio internacional, desarrollada por Heckscher y Ohlin, conocida como el modelo Heckscher-Ohlin (H-O), explica que la especialización y dirección del comercio entre países dependen de la proporción de sus factores de producción. Según el Teorema H-O, un país tiende a exportar aquellos bienes que requieren intensivamente el factor de producción que posee en mayor abundancia relativa. De este modo, un país con una gran disponibilidad de capital se especializa en la producción y exportación de bienes intensivos en capital, mientras que aquel con una abundancia relativa de trabajo se especializa en bienes que

requieren intensivamente mano de obra para su producción y exportación (Heckscher y Ohlin, 1979).

Ecuador, al tener una abundancia relativa de tierras fértiles, condiciones climáticas propicias para el cultivo de vainilla y mano de obra podría especializarse en la producción y exportación de este bien, aprovechando sus recursos naturales específicos para obtener una ventaja comparativa en el mercado internacional de alimentos y especias

### **Comercialización**

La comercialización es un proceso administrativo y social en el que grupos e individuos satisfacen sus necesidades y deseos al crear, ofrecer e intercambiar productos valiosos con otras personas (Kotler y Armstrong, 2003). Además, es un instrumento que facilita a una organización evaluar su realidad actual para conocer con precisión sus principales puntos fuertes y débiles, así como los riesgos y posibilidades del entorno.

Desde otro punto de vista, la comercialización es esencial para cualquier empresa enfocada al mercado que aspire a ser competitiva, ya que define las acciones necesarias de comercialización para alcanzar metas específicas, se integra de manera coordinada y congruente con el plan estratégico general de la empresa, adaptándose para abordar efectivamente las necesidades y desafíos planteados (Muñiz, 2001).

### **Exportaciones tradicionales y no tradicionales**

Kotler y Armstrong (2013) señalan que exportar es entrar a mercados internacionales vendiendo productos fabricados en el país de origen de la empresa, generalmente con mínimas modificaciones.

Por otro lado, existen las exportaciones tradicionales y no tradicionales, utilizando un criterio uniforme y sencillo. Los productos tradicionales de exportación incluyen cacao, tabaco sin procesar, especias, carne y animales vivos, camarones y otros productos marinos, madera, petróleo, cuero, plata, plomo, zinc, café, algodón y azúcar. Los demás productos se consideran exportaciones no tradicionales (Kouzmine, 2000).

Al integrar la vainilla en el mercado suizo, Ecuador no solo diversifica su cartera de exportaciones, sino que también aprovechara las oportunidades que ofrecen los mercados internacionales para productos no convencionales. Así, la exportación de vainilla ecuatoriana representa un esfuerzo significativo para penetrar en nuevos mercados y aumentar el valor agregado de sus exportaciones agrícolas.

### **Requisitos específicos**

En el comercio internacional, existen diversos requisitos específicos que deben cumplirse para asegurar la entrada de productos a mercados extranjeros. Entre ellos, la determinación de precios, que establece mínimos y máximos para ciertos bienes, y las medidas compensatorias, diseñadas para neutralizar subsidios a la producción o exportación. En cuanto a los estándares, las normas técnicas y de calidad y los requisitos de etiquetado aseguran que los productos cumplan con especificaciones técnicas y brinden la información necesaria al consumidor. Igualmente, los requisitos sanitarios implican autorizaciones y certificaciones para proteger la salud pública. Finalmente, las restricciones voluntarias de exportación y las medidas antidumping previenen prácticas desleales, mientras que las autorizaciones o licencias previas son necesarias para iniciar los trámites de importación o exportación (Rojas y Jaime, 2018).

## **Teoría de la Internacionalización de Empresas**

La internacionalización, según Petri Ahokangas (1998), se refiere al proceso mediante el cual una empresa moviliza, acumula y desarrolla recursos específicamente destinados a sus operaciones internacionales. Es un proceso estratégico donde la empresa prepara y utiliza recursos para expandir sus actividades más allá de sus fronteras nacionales, adaptándose y compitiendo en mercados globales.

La teoría de la internacionalización de empresas se relaciona estrechamente con las empresas que están iniciando la producción de vainilla a pequeña escala con el objetivo de exportar a Suiza. Dado que este proceso conlleva que el negocio movilice e impulse herramientas y recursos específicos para realizar sus operaciones internacionales. En este sentido, el negocio tendrá que planificar estratégicamente sus recursos para operar en un mercado como el europeo, específicamente el suizo, cumpliendo con los estándares que el mercado exige y con las tendencias de compra.

## **Prácticas logísticas**

Según Kotler y Armstrong (2013), la logística consiste en coordinar, organizar y ejecutar el transporte de materias primas, productos manufacturados, productos tecnológicos, productos finales y demás, desde el país exportador hasta el país o lugar de destino, con el objetivo de garantizar de manera eficiente y rentable el requerimiento del cliente.

Mihi Ramírez, Arias Aranda y García Morales (2012) señalan que, en años recientes la evolución de la función logística en el interior de las compañías ha enfrentado un significativo crecimiento, siendo un componente esencial y estratégico para tener ventajas competitivas en el nicho de mercado.

## 1.2 Antecedentes

Con el fin de comprender totalmente el proceso de comercialización de la vainilla, es fundamental examinar y revisar investigaciones previas, para realizar una comparación y comprensión detallada del tema. En consecuencia, estas investigaciones resultaran claves para evaluar la factibilidad de la exportación de vainilla al mercado suizo.

Una investigación realizada por Rojas (2017), cuyo propósito fue determinar la factibilidad de la comercialización de productos orgánicos en el mercado suizo, aclara que dicho mercado es sumamente atractivo para productos orgánicos, debido a la alta demanda de productos saludables y sostenibles. En este caso, los consumidores suizos se muestran predispuestos a pagar más por productos de calidad, particularmente aquellos que son orgánicos y saludables. Asimismo, se indica que los suizos tienen interés por sabores diferentes y exóticos.

En consecuencia, es relevante tener en cuenta y evaluar aspectos esenciales como las certificaciones orgánicas, la sostenibilidad y la calidad de los productos ecuatorianos, para poder penetrar al mercado suizo. De la misma manera, es esencial determinar las necesidades y preferencias del comprador, igual que, adecuar los productos a las regulaciones y estándares exigentes del mercado europeo. Además, la diferenciación y la promoción adecuada son estrategias importantes para destacar los productos ecuatorianos en un mercado competitivo como el suizo.

Por otro lado, un estudio realizado en Colombia por Osorio, Clavijo y Palacio (2014), evalúa la viabilidad de producir y exportar piña oro miel al mercado europeo. Para ello requieren adaptarse a las normativas para elaborar un producto de alta calidad, cumpliendo con los requisitos necesarios para ingresar a la Unión Europea. Dicho estudio concluye que la exportación de piña oro miel a Suiza por parte de PROPIÑA es viable y con buenas perspectivas, debido a la excelente

calidad del producto, la conformidad con las normativas europeas y las estrategias de marketing planificadas. El cual resalta la capacidad de posicionamiento y expansión del negocio en el mercado suizo.

De igual manera, un estudio elaborado por Carrillo (2021), analiza las causas y también las consecuencias de la innovación alimentaria en Europa, específicamente Suiza, teniendo en cuenta las oportunidades que esto ofrece a países de Latinoamérica, para exportador a estos mercados. Asimismo, procura comprender las consecuencias de la creciente demanda de alimentos orgánicos en ese país.

El estudio de Carrillo (2021) indica que la demanda de productos orgánicos ha incentivado la cooperación comercial con territorios como Colombia para suplir esta carencia de productos. Asimismo, La integración económica y el aumento de conciencia ambiental, han impulsado la producción y exportación de productos orgánicos.

De igual manera, un estudio llevado a cabo por Julio-Rospigliosi y Bernedo (2024), evalúa el impacto de las barreras paraarancelarias en las exportaciones peruanas de la partida 090111 a Suiza, dentro del marco del TLC con la EFTA, entre 2011 y 2023, asimismo, pretende examinar la incidencia de las certificaciones de responsabilidad ambiental en las exportaciones. Esta investigación concluye que la influencia de las barreras paraarancelarias en las exportaciones peruanas, dentro del TLC con la EFTA entre 2011 y 2023, ha sido positiva, pero no muy significativa. Aunque estas barreras fomentaron la competitividad de las empresas para acceder al mercado suizo, no se tradujeron en un aumento en la cantidad exportada. Además, las empresas enfrentan desafíos adicionales como cambios en los precios y en el tipo de cambio, que también afectan el desempeño de las exportaciones a Suiza. Cabe destacar que las certificaciones de sostenibilidad son necesarias, pero no constituyen un elemento diferencial para acceder al mercado

suizo. Los certificados de origen, aunque esenciales para obtener beneficios del TLC, no aumentan la cantidad exportada, pero su ausencia podría perjudicar las exportaciones. Asimismo, la cantidad exportada en campañas anteriores y el tipo de cambio afectan el desempeño de las exportaciones de café sin tostar ni descafeinar a Suiza.

De la misma manera, analizando otro plan de exportación realizado por Benites (2018), el cual describe los componentes claves de un plan de exportación de cacao fino de aroma al mercado suizo, en el cual se identifican los aspectos más importantes del estudio de mercado necesario para esta exportación. Asimismo, evalúa la capacidad competitiva de la empresa en este mercado específico y especifica los procedimientos logísticos y trámites aduaneros requeridos para la operación exitosa hacia Suiza en dicho año. Lo que da como resultado la factibilidad del plan en sus cuatro componentes principales: el análisis de mercado fue favorable, la capacidad competitiva es manejable, los procedimientos logísticos resultaron favorables, y las barreras arancelarias son aceptables; además, el estudio económico fue rentable. En cuanto al mercado suizo, destacan la calidad, pureza y sabor del cacao fino de aroma, especialmente el cacao piurano, cumpliendo con los estándares de consumo del país. La capacidad de competir de Loveday Corporation S.A.C. en el mercado suizo es robusta, mientras que los procedimientos logísticos y trámites aduaneros necesarios para la exportación fueron favorables y aceptables.

### **1.3 Bases Legales**

El presente estudio analiza los parámetros para la comercialización de vainilla ecuatoriana en el mercado suizo. La investigación se fundamenta en las normativas legales vigentes establecidas en el "Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones" (COPCI), que regula las relaciones jurídicas entre el Estado y los actores involucrados en el comercio internacional. En particular, se consideran los siguientes artículos:

Artículo 336 de la Constitución, que establece el deber del Estado de promover un comercio justo y la reducción de distorsiones en el mercado, lo cual es relevante para analizar la competencia en el mercado suizo y las oportunidades para la vainilla ecuatoriana.

Artículo 224, menciona la obligación del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador de publicar información estadística sobre comercio exterior, lo que permitirá obtener datos relevantes sobre la exportación de vainilla y su posicionamiento en el mercado suizo.

Artículo 80, que establece las tasas que se exigen para el otorgamiento de permisos y autorizaciones, lo cual es crucial para entender los costos asociados a la exportación de vainilla y su impacto en la viabilidad del proyecto.

Artículo 104, menciona que los procesos aduaneros deben ser rápidos y simplificados, lo que es fundamental para facilitar la exportación de productos como la vainilla y asegurar su competitividad en el mercado internacional.

Artículo 35, regula la comercialización de productos esenciales, lo que puede ser relevante si se considera la vainilla como un producto estratégico para la economía ecuatoriana.

## **CAPÍTULO II. METODOLOGÍA**

### **Contextualización**

El estudio para la comercialización de la vainilla ecuatoriana en el mercado suizo aplicó un enfoque metodológico inductivo, considerando el tipo de investigación. La investigación se realizó entre octubre del año 2024 y febrero del año 2025, con sede en Esmeraldas, Ecuador.

El estudio tuvo como objetivo identificar los requisitos de exportación y establecer las prácticas logísticas para entrar al mercado suizo, para lo cual se llevaron a cabo entrevistas a

exportadores y expertos en el ámbito, además, se hizo revisión documental para una mejor comprensión.

## **2.1 Método**

El método del estudio empleó un enfoque inductivo, ya que esta investigación se basó en la observación para comprender mejor los requisitos y practicas logísticas

## **2.2 Enfoque**

La investigación tuvo un enfoque cualitativo, debido a que se llevaron a cabo entrevistas a profesionales exportadores, se recopilaron datos no numéricos a través de la revisión documental, lo que permitió una comprensión más profunda sobre los requisitos de exportación, asimismo, se identificaron las mejores prácticas logísticas para ser eficientes.

## **2.3 Alcance**

El estudio tuvo un alcance descriptivo, para poder obtener una descripción clara y exacta de cómo cumplir con cada uno de los requisitos de exportación. El enfoque fue el preciso, ya que facilitó la recolección de información necesario para cumplir con los objetivos de la investigación.

## **2.4 Tipo de investigación**

El enfoque de este estudio fue no experimental, ya que no se manipularon variables. En este caso, se llevó a cabo la observación y análisis de la información proporcionada en las entrevistas y la revisión documental.

## **2.5 Población-Muestra**

En esta investigación la población se conformó por personas involucradas en el sector exportador de productos agrícolas, al igual que productores y exportadores de vainilla. La

población fue de carácter finito, ya que fueron seleccionadas por conveniencia, debido a que eran personas con los conocimientos necesarios para aportar en esta investigación, de este modo, la muestra no fue probabilística.

## **2.6 Técnicas e instrumentos**

Existen diversas técnicas e instrumentos, algunas de ellas fueron:

### **2.6.1 Técnicas**

Revisión Documental: La revisión documental se basó en el análisis profundo de artículos científicos e investigaciones preliminares, relacionados con la vainilla ecuatoriana y con productos similares exportados al mercado suizo. Para ello se tomaron en consideración información proporcionada por AGROCALIDAD (Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario), el SENAE (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador), el SRI (Servicio de Rentas Internas) y demás entidades.

Entrevistas: Se realizaron entrevistas a productores de vainilla, expertos exportadores de productos agrícolas y vainilla. Las entrevistas se llevaron a cabo de forma presencial y virtual. Para ello se elaboró un cuestionario de preguntas dirigidas a cada experto, con preguntas precisas.

### **2.6.2 Instrumentos**

Se llevó a cabo la revisión documental y las entrevistas, las cuales se implementaron aplicando un listado de preguntas, que previamente se habían realizado. Cada cuestionario de preguntas estaba diseñado específicamente para un experto, con el fin de garantizar la confiabilidad de la información, dichos cuestionarios fueron validados antes de llevar a cabo las entrevistas. Algunas de las preguntas analizaron los requisitos de exportación y las prácticas logísticas con el objetivo de garantizar un transporte tanto seguro como eficiente.

## 2.7 Procedimiento para el análisis de datos

**Tabla: Entrevistas**

<b>Entrevistas.</b>	
<b>1. Preparación</b>	1 seleccionar al entrevistado (puede ser al productor o exportador)
	2 diseñar un guion de preguntas enfocadas a los requisitos de exportación o a las prácticas logísticas.
	3 comunicarse con los expertos y organizar las entrevistas.
<b>2. Ejecución</b>	1 desarrollar las entrevistas
	2 supervisar el adecuado registro de las respuestas, verificar que haya buena comunicación.
<b>3. Análisis</b>	1 revisar y analizar todas las respuestas proporcionadas por los entrevistados
	2 analizar y comparar las respuestas
	3 hacer conclusiones y recomendaciones basadas en la información presentada.

Fuente: Elaboración propia.

*Tabla 1: Procedimiento para el análisis de la encuesta*

**Tabla: Análisis documental.**

---

<b>Análisis documental.</b>	
<b>1. Preparación</b>	1 buscar y seleccionar investigaciones previas y documentos esenciales que brinden información de la comercialización de productos agrícolas a Europa o específicamente a Suiza, asimismo, investigar estudios previos sobre la vainilla.
<b>2. Ejecución</b>	1 crear una matriz para analizar toda la información y crear subtemas para mejor comprensión de la información.
<b>3. Análisis</b>	1 examinar las investigaciones y documentos para centrarse en la información más importante y relevante, la cual aborde los temas de requisitos y practicas logísticas, luego, hacer el respectivo análisis.

---

Fuente: Elaboración propia.

*Tabla 2: Procedimiento para el análisis documental*

## **CAPÍTULO III: Resultados y Discusión**

### **3.1. Presentación y Análisis de Datos**

Con el propósito de identificar los requisitos de exportación, las certificaciones requeridas por el mercado europeo, los métodos de transporte, condiciones de almacenamiento y demás prácticas logísticas, se llevaron a cabo entrevistas a expertos productores y exportadores.

En este sentido, se entrevistó a Alexis Corrales, Gerente de Kuntu S.A.S, empresa que produce y exporta vainilla al exterior. De la misma manera, se entrevistó al productor de vainilla Diego Jiménez, el cual brindó información relevante del cultivo y el proceso de cosecha. Por último, Sahian Macias, Gerente de Zamuagro S.A.S y exportador, compartió información valiosa, como los requisitos y certificados necesarios para entrar al mercado europeo. A continuación, se presentan los resultados de las entrevistas y revisión documental.

### **3.2 Requisitos de exportación para Suiza**

La exportación de vainilla ecuatoriana al mercado suizo conlleva la ejecución de una serie de normativas y procedimientos, los cuales pretenden salvaguardar la inocuidad del producto, además de garantizar la calidad, seguridad y su adecuada trazabilidad desde que la vainilla está en la producción hasta su punto de distribución final.

Para acceder al mercado suizo, es indispensable cumplir con los requisitos aduaneros, fitosanitarios y certificaciones, ya que Suiza exige un alto nivel de calidad en los productos importados. Asimismo, para asegurar que el producto cumpla con los estándares exigidos es necesario contar con la infraestructura y los recursos tecnológicos adecuados para la producción y almacenamiento de la vainilla.

## Clasificación Arancelaria de la Vainilla sin triturar

Sistema	Código Arancelario	Descripción
Arancel Nacional de Ecuador	0905.10.00.00	Vainilla sin triturar ni pulverizar
TARIC (Unión Europea)	0905.10.00.00	Vainilla sin triturar ni pulverizar

*Fuente: Elaboración propia*

Cabe resaltar que, el sistema arancelario de Suiza se basa en el Sistema Armonizado (HS), al igual que el TARIC (Arancel Integrado de la Comunidad Europea). aunque Suiza no sea miembro de la Unión Europea.

### 3.2.1 Requisitos nacionales de exportación

Para exportar vainilla ecuatoriana al mercado suizo, es fundamental seguir una serie de requisitos, las cuales las establecen las autoridades reguladoras. Uno de los primeros pasos es obtener la autorización del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE), lo cual conlleva estar registrado en el sistema ECUAPASS y disponer de una firma electrónica activa. Asimismo, se deberá ingresar al Sistema GUIA de Agrocalidad para la creación de perfiles de planta de producción y procesamiento. Este registro es clave para la obtención del Certificado Fitosanitario de Exportación (CFE), documento indispensable para garantizar que la vainilla cumpla con los estándares fitosanitarios requeridos para su ingreso al mercado suizo.

## Pasos para registrarse en el sistema ECUAPASS (SENAE, 2025)

---

### PASOS A SEGUIR

---

<b>Obtener el certificado Digital (Token)</b>	Es necesario contar con un certificado digital para la firma electrónica. Este certificado puede ser adquirido a través de entidades autorizadas, como el Banco Central del Ecuador.
<b>Acceder al portal ECUAPASS</b>	<a href="https://ecuapass.aduana.gob.ec">https://ecuapass.aduana.gob.ec</a>
<b>Crear una cuenta</b>	Dar clic en la opción “nuevo registro” y completar el formulario con la información solicitada.
<b>Asociar la firma electrónica</b>	Durante el registro se solicitará asociar el certificado digital (token) para habilitar la firma electrónica en el sistema.

*Fuente: Elaboración propia.*

## Pasos para obtener la firma electrónica (Registro civil Ecuador, 2025)

<b>Solicitar el Certificado</b>	Ingresar al sitio web del Banco Central del Ecuador: <a href="https://www.eci.bce.ec">https://www.eci.bce.ec</a>
<b>Completar el formulario</b>	Dar clic en la opción “Solicitud de Certificado”, completar el formulario y adjuntar los documentos requeridos.

<b>Realizar el pago</b>	Una vez aprobada la solicitud, realizar el pago en las agencias del Registro Civil.
<b>Retirar el certificado</b>	Acudir a la oficina seleccionada con cédula de identidad o pasaporte para retirar el certificado.

*Fuente: Elaboración propia.*

### **Pasos para registrarse en el sistema GUIA de Agrocalidad (Agrocalidad , 2020)**

<b>PASOS A SEGUIR</b>	
<b>Acceder al Sistema GUIA</b>	Ingresar al portal oficial: <a href="https://www.agrocalidad.gob.ec/sistema-guia/">https://www.agrocalidad.gob.ec/sistema-guia/</a>
<b>Crear una cuenta</b>	Proporcionar la información solicitada
<b>Registrar la planta de Producción y Procesamiento</b>	Crear los perfiles de la planta de producción y procesamiento de la empresa.
<b>Solicitar el Certificado Fitosanitario de Exportación (CFE)</b>	Con los perfiles creados, proceder a solicitar el CFE.

*Fuente: Elaboración propia.*

Del mismo modo, es necesario contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) para gestionar la emisión de facturas comerciales y formalizar acuerdos con empresas de transporte internacional para garantizar una distribución eficiente y segura del producto hasta su lugar de destino. Asimismo, se debe contar con cuentas corporativas en compañías de envíos internacionales como DHL o FedEx, lo que optimiza la gestión logística y los trámites aduaneros.

### **Pasos para obtener el RUC (SRI, 2025)**

<b>Acceder al portal de SRI</b>	<b><a href="https://www.sri.gob.ec">https://www.sri.gob.ec</a></b>
<b>Crear cuenta o iniciar sesión</b>	Registrarse y en el caso de tener cuenta solo se inicia sesión
<b>Llenar el formulario de inscripción</b>	Completar el formulario con los datos solicitados, como nombre, dirección, identificación y actividad económica.
<b>Subir los documentos</b>	Subir los documentos solicitados por el SRI
<b>Confirmar y obtener el RUC</b>	Una vez verificado los datos se enviará el número de RUC.

*Fuente: Elaboración propia*

### **3.2.2 Infraestructura y Recursos tecnológicos**

En el Ecuador el proceso de producción de vainilla Tahitensis requiere condiciones climáticas y estructurales específicas para mantener su calidad. Es necesario la utilización de invernaderos con condiciones controladas, considerando factores como altitud, humedad relativa entre 80-90% y sombreado de 50-75%. El uso de riego por goteo es indispensable para el control de las plantas. En tanto que, el proceso de cultivo y floración requiere un manejo cuidadoso y detallado, tal como la polinización manual y un riguroso proceso de postcosecha. Por otro lado, la tecnología es crucial en la optimización del secado y la maceración de la vainilla; sin embargo, en Ecuador continúa dominando el empleo de métodos manuales.

### 3.2.3 Certificaciones

Las certificaciones son un elemento clave en la exportación de vainilla ecuatoriana, considerando que permiten asegurar la calidad del producto y cumplir con los requisitos de los mercados internacionales. Por otro lado, según el exportador Alexis Corrales la adquisición de estas certificaciones conlleva un costo significativo, que oscila de \$2000 a \$5000 USD, asimismo de la obligación de renovarlas anualmente, lo cual para algunos productores puede resultar inaccesible debido al alto costo de mantenimiento. Las certificaciones varían en función del mercado objetivo y de las preferencias del cliente, lo que significa que no todos los exportadores puedan acceder a todas las certificaciones.

En el caso de la empresa Kuntu, administrada por Alexis Corrales tiene certificación Kosher debido a que uno de sus clientes se lo exigió. También, están en proceso de obtener la certificación BPM y la ISO 5565, lo que resalta su compromiso con los estándares internacionales y las mejores prácticas.

La empresa de Corrales también recomienda que, mínimo se debe tener una certificación orgánica para ser competitivo en el mercado europeo ya que los consumidores en este mercado valoran cada vez más los productos que no contienen agroquímicos y que sean provenientes de una producción responsable con el medio ambiente.

De la misma manera, Alexis Corrales señaló que, en Estados Unidos, no se requieren certificaciones específicas para entrar en el mercado. En este contexto, el producto es enviado y se realizan las pruebas correspondientes al llegar, lo que facilita el proceso de entrada. Por otro lado, la desventaja es que el valor del producto es más bajo en ese mercado, puesto que no se exigen las mismas certificaciones ni estándares que en otros mercados más exigentes.

A continuación, se describen las certificaciones requeridas para acceder al mercado suizo:

<b>CERTIFICACIONES</b>	
<b>CERTIFICACIÓN</b>	<b>DESCRIPCION</b>
<b>Certificado Fitosanitario</b>	Es un certificado que garantiza que las plantas, productos vegetales y artículos reglamentados que son destinados exclusivamente a la exportación cumplan con las normativas internacionales para prevenir la propagación de plagas, este certificado es emitido por Agrocalidad (Agencia de Regulación y Control Fito y Zoonosanitario de Ecuador, 2020).
<b>Bio Suisse</b>	Bio Suisse es un certificado, el cual promueve una agricultura sostenible, evitando la utilización de organismos genéticamente modificados. Asimismo, fomenta la biodiversidad y el respeto por el medio ambiente (Bio Suisse, 2024).
<b>Certificado de Origen</b>	El Certificado de Origen es un documento que acredita que un producto exportado proviene de un país específico, permitiendo que acceda a beneficios arancelarios, siempre y cuando los dos países tengan acuerdos comerciales

	(Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2024)
<b>GLOBALG.AP</b>	Es una certificación internacional que asegura que los productos agrícolas se producen bajo buenas prácticas agrícolas. Esta certificación abarca una variedad de criterios, incluyendo la seguridad alimentaria, el bienestar animal, la sostenibilidad ambiental y las condiciones laborales justas (Certification of Environmental Standards, 2025)

*Fuente: Elaboración propia*

*Tabla 4: Certificaciones requeridas para acceder al mercado suizo.*

### **3.2.4 Fitosanitarias**

El ingreso de la vainilla ecuatoriana a mercados exteriores exige el cumplimiento de normativas fitosanitarias estrictas. El primer requisito para ingresar a Europa y Suiza es la certificación fitosanitaria otorgada por Agrocalidad, el cual avala que el producto está libre de plagas y cumple con los parámetros de calidad e inocuidad exigidos. Asimismo, resulta fundamental que el proceso de postcosecha mantenga un estricto control de temperatura, humedad y tiempos de maduración para asegurar un producto de excelente calidad.

### **3.2.5 Barreras administrativas y regulatorias**

Unos de los mayores retos para la exportación de vainilla ecuatoriana se encuentran en las barreras administrativas y regulatorias. Entre las más relevantes se destacan, la de realizar inspecciones periódicas, la documentación exigida por entidades regulatorias y los costos

adicionales asociados a certificaciones y registros. También, la percepción del mercado respecto a la variedad de vainilla ecuatoriana (Tahitensis) frente a la variedad más demandada internacionalmente (Planifolia) representa un obstáculo comercial importante. Se requiere una estrategia de posicionamiento que resalte las cualidades únicas de la vainilla ecuatoriana con el fin de modificar la percepción de los consumidores.

### **3.3 Prácticas logísticas**

La exportación de vainilla ecuatoriana al mercado suizo conlleva una planificación logística eficiente que garantice la seguridad y calidad del producto a lo largo de toda la cadena de suministro. En consecuencia, es indispensable seleccionar métodos de transporte adecuados, establecer condiciones óptimas de almacenamiento, emplear empaques y embalajes que protejan la vainilla, gestionar eficientemente los inventarios y contratar seguros de carga que minimicen riesgos.

Para ello se diseñaron dos rutas terrestres a través del sistema SeaRates que parten desde Esmeraldas, provincia donde queda situada la plantación de vainilla del productor Diego Jiménez. Una termina en el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre en la ciudad de Quito y la otra en el Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo en la ciudad de Guayaquil.

## De Esmeraldas a Quito

**Carrier TBN**  
ID: 9585142

Indicative 1 mt/1 m<sup>3</sup> 1 days

Esmeraldas, EC Quito, EC **USD 305**

[Book now](#)

---

**Rate breakdown**

Esmeraldas, EC Place

Quito, EC Place

Road LTL 226.3 km, 1 day  
RF Road freight USD 305

## De Esmeraldas a Guayaquil

**Carrier TBN**  
ID: 9585945

Indicative 1 mt/1 m<sup>3</sup> 1 days

Esmeraldas, EC Guayaquil, EC **USD 305**

[Book now](#)

---

**Rate breakdown**

Esmeraldas, EC Place

Guayaquil, EC Place

Road LTL 407.7 km, 1 day  
RF Road freight USD 305

A simple vista se puede notar que las dos rutas tienen el mismo costo (\$305) lo cual sostiene que cualquiera de las dos opciones es válido. Sin embargo, la más eficiente es la ruta a Quito ya que es la más corta.

### **3.3.1 Métodos de transporte**

Dado que la vainilla es un producto delicado y de alto valor, es esencial optar por alternativas de transporte que minimicen el riesgo de deterioro y garanticen tiempos de entrega eficientes como lo es el transporte aéreo. Por lo cual, la selección del método de transporte adecuado es un factor determinante en la exportación de vainilla al mercado suizo, ya que influye directamente en la conservación de su calidad, frescura y valor comercial.

Para envíos internacionales de menor volumen, el transporte aéreo representa la opción más recomendable, ya que permite tiempos de tránsito reducidos y condiciones de almacenamiento más controladas. Algunas empresas brindan este tipo de servicios, entre las cuales están DHL, FedEx, UPS y demás compañías, son empresas con muchos años de trayectoria, que se encargan del manejo del producto, desde que va a salir del país hasta su destino final en condiciones óptimas, ya que cuentan con todos los sistemas y la tecnología suficiente para monitorear y rastrear el envío.

En cambio, para envíos de mayor volumen y peso el transporte marítimo es una alternativa viable y recomendable, siempre y cuando se lleve a cabo de manera correcta la cadena de frío y el transporte, aunque los tiempos de entrega sean significativamente más largos en comparación con el transporte aéreo.

La comunicación y coordinación con agentes de carga es esencial para llevar a cabo los trámites aduaneros de manera eficiente, además, de optimizar la logística de distribución, ya que

ellos facilitan la gestión documental, así como el cumplimiento de las regulaciones. Con lo que se puede reducir los costos adicionales y posibles retrasos.

### **3.3.2 Condiciones de Almacenamiento y Gestión de inventarios**

Para preservar la calidad y el valor de la vainilla es necesario tener un adecuado almacenamiento de la misma. La vainilla si está bien empacada y en un lugar adecuado puede durar años, aunque es fundamental verificar los niveles de humedad y así evitar una deshidratación de la vaina, para que no afecte a la calidad del producto, ni mucho menos a su precio.

Según el gerente de Kuntu, Alexis Corrales, las vainas deben primero clasificarse y luego empacarse al vacío para garantizar una buena conservación. Esto permite mantener la humedad en el nivel óptimo del 25%, ideal para la comercialización. Sin embargo, si la vainilla permanece almacenada por más de dos años sin venderse, su nivel de humedad puede disminuir a un 18-20%, lo que la degrada a una calidad inferior (categoría C), reduciendo su valor en el mercado.

El almacenamiento debe realizarse en un ambiente oscuro y fresco, evitando la exposición directa al sol, ya que la luz y el calor aceleran la deshidratación de las vainas. Asimismo, es esencial contar con un sistema de inventarios, que vaya desde la floración, número de flores polinizadas y con ello hacer una proyección de la próxima cosecha, que será en un periodo de nueve meses.

Según el exportador Corrales, cuando la cosecha alcanza sus picos más altos, es decir, se puede cosechar unas 300.000 unidades, solo se hace una estimación porque hacer el conteo manualmente quitaría mucho tiempo y mano de obra desperdiciada. Se considera, además, una pérdida natural de vainas debido al aborto de flores o daños durante la manipulación. Luego de que las vainas llegan a la planta se procede con la clasificación y con el empaquetado por kilos, cabe destacar, que se registra en el inventario lo empaquetado y también lo vendido.

Cada lote de vainilla se etiqueta y se asocia a un registro de trazabilidad, cumpliendo con los estándares exigidos por el mercado internacional. Este control minucioso permite garantizar la calidad del producto y su correcta gestión a lo largo de la cadena de suministro, asegurando que la vainilla ecuatoriana cumpla con los requisitos del mercado suizo.

### **3.3.3 Empaque y embalaje**

Para preservar la calidad de la vainilla durante el almacenamiento y transporte es necesario contar con empaques y embalajes óptimos. Debido a que la vainilla es producto altamente valorado es esencial garantizar su calidad, evitar que pierda aroma y humedad.

Según Alexis Corrales, el 90% de los clientes internacionales adquiere la vainilla por kilos, especialmente empaques de sellados al vacío, además, destaco que el embalaje debe ser resistente, ya que se debe asegurar la integridad de la vainilla mientras se la traslada, se puede utilizar cajas de cartón para proteger el producto.

Cabe recalcar que el tipo de empaque puede variar dependiendo el cliente, dependiendo de las necesidades y a que va segmento va el producto, si es en ventas a supermercados, se debe con normativas que regulan el empaque y con las fichas técnicas. Asimismo, algunos clientes prefieren opciones más alineadas al cuidado del medio ambiente y exigen empaques de vidrio o materiales sostenibles.

### **3.3.4 Seguros de Carga**

La contratación de seguros en casos de exportación es fundamental y necesaria, ya que es una medida que mitiga los riesgos de pérdida total del producto por distintas situaciones, como catástrofe durante el transporte o incluso daño físico. Debido a que los seguros cubren estas

situaciones, proporcionan seguridad al exportar. En el caso de la empresa Kuntu S.A.S, siempre optan por asegurar su carga, los valores de los seguros oscilan entre el 2% y el 5%

En este sentido, contar con un seguro adecuado proporciona seguridad financiera a los exportadores, asegurando que el producto esté protegido durante todo el proceso de transporte. De esta manera, se garantiza que la vainilla ecuatoriana llegue a su destino final de manera segura y en condiciones óptimas para su comercialización en el mercado suizo.

### **3.4 Discusión**

La comercialización de la vainilla ecuatoriana en el mercado suizo además de representar una oportunidad, representan un desafío a raíz de la complejidad de las condiciones y estándares del mercado europeo. Por ello, es primordial examinar los hallazgos de estudios previos que se consideran como antecedentes y los resultados de la investigación.

Estudios previos, como el de Rojas (2017) resaltan que el mercado suizo es extremadamente atractivo para productos orgánicos, gracias a su preferencia por alimentos sostenibles y saludables. Esto se confirma con lo mencionado por el exportador Alexis Corrales, respecto al tema de las certificaciones, ya que se resalta la importancia de tener una certificación que avale que el producto es orgánico para llegar a ser competitivos en el mercado y satisfacer las preferencias de cliente europeo. De la misma manera, Carrillo (2021) destaca cómo la creciente demanda de productos orgánicos en Suiza ha fortalecido la cooperación comercial con países en desarrollo.

De manera similar, investigaciones como las de Osorio, Clavijo y Palacio (2014) han demostrado la factibilidad de exportar productos agrícolas a Suiza, como la piña oro miel, resaltando que la calidad y el cumplimiento de normativas europeas son factores clave. Esta

investigación ratifica lo mencionado por los entrevistados, se debe exportar productos de muy alta calidad a Suiza, ya que es un mercado muy estricto, el cual exige muchas certificaciones.

A pesar de este panorama, la vainilla ecuatoriana se enfrenta a retos complejos. Uno de los principales problemas es la preferencia del mercado internacional, por la variedad de vainilla planifolia de Madagascar, conocida por su tamaño y aroma frutal, que en comparación con la vainilla tahitense, la cual es producida en Ecuador, ofrece un aroma floral y achocolatado. Este factor demanda un cambio en la percepción del consumidor, lo que requiere estrategias de marketing bien diseñadas. Además, el proceso de producción de vainilla en Ecuador es intensivo en mano de obra, ya que desde la polinización y la postcosecha se realizan de manera manual. Este factor incrementa los costos, principalmente considerando que el salario en Ecuador es significativamente más alto que en países como Madagascar, lo cual lo vuelve menos competitivo.

Según el gerente de Kuntu para lograr la calidad que exige el mercado europeo, se deben cumplir condiciones específicas en la infraestructura y los recursos utilizados en la producción. Comenzando con la preparación de invernaderos, los cuales mantengan niveles óptimos de humedad y sombra, hasta procesos de postcosecha que involucran secado, maduración y control estricto de la humedad, cada una de las etapas son fundamentales. No obstante, en Ecuador, estas prácticas son mayormente manuales, lo que limita la capacidad de competir con productores que utilizan tecnología avanzada o cuentan con mayor mano de obra. Además, los exportadores ecuatorianos deben considerar una serie de gastos adicionales, en los cuales se incluyen los costos asociados a las certificaciones necesarias, como la orgánica, kosher, las de buenas prácticas de manufactura, Bio Suisse, fitosanitaria y demás certificaciones que los clientes exijan. Así mismo, se consideran gastos adicionales el envío de muestras a clientes potenciales, que puede representar una inversión considerable. Estos factores, sumados a los gastos en seguros de carga y empaque

adecuado, incrementan el costo final del producto. En cuanto a la comercialización, la reputación de Ecuador como país exportador de productos de alta calidad, como banano, rosas y cacao, puede ser un punto a favor para posicionar la vainilla.

## **CAPÍTULO IV: Conclusiones y Recomendaciones**

### **4.1 Conclusiones**

Para concluir, es esencial cumplir con una serie de requisitos aduaneros para que Ecuador exporte vainilla al mercado suizo, requisitados tanto fitosanitarios y de certificación que garantizan la calidad, seguridad e inocuidad del producto. Para empezar, es necesario obtener la autorización del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE) mediante el registro en el sistema ECUAPASS y la disposición de una firma electrónica activa. Además, se debe ingresar al Sistema GUIA de Agrocalidad para crear perfiles de las plantas de producción y procesamiento, lo que permite la obtención del Certificado Fitosanitario de Exportación (CFE), indispensable para el ingreso al mercado suizo. Asimismo, es necesario contar con el Registro Único de Contribuyentes (RUC) para la emisión de facturas comerciales y formalizar acuerdos con empresas de transporte internacional, consolidando una distribución eficiente y segura del producto. Con respecto a la infraestructura y recursos tecnológicos, la producción de vainilla Tahitensis en Ecuador exige condiciones climáticas y estructurales específicas, como invernaderos con control de sombreado, humedad y altitud, además de riego por goteo, procesos de polinización manual y postcosecha rigurosos. Para acceder al mercado suizo es crucial la obtención de certificaciones como Bio Suisse, GLOBALG.AP y el Certificado de Origen, aunque representan costos significativos para los productores. Finalmente, es importante superar barreras administrativas y

regulatorias, así como trabajar en estrategias de posicionamiento que destaquen las cualidades únicas de la vainilla ecuatoriana para mejorar su aceptación en el mercado internacional.

En definitiva, para garantizar una exportación exitosa y eficiente de la vainilla ecuatoriana al mercado suizo, es fundamental implementar prácticas logísticas que aseguren la calidad y la integridad del producto a lo largo de toda la cadena de suministro. La selección del transporte aéreo se destaca como la opción más adecuada debido a la naturaleza delicada y de alto valor de la vainilla, permitiendo tiempos de tránsito reducidos y condiciones de almacenamiento controladas. Además, el uso de empaques herméticos, como envases de vidrio o aluminio sellados al vacío, es esencial para mantener la humedad y el aroma de las vainas. La gestión eficiente de inventarios, con un control riguroso desde la floración hasta la comercialización, y la contratación de seguros de carga que mitiguen posibles riesgos durante el transporte, son prácticas indispensables para asegurar que la vainilla ecuatoriana llegue en óptimas condiciones al exigente mercado suizo.

## **4.2 Recomendaciones**

Es esencial que los exportadores de vainilla ecuatoriana cumplan con los requisitos específicos para entrar a Suiza. Además, es indispensable invertir para adquirir por lo menos una certificación orgánica, ya que es necesaria para este tipo de mercados, también, se requiere por lo menos tener una hectárea de cultivo de la vainilla en producción para conseguir clientes potenciales, ya que los clientes en este tipo de mercados exigen una cantidad considerable anualmente. Por lo tanto, si se tiene menos de eso, se recomienda hacer más grande el cultivo.

Dado que la vainilla es un producto delicado y de alto valor, se recomienda optar por el transporte aéreo para minimizar el riesgo de deterioro y garantizar tiempos de entrega eficientes.

Es crucial seleccionar rutas que reduzcan el tiempo de tránsito y asegurar que las condiciones de almacenamiento durante el transporte mantengan la calidad del producto. Además, es esencial utilizar empaques herméticos que protejan la vainilla de la deshidratación y la luz, preservando así su aroma y propiedades organolépticas. La contratación de seguros de carga también es una medida importante para mitigar posibles riesgos durante el transporte.

## REFERENCIAS

- Agencia de Regulación y Control Fito y Zoon sanitario de Ecuador. (2020). Obtenido de <https://www.agrocalidad.gob.ec/direccion-de-certificacion-fitosanitaria/>
- Agrocalidad . (2020). Obtenido de [https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/Registro\\_Sistema\\_Guia.pdf](https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/Registro_Sistema_Guia.pdf)
- Alzate, E. (s.f.). ECONOMÍA SUIZA.
- Ballesteros, M., & Pazmiño , S. (2021). Potencial exportable de vainilla de la subpartida arancelaria 09051000 hacia la Unión Europea en el periodo 2015-2019.
- Bio Suisse. (2024). Obtenido de <https://www.bio-suisse.ch/de.html>
- Certification of Environmental Standards. (2025). Obtenido de <https://www.ceres-cert.de/en/services/service-555~globalg-a-p.html>
- Franco, J. (2022). *Plan de marketing y comercialización, caso: Asociación de agricultores 11 de Octubre*. Saberes del Conocimiento.
- Heckscher , & Ohlin. (1979). ECONOMÍA INTERNACIONAL: LAS TEORÍAS CLÁSICA, NEOCLÁSICA, DEL IMPERIALISMO—DEPENDENCIA Y SU EVIDENCIA HISTÓRICA.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). EL PLAN DE MARKETING Y SU PROCESO DE APLICACIÓN EN LAS EMPRESAS.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*.
- Kouzmine, V. (2000). *Exportaciones no tradicionales latinoamericanas. Un enfoque no tradicional*.
- Lozano, A. (2017). Las barreras no arancelarias, como dificultad a superar para exportar a Canadá por productores colombianos. *Logos, Ciencia & Tecnología*.

- Mihi Ramírez, A., Arias Aranda, D., & GarcíaMorales, V. (2012). La gestión de la logística inversa en las empresas españolas: Hacia las prácticas de excelencia. *UNIVERSIA BUSINESS REVIEW*.
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP). (2024). Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/>
- Muñiz, R. (2001). EL PLAN DE MARKETING Y SU PROCESO DE APLICACIÓN EN LAS EMPRESAS.
- Registro civil Ecuador. (2025). Obtenido de <https://www.registrocivil.gob.ec/preguntas-frecuentes-firma-electronica/>
- Rojas, B., & Jaime, J. (2018). Barreras arancelarias y no arancelarias como restricciones al comercio internacional. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*.
- SENAE. (2025). Obtenido de <https://ecuapass.aduana.gob.ec/>
- SRI. (2025). Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/inscripcion-ruc>
- Tanguila, R. (2020). *Universidad Estatal Amazónica*. Obtenido de <https://repositorio.uea.edu.ec/bitstream/123456789/851/1/T.AMB.B.UEA.%20%203290.pdf>
- Julio-Rospigliosi Vincenzo, B. D. (2024). *Influencia de las barreras paraarancelarias en las exportaciones de café sin tostar ni descafeinar a Suiza en el marco del Tratado de Libre Comercio entre Perú y la Asociación Europea de Libre Comercio (EFTA) entre los años*. [file:///C:/Users/acer/Downloads/Julio-Rospigliosi\\_PV%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/acer/Downloads/Julio-Rospigliosi_PV%20(1).pdf)
- Osorio, F., Clavijo, K., & Palacio, P. (Eds.). (2014). *Plan de exportación de Piña con destino a Suiza*. <https://repositorio.esumer.edu.co/jspui/bitstream/esumer/1436/1/DESARROLLO%20DE%20PLAN%20DE%20TRABAJO.protected.pdf>

# ANEXOS

## DOCUMENTO FINAL DE ALCIVAR GENESIS.docx

### INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>3</b> %	<b>3</b> %	<b>0</b> %	<b>0</b> %
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>repositorioacademico.upc.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>2</b> %
<b>2</b>	<b>repositorio.espe.edu.ec</b> Fuente de Internet	<b>1</b> %

Excluir citas      Apagado      Excluir coincidencias < 1%  
Excluir bibliografía      Activo



**ENTREVISTA 1**

El objetivo general de esta investigación es diseñar un plan de comercialización para la vainilla ecuatoriana en el mercado suizo.

Fecha de la entrevista: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

Nombre del entrevistado: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

Hora de Inicio: \_\_\_\_\_ Hora de fin: \_\_\_\_\_

Todas las respuestas proporcionadas en esta entrevista serán tratadas con estricta confidencialidad. La información recopilada será utilizada exclusivamente para fines académicos y será manejada de acuerdo con los estándares éticos de la universidad.

**Introducción:**

1. ¿Cuál es su experiencia trabajando con exportaciones agrícolas desde Ecuador?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

2. ¿Qué considera lo más importante para que un exportador cumpla con los requisitos legales y administrativos en el mercado internacional?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Requisitos nacionales de exportación**

3. ¿Cuáles son los principales requisitos que deben cumplir los exportadores de vainilla para poder exportar al mercado suizo?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

4. ¿Qué certificaciones específicas (fitosanitarias, de calidad, etc.) se necesitan para este tipo de producto?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Aranceles y Tarifas Aduaneras**

5. ¿Qué aranceles y tarifas aduaneras aplican actualmente para la vainilla ecuatoriana exportada a Suiza?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

6. ¿Existen barreras regulatorias o trámites específicos que dificulten el proceso de exportación hacia Europa?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES	
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende			
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	✓		✓			✓	✓		✓			
2	✓		✓			✓	✓		✓			
3	✓		✓			✓	✓		✓			
4	✓		✓			✓	✓		✓			
5	✓		✓			✓	✓		✓			
6	✓		✓			✓	✓		✓			
<b>ASPECTOS GENERALES</b>										SI	NO	<b>OBSERVACIONES</b>
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario										✓		<i>Colocar a quién va dirigido.</i>
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación										✓		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia										✓		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir										✓		
<b>VALIDEZ</b>												
<b>APLICABLE:</b>					✓		<b>NO APLICABLE:</b>					
<b>APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:</b>												
Validado por:			Andrea Dueñas									
C.I.:			0803558253									
Firma:			<i>[Firma manuscrita]</i>									
Fecha:			10-1-2025									



**ENTREVISTA 2**

El objetivo general de esta investigación es diseñar un plan de comercialización para la vainilla ecuatoriana en el mercado suizo.

Fecha de la entrevista: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

Nombre del entrevistado: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

Hora de Inicio: \_\_\_\_\_ Hora de fin: \_\_\_\_\_

Todas las respuestas proporcionadas en esta entrevista serán tratadas con estricta confidencialidad. La información recopilada será utilizada exclusivamente para fines académicos y será manejada de acuerdo con los estándares éticos de la universidad.

**Introducción:**

1. ¿Podría contarme sobre su experiencia en la producción de vainilla?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Infraestructura y recursos**

2. ¿Cómo describiría la infraestructura y los recursos con los que cuenta para manejar su producción?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

3. ¿Qué desafíos enfrenta actualmente para mejorar la calidad de su vainilla?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Gestión de inventarios**

4. ¿Cómo organiza y gestiona sus inventarios para evitar pérdidas y mantener la calidad del producto?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5. ¿Qué estrategias utiliza para garantizar la preservación de la vainilla durante el almacenamiento?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Cierre**

6. ¿Ha considerado preparar su producción para el mercado internacional? Si no, ¿qué necesitaría para hacerlo?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



7. ¿Qué oportunidades ve en el mercado para expandir la distribución de su producto?

---

---

---

8. ¿Qué apoyo cree que sería clave para que su vainilla alcance mercados más grandes?

---

---

---



ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES	
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Medio que pretende			
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	✓		✓			✓	✓		✓			
2	✓		✓			✓	✓		✓			
3	✓		✓			✓	✓		✓			
4	✓		✓			✓	✓		✓			
5	✓		✓			✓	✓		✓			
6	✓		✓			✓	✓		✓			
7	✓		✓			✓	✓		✓			
8	✓		✓			✓	✓		✓			
<b>ASPECTOS GENERALES</b>										SI	NO	<b>OBSERVACIONES</b>
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario										✓		Indicar a quien va dirigido.
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación										✓		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia										✓		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir										✓		
<b>VALIDEZ</b>												
<b>APLICABLE:</b>						<b>NO APLICABLE:</b>						
<b>APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:</b>						✓						
Validado por:			Andrea Dueñas									
C.I.:			0803558253									
Firma:												
Fecha:			10-1-2025									



ENTREVISTA 3

*A quien.*

El objetivo general de esta investigación es diseñar un plan de comercialización para la vainilla ecuatoriana en el mercado suizo.

Fecha de la entrevista: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

Nombre del entrevistado: \_\_\_\_\_

Cargo: \_\_\_\_\_

Hora de Inicio: \_\_\_\_\_ Hora de fin: \_\_\_\_\_

Todas las respuestas proporcionadas en esta entrevista serán tratadas con estricta confidencialidad. La información recopilada será utilizada exclusivamente para fines académicos y será manejada de acuerdo con los estándares éticos de la universidad.

**Introducción:**

- 1. ¿Qué experiencia tiene su empresa transportando productos agrícolas hacia Europa?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Método de transporte**

- 2. ¿Qué factores suelen influir en la elección del método de transporte para productos sensibles como la vainilla?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

- 3. ¿Cuáles son las opciones más comunes de transporte para vainilla?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Costos de Transporte**

- 4. ¿Qué costos básicos deben considerarse para un envío de vainilla en esta ruta?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

- 5. ¿Qué medidas de seguridad implementan para proteger este tipo de mercancía durante el transporte?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

- 6. ¿Qué desafíos logísticos podrían surgir al transportar vainilla hacia Suiza?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**Cierre**



7. ¿Qué recomendaciones haría a un exportador para optimizar costos y garantizar un transporte eficiente?

---

---



ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	✓		✓			✓	✓		✓		
2	✓		✓			✓	✓		✓		
3	✓		✓			✓	✓		✓		
4	✓		✓			✓	✓		✓		
5	✓		✓			✓	✓		✓		
6	✓		✓			✓	✓		✓		
7	✓		✓			✓	✓		✓		
<b>ASPECTOS GENERALES</b>									<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									✓		<i>Debería ir dirigido.</i>
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación									✓		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia									✓		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir									✓		
<b>VALIDEZ</b>											
<b>APLICABLE:</b>						<b>NO APLICABLE:</b>					
<b>APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:</b>									✓		
Validado por:			<i>Andrea Deñas</i>								
C.I.:			<i>0802558952</i>								
Firma:			<i>Andrea Deñas</i>								
Fecha:			<i>10-1-2025</i>								



**ENTREVISTA 4**

El objetivo general de esta investigación es diseñar un plan de comercialización para la vainilla ecuatoriana en el mercado suizo.

**Fecha de la entrevista:** \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

**Nombre del entrevistado:** \_\_\_\_\_

**Cargo:** \_\_\_\_\_

**Hora de Inicio:** \_\_\_\_\_ **Hora de fin:** \_\_\_\_\_

Todas las respuestas proporcionadas en esta entrevista serán tratadas con estricta confidencialidad. La información recopilada será utilizada exclusivamente para fines académicos y será manejada de acuerdo con los estándares éticos de la universidad.

**Introducción:**

1. ¿Qué servicios ofrecen para productos agrícolas como la vainilla?

---



---



---

**Condiciones de almacenamiento**

2. ¿Cómo aseguran la preservación de la calidad de los productos durante su almacenamiento?

---



---



---

3. ¿Qué condiciones específicas de almacenamiento son ideales para la vainilla?

---



---



---

**Empaque y embalaje**

4. ¿Cuáles son las prácticas recomendadas en cuanto al empaque y embalaje de este tipo de producto?

---



---



---

5. ¿Qué estándares internacionales de empaque y embalaje deben cumplirse para exportar a Europa?

---



---



---

6. ¿Qué desafíos suelen enfrentar los productores al momento de preparar su mercancía para exportación?

---



---



---

**Cierre**

7. ¿Qué recomendaciones daría para garantizar un proceso eficiente de consolidación y embalaje?

---



---



---



8. ¿Qué mejoras considera importantes para facilitar la preparación de vainilla para mercados internacionales?

---

---

---

---



ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES	
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende			
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	✓		✓			✓	✓			✓		
2	✓		✓			✓	✓			✓		
3	✓		✓			✓	✓			✓		
4	✓		✓			✓	✓			✓		
5	✓		✓			✓	✓			✓		
6	✓		✓			✓	✓			✓		
7	✓		✓			✓	✓			✓		
8	✓		✓			✓	✓			✓		
<b>ASPECTOS GENERALES</b>										SI	NO	<b>OBSERVACIONES</b>
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario										✓		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación										✓		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia										✓		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir										✓		
<b>VALIDEZ</b>												
<b>APLICABLE:</b>												<b>NO APLICABLE:</b>
<b>APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:</b>						✓						
Validado por:				Andrea Dueñas								
C.I:				0803558253								
Firma:												
Fecha:				10-1-2025								



**ENTREVISTA 5**

El objetivo general de esta investigación es diseñar un plan de comercialización para la vainilla ecuatoriana en el mercado suizo.

**Fecha de la entrevista:** \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_

**Nombre del entrevistado:** \_\_\_\_\_

**Cargo:** \_\_\_\_\_

**Hora de Inicio:** \_\_\_\_\_ **Hora de fin:** \_\_\_\_\_

Todas las respuestas proporcionadas en esta entrevista serán tratadas con estricta confidencialidad. La información recopilada será utilizada exclusivamente para fines académicos y será manejada de acuerdo con los estándares éticos de la universidad.

**Introducción:**

1. ¿Qué experiencia tiene su empresa asegurando productos agrícolas para exportación?

---

---

---

2. ¿Qué riesgos suelen cubrirse en las pólizas destinadas a exportaciones hacia Europa?

---

---

---

**Seguros de carga**

3. ¿Qué factores determinan el costo del seguro para un envío de vainilla desde Ecuador a Suiza?

---

---

---

4. ¿Qué tipo de daños o pérdidas son más comunes en el transporte de productos como la vainilla?

---

---

---

5. ¿Qué requisitos debe cumplir el exportador para contratar un seguro de carga internacional?

---

---

---

6. ¿Existen coberturas específicas para productos sensibles como la vainilla?

---

---

---

**Cierre**

7. ¿Qué recomendaciones daría para garantizar un proceso eficiente de consolidación y embalaje?

---

---

---

8. ¿Qué apoyo adicional ofrecen para gestionar reclamos o problemas durante el transporte?

---

---

---



ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	✓		✓		✓	✓		✓			
2	✓		✓		✓	✓		✓			
3	✓		✓		✓	✓		✓			
4	✓		✓		✓	✓		✓			
5	✓		✓		✓	✓		✓			
6	✓		✓		✓	✓		✓			
7	✓		✓		✓	✓		✓			
8	✓		✓		✓	✓		✓			
<b>ASPECTOS GENERALES</b>									<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>OBSERVACIONES</b>
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									✓		A quién va dirigido
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación									✓		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia									✓		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir									✓		
<b>VALIDEZ</b>											
<b>APLICABLE:</b>						<b>NO APLICABLE:</b>					
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:						✓					
Validado por:			Andrea Dueñas								
C.I.:			0803558253								
Firma:			[Firma manuscrita]								
Fecha:			10-1-2025								

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Técnicas
<b>Exportación</b>	Exportar es entrar a mercados internaciones vendiendo productos fabricados en el país de origen de la empresa, generalmente con mínimas modificaciones (Kotler & Armstrong, Fundamentos de Marketing, 2013).	Proceso de introducir la vainilla producida en Ecuador al mercado suizo mediante la venta de productos que han sido fabricados en Ecuador con ajustes mínimos para adaptarse a las normativas y preferencias del mercado suizo. Este proceso incluye actividades específicas como la identificación de requisitos regulatorios suizos y la adaptación de empaques.	<b>Requisitos de Exportación</b>  <b>Prácticas Logísticas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Requisitos nacionales de exportación</li> <li>✓ Infraestructura y Recursos tecnológicos</li> <li>✓ Certificaciones</li> <li>✓ Fitosanitarias</li> <li>✓ Barreras administrativas y regulatorias</li> <li>✓ Métodos de transporte</li> <li>✓ Condiciones de Almacenamiento</li> <li>✓ Empaque y embalaje</li> <li>✓ Gestión de inventarios</li> <li>✓ Seguros de Carga</li> </ul>	Revisión documental y Entrevistas

*nnte: Elaboración propia*