



# Profundiza más

## Recurso de Profundización

### Clase 2

#### Desarrollo del caso de estudio

##### **Caso de estudio: Wipala Snacks – Un emprendimiento ecuatoriano con propósito**

Wipala Snacks nació en Ecuador como el resultado de un proyecto de tesis universitaria de **Jaime Santillán y Mario Torres**, dos jóvenes estudiantes de la Universidad Casa Grande, en Guayaquil. La idea surgió a partir de una pregunta simple pero poderosa: *¿podría un trabajo académico convertirse en un producto real con impacto social y ambiental positivo?* A partir de esa inquietud, decidieron crear una barra energética natural que representara la diversidad del Ecuador, incorporando ingredientes provenientes de sus cuatro regiones —la Costa, la Sierra, la Amazonía y las Islas Galápagos—. Así nació **Wipala**, nombre que proviene del símbolo andino que representa la unión de los pueblos, reflejando su filosofía de sostenibilidad, identidad cultural y conexión con la tierra.

Al inicio, los emprendedores enfrentaron grandes desafíos: desde obtener permisos sanitarios y financiamiento, hasta aprender sobre procesos industriales y exportación. Con una inversión inicial modesta y mucha perseverancia, comenzaron a producir sus primeras barras en una pequeña planta en **Milagro**, y las vendían en ferias locales. Con el tiempo, su visión los llevó a escalar la producción y a incorporar un equipo de trabajo comprometido con la calidad, la innovación y la sostenibilidad. Su propuesta se basó en crear productos **libres de gluten, lactosa y conservantes**, hechos con **ingredientes andinos** como quinua, chocho, amaranto, cacao y frutas tropicales, lo que los posicionó dentro del creciente mercado de alimentos saludables.

El crecimiento fue constante. De las ventas en ferias pasaron a los supermercados nacionales y posteriormente a la **exportación**, alcanzando mercados exigentes como **Estados Unidos, España, Alemania, Chile y Panamá**. Hoy, sus productos se venden en cadenas internacionales como **Walmart** y **CVS Pharmacy**, y también en plataformas digitales como **Amazon**. Cerca del 75 % de sus ventas proviene del mercado internacional, respaldado por certificaciones como **USDA Organic** y **HACCP**, que garantizan su calidad y sostenibilidad. Además, Wipala ha diversificado su portafolio con nuevos productos como cereales, geles energéticos y snacks veganos, manteniendo siempre su esencia natural y ecuatoriana.



# Profundiza más

El camino, sin embargo, no ha sido fácil. La empresa ha enfrentado obstáculos como **inundaciones que afectaron su planta de producción**, pérdidas de maquinaria y materia prima, así como los retos logísticos y regulatorios propios de la exportación. A pesar de ello, la resiliencia de sus fundadores y la fortaleza del equipo han sido claves para superar cada crisis. Su éxito se explica por la calidad del producto, la innovación constante, el aprovechamiento de ingredientes locales y el compromiso con el desarrollo sostenible y el comercio justo.

Hoy, **Wipala Snacks** es reconocida como una de las **pymes ecuatorianas más destacadas en exportación**, ha recibido el reconocimiento de **ProEcuador** y del **Banco Mundial** como emprendimiento ejemplar, y representa un modelo inspirador de cómo un proyecto académico puede transformarse en una empresa con impacto global. Su historia es una lección sobre visión, perseverancia y propósito: disfrutar el proceso, aprender de los errores y nunca perder la conexión con las raíces que dieron origen al sueño.

## Preguntas para resolver del caso de estudio

1. ¿Qué factores internos y externos contribuyeron al crecimiento y éxito de Wipala Snacks desde su inicio como proyecto universitario hasta su internacionalización?
2. ¿Cómo logra Wipala diferenciarse en el mercado de alimentos saludables y qué papel juegan los ingredientes locales en su propuesta de valor?
3. ¿Qué desafíos enfrentaron los fundadores en el proceso de formalizar y expandir su emprendimiento, y cómo los superaron?
4. ¿De qué manera Wipala aplica principios de sostenibilidad y comercio justo en su modelo de negocio?
5. Si tú fueras parte del equipo directivo de Wipala, ¿qué propuesta de innovación disruptiva harías para fortalecer su presencia en el mercado nacional sin perder competitividad internacional?