



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA DE ECONOMÍA

**Trabajo de titulación, previo a la obtención del
título de economista**

Tema:

**“Análisis de la internacionalización de las Pymes exportadoras
del Ecuador. Periodo 2010 -2019”**

Autor:

Sr. Ángel Fabián Macías Ortega

Tutor:

Econ. Rubén Darío Saldaña Jara, MSc.

Octubre, 2020
Guayaquil - Ecuador



ANEXO XI.- FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN
FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA: ECONOMIA SEMESTRAL



REPOSITORIO NACIONAL ENCIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN			
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	“La internacionalización de las Pymes exportadoras del Ecuador. Periodo 2010– 2019”		
AUTOR(ES) :	Ángelo Fabián Macías Ortega		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Econ. Rubén Saldaña Jara		
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil		
UNIDAD/FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	Economía modalidad semestral		
GRADO OBTENIDO:	Tercer nivel		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	Octubre, 2020	Nº. DE PÁGINAS:	82
ÁREAS TEMÁTICAS:	Historia y Coyuntura Económica		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Internacionalización, Pymes, Proceso de internacionalización, Modelo Uppsala, Exportaciones, Mercados internacionales.		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar el proceso de internacionalización de las Pymes exportadoras ecuatorianas durante el periodo 2010 - 2019, con la finalidad de describir sus características fundamentales, la distribución geográfica y por sectores, además, se identifica las políticas y programas que se han implementado a lo largo del periodo estudiado, siendo la elaboración del Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones, una de las base legal para la creación de esas instituciones, programas y proyectos de promoción . El trabajo de investigación es descriptivo, puesto que, se evidencia el perfil de las Pymes exportadoras, y los diferentes determinantes que influyen su proceso de insertarse en los mercados internacionales, teniendo como resultados que las Pymes no han tenido un proceso de internacionalización completo, determinado por la limitación del alcance de los programas de promoción de exportaciones, de la misma forma, se determinó que el entorno macroeconómico que vivió el país durante el periodo de estudio, fue un limitante para un proceso de internacionalización exitoso.</p>		
ADJUNTO PDF:	SI (X)	NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono:0967319173	E-mail: angelofmo98@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Econ. Natalia Andrade Moreira		
	Teléfono: 042-293052 EXT. 108		
	E-mail: Natalia.andradem@ug.edu.ec		



**ANEXO XII.- DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y DE AUTORIZACIÓN DE LICENCIA
GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA
CON FINES NO ACADÉMICOS
FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS
ECONOMIA (SEMESTRAL)**

LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS

Yo, Ángelo Fabian Macias Ortega, con C.I. No. 0930521356, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “Análisis de la Internacionalización de las Pymes exportadoras del Ecuador. Periodo 2010 -2019” son de mi absoluta propiedad y responsabilidad, en conformidad al Artículo 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizo la utilización de una licencia gratuita intransferible, para el uso no comercial de la presente obra a favor de la Universidad de Guayaquil.

Ángelo Macías. O

Ángelo Fabián Macías Ortega
C.I. No. 0930521356



ANEXO VII.- CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD



FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS

CARRERA: ECONOMIA (MODALIDAD SEMESTRAL)

Habiendo sido nombrado ECON. RUBÉN DARÍO SALDAÑA JARA, MSC., tutor del trabajo de titulación, certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por MACIAS ORTEGA ANGELO FABIAN, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de ECONOMISTA.

Se informa que el trabajo de titulación: "ANÁLISIS DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES EXPORTADORAS DEL ECUADOR. PERIODO 2010 – 2019", ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa anti-plagio URKUND quedando el 4% de coincidencia.

Resumen El presente trabajo de investigación tiene como objetivo el diagnosticar la internacionalización de las Pymes exportadoras ecuatorianas durante el periodo 2010 - 2019, con la finalidad de describir sus características fundamentales, la distribución geográfica y por sectores, además, se identifica las políticas y programas que se han implementado a lo largo del periodo estudiado, siendo la elaboración del Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones, una de las bases legales para la creación de esas instituciones, programas y proyectos de promoción. El trabajo de investigación es descriptivo, puesto que, se evidencia el perfil de las Pymes exportadoras, y los diferentes determinantes que influyen su proceso de insertarse en los mercados internacionales, teniendo como resultados que las Pymes no han tenido un proceso de internacionalización completo, determinado por la limitación del alcance de los programas de promoción de exportaciones, de la misma forma, se determinó que el entorno macroeconómico que vivió el país durante el periodo de estudio, fue un limitante para un proceso de internacionalización exitoso.

Palabras clave: Internacionalización, Pymes, Programas de fomento, Modelo Uppsala.

Abstract The objective of this research work is to diagnose the internationalization of Ecuadorian exporting SMEs during the period 2010 - 2019, in order to describe their fundamental characteristics, geographical distribution and by sectors, in addition, the policies and programs that have been implemented throughout the period studied, being the elaboration of the Organic Code of Production, Trade and Investments, one of the legal bases for the creation of these institutions, programs and promotion projects. The research work is descriptive, since the profile of exporting SMEs is evident, and the different determinants that influence their process of inserting themselves in international markets, having as results that SMEs have not had a complete internationalization process, determined Due to the limitation of the scope of the export promotion programs, in the same way, it was determined that the macroeconomic environment experienced by the country during the study period was a limitation for a successful internationalization process.

<https://secure.arkund.com/old/view/77076258-759170-870808#BcExDoMwEEXBu7h+ivby2sbmKhEFQoBcQEOJcvfMvOl60vw1JOQoUEYFVTShhjpuuHDHgyBTqDT6QnrGeY9jbOu97Wm2j4WpNi8tqyqy9+n3Bw==>

ECON. RUBÉN DARÍO SALDAÑA JARA, MSC.

C.I.: 070472551-4

FECHA: 02 DE OCTUBRE DEL 2020

**ANEXO VI. - CERTIFICADO DEL DOCENTE-TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN****FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS****CARRERA: ECONOMÍA (MODALIDAD SEMESTRAL)**

Guayaquil, 02 de octubre del 2020

ECONOMISTA
HERMES AGUILAR AZUERO, MSc.
SUBDECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad. –

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación **ANÁLISIS DE LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES EXPORTADORAS DEL ECUADOR. PERIODO 2010 – 2019** del(los) estudiante(s) **MACIAS ORTEGA ANGELO FABIAN**, indicando que ha(n) cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, **CERTIFICO**, para los fines pertinentes, que el (los) estudiante (s) está (n) apto (s) para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

ECON. RUBÉN DARÍO SALDAÑA JARA, MSC.
C.I.: 070472551-4
FECHA: 02 DE OCTUBRE DEL 2020

Dedicatoria

De manera especial y en primer lugar el presente trabajo va dedicado a mi mamá por el apoyo que me dio en vida y a mi papá por el ser uno de los pilares que me brindaron su ayuda en todo mi trayecto en la carrera, a enseñarme a ser perseverante, además, de mi tutor que me guío en todo este proceso de titulación.

Agradecimiento

Agradezco a mis padres Lcdo. Yulín Macías y Sra. Alicia Ortega (+), que me brindaron todo su apoyo constante e incondicional a lo largo de mi carrera. Gracias a la facultad donde aprendí, me estresé y fui feliz, además, de los docentes por sus conocimientos impartidos durante de los 8 semestres, para formarme como profesional; a los amigos que fueron parte un apoyo principal en cada uno de esos semestres, y finalmente, me agradezco a mí mismo por no claudicar antes las adversidades y superarme como persona y profesional.

Índice General

Introducción	1
Capítulo I.....	3
Planteamiento del problema.....	3
1.1 Descripción del problema.....	3
1.2. Formulación del problema.....	6
1.3 Delimitación espacial y temporal	6
1.3.1 Delimitación temporal..	6
1.3.2 Delimitación espacial.....	6
1.4 Línea de investigación.....	6
1.5 Justificación.....	6
1.6. Objetivos de la investigación	8
1.7. Hipotesis o premisa	8
Capitulo II	9
Marco referencial	9
2.1 Marco teórico	9
2.1.1 Teoría Clásica del comercio internacional.	9
2.1.3. La internacionalización de las empresas	16
2.2 Marco Conceptual	26
2.2.1 Empresas.....	26
2.2.2 Internacionalización de las empresas.....	27
2.2.3 Procesos de internacionalización	27
2.3 Marco Contextual	27
2.4 Marco Legal	31
2.4.4 Superintendencia de Compañías Valores y Seguros (Supercia).....	33

Capítulo III.....	36
Marco Metodológico.....	36
3.1 Enfoque de la investigación	36
3.2 Modalidad de la investigación.....	36
3.3 Tipo de Investigación	36
3.4 Población y Muestra.....	37
3.5 Matriz CDIU.....	37
3.6 Técnicas e instrumentos	38
3.7 Recolección y procesamiento	38
Capítulo IV.....	39
Resultados	39
4.1 Análisis de resultados	39
4.1.1 Internacionalización del Ecuador.....	39
4.1.2 La internacionalización de las Pymes en el Ecuador.....	40
4.1.3 Caracterización de las Pymes ecuatorianas	43
4.1.4 Distribución de las Pymes a nivel nacional	46
4.1.5 Programas y políticas públicas para la internacionalización de las Pymes	51
4.1.5 Determinantes de la internacionalización de las Pymes ecuatorianas	57
4.2 Limitaciones para el desarrollo de la investigación	62
4.1.1 Limitaciones	62
4.3 Futuras líneas de investigación.....	62
Conclusiones	63
Recomendaciones.....	67
Anexos	78

Índice de Tablas

Tabla 1 Criterios de definición de una Pyme Europea	14
Tabla 2 Criterios de definición de una Pyme en Ecuador	15
Tabla 3 Programas e instituciones de apoyo a las Pymes en Chile	26
Tabla 4 Matriz de categorías dimensiones instrumentos y unidades de estudio (CDIU)....	37
Tabla 5 Número de Pymes exportadoras por provincia (2010 – 2018).....	47
Tabla 6 Porcentaje de variación anual del número de Pymes exportadoras por provinica (2010 – 2018)	47
Tabla 7 Exportaciones de las Pymes ecuatorianas por provincia (2010 – 2018). Miles de dolares.....	48
Tabla 8 Programas enfocados en mejorar el proceso de internacionalización de las Pymes ecuatorianas (2010 – 2019).....	53
Tabla 9 Oficinas Nacionales de Proecuador.....	55
Tabla 10 Evaluación de las exportaciones del programa Exporta Fácil periodo 2011 – 2015.	56
Tabla 11 Descripción de la información brindada por el sitio web de Proecuador.....	58
Tabla 12 Principales iniciativas del sector privado ecuatoriano, destinados a la capacitación de las Pymes, con fines de internacionalización.....	61
Tabla 13 Ubicación de las oficinas en el exterior de Proecuador.....	79
Tabla 14 Programas de grado y postgrado brindada por las universidades del país	82

Índice de Figuras

Figura 1. Árbol de problemas	5
Figura 2 Características principales de las empresas según Sídney G. Winter.	12
Figura 3 Condiciones para la internacionalización de las empresas, según el paradigma ecléctico (Modelo Oli).	18
Figura 4 Etapas de Internacionalización del modelo Uppsala.r.	20
Figura 5 Diagrama del Ciclo de vida de los productos	22
Figura 6. Características básicas de las Pymes en Ecuador.....	43
Figura 7. Montos de Exportación anual de las Pymes ecuatorianas, periodo 2010 – 2018.45	45
Figura 8 Porcentaje de participación de las Pymes en las Exportaciones no petroleras.	46
Figura 9. Porcentajes de exportación por provincias.....	49
Figura 10 Porcentaje de exportación de Pymes, por provincia, años 2010 y 2018.	49
Figura 11 Exportaciones de las Pymes por sector económico año 2018 (miles de dólares)50	50
Figura 12 Porcentaje de participación de las provincias en las exportaciones, por sector productivo del año 2018.	51
Figura 13 Información que brinda Proecuador.....	54
Figura 17. Porcentaje de producción de las Pymes, destinado a exportación	59
Figura 14 Tipo de Cambio Real del Peso colombiano respecto al Dólar.....	78
Figura 15 Tipo de Cambio Real del Sol Peruano respecto al Dólar.....	79
Figura 16 Ficha técnica de Corea del Sur, proporcionada por Proecuador (2020).	81

Índice de Anexos

Anexo 1 Tipo de Cambio real del peso colombiano con respecto al dólar	78
Anexo 2 Tipo de Cambio real del sol peruano con respecto al dólar.....	78
Anexo 3 Ubicación de las oficinas en el exterior de Proecuador.	79
Anexo 4 Ficha Técnica de Corea del Sur	81
Anexo 5 Programas de grado y postgrado ofertados por las universidades del país.....	82



ANEXO XIII.- RESUMEN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN (ESPAÑOL)

XIII



FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS CARRERA: ECONOMIA MODALIDAD SEMESTRAL

“Análisis de la internacionalización de las Pymes exportadoras del Ecuador. Periodo 2010 - 2019”

Autor: Ángel Fabian Macias Ortega

Tutor: Econ. Rubén Saldaña Jara. Msc

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar el proceso de internacionalización de las Pymes exportadoras ecuatorianas durante el periodo 2010 - 2019, con la finalidad de describir sus características fundamentales, la distribución geográfica y por sectores, además, se identifica las políticas y programas que se han implementado a lo largo del periodo estudiado, siendo la elaboración del Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones, una de las base legal para la creación de esas instituciones, programas y proyectos de promoción . El trabajo de investigación es descriptivo, puesto que, se evidencia el perfil de las Pymes exportadoras, y los diferentes determinantes que influyen su proceso de insertarse en los mercados internacionales, teniendo como resultados que las Pymes no han tenido un proceso de internacionalización completo, determinado por la limitación del alcance de los programas de promoción de exportaciones, de la misma forma, se determinó que el entorno macroeconómico que vivió el país durante el periodo de estudio, fue un limitante para un proceso de internacionalización exitoso.

Palabras clave: *Internacionalización, Pymes, Programas de promoción, Modelo Uppsala, Exportaciones, Mercados internacionales*



ANEXO XIV.- RESUMEN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN (INGLÉS)

FACULTAD CIENCIAS ECONÓMICAS
CARRERA: ECONOMIA MODALIDAD SEMESTRAL

“Analysis of the internationalization of exporting SMEs in Ecuador. Period 2010 -2019”

Author: Ángel Fabián Macías Ortega

Advisor: Econ. Rubén Saldaña Jara. Msc

Abstract

The objective of this research work is to analyze the internationalization process of Ecuadorian exporting SMEs during the period 2010-2019, in order to describe their fundamental characteristics, geographic distribution and by sectors, in addition, the policies and programs that They have been implemented throughout the period studied, with the elaboration of the Organic Code of Production, Trade and Investments being one of the legal bases for the creation of these promotional institutions, programs and projects. The research work is descriptive, since the profile of exporting SMEs is evident, and the different determinants that influence their process of inserting themselves in international markets, having as results that SMEs have not had a complete internationalization process, determined Due to the limitation of the scope of the export promotion programs, in the same way, it was determined that the macroeconomic environment experienced by the country during the study period was a limitation for a successful internationalization process.

Keywords: *Internationalization, SMEs, Promotion programs, Uppsala Model, Export, International markets.*

Introducción

Cuando se habla acerca de la internacionalización de las Pymes, generalmente se toma en cuenta a las exportaciones, sin llegar a visualizar que este es un proceso gradual, que inicia con la importación de productos e insumos para el proceso productivo, pasando por exportaciones hasta llegar a la Inversión Extranjera Directa (IED), pudiendo ser esta la apertura de una sucursal y la ubicación de sus operaciones productivas en el país destino. Dentro del proceso de internacionalización están involucrados varios factores como las políticas, el entorno macroeconómico, el tipo de cambio, la capacidad de las Pymes para poder competir en los mercados internacionales, entre otros.

En el caso de las Pymes ecuatorianas, la internacionalización es un objetivo que proviene desde los gobiernos de turno, esto debido a que la moneda de uso en el país es extranjera; para mantener la estabilidad de una economía dolarizada, se necesita tener un flujo permanente de ingreso de divisas, y la vía exportaciones es el camino escogido por los gobiernos para lograr dicho objetivo.

A lo largo del periodo de estudio, las instituciones pertinentes han aplicado varios programas y/o proyectos enfocados en convertir el producto de las Pymes, en bienes exportables.

En el capítulo I se plantean las causas y consecuencias de la problemática investigada, mismas que se resumen en un árbol de problemas. Como guía para el análisis del fenómeno, se plantea una pregunta general, la cual refleja el propósito de estudio que es la evolución del proceso de internacionalización de las Pymes ecuatorianas en el periodo 2010 - 2019, y cuatro preguntas específicas, mismas que orientan el desarrollo de la investigación, adicionalmente, se plantea la justificación del trabajo, donde se describió la importancia de este; y, como puntos finales, se exponen los objetivos generales y específicos, los cuales se abordaron en consecuencia de que estos respondan las preguntas de investigación, además, se planteó la premisa del trabajo.

En el capítulo II se aborda el marco referencial, presentando la revisión bibliográfica acerca del comercio internacional y los diferentes procesos de internacionalización, sobre este último se describen hechos históricos del Ecuador, así como la contextualización del tema a nivel global y local, pasando por la revisión de la normativa relacionada con la internacionalización de las Pymes. Adicionalmente, se presentan los referentes empíricos, es decir, trabajos de investigación similares que han sido realizados en diferentes periodos de estudio, tanto a nivel nacional como internacional.

En el capítulo III se describe el enfoque investigativo con el que se desarrolló el trabajo, además, de la descripción de las técnicas, formas de recolección y procesamiento de la información, para realizar el análisis de los resultados.

Finalmente, en el capítulo IV, se procedió a detallar los antecedentes de la internacionalización, tanto como país en general y de las Pymes en específico, a parte, se exponen las características de las pequeñas y medianas empresas en el país, así como su distribución geográfica, y cuáles fueron los sectores en los cuales más intervinieron las Pymes exportadoras, además, de evaluar las políticas y programas que influyeron en el proceso de internacionalización de las Pymes, así como los factores determinantes que afectaron a este proceso durante el periodo de estudio.

Capítulo I

Planteamiento del problema

1.1 Descripción del problema

La pequeña y mediana empresa en el Ecuador, es uno de los creadores de empleo en el país, siendo uno de los objetivos de la política de fomento productivos y exportación durante los últimos gobiernos, por ejemplo, se han generado incentivos por parte del sector financiero privado y público para el acceso a financiamiento, pero en gran medida estos son restrictivos para una *Pequeña y mediana empresa* (Pyme), aunque sean promocionados como incentivos. Teniendo en cuenta esto, el proceso de internacionalización de este tipo de empresa se ve obstaculizado dentro de un país en donde el fin de las políticas aplicadas en el sector productivo son para un modelo exportador rentable y sostenible, y aunque suene contradictorio, dichas medidas para crear un sistema de apoyo no son lo suficientemente eficientes, como para lograr el objetivo de la internacionalización.

La internacionalización en el país es una de las bases para poder mantener el sistema dolarizado en el que nos regimos desde el 09 de enero del 2000, entonces es considerada como una problemática, debido a que las exportaciones son una de las principales fuentes de divisas en nuestro país, y si estas no ingresan en mayor cantidad que las que salen del país, entonces, el país podría sufrir una crisis de liquidez y el sistema monetario correría peligro. Además, se entiende que al internacionalizarse se vuelve menos dependiente de una economía local inestable (*desde el punto de vista de las Pymes*), y se diversifican los riesgos al no depender de un solo mercado como el nacional.

La Pyme posee importante participación dentro la economía local debido a que es generadora de empleo y también consumo, por lo que concentra el 99,5% de las empresas existentes en el país (Ekos, 2019), donde su baja participación en la estructura de comercio exterior del país, es debido a su pequeña capacidad humana, financiera y tecnológica, para acoplarse a los mercados internacionales, siendo actualmente uno de sus males la baja aplicación de métodos innovadores (I + D), donde, no posee una estructura tecnológica importante, volviéndola poco competitiva, y no permitiéndole obtener mayor productividad (*Economías de Escala*) y generando que la Pyme no se encuentre en condiciones para poder adaptarse a las competencias de los mercados internacionales.

Debido a esa situación se reflejan políticas de desarrollo de este sector por parte del gobierno, mismo que para reestructurar de forma general la actividad comercial, la inversión y la industria ecuatoriana, hacia un cambio de la matriz productiva, modificó la normativa del sector

productivo con la elaboración del Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), creado en diciembre del 2010.

El Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones es una norma creada, para darle nuevas herramientas al sector productivo, tendiendo a la mejora de la industria y competitividad nacional en general, donde se identifica un enfoque especial en el fomento y desarrollo de las Pymes, en consecuencia, atendería de forma integral los problemas de las Pymes para poder llevar un proceso sostenible de internacionalización, que son capacitación, mayor apoyo financiero y programas de promoción e internacionalización de las mismas, mejorando la problemática de los mecanismos ineficientes y complejos que debe realizar una empresa dentro de este sector para que su producto se internacionalice, de esta forma se podría agilizar e incluso disminuir los costos de exportación de un producto.

El sector exportador ha sido afecto durante el último lustro de forma negativa por diferentes aspectos exógenos como, la apreciación del dólar o la caída de los precios del petróleo y factores endógenos como el terremoto que vivió el país el 16 de abril del 2016.

Este sector se separa en dos componentes que son el sector exportador de productos petroleros y no petroleros, siendo el primero el de mayor ingreso de divisas por concepto de exportación de petróleo, cuya dependencia deja vulnerable a la economía del país a los *shocks externos*, debido a que una disminución sustancial en el precio de petróleo ocasiona una baja en el ingreso de divisas de las exportaciones petroleras, disminuyendo su mayor ingreso, el país entraría en déficit dentro de su balanza comercial petrolera, generando muchos desequilibrios en las cuentas nacionales.

El objetivo primordial por parte de los gobiernos de turno en el país es el incremento de la exportación de los productos no tradicionales, tal como lo menciona la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) en una encuesta realizada a 96 países: “El principal objetivo estratégico de los Organismos de Promoción Comercial (OPC) latinoamericanos es promover las exportaciones de productos no tradicionales, lo cual indica una preocupación por la diversificación” (CEPAL, 2016, pág. 11).

La promoción viene siendo un factor dentro de varios, pero el acceso al financiamiento es un factor clave para el desarrollo de las PYME, ahí se encuentran restricciones por parte de las entidades financieras, tanto privadas como públicas no son conscientes de la diferencia de capacidades y necesidades que hay dentro del mismo sector Pyme.

Una de las principales características de las pequeña y mediana empresa latinoamericanas es su heterogeneidad, encontramos empresas que responden a necesidades de supervivencia como otras de gran capacidad que buscan aprovechar las oportunidades del mercado a través

de una gestión innovadora. Debido al alto grado de heterogeneidad no existe una receta común (Crespo G., 2013, pág. 24).

Además, un factor clave que debe ser tomado en cuenta por una Pyme que todavía no ha experimentado la idea de un nuevo mercado internacional, es la del poco o nulo conocimiento que poseen algunos o muchos de los dueños, gerentes o administradores de las Pymes sobre cómo llegar a realizar una operación de internacionalización de sus productos, de cómo conseguir los contactos en un mercado internacional tan competitivo, y las normas que se deben cumplir en cada país que se desee exportar, los requisitos de acceso a estos mercados, de esta forma se pierde interés en las Pymes sobre una posible inserción al mercado internacional.



Figura 1. Árbol de problemas. Elaborado por autor

1.2. Formulación del problema

Teniendo en cuenta la baja internacionalización de las Pymes en el Ecuador, se realizaron preguntas, que refleje el propósito del estudio y cuál es la orientación con la que se desarrolla la investigación, para dar explicaciones a las siguientes incógnitas:

1.2.1 Pregunta General

¿Cómo ha evolucionado el proceso de internacionalización de las Pymes exportadoras del Ecuador durante el periodo 2010 – 2019?

1.2.2 Preguntas Especificas

1. ¿Cuáles han sido las características de las Pymes internacionalizadas en el Ecuador durante el periodo 2010 - 2019?
2. ¿En qué zonas geográficas y sectores productivos del Ecuador se encuentran distribuidas las Pymes exportadoras del país?
3. ¿Qué políticas o proyectos de capacitación, potenciación, asesoría y promoción hacia las Pymes exportadoras se han implementado en el Ecuador?
4. ¿Cuáles son los factores externos e internos que han incidido en la internacionalización de las Pymes exportadoras del Ecuador?

1.2.3 Palabras Clave

Internacionalización – Pymes –Fomento - Programas- exportaciones - Sistema de apoyo – Procesos.

1.3 Delimitación espacial y temporal

1.3.1 Delimitación temporal. Los datos que van a ser objeto de análisis se encuentran dentro del periodo 2010 – 2019, considerando como variables las exportaciones de las Pymes y Variable sin especificar.

1.3.2 Delimitación espacial. La investigación propuesta será realizada tomando información de todas las Pymes que exporten dentro del territorio del Ecuador.

1.4 Línea de investigación

El desarrollo del trabajo se realiza dentro de la línea de investigación de Historia y coyuntura económica, de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Guayaquil.

1.5 Justificación

La importancia de este trabajo pretende explicar las diferentes causas u orígenes de la internacionalización de las Pymes en el país, y su evaluación durante el periodo de estudio, por lo que es necesario describir las condiciones que han tenido las Pymes en el Ecuador durante el periodo 2010 – 2019. Además, es importante saber cuál ha sido su incidencia en la exportación

de los productos no petroleros, debido a que este es el rubro donde más se promociona PYME hacia el exterior, y si la relación con ciertos incentivos y coordinación con el sector público ha sido eficiente, para poder llegar a ese objetivo que es la internacionalización:

La Falta de coordinación entre las mismas instituciones públicas y la escasez de programas específicos, como apoyo para que las Pymes exportadoras, incluyan la innovación dentro de su proceso productivo, hacen que, en la práctica, las Pymes que exportan y desean innovar no cuenten con un referente a quien consultar y que pueda atender sus necesidades específicas (CEPAL, 2016).

Según las encuestas cuatrimestral de coyuntura realizadas por el observatorio de la Pyme de la Universidad Andina Simón Bolívar (UASB), sede en Ecuador, el mayor porcentaje de productos totales por parte de las Pymes que se destinó a la exportación fue del 9% en el primer cuatrimestre del año 2013, es decir que de cada 100 bienes producidos por una pequeña y mediana empresa en el Ecuador en el 2013, solo 9 se destinaron a la exportación, siendo la única vez que se alcanzó este nivel desde que se elabora la encuesta a partir del año 2011, y en los posteriores años mantuvo un promedio del 7 %, hasta el año 2016, a partir del año 2017 comienza una baja llegando en el primer cuatrimestre del año 2019 a tener solo un 3% de la producción destinada a exportar (UASB, 2020).

Basados en estos datos de la última década, se refleja que la tendencia de las Pymes a exportar a tenido una baja, aclarando que en su nivel más alto de exportación tampoco reflejaba un gran nivel de internacionalización, es decir que aunque antes no se estaba realizando un proceso de internacionalización que impacte en gran medida la economía del Ecuador, ahora ese impacto es muy por debajo de lo hecho en años anteriores

Como se conoce, en el Ecuador se toma en cuenta la exportación de productos no tradicionales, por el motivo actual de nuestra política monetaria, a causa de que se sostiene a base del ingreso de divisas en nuestro país por exportación, deuda, reservas internacionales, inversión extranjera directa, transferencias etc, por tal motivo, se realizó el diagnóstico de las Pymes y su internacionalización, por la importancia de que el sector se desarrolle y en un efecto contagio también el país.

En consecuencia, la exportación es una vía saludable para poder mantener el sistema monetario actual, debido a que la generación de divisas se da por parte de agentes económicos locales, mismos que dinamizan la producción, empleo y consumo.

1.6. Objetivos de la investigación

1.6.1. Objetivo general

Analizar el proceso de internacionalización de las Pymes exportadoras del Ecuador durante el periodo 2010 – 2019.

1.6.2. Objetivos específicos:

1. Exponer las características de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) ecuatorianas.
2. Describir la distribución de las Pymes exportadoras del Ecuador por zonas geográficas y sectores productivos del país.
3. Especificar las políticas y/o proyectos implementados en el Ecuador que impulsen el proceso de internacionalización de las Pymes exportadoras durante el periodo de estudio.
4. Determinar los factores externos e internos que han incidido en la internacionalización de las Pymes exportadoras del Ecuador.

1.7. Hipotesis o premisa

El proceso de internacionalización de las Pymes exportadoras del Ecuador, no se ha desarrollado significativamente durante el periodo 2010 – 2019.

Capítulo II

Marco referencial

2.1 Marco teórico

Para un entendimiento de tipo ortodoxo sobre las bases de la problemática estudiada, a continuación, se procede a fundamentar explicando varias teorías respecto al comercio internacional, las empresas, las pequeñas y medianas empresas (Pymes), y la internacionalización de las Pymes.

2.1.1 Teoría Clásica del comercio internacional.

El comercio internacional fue un punto de estudio importante en la teoría clásica, en la cual dos de sus más grandes referentes, Adam Smith y David Ricardo plantearon, bajo diferentes criterios, que el intercambio comercial internacional es un mecanismo necesario para expandir las economías nacionales y generar crecimiento económico; explicaron que los países tienden a especializarse en la producción de un bien, de modo que el comercio internacional sea a través de la especialización y la división del trabajo (Cardozo, Chavarro, & Ramirez, 2007).

2.1.1.1. *Ventaja Absoluta de Smith.*

Su aporte a esta concepción de la teoría clásica se da con la explicación de la teoría de la ventaja absoluta: a partir de una idea de libre comercio, se establecía el argumento de que la especialización de los países en la acción de producir un bien en el que se posee una ventaja absoluta en los costes sobre la producción de ese mismo producto en otro país, refleja que el intercambio de ambos países debe realizarse por un trueque de sus productos con ventaja de costes absoluta (Torres, 1972).

Para Smith, existe una relación directa entre el tamaño del mercado y los niveles de especialización, pues afirma que, a mayor tamaño del mercado, mayor especialización y productividad del trabajo, por lo tanto, el libre comercio internacional expande el mercado, lo que a través de un aumento de la productividad del trabajo conduce al bienestar mundial vía aumentos de la producción y disminución de precios (Moreno, Narvaez, & Sancho, 2016, pág. 9).

2.1.1.2 *Ventaja Comparativa de Ricardo.* Su aporte a la concepción de la teoría clásica sobre el comercio internacional está basado en su teoría de las ventajas comparativas, donde se refiere a las ventajas de producir un bien en un país u otro, mencionando que los costos de oportunidad en la producción de este bien, en términos de otros bienes, es inferior en este país en relación al mismo costo de oportunidad en otros países, de tal manera que, el comercio entre dos países

puede beneficiar a ambos si cada país exportada el bien en que obtiene una ventaja por su posición geográfica (Moreno, Narvaez, & Sancho, 2016).

En pocas palabras, se entiende a la ventaja comparativa como una asimilación de un país sobre la realidad de sus factores productivos, por concerniente si un país posee una ventaja comparativa en el factor tierra esa economía esta sesgada hacia la producción de alimentos y los mismo en un país donde la ventaja se encuentre en el factor trabajo, se centra en una economía manufacturera o en productos intensivos en capital. (Achonera, 2009)

2.1.1.3 Demanda recíproca de Mill. El aporte de John Stuart Mill (1948) a la teoría clásica del comercio internacional fue la *Ley de la demanda recíproca*, en la cual plantea los *precios relativos* dentro de las transacciones comerciales entre países, algo que no fue tomado en cuenta dentro de la teoría de la Ventaja comparativa de David Ricardo. Según el planteamiento de Mill, los precios de los productos que se intercambian de un a país a otro deben ser establecidos a un nivel que equiparen sus exportaciones y cubran el total de sus importaciones, estableciendo, tal como explica Arellano (2003, pág. 60), que el precio de las exportaciones de un país dependen básicamente de dos factores:

1. La intensidad y extensión de la demanda internacional por los productos que este país está exportando, según la elasticidad y lo elevado de la demanda.
2. Existiendo el libre cambio, un país obtendrá mayores beneficios si su oferta de productos exportables es inelástica y su demanda, frente a cambios de oferta externa, es igualmente inelástica y débil.

2.1.1.4. Teorías contemporáneas del comercio internacional

2.1.1.4.1 Costos de Oportunidad de Gottfried von Haberler. La teoría fue propuesta por Gottfried von Haberler (1937), parte como un planteamiento nuevo de las propuestas clásicas de Adam Smith y David Ricardo, agregando un especial análisis a los costes de oportunidad y no al valor del trabajo dentro del comercio internacional, como se hacía en la teoría clásica.

Haberler (1937) pudo observar que la imposición del valor del trabajo como único elemento base para una explicación teórica sobre el comercio internacional, dejaba de lado varios aspectos que son esenciales al momento de la producción de un bien. Además, se refiere al aprovechamiento al máximo de todos los factores que se utilizan en el proceso de producción, donde determina el aprovechamiento de los costos de oportunidad: “los costos marginales de una cantidad X de la mercancía A , deben considerarse como la cantidad de la mercancía B a la cual debe renunciarse para producir X unidades de A , en lugar de $X-1$ unidades de A ; de tal manera que la producción de A y B sean iguales” (Haberler, 1937, pág. 177).

2.1.1.4.2 Nueva teoría del comercio internacional de Krugman. Esta teoría parte como una explicación a las imperfecciones de los mercados donde se realizan las transacciones. Paul Krugman analiza los nuevos patrones de la actividad del comercio internacional y plantea una nueva o mejorada base teórica para la actividad comercial en la que incluye los fallos de mercado, mismos que no se habían tomado en cuenta en la teoría clásica del comercio internacional.

Krugman analiza las economías de escala y las introduce dentro de la explicación del porqué se dan los fallos de mercado. Según la teoría de los costes comparativos de David Ricardo (la cual plantea rendimientos constantes a escala), si se efectúa una duplicación de los factores de producción de una industria, entonces la producción también se duplica. Sin embargo, Krugman explica que la mayoría de las industrias se caracterizan por tener economías de escala o rendimientos crecientes, de forma que los costos van a ser menores a medida que la producción aumente, volviéndola eficiente (Krugman & Obstfeld, 2006).

Otra de las aportaciones de Krugman (1992) fue el desarrollo de la geografía económica, donde toma en cuenta el papel protagónico de los espacios geográficos para el desarrollo de las economías: los espacios donde se desenvuelven las economías están limitados a fronteras que detienen la libre movilidad tanto de personas como de bienes. Krugman (1992), respecto a las economías regionales, menciona que “cada vez tendrá más sentido pensar, en un mercado unificado, con libre movilidad del capital y del trabajo, dejando atrás las relaciones entre países que se componen en términos del paradigma tradicional del comercio internacional” (pág. 14); con esta afirmación, hace referencia directa a la unificación de las economías de Europa, en 1992.

2.1.2. La empresa

2.1.2.1. Definición y características de la empresa. La empresa parte como un actor importante dentro de la economía de los países desde la revolución industrial en mediados del siglo XVIII, misma que ha ido evolucionando a través de los años, hasta llegar a como lo definen según García y Taboada:

Organizaciones económicas que tienen como objetivo central obtener beneficios mediante la coordinación de recursos humanos, financieros y tecnológicos. Son importantes porque tienen la capacidad de generar riqueza y empleos en la economía y, además, porque son de las principales entidades impulsoras del cambio tecnológico en cualquier país (2012, pág. 10).

Otra definición según Sánchez Jiménez (2015) “es que la empresa es una unidad de organización dedicada a actividades industriales mercantiles o de prestación de servicios con

fines lucrativos lleva aparejado el vínculo indisoluble entre la misma y la sociedad en la que se desarrolla” (pág. 129).

Entonces, resumiendo las anteriores definiciones, la empresa es una abstracción a la realidad de una idea que posee un individuo racional, misma que se rige por unos conceptos y estructuras que está influenciados por el mercado donde se encuentran.

Según Williamson & Winter (1996), existen 4 características principales de las empresas:

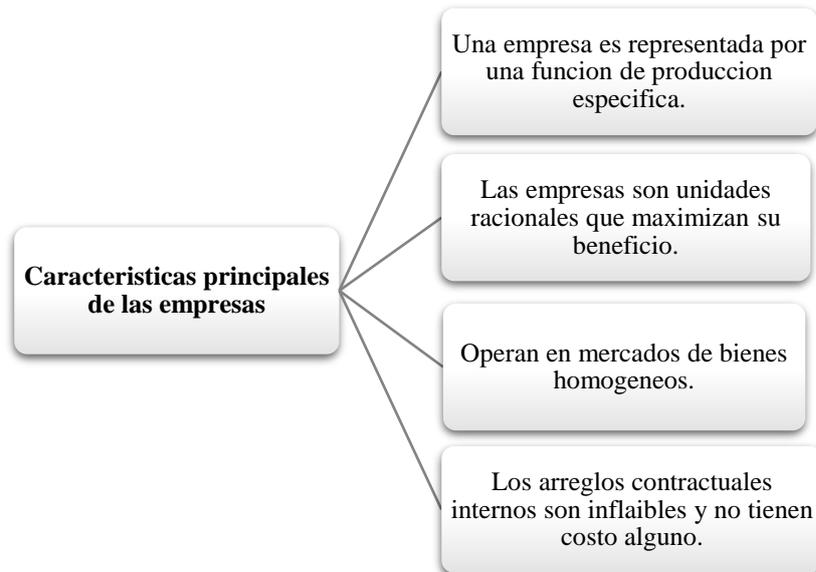


Figura 2. Características principales de las empresas según Sidney G. Winter. Adaptado de Morales (2009).

En base a estas cuatro características, se han desarrollado teorías acerca de cómo se maneja una empresa, sus aspectos más básicos y el ámbito en que se rodea, siendo la teoría neoclásica el *Génesis* de un gran número de apartados teóricos acerca de estas organizaciones económicas; además, teniendo a la teoría económica evolutiva de la empresa como una respuesta alternativa a la teoría neoclásica.

2.1.2.2. Teorías de la empresa

2.1.2.2.1. Teoría Neoclásica. Según Morales (2009), la teoría neoclásica de la empresa supone, en la primera característica, que todas las posibilidades técnicas eficientes a un mismo nivel de producción se encuentran explícitamente reveladas en curvas de producción bien definidas, llamadas *isocuantas* (funciones continuas, convexas al origen), que señalan distintas combinaciones óptimas de recursos. En la medida que se alejan del origen, simbolizan mayores niveles de producción.

Como uno de los principales agregados con respecto a la segunda característica, “se refiere en el modelo ortodoxo más simple de las empresas comerciales, el objetivo es simplemente el

beneficio o el valor de mercado, y cuanto más, mejor” (Nelson & Winter, 1982, pág. 53), donde la simple idea de maximizar los beneficios a corto plazo por parte del empresario, es una presunción que se toma la teoría neoclásica de exponer (Castro, 1978).

La tercera característica se refiere a los mercados de bienes homogéneos, donde los supuestos centrales desarrollados por la teoría clásica son: muchos pequeños compradores y vendedores, bienes homogéneos, tecnología exógena, no hay costos por intercambio de bienes y servicios y el tiempo es un fenómeno estático (García G. & Taboada I., 2012)

La cuarta y última característica desde el punto de vista clásico según Morales (2009): Analizando el funcionamiento interno de la empresa, se supone que se alcanza fácilmente, mediante el intercambio voluntario, una relación plenamente cooperativa entre los diversos intereses económicos organizados en la empresa y se supone que esto se logra en forma rutinaria, aunque implícita (pág. 8).

2.1.2.2.2. Teoría Económica Evolutiva. Intenta establecer un concepto de empresa desde una perspectiva dinámica, dando una evolución a los conceptos que se le ha dado desde siempre a la empresa, así como transitar por un sendero de expansión técnica y organizacional, derivado del aprendizaje adquirido en la práctica cotidiana (Morales, 2009).

Al respecto, la teoría evolutiva propone que debido a la racionalidad limitada que caracteriza a las empresas, solo pueden conocer una parte de la isocuanta, que dominan gracias a la práctica cotidiana; es decir, solo reconoce algunas posibilidades técnicas en las cuales logra especializarse y adquirir capacidades distintivas. En cuanto la empresa aumenta su producción, pequeños tramos de otras isocuantas son revelados; de esta forma la unión de los distintos puntos eficientes de producción simboliza una senda de expansión tecnológica caracterizada por un comportamiento errático, aunque ascendente. (Morales, 2009)

Con respecto a la segunda característica, establece que, el objetivo de obtener beneficios para empresa es primordial, la búsqueda de ganancia es solo uno de sus diversos objetivos explícitamente reconocidos. De manera contraria a la premisa de maximización de ganancia, la teoría evolutiva propone reglas de decisión particulares que conducen a las empresas a desarrollar actividades de búsqueda de ganancia o esfuerzos motivados por la ganancia (Morales, 2009).

La teoría evolutiva, propone con respecto a los mercados homogéneos, donde se refiere a que la característica más importante del cambio técnico, es su permanencia como condicionante del desempeño empresarial, “al modificar no solo la cantidad de bienes producidos sino, ante todo, la calidad de los mismos, cuando eso ocurre, las empresas son capaces de modificar los precios relativos del mercado; de actores pasivos se convierten en motores del cambio

económico”, (Morales, 2009, pág. 7), donde también se modifican los gustos y preferencias de los consumidores.

2.1.2.3 Tipos de empresa. Generalmente, la tipología de las empresas se define según diversos criterios, como los que se mencionan a continuación:

- *Según su constitución legal*, basado en la propiedad legal de la empresa y la responsabilidad de éstas, donde pueden ser unipersonal, sociedad colectiva, cooperativas, comanditas, sociedad de responsabilidad limitada o sociedad anónima.
- *Según su actividad o sector económico*, dentro de este criterio de clasificación se describe al sector económico en el que se encuentra la empresa, pudiendo ser el sector primario, sector industrial o sector servicios.
- *Según la propiedad del capital*, dentro de este criterio se menciona el proceder del capital que posee la empresa, siendo de propiedad privada, pública o mixta.
- *Según su tamaño*, estas pueden ser micro, pequeña y mediana empresa (Pyme) o grande empresa; vale la aclaración de que las Pymes son un conglomerado de empresas que distan de una importancia dentro de la actividad económica de un país.

2.1.2.3.1. Definición y características de las Pequeñas y medianas empresas (Pymes).

La Pyme no posee una definición única a nivel mundial, debido a su heterogeneidad y que, dentro de la economía de los países, la denominación de Pyme es variable; por eso se especifican los criterios de definición a nivel internacional y nacional.

Según la Unión Europea, se define como Pymes a las empresas que posean un número de hasta 249 trabajadores, un máximo de ventas de hasta 50 millones de euros y un balance general de hasta 43 millones de euros; la denominación completa se refleja la *Tabla 1*:

Tabla 1

Criterios de definición de una Pyme en la Unión Europea

Tamaño/Criterio	Nro. de empleados	Volumen de negocio	Balance General
Pequeña	Entre 10 y 49	Hasta € 10 millones	Hasta € 10 millones
Mediana	Entre 50 y 249	Hasta € 50 millones	Hasta € 43 millones

Fuente: Adaptado de la Guía del usuario sobre la definición del concepto de Pyme, Comisión Europea (2016).

Elaborado por el autor.

En Ecuador, las Pymes se definen dentro de los siguientes criterios, según lo establecido en el Reglamento a la Estructura e Institucionalidad de Desarrollo Productivo de la Inversión y de los Mecanismos e Instrumentos de Fomento Productivo, establecido en el COPCI.

Tabla 2*Criterios de definición de una Pyme en Ecuador*

Tamaño/Criterio	Ingresos	Trabajadores
Pequeña	Entre USD100.001 y USD1'000.000	Entre 10 a 49
Mediana	Entre USD1'000.001 y USD 5'000.000	Entre 50 y 199

Fuente: Las pymes ecuatorianas: Su impacto en el empleo como contribución del PIB pymes al PIB Total (2017)

Elaborado por autor.

Ang (1991) especifica, bajo un planteamiento teórico, las características que poseen las empresas para ser denominadas pequeñas y medianas empresas (Pymes):

- a. *No hay valores cotizados en bolsa.* Se da porque no tiene una valoración de mercado lista para generar acciones en bolsa, restringiéndole el acceso a ese tipo de financiamiento.
- b. *Los propietarios tienen carteras personales no diversificadas.* La dependencia del capital de la empresa por parte única de los propietarios y por ende la no diversificación de los ingresos a menudo provoca una vulnerabilidad mayor ante una situación adversa que pueda ocurrir en el mercado que se desarrolla la empresa.
- c. *La responsabilidad limitada está ausente o no es efectiva.* Cuando se habla de préstamo o pérdida dentro de una pequeña empresa, se refleja una realidad del propietario, que es la de poner una garantía personal o que coloquen activos personales no corporativos como garantía para préstamos y en caso de pérdidas responder a los accionistas o socios.
- d. *Los propietarios de la primera generación son emprendedores y propensos a asumir riesgos.* Al momento de iniciar un negocio los propietarios en su mayoría no poseen un horizonte de largo plazo en su empresa, llevando a asumir decisiones que provoquen grandes ganancias, pero con un alto riesgo.
- e. *El equipo de gestión no está completo.* El talento dentro de una pequeña empresa no es diversificado, ni versátil provocando la dependencia de una o algunas pocas personas claves dentro de la gestión del negocio, en su mayoría no poseen un plan de contingencia para garantizar la continuidad del personal, creando la posibilidad de no poder adaptarse ante alguna alteración del entorno externo, o a una evolución de la empresa.
- f. *Experimente el alto costo del mercado y las imperfecciones institucionales.* Debido a las imperfecciones, la pequeña escala y los recursos administrativos limitados, las

empresas pequeñas administran altos costos en casos de quiebra/fracaso, o algún proceso litigante que perdure y genere altos costos.

- g. *La relación con los accionistas es menos formal.* Dentro de una organización la relación de los propietarios con la empresa se da de forma implícita, es decir, se establece con la reputación personal de los propietarios, siendo vital un buen manejo pasado por parte de los propietarios.

2.1.3. La internacionalización de las empresas

2.1.3.1 Definición de la internacionalización de las empresas. Dentro del proceso de internacionalización de las empresas, nace la necesidad de definirla, entendiéndola, según Villarreal (2008), de la siguiente forma:

Una estrategia corporativa de crecimiento por diversificación geográfica internacional, a través de un proceso evolutivo y dinámico de largo plazo que afecta gradualmente a las diferentes actividades de la cadena de valor y a la estructura organizativa de la empresa, con un compromiso e implicación creciente de sus recursos y capacidades con el entorno internacional, y basado en un conocimiento aumentativo (pág. 2).

Dentro del ámbito empresarial, según la consultora de comercio internacional Aral ITS (2016), la internacionalización se considera así:

Aquella estrategia que implica que éstas realicen parte de las actividades de abastecimiento de insumos, productivas o comerciales fuera del ámbito doméstico donde las realizan cotidianamente, siendo un proceso que debe ser gradual y conducente al establecimiento permanente más allá de las fronteras donde está radicada la matriz (pág. 2).

Se puede entender que la internacionalización de las empresas va más allá de un simple proceso de exportación, donde, esta vendría a ser una de sus fases para llegar al objetivo final que sería internacionalizar, entonces, la adaptación de los mercados internacionales y su conocimiento experto son una de las cualidades que una empresa debe poseer. En consecuencia, la internacionalización de las empresas, en resumen, se entiende como el camino en que una empresa toma cuando, las capacidades de los administradores y el desarrollo de su producto es tal que puede satisfacer las necesidades de un mercado extranjero.

2.1.3.1 El proceso de internacionalización de las empresas. El proceso de internacionalización se basa de forma generalizada en cuatro fases, según Rueda Galvis (2008), que las empresas cumplen de forma general. La primera fase está representada en el hecho de buscar un país destino, en el cual se identifica una necesidad de mercado, que puede satisfacerse mediante la comercialización de un producto fabricado en el país de origen de la empresa. Dentro de esta etapa, una de las razones para tomar la decisión de internacionalizarse, se da

porque la empresa posee una capacidad instalada superior a la demanda del mercado local, y con un enfoque de economías de escala, busca nuevos horizontes comerciales; otro motivo es que la demanda dentro del mercado local este saturada, por lo cual el producto ya existente puede ser aprovechado mediante su comercialización en otros entornos de similares condiciones de consumo aún no explorados.

La segunda fase está asociada al proceso de internacionalización, las oportunidades de negocios dadas por alguna condición en el mercado foráneo (impuesto, aranceles, incentivos, etc.), dada la condición de que la compañía no pueda satisfacer la demanda en el país extranjero con su producto, esta decide rediseñar la línea de producción, para así, satisfacer la demanda del país extranjero, con un producto producido localmente, adaptándose a las necesidades del mercado internacional.

La tercera fase se origina a partir de que la compañía observa un aumento en la demanda externa y los beneficios que ésta puede representar y generar; debido a esto, toma la decisión de abrir una instalación propia en el país extranjero, para desarrollar desde allí sus procesos fabriles. Esta decisión puede llevar a la reducción de costos por mano de obra, o también por el aprovechamiento de alguna ventaja comparativa que ofrece el país extranjero, misma que puede ser representada en términos de ubicación, materias primas o una mano de obra más calificada.

Ya en la cuarta fase se desarrolla toda una organización, como resultado del proceso de internacionalización; ésta puede estar asociada al hecho de querer eliminar algunos o todos sus procesos de producción dentro del mercado local, para luego ser trasladados (parcial o totalmente) hacia el nuevo destino en el extranjero, comenzando a fabricar nuevamente sus líneas de productos, abasteciendo tanto el nuevo mercado foráneo como el antiguo mercado local, este último a través de importaciones.

2.1.3.1 Teorías de la internacionalización de las empresas. La internacionalización es un tema analizado desde varios siglos atrás, pero se sabe que los estudios que abarcan la teoría clásica del comercio internacional, no describen lo que es un proceso de internacionalización de las empresas de forma general; por tanto, para tener una visión clara acerca de lo que significa la internacionalización de las empresas, se procede a describir algunas teorías que desarrollan este tema en forma general, así como aquellas enfocadas en la internacionalización de las Pymes, específicamente.

2.1.3.3.1 Paradigma Ecléctico de Dunning. Esta teoría de internacionalización de las empresas, elaborada por el británico J. H Dunning (1974, 1982, 1993), procede a explicar una sola forma de internacionalización, que es la inversión extranjera directa, aclarando que no es una sola teoría en general, sino un conjunto de sustentos teóricos que, de manera integral,

forman parte del *paradigma ecléctico* (Batalla, 2016), donde las principales ventajas sobre esa inversión la tendrán aquellas empresas que poseen ventaja de propiedad (Ramón, 2002).

La teoría ecléctica explica la internacionalización de las empresas mediante la inversión extranjera directa (IED), misma que debe cumplirse a través de una serie de pasos, cuyos condicionantes evolutivos son:

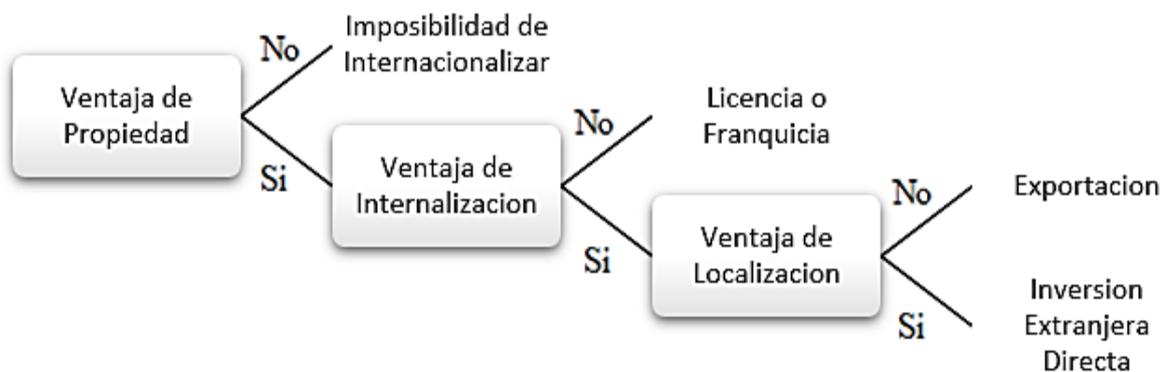


Figura 3. Condiciones para la internacionalización de las empresas, según el paradigma ecléctico (Modelo Oli). Adaptado de Batalla (2016). Elaborado por el autor.

En la *Figura 3*, como lo indica Batalla (2016), se presentan los condicionamientos del paradigma ecléctico para la internacionalización de las empresas, mismos que describen 3 ventajas que debe tener una empresa para el proceso de internacionalización a través de la IED:

- Iniciando por la *ventaja de propiedad*, misma que, de forma básica, se entiende como el factor que marca la diferenciación de la empresa respecto a sus rivales y que se encuentran en el mercado local; si la empresa posee esa ventaja, puede ofrecer un producto competitivo al internacionalizarse, pero, si no la posee, se condiciona sólo al mercado local.
- Dentro de esta teoría, se explica que toda empresa que desea internacionalizarse debe de poseer una *ventaja de internalización*: ser capaz de internalizar sus ventajas competitivas, es decir, hacer sus actividades internamente a través de una filial, y de esa manera evitar los inconvenientes de las imperfecciones de mercado. Si la empresa logró internalizar esas ventajas, entonces decide establecer la producción en otro país y administrarla por sí misma; caso contrario, preferirá establecerse a través de contratos de franquicias o licencias.
- En caso de que la empresa decida iniciar operaciones en otro país por sí misma, deberá evaluar las *ventajas de localización*, es decir, diagnosticar los factores de localización relevantes del país en donde quiere establecerse. Dado el caso de que las condiciones

no sean idóneas, la empresa optará por la exportación si cree que sus derechos de propiedad o *knowledge*, entre otros, peligran; pero, si las condiciones se dan para establecer la filial en el país extranjero, se dará la inversión extranjera directa.

Esta teoría, trata de explicar los procesos por cuales debe pasar la empresa que desea internacionalizarse, a través del recurso de la IED, con alternativas para cada fase de las ventajas que se describen en la *Figura 7*.

2.1.3.4. Teorías de la internacionalización de las Pymes. Existen diversas teorías que intentan explicar los determinantes de la internacionalización de las empresas hacia otros mercados. Poblete (2013), plantea que existen dos grupos de teorías que pretenden explicar el comportamiento exportador de las pequeñas y medianas empresas:

1. Hace referencia a un proceso gradual de internacionalización, en la que se cumplen etapas. Según este enfoque existe un procedimiento de internacionalización en el que las empresas poco a poco van comprometiendo, de forma gradual, sus recursos y esfuerzos a hacia este objetivo.
2. Se refiere a procesos acelerados de internacionalización. La teoría explica que hay empresas que desde el inicio se enfocan en la internacionalización del negocio. Las empresas que siguen el patrón de internacionalización acelerado comienzan con un énfasis en el crecimiento a través de ventas en los mercados extranjeros. Este tipo de empresas, a diferencia de lo que señala el modelo gradual, no esperan ganar experiencia en el mercado local, y luego en mercados similares para finalmente expandirse a otros países y/o continentes. Por el contrario, desde prácticamente su año de fundación comienzan exportando a diferentes partes del mundo.

2.1.3.4.1 Teoría del Modelo Uppsala. Los investigadores del departamento de Estudios Empresariales de la Universidad de Uppsala desarrollaron una explicación acerca del proceso de internacionalización de las empresas, tomando en consideración a las empresas con poca experiencia y denominadas pequeñas, donde el conocimiento dentro del mercado local por parte de estas empresas es esencial para comenzar con un proceso de internacionalización (Johanson, 2009).

Otro aporte esencial de esta teoría para un correcto proceso de internacionalización es acerca de las distancias psicológicas, mide más allá de las barreras comerciales, incluye también un análisis cultural, los sistemas políticos, el nivel de capital humano, el nivel de desarrollo industrial e incluso las prácticas empresariales; las distancias geográficas, que contempla entre sus tamaños del mercado y el destino, poseen una relevancia apreciable. (Vaca, 2014)

El modelo plantea etapas que varían dependiendo la fuente; de forma general y para los objetivos del presente estudio, se consideran las 4 etapas propuestas por Cardozo, Chavarro & Ramirez (2007):

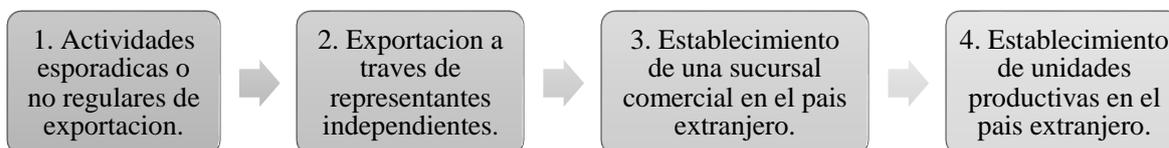


Figura 4. Etapas de Internacionalización del modelo Uppsala. Adaptado de Cardozo et al. (2007). Elaborado por el autor.

1. *Fase 1*, dentro de esta fase se describe un proceso de exportación casual, donde las actividades serán esporádicas y no constantes, remitiéndose únicamente a exportaciones por pedido.
2. *Fase 2*, esta fase se diferencia por el motivo de poseer una actividad exportadora con un intermediario ya definido, en consecuencia, se exportará de manera regular, creando un proceso de internacionalización más sólido.
3. *Fase 3*, un método para establecer una relación más cercana con el mercado extranjero se da, con la apertura de una sucursal, con ello se genera mayor cercanía con los consumidores del bien y se pueden adaptar más fácilmente a sus necesidades.
4. *Fase 4*, en esta fase ya no solo se posee una matriz comercial, sino que se traslada la actividad productiva, por la cual, se cierra un proceso exitoso de internacionalización de una empresa.

En definitiva, el proceso de internacionalización que nos muestra la teoría Uppsala, es el más aplicado por las Pymes al momento de internacionalizarse, ya que va desde una exportación a un país vecino para luego establecer sucursales en otros países y adaptarse de a poco a la distancia psicológica que implica la internacionalización (Vaca, 2014).

2.1.3.4.2. *Teoría de las Nuevas empresas internacionales*. La teoría explica la internacionalización a temprana edad de una empresa, donde Benjamin M. Oviatt y Patricia Phillips McDougal (1994) fueron los pioneros en desarrollar el término de nuevas empresas internacionales, mismos que las definen como “una organización empresarial que, desde sus inicios, busca obtener una ventaja competitiva significativa del uso de recursos y la venta de productos en varios países” (Oviatt & McDougall, 2004, pág. 3)

Teniendo como referencia que las Borns Global son mediana y pequeña empresa que, por lo general, se caracterizan por tener un alto grado tecnológico en sus productos y aplicar estrategias genéricas, estableciendo nichos en los mercados internacionales. También poseen limitaciones al igual que las Pymes convencionales, tales como la dificultada de financiamiento, recurso humano, instalaciones, etc. La aparición de las Borns Global responden a tres factores según Madsen & Servais (1997):

1. La generación de nuevas condiciones en el mercado;
2. Avances tecnológicos en áreas de producción, transporte y comunicación;
3. Desarrollo de mejores capacidades de las personas, incluyendo en este último al emprendedor que constituye la Born Global.

Para Cardozo *et al.* (2007), en lo referido acerca de las nuevas condiciones del mercado, resalta el aumento de la especialización y, por lo tanto, el desarrollo de nichos de mercado; en consecuencia, hay más empresas que se enfoquen o especialicen en algún componente de un producto, los mismo que son vendidos a mercados internacionales, debido a que la demanda local no satisface la oferta, provocando que los productos de alta tecnología tengan que venderse en todo el mundo.

En resumen, las teorías de las nuevas empresas internacionales, explica la forma de gestionar hacia afuera de las Borns global, para poder acaparar nichos de mercados que no han sido explotados por las grandes empresas, debido a que la demanda interna no es capaz de cubrir los costos de producción, teniendo en cuenta que la principal ventaja de estas empresas sobre las Pymes convencionales es su alto grado de inserción tecnológica a su proceso de producción.

2.1.3.4.3. Teoría del Ciclo de vida. Fundamento teórico postulado por el Economista Estado Unidense Raymond Vernon a mediados de los años 60's, en donde explica la importancia de la innovación del producto y de las economías de escalas.

Esta teoría sugiere que, en las etapas tempranas de la vida de un producto, la mayoría de los bienes son producidos y exportados por el país donde estos fueron desarrollados, a medida que el producto gana aceptación en los mercados internacionales y que la tecnología se va disseminando por el mundo, su producción comienza a darse en otros países (Cortés, Luna, Medina, & Treviño, 2016). Como resultado, Vernon (1966) sugiere que, en la etapa de madurez del producto, el bien puede ser exportado de vuelta al país donde fue inventado.

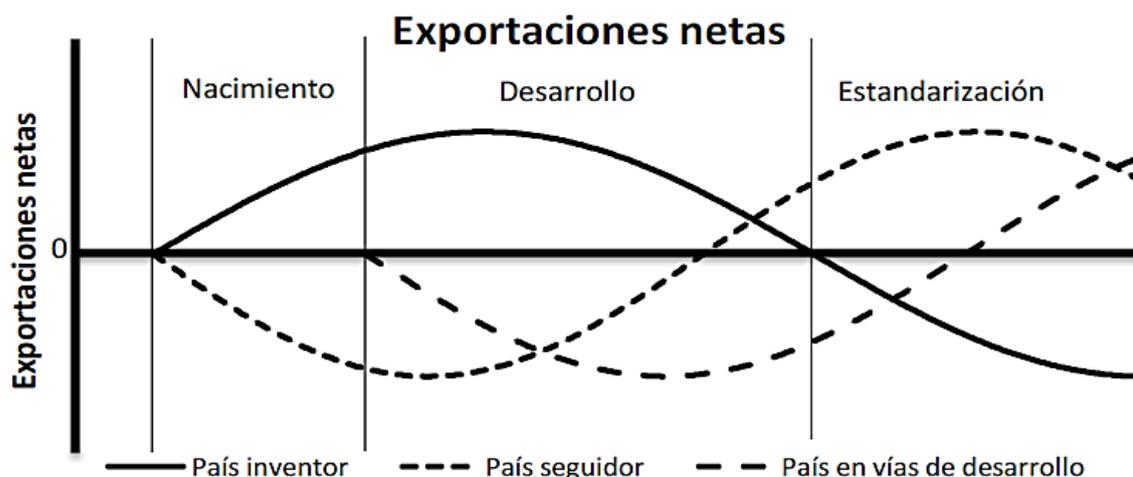


Figura 5 Diagrama del Ciclo de vida de los productos, según Vernon (1966). Tomado de Cortés et al. (2016)

En la figura 3, se muestra el *Diagrama del Ciclo de vida de los productos*, propuesto por Vernon (1966) y adaptado por Cortés et al. (2016); este diagrama se compone de tres fases descritas a continuación:

1. *Nacimiento del producto*: Se entiende como la fase donde la elaboración del producto conlleva un valor agregado que lo diferencie, hecho que se da en una economía industrializada, y su destino será el mismo mercado nacional Cortés *et al.*, (2016).
2. *Maduración del producto*: Dentro de esta fase la diferenciación del producto es clave para evitar la competencia de precios, además, la variedad puede aparecer como resultado de la especialización, y detallando que la generación de economías de escala en esta fase con el ingreso de procesos tecnológicos que abaraten costos (Vernon, 1966).
3. *Estandarización del producto*: Proceso que se da cuando el éxito de un producto se replica y los procesos de diferenciación aumentan, evitando a la competencia de precios Cortés et al., (2016). Por otro lado, como lo menciona Londoño (2012) “la variedad puede aparecer como resultado de la especialización. Sin embargo a pesar de que las categorías se pueden multiplicar y los esfuerzos de diferenciación incrementar, una aceptación creciente de ciertas normas generales parece ser lo común” (pág. 8).

2.1.3.5. Característica de las Pymes Internacionalizadas. Dentro de la literatura se encuentra que una pequeña y mediana empresa posee ciertas características y restricciones comunes, sin importar la economía en la que se desarrolle, al momento de ser catalogada como una Pymes internacionalizada.

Con base en la existencia y crecimiento de las organizaciones, se identifica que las empresas compiten, sobre la base del *Know-How*, en una diferenciación dentro de un proceso productivo o simplemente en el producto final, donde la superioridad de la información, conocimiento, y

por las capacidades para desarrollarlos son las características que las hacen diferentes a las Pymes convencionales. Se plantea que los límites del crecimiento de la empresa hacia la internacionalización no se hallan únicamente por la demanda de los mercados y la competitividad frente a otras empresas, sino a la efectividad con que éstas pueden replicar su ventaja más rápidamente respecto a otras empresas (Aranda & Montoya, 2006).

Dentro de este análisis, vale destacar que existen 5 características perceptibles y latentes como un denominador común de las Pymes, identificadas por Dickson (1974) :

1. Crecimiento lento.
2. Nula diversificación de las actividades administrativas, estando concentradas en una sola persona.
3. Son de fácil abastecimiento.
4. Con un proceso productivo sin mucho valor agregado, que se apoya principalmente en la mano de obra.
5. Tanto su capital como su titularidad, son de tenencia individual.

A través de los años, a causa de la globalización, las Pymes se han notado muy afectadas por la prolongación de la competitividad mundial, ya que muchas de estas no cuentan con apoyo financiero, economías de escala o no son lo suficientemente competentes para mantenerse en mercados competitivos. Además, en términos de programas de desarrollo, programas de financiamiento, o asesorías para las pequeñas y medianas empresas a nivel internacional, muchos gobiernos dejan en segundo plano a este sector y se concentran en el apoyo a las grandes empresas.

Una de las restricciones que se identifican acerca de las Pymes exportadoras, según Frohman, Olmos & Mulder (2017) es:

Que enfrentan costos fijos altos en sus procesos de internacionalización: la asimetría de información, el cumplimiento de los requisitos de acceso al mercado (normas y estándares), la inelasticidad de precio, el escaso volumen de su oferta exportable y las dificultades para el acceso al financiamiento (pág. 11).

Estudios de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE) identifican como la falta de preparación de los administradores para afrontar el proceso de internacionalización, la escasa red de contactos de negocios, los costos fijos que no varían según la cantidad exportada, siendo costos representativos para una Pyme, además, es necesario estar actualizado acerca de las tendencias del mercado, de normas y estándares; la flexibilidad o capacidad de adaptación del producto a la demanda y a las preferencias de los consumidores;

el conocimiento de los canales de comercialización para focalizar el negocio y hacer contactos (Frohman, Olmos, & Mulder, 2017).

2.1.3.6 La internacionalización de las Pymes a nivel mundial. Las Pymes como las conocemos hoy en día, han llevado un largo proceso de inserción en cada una de las economías; se menciona que el fenómeno Pymes comienza a propagarse a nivel mundial debido a la crisis de los años 70's, a causa de la caída de 500 grandes empresas en EE. UU. (Crespo Garcia, 2013, pág. 18); misma época en que se consideraba la internacionalización como competencia exclusiva de las grandes y consolidadas empresas multinacionales o transnacionales. En esa época, las pequeñas y medianas empresas que tenían actividades a nivel internacional se consideraban excepciones, sin embargo, a partir de los 90 y hasta nuestros días, un número importante de Pymes ha tomado la decisión de transitar el camino de los mercados internacionales, casi desde su inserción al mercado o a muy temprana edad de su nacimiento (Brenes Leiva & Leon Darder, 2008, pág. 2).

En la misma época, debido a la extensión en tamaño y personal de las empresas norteamericanas, a pesar de que sus productos eran duraderos, la producción era cada vez más reducida, llevando esto a caóticos resultados en el ámbito financiero y generando que todas aquellas empresas estadounidenses se vean también afectadas y reducidas (Crespo G., 2013, pág. 19).

Durante este periodo surge Japón con una nueva filosofía de la *Calidad total* y la mejora continua denominada como "Kaizen", lideradas por Juran y Deming; este país comienza a tener un papel importante dentro de la economía mundial, tomando las riendas y dominando grandes mercados, entre ellos el mercado americano, ofreciendo productos de elevada tecnología. Ante todo, se trataba de productos que están al alcance de los clientes, llevando a Japón a liderar un dominio empresarial de la mano de su producción y de la estrategia de tercerizar su producción: de un Empresa Transnacional a un conjunto de Pymes subcontratistas (Crespo G., 2013, pág. 19).

Dentro de la región de América Latina, se estudian los casos con mayor impulso de Pymes y su importancia dentro de la economía, donde, el enfoque de las Pymes dentro del proceso de desarrollo de sus economías, es de un apoyo, asesoría y promoción de las mismas hacia el exterior, entendiendo, que las economías deben direccionarse hacia un mercado global.

Dentro de las intenciones de ingresar a los mercados internacionales, uno de los factores que generan una débil inserción según Mulder & Pellandra (2017), es debido a las dificultades para realizar las innovaciones necesarias y poder acceder a los mercados internacionales.

2.1.3.4. La internacionalización de las Pymes a nivel regional: el caso de Chile. Chile es uno de los ejemplos de estabilidad de su política en cuanto a Pymes se refiere, presentando altos índices de continuidad de sus políticas, en cuanto al fomento. En efecto, desde 1990 hasta la actualidad, las políticas gubernamentales chilenas para las Pymes, han buscado el desarrollo de una ventaja competitiva, en este sentido, la política de fomento productivo y la de apoyo al crecimiento de las exportaciones, se han orientado a facilitar el acceso de las Pymes a factores que les permitan mejorar su competitividad, tales como la información, tecnología, comunicación, capacitación (Rengifo H., 2015).

Esos instrumentos, han logrado que las Pymes chilenas adopten normas de calidad internacionales ISO (International Organization For Standardization), que permiten superar las barreras de los mercados extranjeros, que desarrollen nuevos productos y servicios para el ingreso a nuevos mercados; en general, han permitido mejorar la gestión y productividad de estas empresas. En efecto, en este país se crearon organismos como PROCHILE y CORFO, que se encargan de la promoción y fomento de las exportaciones y productivo, respectivamente, basados en la diversificación de mercados y de productos (Rengifo H., 2015).

PROCHILE es uno de los organismos más participativos dentro de la asesoría a las Pymes al exterior, promocionando a las empresas en ferias internacionales, fondos consursables y marcas sectoriales; asimismo, facilita el uso de herramientas para mejorar la competitividad en la gestión comercial, mismas que son los programas Exporta Paso a Paso, Programas de talleres y programas de Coaching (Taborda Ocampo, Nova, & Bohorquez Sanabria, 2018).

CEPAL es una de las que también apoya en la creación de oportunidades para la internacionalización de las Pymes chilenas, con su programa EuroPyme; les permite generar alianzas estratégicas, buscando mejorar las condiciones de las Pymes y el fortalecimiento de la mano de obra, para desarrollar un producto innovador; de esta manera el apoyo va orientado a corregir las fallas de mercadeo, productividad y competitividad, con la inclusión de herramientas que resuelvan las carencias en estos aspectos (Taborda *et al.*, (2018).

En Chile se brinda un apoyo constante al fomento de las Pymes, tanto desde su inicio con un pequeño negocio, hasta la asesoría para la internacionalización del producto. A continuación se muestran los programas e instituciones que están vigentes dentro del proceso de apoyo hacia las Pymes en Chile.

Tabla 3*Programas e instituciones de apoyo de las Pymes en Chile*

N°	Instituciones o Programas	Objetivo
1	Centro de Desarrollo de Negocio de Santiago	Incentivo el emprendimiento desde sus inicios, con asesoría a largo plazo, hasta el desarrollo y crecimiento de la empresa.
2	PROCHILE	Apoyo a la internacionalización de la Pymes, y promocionando productos en ferias internacionales.
3	ASECH	Buscan que todas las personas sin importar el origen, edad y el sector que se dediquen a emprender, contando con un plan de inversión.
4	CEPAL	Implementar una estrategia llamada Europyme, que permita generar alianzas estratégicas, definiendo una serie de herramientas orientadas a solucionar la productividad y competitividad.
5	Acción emprendedora y Fundación Independízate	Se dedican a formar a los pequeños empresarios, a su vez, se enfocan en temas de gestión para el desempeño de las Pymes, con el objetivo de encaminar a estudiantes universitarios a desarrollar sus ideas de negocios.
6	Emprende Fch	Plataforma que apoya el emprendimiento de alto potencial en 3 aspectos que son: Tecnología, desarrollo del modelo de negocio y comercialización.

Fuente: Adaptado de Revistas politécnico Gran Colombiano (2018)

Elaborado por autor

Dentro de todo el apoyo brindado a las Pymes chilenas por parte de instituciones públicas y privadas, han existido problemas al momento del acceso al crédito, por ejemplo, su alto costo, mismo que lo han sabido resolver implementando prácticas que les permitan asociarse entre ellas para compartir costos y ser más competitivas en el sector económico en el que se desenvuelven (Taborda Ocampo, Nova, & Bohorquez Sanabria, 2018).

2.2 Marco Conceptual

2.2.1 Empresas

Para un mejor entendimiento de las Pymes, se aclara el concepto de empresa, debido a que estas son una clasificación de este agente económico, en consecuencia, según Cleri (2007):

Es un conjunto de personas que trabajan juntas para cumplir con un propósito común, donde, estos unen sus esfuerzos para alcanzar un beneficio económico, siendo esto, el fin de lucro, es lo que lo diferencia de cualquier otra institución de la sociedad (pág. 33).

2.2.2 Internacionalización de las empresas

La internacionalización de las empresas se define según Carranza *et al.*, (2017, pág. 4), a dos situaciones específicas:

- La primera, se refiere a los flujos comerciales, es decir, exportaciones e importaciones de bienes y servicios”
- La segunda manifestación de internacionalización de la empresa, menciona que son “los flujos de inversión directa desde un país a otro”, misma que forma parte de la estrategia de desarrollo de mercados en el contexto internacional.

2.2.3 Procesos de internacionalización

Los procesos de internacionalización de las empresas distan dentro de varias fases tomado de la literatura, de forma generalizada se emplean las siguientes fases:

- Exportación
- Apertura de un establecimiento comercial
- Apertura de una unidad productiva

La exportación enmarca la internacionalización del producto que ofrece la empresa, mismo que ya tuvo que pasar por un proceso de adaptación del mercado local donde se encuentre la empresa.

La apertura del establecimiento conlleva el inicio de la internacionalización de la empresa, debido a que está ya vende sus productos como marca, ya sea a través una franquicia o manejado por la misma empresa.

Por último, está la apertura de una unidad productiva, fase que involucra la inversión extranjera directa por parte de la empresa en el país de destino.

2.3 Marco Contextual

Al momento de analizar el contexto de la internacionalización de las Pymes, se procede a describir todos los sucesos y hechos que han repercutido en el objeto de estudio, comenzando por un análisis regional y, consecuentemente, centrar la descripción de los hechos en el país acerca de la problemática abordada, mencionando cuáles son las características que posee este tipo de empresa en el país, cuya finalidad es la internacionalización.

Siendo el propósito principal de este trabajo determinar cuáles son los factores que han incidido dentro del proceso de internacionalización de las Pymes en el Ecuador durante el

periodo de estudio, es necesario conocer los actores que apoyan o deben apoyar la inserción al mercado extranjero de las mismas; según Rengifo (2015, pág. 97), establece 8 actores que están involucrados en las políticas de internacionalización de las Pymes en diferentes países:

1. El Gobierno, responsable de la política comercial del país y, consecuentemente, del acceso a los mercados externos; así mismo, es responsable de las políticas que regulan y fomentan el desarrollo de las Pymes.
2. Las instituciones (públicas y privadas), relacionadas con la promoción de productos en el exterior.
3. Las instituciones (públicas o privadas), que ofrecen asesoría técnica, formación y capacitación.
4. Los gremios empresariales (asociaciones y cámaras), como entes que sirven de enlace entre el gobierno y las Pymes.
5. Los empresarios Pymes que son los encargados de llevar a cabo la exportación, ya sea en forma directa o indirecta.
6. El sector académico, como principal generador de investigación e innovación.
7. El sistema financiero (público y privado), como proveedor de recursos monetarios para el desarrollo de proyectos que favorezcan la capacidad productiva de las Pymes o fomenten la exportación.
8. Los organismos internacionales, que brindan asistencia técnica y cooperación para la internacionalización de las Pymes.

Las Pymes conforman un sector importante dentro de la dinámica de la economía ecuatoriana, apoyados en la capacidad de generar empleo y fácil adaptación a los cambios en política que se efectúen en el país, donde cualquier alteración ocurrida en los factores que le dan equilibrio a su entorno, pueden provocar cambios en la estabilidad de las Pymes y alterar su proceso de internacionalización. Por tanto, se realiza un diagnóstico acerca del contexto internacional y nacional que afectó positiva o negativamente a las Pymes ecuatorianas, en su camino hacia la internacionalización, durante el periodo de estudio.

La economía ecuatoriana ha estado basada, desde hace muchos años, en la producción de bienes con bajo valor agregado, específicamente bienes primarios; dentro de los primeros años del periodo de estudio, en el país se trató de impulsar un cambio en la matriz productiva, con el fin de, entre otros objetivos, diversificar la oferta exportable nacional y mejorar la situación de la balanza comercial, convirtiendo a las Pymes en un determinante para el desarrollo del comercio internacional del Ecuador.

Durante el periodo 2010 – 2019, las Pymes se han desarrollado en un contexto que les otorga mayor protagonismo en Ecuador. En el año 2009, se realizó un proceso electoral que dio continuidad a un proyecto de gobernabilidad; en el año 2010 se realizaron cambios en las políticas de fomento productivo, dándoles mayor importancia a las Pymes. Entre los cambios más importantes se encuentra la entrada en vigor del Código de la Producción, Inversión y Comercio (COPCI), donde se incluye a la Pymes como un agente económico con potencial, tanto a nivel local como internacional.

Posteriormente, la gobernabilidad del país se vio marcada por los procesos electorales del 2013 y 2017; antes de las elecciones del 2013, el país se encontraba en una senda de crecimiento muy sobresaliente, donde la estabilización macroeconómica fue una de las características principales de dicho periodo. En promedio, el Ecuador creció un 5,12% entre el 2010 y 2015, (Carrillo & Covertí, 2016), crecimiento asociado a la alta inversión pública que ejecutó el gobierno, en su objetivo de cambiar la matriz productiva; dicha inversión fue respaldada por los altos niveles del precio del petróleo durante todo el periodo pre-elecciones 2013, teniendo al primer trimestre del año 2012 con el promedio más alto, con un precio de USD 88 dólares (Reyes, 2017).

En el año 2013, se dio como resultado el continuismo del gobierno y, por tanto, de la visión del cambio de la matriz productiva, creando una infraestructura que sea capaz de llevar al país a la consecución de su objetivo y un sistema de apoyo que logre insertar a las Pymes al comercio internacional.

Las políticas de apoyo se volvieron más difíciles de aplicar, debido a la menor disponibilidad de recursos como resultado de sucesos internos que se dieron a partir del 2014, tales como los escándalos por corrupción que enfrentó el gobierno de turno, empañando la buena imagen que había logrado hasta aquel momento, y el terremoto del año 2016, que afectó principalmente a la provincia de Manabí, dejando una pérdida estimada en USD 3000 millones.

Adicionalmente, el país enfrentó una serie de shocks externos que afectaron significativamente a la economía nacional, especialmente en la balanza comercial y en la competitividad, complicando la aplicación de políticas de desarrollo debido a la disminución de ingresos. Entre los shocks externos que afectaron al país constan la apreciación del dólar y la fuerte disminución del precio del petróleo, afectando duramente al sector externo y en especial al de las Pymes exportadoras, debido a la pérdida de competitividad en precios por la apreciación del dólar, reflejando para el año 2015 una economía que solo creció un 0,2% (Banco Central del Ecuador, 2016),

Por otro lado y como consecuencia de la apreciación del dólar, varios países ejecutaron políticas inversas con sus respectivas monedas, donde la depreciación de las monedas de Colombia y Perú afectaron duramente la balanza comercial ecuatoriana, debido a que aumentaron las importaciones de bienes desde estos países mientras que las exportaciones se redujeron; adicionalmente, la inflación en la economía ecuatoriana fue muy superior a las de sus socios comerciales: la inflación a nivel nacional fue del 4% en el año 2014, mientras que en Colombia, Perú y EE. UU., fueron de 3,7%, 3,1% y 0,76% respectivamente (Gestión, 2015).

Durante el periodo de estudio, el Ecuador ha suscrito varios acuerdos comerciales de alcance parcial, como el firmado con Guatemala en 2013, Nicaragua y El Salvador en el 2017. También se firmó el *Acuerdo Comercial Multipartes* con la Unión Europea, siendo este el más relevante, debido al gran tamaño del mercado al que se accede: este acuerdo permite acceder al Ecuador a un mercado de casi 500 millones de personas con alto poder adquisitivo, creando un escenario favorable para los productos de las Pymes que desean internacionalizarse, ya que podrán ingresar de forma libre al territorio europeo.

El año 2017 se vio marcado por el cambio de gobierno; después de la permanencia del Econ. Rafael Correa Delgado en el poder durante 10 años, la continuidad de las políticas públicas fue interrumpida, debido al cambio de enfoque implementado por el nuevo gobierno.

El cambio de gobierno llegó con una *Ley Orgánica para el Fomento Productivo, Atracción de Inversiones, Generación de Empleo, y Estabilidad y Equilibrio Fiscal* (Asamblea Nacional, 2018), además de un conjunto de reformas, con el objetivo de reactivar la economía mediante la generación de incentivos para el sector productivo.

La globalización, por medio de las TICs, han sido el punto clave para que muchas empresas que no poseen la facilidad de promocionar su producto en el extranjero por vías tradicionales tengan la capacidad de vender o exportar el mismo, tan solo con una publicación en una red social. Esta llamada *globalización de las tecnologías de la información y comunicación* ha sido la tendencia durante todo el periodo de estudio, mismo que fue trazado como objetivo para el cambio de la matriz productiva en el país, a través de la creación de una red de fibra óptica en el año 2013, dotando de internet a la mayor parte del territorio nacional para el uso de tecnologías en los procesos productivos y/o administrativos.

China en la última década ha globalizado su economía, constituyéndola en uno de los principales motores de la economía mundial por el tamaño de su mercado e impulsando una mejorada política exterior, situándola como la segunda economía mundial, detrás de EE. UU.

El Ecuador situó a China durante la mayor parte de la última década como un socio estratégico para el desarrollo del país, convirtiéndolo en su principal país acreedor bilateral,

representando para el año 2019 el 64% del total de la deuda bilateral del Ecuador, es decir USD 6049 millones (Lucero, 2020), misma que sirvió para la construcción de proyectos de infraestructura. Dentro de esa relación, Ecuador coorganizó la *IX Feria Internacional de las Pymes*, realizada en China, en el año 2012, siendo una ventana estratégica para que las pequeñas y medianas empresas del país puedan promocionar sus productos.

La internacionalización está basada en la globalización de los productos de un país hacia el mundo. Sin embargo, la guerra comercial que enfrentan a EE. UU. y China, acentuada desde la llegada de Donal Trump como presidente del país norteamericano en el año 2016, ha creado un ambiente adverso en el comercio internacional, afectando la globalización de las empresas, debido a la disputa de la hegemonía comercial mundial. Esta situación nos hace pensar que el libre comercio no necesariamente es beneficioso para todos: aunque el país posea una infraestructura avanzada, puede incurrir en pérdidas bajo dicho esquema comercial.

En conclusión, el contexto nacional e internacional ha generado una serie de desafíos para las Pymes; en consecuencia, lograr la internacionalización de las mismas se ha convertido en un proceso complejo. A lo largo del periodo de estudio, especialmente durante el primer lustro, las Pymes fueron uno de los objetivos clave dentro de la ejecución de políticas públicas en el Ecuador; por ello, es evidente la importancia de las Pymes para la economía de nuestro país.

2.4 Marco Legal

Para una mejor comprensión de la problemática estudiada, se procede a puntualizar las normas establecidas que sean afines a la solución del problema de estudio, tomando en consideración que su aplicación es responsabilidad de las instituciones que estén ligadas a las problemáticas de la internacionalización de las Pymes.

El respaldo legal que se presentara a continuación es establecido a través de una jerarquía normativa que rigen dentro del territorio ecuatoriano, tomando como referencia la pirámide de Kelsen, estableciéndonos desde la carta magna de nuestro país, pasando por los códigos orgánicos y reformas, hasta los decretos que se hallan ejecutado en el país en relación con el tema de investigación.

2.4.1 Constitución del Ecuador.

La Constitución del Ecuador, aprobada por la Asamblea Nacional (2008), menciona en el Art. 284, numeral 2, el incentivo a la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas, la acumulación del conocimiento científico y tecnológico, la inserción estratégica

en la economía mundial y las actividades productivas complementarias en la integración regional.

Por otro lado, en el Art. 304 de la Constitución del Ecuador se definen cuáles serán los objetivos de la política comercial a aplicarse en el país: en primer lugar el desarrollo, fortalecimiento y dinamismo de los mercados internos a partir de objetivos estratégicos establecidos en el Plan Nacional de Desarrollo, y en segundo lugar la inserción de la economía nacional en la economía mundial a través de la regulación, promoción y ejecución de acciones correspondientes para una correcta internacionalización.

Finalmente, en el primer párrafo del Art. 306 de la Constitución del Ecuador, se menciona que el Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generan mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.

2.4.2 Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria.

Continuando con la jerarquía normativa, encontramos en el Art. 137, literal e, de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, donde se menciona la implementación de planes y programas, destinados a promover, capacitar, brindar asistencia técnica y asesoría en producción exportable y en todo lo relacionado en comercio exterior e inversiones. (Asamblea Nacional, 2011)

2.4.3 Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones (COPCI).

También encontramos en el Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), diferentes referencias normativas acerca de la variable de estudio, mismas que se mencionan a continuación:

Art. 4, refiere a los fines del COPCI, mencionando en el literal “O”, el fomento y diversificación de las exportaciones y en el Literal “P”, la facilitación de las operaciones de comercio exterior. (Asamblea Nacional, 2010, pág. 3)

Art. 54, refiere acerca de la institucionalidad y competencias, donde el Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomentos y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, mencionando lo siguiente:

- Literal “b”, formular, priorizar y coordinar acciones para el desarrollo sostenible de las MIPYMES, así como establecer el presupuesto anual para la implementación de todos los programas y planes que se prioricen en su seno.
- Literal “c”, autorizar la creación y supervisar el desarrollo de infraestructura especializada en esta materia, tales como: centros de desarrollo MIPYMES y otros que

se requiera para fomentar, facilitar e impulsar el desarrollo productivo de estas empresas en concordancia con leyes pertinentes de cada sector.

- Literal “i”, coordinar con instituciones del sector público y privado, vinculadas con el financiamiento empresarial, las acciones para facilitar el acceso al crédito de las MIPYMES. (Asamblea Nacional, 2010, pág. 17)

Art. 59, refiere a la política de democratización de la transformación productiva y sus objetivos, menciona, en el literal “c”, apoyar el desarrollo de la productividad de las MYPIMES, grupos o unidades productivas organizadas, por medio de la innovación para el desarrollo de nuevos productos, nuevos mercados y procesos productivos. (Asamblea Nacional, 2010, pág. 18)

2.4.4 Superintendencia de Compañías Valores y Seguros (Supercia)

2.4.4.1 Resolución Año 2019. Dentro de la resolución del año 2019 la Superintendencia de Compañías resuelve, expedir el instructivo de las Normas Internacionales de Información Financiera para las Pymes (NIIF para las Pymes), en virtud del Artículo primero, donde se definen a las Pymes a las compañías que cumplan con los siguientes requisitos:

- a) Monto de Activos inferiores a CUATRO MILLONES DE DOLARES
- b) Registren un valor bruto de ventas anuales de HASTA CINCO MILLONES DE DOLARES.

2.5 Referentes empíricos

Siguiendo con el proceso de diagnóstico de la internacionalización de las Pymes ecuatorianas, se procede a señalar referentes empíricos de nuestra investigación en el mundo, e incluso en nuestro país, de esa forma poder establecer antecedentes de nuestra problemática, sus objetivos, y los resultados obtenidos.

Rengifo (2015) realizó un estudio sobre la internacionalización de la Pymes ecuatorianas con el fin de determinar y explicar de forma esquematizada los factores que describen la diversidad de resultados obtenidos en la aplicación de políticas públicas enfocadas a la internacionalización de las Pymes durante el periodo 2007 - 2012. Para ello se enfocó en el análisis y explicación del factor macro (condiciones de un entorno favorable), así como la observación de los elementos que encierra este factor (contexto político y económico, costos de transacción y normas e instituciones), basándose en un análisis institucional mediante el uso de la propuesta teórica de Stien y Tomassi.

Los principales resultados de Rengifo (2015) determinaron que se ha generado un ambiente propicio para facilitar la formulación adecuada de las políticas por cuanto los actores políticos

tienen horizontes relativamente largos, los espacios para el debate y la negociación están institucionalizados y los acuerdos expresan noción de continuidad. También se encontró la conformación de acuerdos de cooperación público -privado y público – publico. Finalmente, se determinó que los esfuerzos por realizar mejoras en la competitividad sistémica del Ecuador dan cuenta de la formulación de políticas orientadas al bienestar general, ya que favorecen a la sociedad en general; de esta forma, los sectores sociales más pobres tienen mayor acceso y mejores condiciones de vida y por ende mejores oportunidades.

Botero, Alvarez y Gonzales (2012) realizaron un estudio cuyo objetivo fue determinar un modelo propicio para una correcta internacionalización de las Pymes colombianas; para ello se basaron en la contextualización del entorno económico y la dinámica de las Pymes exportadoras colombianas, además de una estrategia para saber decidir cuándo es el momento exacto para internacionalizarse.

Para ello concluyo en los siguientes resultados:

1. *Exportación*, esta es la forma más simple de internacionalizarse, dependiendo de la complejidad se puede definir como directa o indirecta, entendiendo que las Pymes no son un modelo a escala de las grandes organizaciones.
2. *Contrato de Manufacturas*, se permite a la Pyme obtener centro de producción en otros países sin comprometerse a invertir en operaciones de manufactura o ventas, entregando la responsabilidad a terceros.
3. *Licenciamiento*, se puede llevar el centro de producción a otros países sin inversión de capital. En este modelo, el licenciador le otorga valor al licenciado don el fin de obtener desempeño o regalías de dicha licencia.
4. *Franquicias*, la diferencia sobre el licenciamiento es que se tiene el control del mercadeo de la marca y el producto.
5. *Contratos de Gerencia*, esta modalidad de internacionalización se basa en una accesoria por un experto en procesos de internacionalización, teniendo en cuenta que es uno de los métodos más accesibles e integrales en el proceso de una Pyme hacia el comercio internacional.
6. *Empresa Conjunta (Join Venture)*, es una modalidad donde la empresa local se asocia con una empresa extranjera con el fin de crear una nueva empresa, siendo las locales las que aportan el capital y conocimiento sobre el mercado, mientras que la empresa internacional aporta capital y tecnología.

González y Machuca (2015), en su trabajo sobre la internacionalización de las Pymes españolas, se propusieron identificar los rasgos más relevantes del proceso de

internacionalización de las Pymes entre los años 2001 y 2013, dentro del contexto post crisis inmobiliaria del 2008, a través de un análisis de datos recopilados del banco de España y un análisis econométrico.

Los resultados demostraron que las Pymes españolas, para lograr tener el repunte de exportaciones después de la burbuja inmobiliaria, tuvieron que diversificar los destinos a países extracomunitarios, en específico Latinoamérica y África, que en ese entonces estaban dentro de las regiones con índices más altos de crecimiento potencial, diagnosticando una mejoría de las tasas de supervivencia de las Pymes en su actividad exportadora por su diversificación geográfica. Además, las Pymes con presencia de capital extranjero en su estructura o que realizan inversiones directas en el exterior son las que tienen una mayor posibilidad de exportar.

Martinez Hellbusch (2016), dentro de su trabajo “Estrategias y determinantes en la internacionalización de Pymes en el contexto MERCOSUR, Caso Uruguay”, cuyo objetivo fue investigar el perfil de las Pymes en Uruguay en el contexto del Mercado Común del Sur (MERCOSUR), a partir de un enfoque de internacionalización de empresas, concluyó que la relación de la empresa con un proceso familiar de administración no es posible afirmarla como una variable relevante, dentro de un proceso de internacionalización exitoso.

Además, según Martinez Hellbusch (2016), no se observan diferencias en el grado de internacionalización de una empresa en relación con la formación académica de sus administradores. Por otro lado, es posible afirmar que las teorías de internacionalización son perfectamente aplicables a las Pymes Uruguayas, enfatizando que no existe un modelo único de internacionalización. Un punto importante es que los beneficios de política comercial son aprovechados por el empresariado para obtener ventajas de tipo fiscal, arancelaria.

Capítulo III

Marco Metodológico

3.1 Enfoque de la investigación

El enfoque de una investigación puede ser cuantitativo o cualitativo, donde se define cuantitativo según Cabezas *et al.* (2018) como “aquel que utiliza la recolección de datos para probar la hipótesis, con base en la medición numérica y análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (pág. 19), de la misma forma se define al método cualitativo según Sampieri (2014), como aquella que se fundamenta primordialmente en el problema de investigación, buscando principalmente la “expansión o dispersión” de los datos e información, para que el investigador se forme creencias propias sobre el fenómeno estudiado, el cual podría ser un grupo de personas únicas o un proceso en particular.

Por lo expuesto, la presente investigación se enmarcó predominantemente en el enfoque cualitativo, debido a que se diagnosticó el proceso de internacionalización basado en la teoría gradualista del Modelo Uppsala, además de la contextualización de los fenómenos que fueron determinantes para el proceso de internacionalización de las Pymes, describiendo los programas de fomento y políticas enfocadas en la promoción de sus exportaciones, y que se implementaron en Ecuador durante el periodo de estudio, permitiendo evaluar el desarrollo natural de los sucesos, describir las características y definir el perfil del fenómeno de estudio.

Adicionalmente, la investigación se complementó considerando en menor medida el enfoque cuantitativo, a través de la recolección y análisis de datos estadísticos obtenidos del Directorio de Empresas y Establecimiento del INEC, como, por ejemplo, el número de Pymes exportadoras por provincias en el país y los montos generados por sus exportaciones, que ayudaron a evaluar de una forma más objetiva el proceso de internacionalización de las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas.

3.2 Modalidad de la investigación

Debido a que la investigación se realizó bajo el enfoque cualitativo y cuantitativo, la modalidad que se escogió para la realización del presente trabajo, de la parte cualitativa es el Estudio de caso, y del lado cuantitativo se corresponde con la modalidad no experimental, por la razón de que no se manipularon variables.

3.3 Tipo de Investigación

La investigación es de tipo documental, ya que la información se obtuvo de fuentes primarias como el INEC y fuentes secundarias como el observatorio de la Pymes, así como artículos e investigaciones sobre el fenómeno estudiado.

Además, se aplicó un análisis de alcance exploratorio y descriptivo, este último, según Sampieri (2014), consiste en “describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; estos se detallan como son y se manifiestan, buscando especificar las características, propiedades y perfil del fenómeno a estudiar” (pág. 92). En cuanto al periodo de tiempo, es una investigación de corte transversal, ya que se estableció como periodo de estudio el comprendido entre 2010 y 2019.

Finalmente, el tipo de inferencia corresponde al análisis – síntesis, que consiste en la separación de las partes de un todo, para describirlas de forma individual, y después generalizar las conclusiones basándose en el análisis de las partes, es decir, dentro del trabajo se detalla los contenidos de la internacionalización de forma individual, como lo son las características de las Pymes, la ubicación geográfica y por sectores productivos, así como la especificación de los programas y políticas, para después determinar cuáles fueron los factores que incidieron en el proceso de internacionalización.

3.4 Población y Muestra

En esta investigación, no se requirió determinar una población de estudio, ni tampoco calcular el tamaño de una muestra específica, debido a que se trató de un trabajo de tipo documental, aclarando que, se constituyó como objeto de estudio al universo de las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas que están en el proceso de internacionalización.

3.5 Matriz CDIU

La matriz CDIU se construye en base a 3 dimensiones que se citan en la *Tabla 4*, las cuales fueron señaladas dentro del árbol del problema del capítulo 1.

Tabla 4

Matriz de Categoría Dimensiones Instrumentos y Unidades de Estudio (CDIU).

Categoría	Dimensiones	Instrumentos	Unidades de Estudio
	Baja diversificación		
Geográfico	geográfica de las Pymes exportadoras.	Estadístico	INEC
Político	Programas e instituciones con poca integración.	Investigación	Mipro, Proecuador, Ministerio de relaciones exteriores
Académico	Conocimiento bajo en los mercados internacionales.	Investigación	Web y Unidades de educación superior,

Elaborado por el autor

3.6 Técnicas e instrumentos

La técnica utilizada para la elaboración del trabajo investigativo fue a través del análisis de documentos; el instrumento de recolección se corresponde con los medios digitales, es decir, la recopilación de datos disponibles en los sitios web de revistas digitales especializadas, de instituciones públicas y privadas que se encargan del control, acompañamiento y estudio de las Pymes, repositorio de documentos y bases de datos estadísticos, entre otras.

3.7 Recolección y procesamiento

La investigación se realizó mediante la revisión documental de archivos relacionados con la internacionalización de las Pymes, que ayudaron al diagnóstico de este fenómeno, como por ejemplo las encuestas de coyuntura realizada por el Observatorio de la Pymes, de la Universidad Andina Simón Bolívar, artículos científicos, tesis de grado y posgrado, entre otros; así mismo, del análisis de bases de datos otorgados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo.

El procesamiento de la información se realizó mediante la herramienta Office Excel, donde se ordenaron los datos para la elaboración de tablas y figuras.

Capítulo IV

Resultados

4.1 Análisis de resultados

4.1.1 Internacionalización del Ecuador

La historia del país con el comercio internacional se explica mediante épocas de auge de productos primarios, mismos que representaron tiempos de prosperidad en el país, entonces, se explica de forma breve el proceso de internacionalización que ha llevado al Ecuador desde su origen como república.

Después de su separación de la Gran Colombia, la soberanía del territorio ecuatoriano estaba en las manos de los gobernantes; apoyado en esta situación, el Ecuador se fue presentando como la mayoría de las repúblicas de América Latina a crear un modelo agro exportador, apoyado por sus bondades geográficas, donde el primer éxito de internacionalización sucedió con el Cacao, producto que se da a conocer al mundo entre los años 1850 - 1910, convirtiéndose en el principal ingreso por exportaciones que poseía el país, y a su vez en un producto símbolo, por ser parte del primer auge.

Después del boom cacaotero, entre los años 1946 hasta mediados de los años 60's, surgió otro auge de un producto primario, llamado el *boom bananero*, mismo que aparece como consecuencia de una plaga en los enclaves de Centroamérica llamada "El mal de Panamá", provocando que "Ecuador para el año 1964 tenga el 25% de la oferta internacional, superando ligeramente a todos los países de Centroamérica que exportaron este producto" (Maldonado, 2017, pág. 10). Este auge se mantuvo hasta mediados de los 60's, debido a la aparición de la plaga *Fusarium raza I*, proveniente de las plantaciones de Centroamérica.

A lo largo de la historia el país abarcó algunos procesos exitosos de internacionalización de un producto, como lo fueron el cacao y el banano, pero al ser solo un modelo primario exportador, el país entró en una disyuntiva, que llevó en los años 70's a aplicar un modelo de desarrollo que evolucione la actividad productiva en el país, siendo este a través de la *Industrialización por Sustitución de Importaciones (ISI)*, mismo que fue aplicado en tiempos del boom petrolero en el país:

En 1972 el petróleo se convirtió en el motor de la economía ecuatoriana y comenzó a marcar los ritmos de la sociedad y de la política. Entre 1972 y 2003 este recurso natural aportó con 47% de las exportaciones totales del país; de 1987 a 1996 sus rentas significaron en promedio 45% de los ingresos del Estado (Oleas Montalvo, 2013, pág. 9).

Debido a estos sucesos, la sociedad ecuatoriana alcanzó los niveles de crecimiento más altos de su historia, y llevado de la mano con una economía en crecimiento, el país por el modelo ISI, que es un modelo cepalino precedido por el economista argentino Raul Prebisch, donde los países transformaban su actividad productiva en 5 etapas, mismas que en el país nunca se alcanzó la aplicación del 100% de ninguna fase, acabando con la ilusión de ser un país industrializado en 1982, debido a la crisis de la deuda.

A breves rasgos se entiende que la internacionalización del Ecuador se dio siempre por eventos externos, que no fueron capaces de mantenerlos desde su inventiva y capacidad de aprovechamiento de los gobernantes de turno, en gran medida por la no aplicación de estabilizadores automáticos, que no dejen vulnerable la economía del país, debido a la dependencia de los ingresos por auge de commodities.

4.1.2 La internacionalización de las Pymes en el Ecuador.

El surgimiento de las pequeñas y medianas empresa en el escenario socioeconómico del Ecuador se remonta a mediados del siglo XX, a partir de la década de 1950 se establecieron las primeras Pymes, estas en su mayoría se crearon con una estructura cerrada, de origen familiar, “dedicadas principalmente a actividades como: Textil y confecciones, cuero y calzado, papel e imprenta y minerales no metálicos, pues es en estas actividades donde precisamente habrían tenido mayor posibilidad de establecer los pequeños talleres personales y familiares. (Gualotuña R., 2011)

Con el establecimiento del modelo sustitutivo de importaciones, mismo que buscaba el crecimiento vía expansión industrial para poder instaurar un Estado moderno, era necesario adoptar políticas de protección e incentivo a la industria, por lo que se establecieron leyes encaminadas al fomento industrial y al fomento de la pequeña industria. (Gualotuña R., 2011)

Aunque hubo un intento por impulsar la economía a través de un modelo hacia afuera en la época de los 80's, estas políticas nunca fueron diseñadas para impulsar el desarrollo de la actividad del sector Pyme hacia la internacionalización, proceso que se vio afectado por condiciones limitantes tales como escasos planes de apoyo y falta de normas legales que fomenten la conformación de estas empresas (Carranco, 2017).

Según la CEPAL (2011) a través de su informe “Políticas de apoyo a las Pymes en América Latina” citado en (Carranco, 2017) menciona que, para mediados de la década de 1990, “la mayoría de gobiernos latinoamericanos ponen énfasis en temas relacionados con las pequeñas y medianas empresas con el objetivo de desarrollar programas de apoyo para que dichas entidades apoyen el crecimiento de la economía en general” (pág. 3).

En Ecuador, durante los 90's se ejecutó un cambio de concepto económico, en dirección a un modelo neoliberal, donde el rol de Estado disminuía, y provoca variaciones importantes en el diseño y ejecución de las políticas de desarrollo, debilitando la continuidad del apoyo estatal hacia las pequeñas y medianas empresas. La desaparición de instituciones de planificación y promoción, así como el consecuente recorte presupuestario y de fondos financieros, representó una pérdida significativa para el fortalecimiento de un sector que se perfilaba como una alternativa en un escenario de crisis económica. (Ferraro & Stumpo , 2010, pág. 209)

Para fines de los años 90's se conformó un nuevo marco institucional, vinculado a la búsqueda de competitividad en el contexto de un mercado internacional globalizado. En ese contexto se crearon nuevas instituciones que privilegiaban el impulso a la competitividad, al mismo tiempo, se negociaron créditos internacionales para la promoción del comercio exterior.

Si bien se puede afirmar que hubo una política de apoyo a la competitividad y al comercio exterior, el tamaño de empresa privilegiada no correspondía a las Pymes, sino de forma indirecta, donde el financiamiento y los programas de apoyo a las Pymes eran insuficientes y poco relevantes, y esta situación provocaba demandas y reclamos de los gremios. (Ferraro & Stumpo , 2010, pág. 210)

4.2.2.1 Periodo 2000 – 2006. El Ecuador, durante el periodo de los 90's y principio de los 2000, su política estuvo direccionada hacia el modelo neoliberal, teniendo al libre mercado como un enfoque primario en lo que respecta política comercial, aparte de una descentralización institucional, quedando las políticas de fomento productivo en mano de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD), conllevando a una centralización del desarrollo económico e institucional hacia Quito y Guayaquil. Adicionalmente, la economía atravesó un periodo de inestabilidad debido a los periodos interrumpidos de la presidencia, llegando a tener incluso un periodo de solo 6 meses con el expresidente Ab. Abdala Bucaram.

Con todos estos inconvenientes, la actividad de las Pymes hacia las exportaciones estuvo llena de tapujos e inestabilidad; según estudios de la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha (CAPEIPI) realizados en 1993 sostienen que sólo el 1,7% de la producción del sector se exportó; asimismo, encuestas del año 1995 señalaron que las empresas afiliadas a las cámaras de la pequeña industria de Guayas y Pichincha, sólo el 13% exportaron, en consecuencia, se refiere a un sector que no veía con grandes posibilidades la internacionalización.

A partir de 2003, la aplicación de la política durante el gobierno de Lucio Gutiérrez se proyectó hacia la inserción tanto económica como comercial del país en el contexto internacional se promovieron las exportaciones por medio del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración, del Ministerio de Industrias y Productividad, de la

Subsecretaría de Asuntos Económicos y Comerciales, y la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones.

Aunque se creó y se direcciono la política hacia un mejor desempeño en el ámbito internacional, faltó la construcción de un sistema de apoyo hacia las Pymes, que las vuelva más competitivas de forma integral, disminuyendo las carencias y absorbiendo las dificultades que poseían en ese entonces, muestra de ello fue que durante el periodo del ex presidente Lucio Gutiérrez solo se creó un programa de apoyo dirigido a las Pymes y con un presupuesto de solo USD 15.038, llamado “*Capacitación para el mejoramiento de la competitividad de las MiPymes y artesanías*”.

En el año 2004, según el estudio *Pymes Ecuador*, apenas un 6% de las Pymes tenía como destino final la exportación, en consecuencia de un respaldo al sector, mientras que, para el 2006, según el Ministerio de Producción (MIPRO), un 13,2% de las pequeñas y un 24,8% de las medianas habían exportado, siendo el cambio de presidente uno de los factores para ese aumento, debido a que hubo un cambio en el entorno de la política, como el paro a la negociación al tratado de libre comercio con EE. UU. y la disminución de los costos financieros, donde la tasa de interés activa del Banco Central paso de un 13,57% en 2003 a un 8,56% en 2006, además, hubo mayor estabilidad sobre todo en las variables macroeconómicas, que crearon un ambiente a favor de las exportaciones ecuatorianas (Ferraro & Stumpo , 2010)

Dentro del mandato del Dr. Alfredo Palacios el apoyo siguió siendo escaso, pero hubo mejoría con respecto al anterior presidente, aumentando los programas de apoyo y el financiamiento, aunque los mismos no eran ejecutados con toda la agilidad debida, por causa de retrasos en el desembolso de los presupuestos por parte del Ministerio de Economía y Finanzas.

Dentro del periodo 2004 – 2006 se ejecutaron ciertas medidas de incentivo para el sector como la disminución del costo de la luz, pasando de 7,5 centavos de dólar por kilovatios hora en 2004 a 7,1 centavo de dólar por kilovatios hora en 2005.

4.2.2.2 Periodo 2007- 2009. Con el inicio del gobierno del Econ. Rafael Correa, inició también un periodo de estabilidad de la política, donde se planteó un nuevo plan de desarrollo, con ejes orientados a la reinstitucionalización del país, se plantea un mejor ambiente para las Pymes hacia la internacionalización, como lo indica el Objetivo 11.1.1 del Plan nacional de desarrollo 2007 – 2010, donde se busca aumentar el porcentaje de participación de las Pymes en el producto interno bruto (PIB) y en las exportaciones (SENPLADES, 2007).

El plan nacional de desarrollo 2007 – 2010, se vio interrumpido por un cambio en la constitución que obligaba a llamar a elecciones en el año 2009, teniendo como resultado un

nuevo plan nacional de desarrollo 2009 – 2013, donde uno de sus ejes de política incluye a las Pymes como beneficiarias de un plan de cooperación triangular y cooperación Sur-Sur, creando mecanismo de garantías para la exportaciones de las mismas (Consejo Nacional De Planificacion, 2009). Además, se incluyó a las Pymes como un actor fundamental dentro del desarrollo económico e impulsador del empleo, por lo cual, se crea una política comercial orientada al fomento de la producción y su consumo a nivel nacional e internacional. Así mismo, se crearon programas y políticas públicas con el fin de incrementar la calidad de la producción nacional, desarrollando la política intra-industrial que se convirtió en un instrumento importante dentro del gobierno de la *Revolución ciudadana*, con la creación de una *Subsecretaria de MYPIMES y Artesanías*, dentro del Ministerio de Industrias y Productividad, con el fin de crear cadenas productivas, consorcios de exportación e impulsar el desarrollo de nuevos emprendimientos; igualmente, proyectó a las Pymes al uso de las *Tecnologías de la Comunicación e Información (TICs)* (ALADI, 2009).

4.1.3 Caracterización de las Pymes ecuatorianas

Las Pymes se caracterizan por ser empresas de gran importancia dentro de la estructura económica de un país. En el caso ecuatoriano, la pequeña y mediana empresa representa el 99,53% del total de empresas registradas en el país, según el Directorio de Empresas y Establecimientos (DIEE) del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), aunque sólo represente el 28,02% del total de las ventas. Como grandes atributos, las Pymes poseen su capacidad de generar empleo en nichos de mercados donde la demanda laboral es escasa y se ofrecen como empresas subcontratadas por las grandes empresas; a su vez, como virtud está la capacidad de adaptación a los requerimientos del mercado y a sus consumidores, aclarando que la creación de una pequeña y mediana empresa en el país se da, generalmente, por motivos de necesidad u oportunidad.

Según Carranco (2017), las Pymes ecuatorianas poseen ciertas características fundamentales, expuestas en la *Figura 6*:

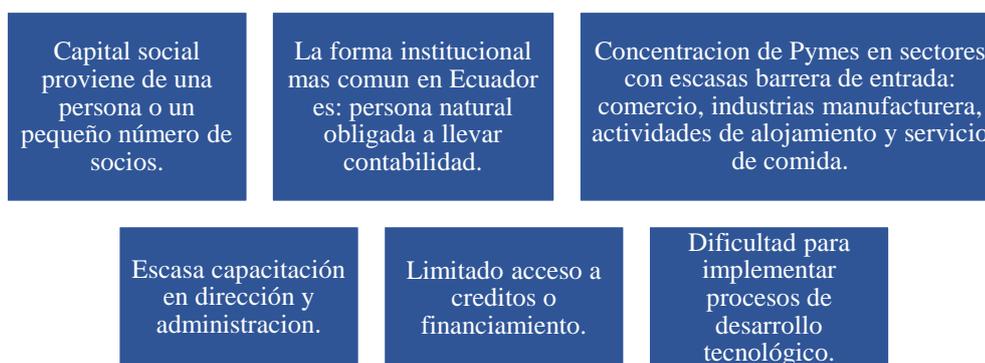


Figura 6. Características básicas de las Pymes en Ecuador. Adaptado de Carranco (2017)

Las pequeñas y medianas empresas en el país, en gran parte se constituye por empresas familiares: el capital social proviene de una persona de la familia, siendo esta misma persona quien administra la Pyme sin contar con un equipo especializado para manejar cada área de interés de la empresa. Como resultado, se tiene que la mayoría de las Pymes constituidas en el país pertenecen al régimen legal de *Personas naturales obligadas a llevar contabilidad*, es decir, personas que manejan un negocio o emprendimiento y que no separa la figura jurídica de la empresa. Los datos del INEC (2020) indican que, del total de Pymes registradas durante el año 2018, el 20,62% se constituyeron como *Persona natural obligada a llevar contabilidad*, seguida por las *Sociedades con fines de lucro*, que alcanzaron el 20,3%.

Para las Pymes, un mercado o sector con libre entrada y salida es un ambiente óptimo en el cual se puede desempeñar, a causa de las limitaciones que esta posee al momento de iniciar sus actividades; por ello, las Pymes ecuatorianas buscan los sectores *Comercio y Servicios en general*, mismos que concentran el 36,27% y el 41,84% de las Pymes, respectivamente (INEC, 2020).

Una de las características que las Pymes ecuatorianas deben fortalecer para volverse competitivas es la *Capacitación en Dirección y Administración*, debido a que son factores clave para que una pequeña y mediana empresa se sostenga en el tiempo. Según datos del AEI INDEX (2019), el *Índice de Soporte y Asesoría*, que incluye la capacitación formal ofrecida en las empresas y la formación profesional o académica, fue 56.6 en el año 2019, reflejando una mejoría respecto al año 2018 (54.8); sin embargo, sigue estando por debajo de países como Colombia y Chile, quienes alcanzaron un índice de 59.5 y 64.4, respectivamente.

Dentro del proceso de caracterización, los principales desafíos que enfrenta una Pyme en el Ecuador, entendidas como barreras para su crecimiento, son:

- Fuentes de financiamiento;
- Tecnología.

En cuanto a las fuentes de financiamiento, la banca comercial de Ecuador atiende preferentemente a las grandes empresas, dejando de lado las necesidades y distintas capacidades que poseen las pequeñas y medianas empresas: en el año 2015, el volumen de crédito del sistema financiero nacional alcanzó los USD 15000 millones (es decir, el 15% del PIB de ese año), sin embargo, sólo el 5,5% de dicho monto se destinó a las Pymes, es decir, por cada USD 100 prestados por el sistema financiero nacional, el sector Pymes recibe únicamente USD 5,5 (Neira, 2016).

Adicionalmente, dentro del indicador de financiamiento del AEI INDEX (2019), elaborado por la Universidad Andina Simón Bolívar, refleja que existe una baja calificación en lo que se refiere a oferta de productos financieros para emprendedores y Pymes; en consecuencia, la facilidad de acceso a financiamiento, tanto público como privado, dista de una percepción regular por parte de las Pymes, según la *Encuesta de Coyuntura de la Pyme* del segundo cuatrimestre del año (2019).

En lo referente a la tecnología, las Pymes en el país dentro del periodo de estudio, han sido testigos de los cambios y nuevas formas de promocionar sus productos y servicios, a través de las redes sociales. Para Vargas *et al.* (2019), la Pyme ecuatoriana utiliza las TICs como una herramienta de trabajo y/o software especializado (contabilidad, control de inventario, paquetes estadísticos, entre otros), mientras que presentan poco uso en la realización de transacciones, ventas, compras y búsquedas de nuevos mercados, es decir, su uso se limita a acciones administrativas. Adicionalmente, los procesos productivos se caracterizan por su bajo nivel tecnológico, debido a un bajo nivel de vinculación entre la universidad e industria, además de la baja inversión en investigación y desarrollo (AEI INDEX 2019).

La Pyme, en términos de comercio exterior, fue un objetivo fundamental a lo largo del periodo de estudio, donde éstas se caracterizaron por mantener un monto de exportación que estuvo entre USD 1.200 millones en el año 2010 y USD 1.500 millones en el año 2018, tal como se aprecia en la *Figura 7*.

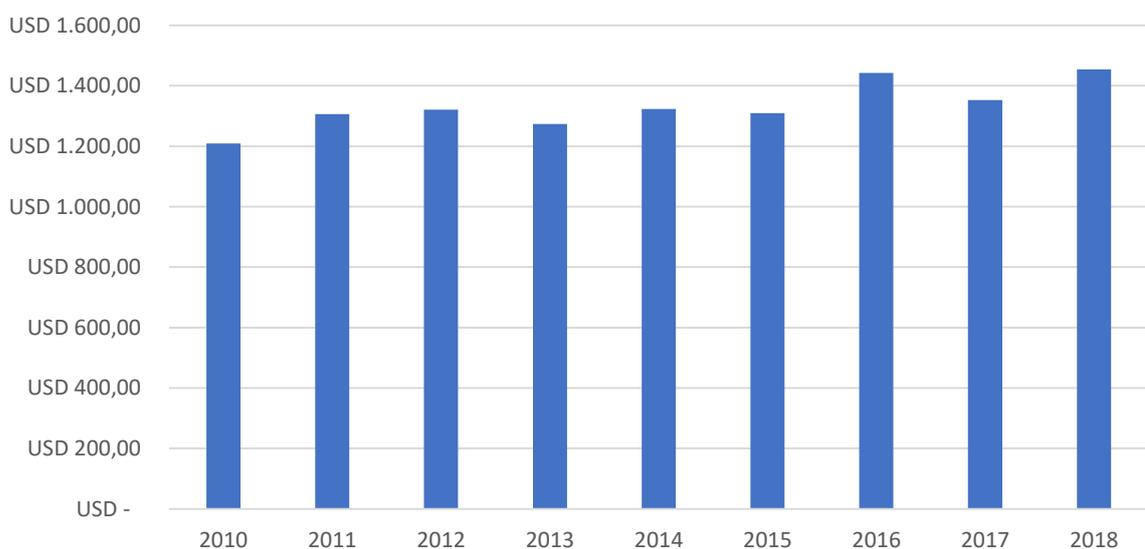


Figura 7. Montos de Exportación anual de las Pymes ecuatorianas, periodo 2010 – 2018. Elaborado por autor.

Aunque no hubo una evolución significativa, las exportaciones de las Pymes ecuatorianas se mantuvieron, a pesar de las limitaciones y shocks tanto internos como externos que sufrió el

país entre los años 2014 y 2016, demostrando cómo éstas son capaces de adaptarse a los cambios de su entorno y disminuir los efectos de los shocks.

Adicionalmente, la participación de las Pymes en las exportaciones no petroleras se mantuvo por debajo del 15%, como lo demuestra la *Figura 8*.

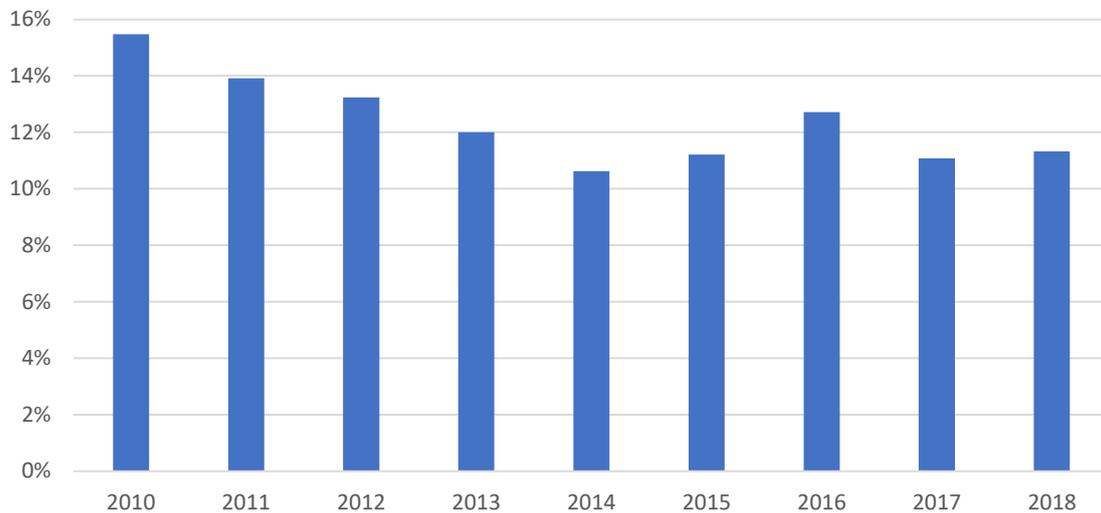


Figura 8 Porcentaje de participación de las Pymes en las Exportaciones no petroleras. Elaborado por autor.

Las Pymes, dentro de la estructura productiva, se insertan en mercados de los que poseen poco conocimiento y cuyas industrias se encuentran estandarizadas, por tanto, compiten directamente con la producción a gran escala de las grandes empresas (Dini & Giovanni, 2018).

4.1.4 Distribución de las Pymes a nivel nacional

En cuanto a la ubicación geográfica de las Pymes en el Ecuador, se procedió a recoger cifras de instituciones oficiales como el INEC, mismas que se muestran de forma anual y simplificadas en 5 denominaciones, considerando que Guayas y Pichincha se analizan por separado, por ser las provincias con mayor concentración de Pymes en el país, seguidas por las provincias de Manabí y El Oro, mismas que se analizan juntas, por ser las dos provincias de la costa que más Pymes exportadoras poseen después de Guayas. Adicionalmente, Azuay y Cotopaxi también se analizan juntas, debido a que son las provincias de la sierra ecuatoriana que más exportan, después de Pichincha; por último, están las demás provincias del país, las cuales están bajo la denominación *Otras*.

En la *Tabla 5*, se muestra el número de Pymes exportadoras por provincias, donde se puede observar a Pichincha como la provincia con el mayor número, seguida de Guayas, y las Otras provincias, adicional, se puede apreciar que la tasa de crecimiento de las Pymes sufre una afectación significativa a partir del año 2013, donde pasa de una tasa de crecimiento en del 18,9% en el 2012 a una de 5,50% en el 2013, aunque la tasa siguió siendo positiva.

Tabla 5*N° de Pymes exportadores, por provincia (2010 – 2018)*

Años	Provincias					Total nacional	Tasa de Crecimiento
	Azuay y Cotopaxi	El Oro y Manabí	Guayas	Otras	Pichincha		
2010	4.262	5.813	14.308	13.499	16.866	54.748	0,00%
2011	4.908	6.847	16.150	15.730	19.871	63.506	15,90%
2012	5.924	8.275	18.631	19.938	22.756	75.524	18,90%
2013	6.341	8.721	19.363	21.141	24.156	79.722	5,50%
2014	6.622	9.256	20.508	22.084	24.871	83.341	4,50%
2015	6.607	9.097	20.619	21.345	24.589	82.257	-1,30%
2016	6.286	8.889	19.854	19.903	22.948	77.880	-5,32%
2017	6.230	9.190	20.136	20.073	23.155	78.784	1,20%
2018	6.310	8.995	20.166	20.065	22.859	78.395	-0,40%

Fuente: Adaptada del INEC (2020). Elaborado por el autor.

Esta tasa en los siguientes años se presentó de forma negativa, a causa, del entorno macroeconómico y los diferentes shocks que afectaron la economía del país, donde, el nivel más alto se dio en el 2016 con una disminución de las Pymes exportadoras del -5,32%, es decir 4377 Pymes dejaron de exportar para el año 2016, donde las provincias más afectadas como se lo aprecia en la *Tabla 6*, fueron Pichincha con el -6,8% y las otras provincias con el -6,8.

Tabla 6*Porcentaje de variación anual del N° Pymes exportadoras por provincia (2010-2018)*

Años	Provincias				
	Azuay y Cotopaxi	El Oro y Manabí	Guayas	Otras	Pichincha
2010	0%	0%	0%	0%	0%
2011	15,15%	17,8%	12,9%	16,5%	17,8%
2012	20,70%	20,9%	15,4%	26,8%	14,5%
2013	7,03%	5,4%	6,0%	6,0%	6,2%
2014	4,43%	6,1%	5,9%	4,5%	2,9%
2015	-0,22%	0,5%	0,5%	-3,3%	-1,3%
2016	-4,80%	-2,3%	-3,7%	-6,8%	-6,7%
2017	-0,89%	3,4%	1,4%	0,9%	0,9%
2018	1,20%	-2,1%	0,1%	-0,03%	-1,3%

Fuente: Adaptada del INEC (2020) . Elaborado por el autor.

La *Tabla 7*, demuestra las exportaciones no petroleras de las Pymes, sectorizadas por provincias del periodo 2010 -2018, y su monto promedio, observando que las Pymes que más exportan se ubican en la provincia de Pichincha con un monto promedio de USD 546 millones, seguido de Guayas con un USD 378 millones, además, las provincias de Azuay y Cotopaxi agrupan un monto promedio de USD 108 millones, siendo inferior al de las provincias de la

costa como Manabí y El Oro con un promedio de exportaciones de USD 144 millones, adicionalmente, las otras provincias agruparon solo USD 155 millones, siendo ligeramente superior al de las provincias de Manabí y El Oro.

Además, se puede apreciar que el número de Pymes en Guayas y las demás provincias, mantuvieron las mismas tendencias como se demostró en la *Tabla 5*, sin embargo, el monto promedio de exportaciones durante el periodo de estudio refleja que entre estas hubo una diferencia de USD 223 millones, demostrando mejores capacidades de exportación de las Pymes en las provincias de Guayas, mismas que no poseen las demás provincias.

Tabla 7

Exportación de las Pymes ecuatorianas, por provincia (2010 – 2018), en miles de dólares.

Años	Provincias				
	Azuay y Cotopaxi	Otras	El Oro y Manabí	Guayas	Pichincha
2010	USD 87.422	USD 133.432	USD 98.292	USD 353.931	USD 535.962
2011	USD 101.116	USD 140.294	USD 150.089	USD 372.009	USD 543.306
2012	USD 109.971	USD 144.199	USD 149.833	USD 397.902	USD 519.937
2013	USD 121.730	USD 145.218	USD 137.810	USD 351.048	USD 517.891
2014	USD 116.403	USD 146.684	USD 152.450	USD 370.984	USD 536.985
2015	USD 113.525	USD 135.342	USD 143.597	USD 358.604	USD 558.365
2016	USD 116.637	USD 168.918	USD 138.818	USD 396.087	USD 622.587
2017	USD 95.159	USD 177.216	USD 148.408	USD 389.525	USD 543.589
2018	USD 113.820	USD 205.939	USD 177.021	USD 418.731	USD 539.433
Monto promedio	USD 108.420	USD 155.249	USD 144.035	USD 378.757	USD 546.450

Fuente: Adaptada del DICE del INEC (2020). Elaborado por el autor.

El objetivo de analizar las Pymes y sus exportaciones por provincia es para evaluar cómo están distribuida geográficamente las Pymes exportadoras durante el periodo de estudio. Mediante la *Figura 10*, se puede observar que en el año 2010, más del 70% de las exportaciones se concentran en dos provincias Guayas y Pichincha, con un 29,29% y 44,33% de las exportaciones respectivamente, adicionalmente, las otras provincias de la sierra y costas tales como son Azuay y Cotopaxi; y, Manabí y El Oro, solo representan el 7,23% y 8,12%, del total de las exportaciones de las Pymes, aunque, poseen una participación importante, no se puede decir que ayudan a la desconcentración de las exportaciones situadas en dos polos de desarrollo.

Otra razón que demuestra la concentración es que las demás 18 provincias, que están dentro de la denominación otros, solo poseen un 11,03% de participación dentro del total de las exportaciones.

En los años 2012, 2014, 2016 y 2018, se comparten la tendencia de exportación en todas las provincias, y no se refleja un aumento del porcentaje de las demás provincias con respecto al año 2010, mostrando en cambio un estancamiento por parte de estas provincias, adicional, en el año 2014 se observa una ligera disminución de los porcentajes, esto es debido a que ese año comienzan una serie de shock externos que afectan en forma negativa al sector exportador.

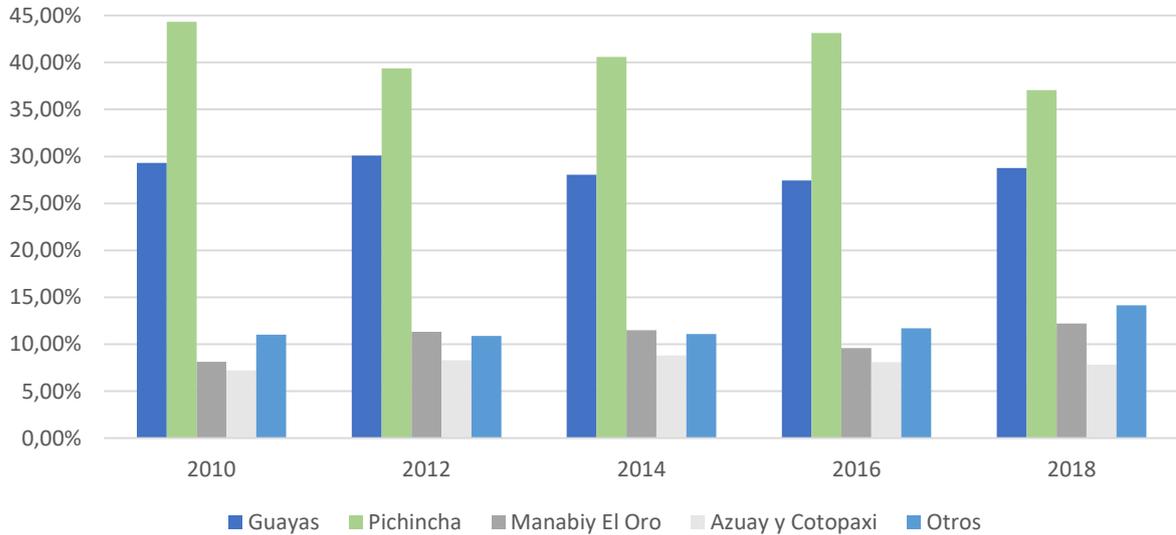


Figura 9. Porcentajes de exportación por provincias. Adaptado del INEC. Elaborado por autor adaptado del INEC.

En consecuencia, se maneja una tendencia a lo largo del periodo de estudio, donde la hegemonía o concentración de las Pymes exportadoras se sigue manteniendo, como se evidencia en la Figura 10, misma que demuestra que la evolución con respecto a la desconcentración de las Pymes en el país no ha sido significativa, ya que Pichincha y Guayas, siguen concentrando cerca del 65% de las exportaciones de las Pymes en el año 2018.

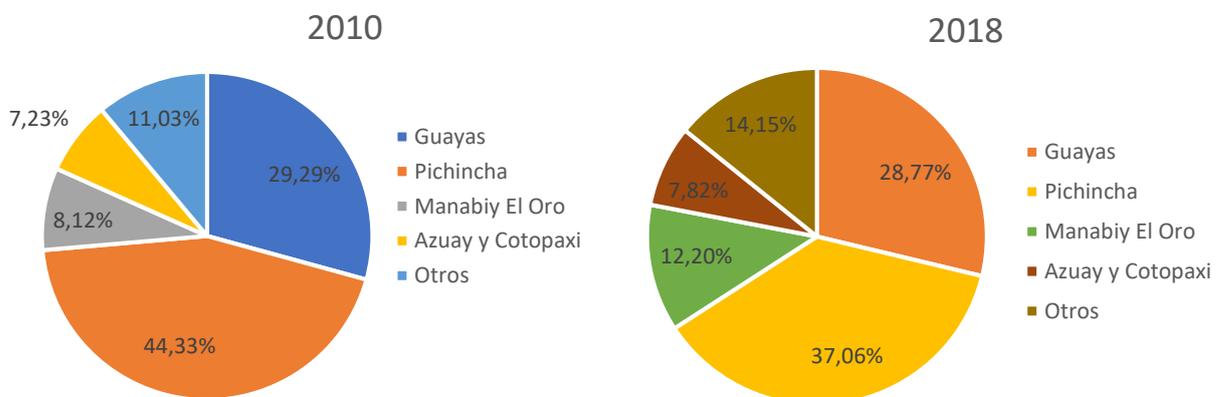


Figura 10 Porcentaje de exportación de Pymes, por provincia, años 2010 y 2018. Elaborado por el autor.

Esto refleja que el proceso de internacionalización de las Pymes, en cuestión de aumento de sus ventas al exterior, no ha evolucionado de forma significativa, además, aun cuando la desconcentración de las Pymes exportadoras es un factor para fortalecer por parte de los gobiernos, estos no han tenido el resultado deseado.

El análisis de las exportaciones por sectores se da con datos del año 2018, recopilados del Directorio de Empresas y Establecimientos (DIIE), del INEC, donde, se analiza cuáles son los sectores que más exportan y a su vez, evaluar la diversificación de las exportaciones, por actividad económica.

Como se observa en la *Figura 11*, las Pymes tuvieron mayores exportaciones en el sector servicios, donde este posee un monto exportado de USD 743 millones, seguido por el sector primario con un monto de USD 522 millones, y por último el sector industrial por USD 189 millones.

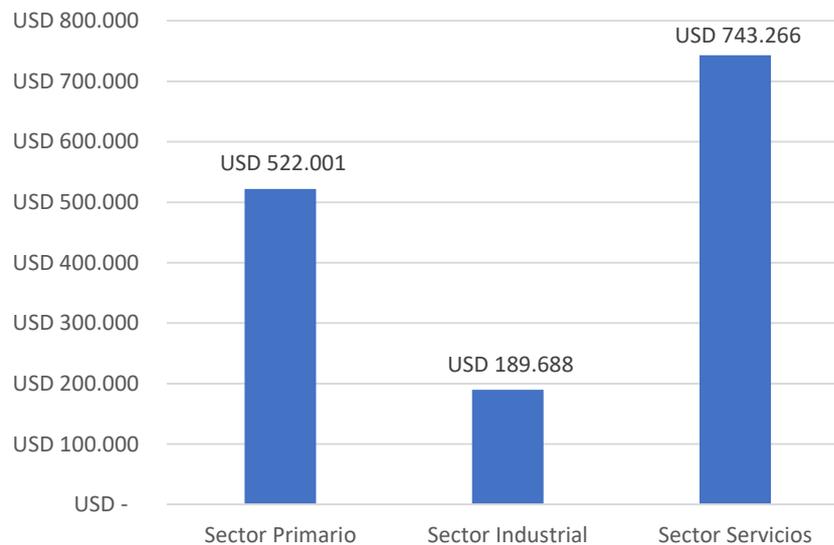


Figura 11 Exportaciones de las Pymes por sector económico año 2018 (miles de dólares). Elaborado por autor adaptado del DIIE Redatam (2020).

Los motivos de la baja exportación del sector industrial se evidencian en la *Figura 12*, donde, se demuestra la concentración de este tipo de exportaciones en dos provincias, como Guayas y Pichincha, donde estas, concentran más del 50% de las exportaciones en este sector, evidenciando una dependencia del país, en las Pymes de estas provincias al momento de exportar productos con valor agregado, además, se demuestra la baja diversificación de las exportaciones por provincias, debido a que las demás provincias -unas con más protagonismos que otras-acaparan el otro 50% de las exportaciones por sectores.

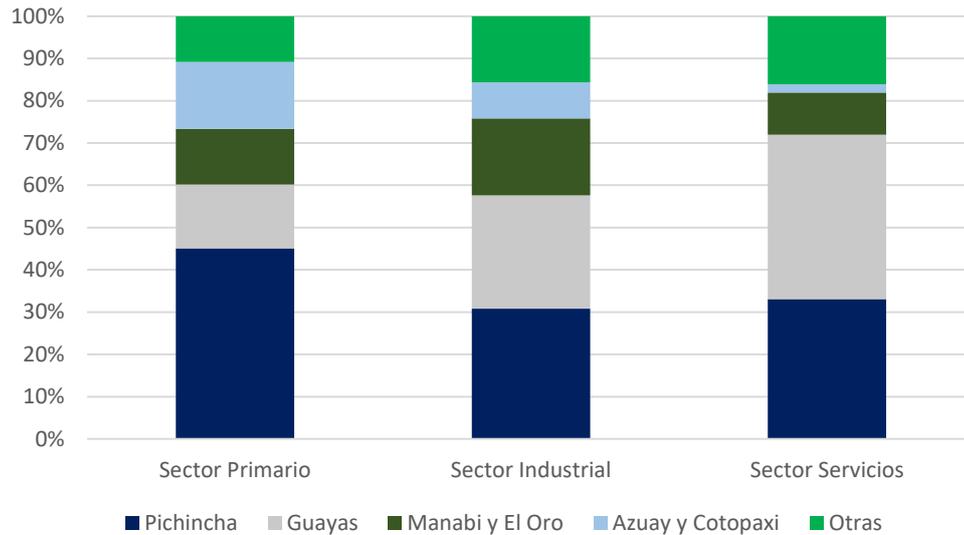


Figura 12 Porcentaje de participación de las provincias en las exportaciones, por sector productivo del año 2018. Elaborado por autor adaptado del DIEE del INEC (2020).

Aunque, los sectores servicios y primarios exportaron una cantidad importante, el sector industrial, no se mantuvo a la tendencia de los demás, teniendo este una vital importancia para el proceso de internacionalización de las Pymes, debido a que, es ahí donde se crea el valor agregado de los productos, evidenciando que el país, todavía no posee un sector industrial con mayor capacidad de penetración de los mercados internacionales, mismo que es vital para acceder a la siguiente fase del proceso de internacionalización propuesto dentro por la teoría del *Modelo Uppsala* expuesto en la *Figura 4*, a la cual se tomó como sustento teórico para la evaluación de la internacionalización de las Pymes ecuatorianas.

Dentro de lo diagnosticado, nuestras exportaciones son volátiles, debido a la dependencia de los precios internacionales, a causa, de que en su mayoría son productos primarios con poco valor agregado, y, como consecuencia, se produce una falta de estabilidad, siendo ahí donde los gobiernos se vuelven protagonista con las medidas de protección y demás programas que incentiven la transformación del país de un modelo primario exportador a exportar más productos industrializados.

4.1.5 Programas y políticas públicas para la internacionalización de las Pymes

Para un análisis más integro acerca del proceso de internacionalización de las Pymes en el país, es necesario conocer las políticas o programas de fomento, enfocados hacía el objetivo de internacionalizar que se hallan creado dentro del periodo de estudio, donde, estas acciones del gobierno deben crear un sistema de apoyo, capaz de, desarrollar de forma integral a las Pymes, fortaleciendo las limitaciones dadas por su estructura de pequeña y mediana empresa.

Dentro de la investigación, se especifica que el periodo de estudio inicia en el 2010, a causa, del cambio de la normativa que rige la actividad productiva en el país; con la elaboración del Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), se establece como eje central dentro para el cambio de la matriz productiva del país, por lo cual, se crearon nuevas instituciones, con el objetivo de crear un sistema de apoyo para las Pymes, y asesorarlas en mirar de un correcto desarrollo, orientando a generar una mayor competitividad dentro del país, promocionándolas hacia los mercados internacionales.

Uno de los principales cambios, fue la promoción de la producción nacional, incluyendo a las Pymes dentro de la *Agenda de Transformación Productiva (ATP) 2010*, elaborado por el consejo sectorial de producción empleo y competitividad, que se traduce “legalmente” en el COPCI y fue creado en coparticipación con los actores del desarrollo productivo: productores, asociaciones campesinas, cámaras de producción, comercio y universidades de todo el país, en 22 talleres provinciales, 7 regionales y 2 encuentros presidenciales.

Dentro de la *ATP 2010*, se enfoca a la Pymes como un eje de importancia dentro de las actividades de exportación, aunque no se toma en cuenta sus heterogeneidades, si se expone sus limitaciones tanto internas como externas, a partir de estos nuevos objetivos comenzaron a crearse programas e instituciones que vinculen a las Pymes con el mercado internacional como se lo muestra en la *Tabla 8*.

Antes, se describe cuáles son las especificaciones que deben cumplir los programas de apoyo a las Pymes para lograr la eficacia deseada, según de la Comisión Europea (2014):

- Asistencia a la hora de identificar a los socios empresariales en estos países.
- Facilitación de información adecuada sobre oportunidades de mercado.
- Facilitación de información sobre normas y reglamentos^[U1].

En vista de las anteriores especificaciones se procede a describir cada uno de los programas de apoyo a la Pyme que se desarrollaron en el país durante el periodo de estudio.

Acerca del programa *Fondepyme*, fue eliminado en el año 2018, por motivos de escasez de recursos, donde el programa mientras existió se encargó de ser un centro de apoyo ecuatoriano al sector Pyme, el cual consistía en recursos no reembolsables para proyectos productivos con el objetivo de mejorar la productividad y competitividad (UASB, 2019).

Adicionalmente, *Fondepyme* estaba compuesto por dos programas, como lo son *ExportaPyme* y *Producepyme*, siendo el primero un componente de cofinanciamiento, que ayudaba a mejorar la oferta exportable del Ecuador, y que desde el 2012 se designó a la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI), como la institución

operadora del programa, siendo esta una institución privada sin fines de lucro (Pesántez, 2013), y la segunda, creada con el objetivo de mejorar la competitividad de sectores productivos.

Tabla 8

Programas enfocados a impulsar el proceso de internacionalización de las Pymes ecuatorianas en el periodo 2010 -2019.

Duración	Nombre	Institución al mando	Objetivo
2012 – Actualidad	PROECUADOR	Ministerio de Relaciones Exteriores	Se encarga de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país para promover la oferta de productos y mercados del Ecuador, para su inserción estratégica en el comercio internacional.
2011 – 2018	Fondepyme	MIPRO	Programa integral de fomento de la productividad, calidad e internacionalización de los actores de economía popular, micro, pequeña y mediana empresa.
2011 - Actualidad	Exporta Fácil	MIPRO	Programa simplificador de las exportaciones que las Pymes, con la integración de otras instituciones y empresas públicas.
2017 - Actualidad	Export Des	CORPEI	Insertar a las MiPymes ecuatorianas en el mercado europeo.

Fuente: Información adaptada del Consejo Sectorial de la Producción (2010), Proecuador (2020) y CORPEI (2016). Elaborado por autor.

Con el COPCI y ATP, se establecieron las reglas claras dentro del proceso de cambio de la matriz productiva, por lo cual, a partir de esto se comenzaron a crear programas para la promoción de las exportaciones de las empresas del país, y en específico de las Pymes, tales como los que se mencionan a continuación:

- *Exporta Pymes*
- *PROECUADOR*
- *Exporta fácil*

4.1.5.1. Exporta Pyme. El primero desapareció en el año 2018, por motivo de recorte de gastos por parte del gobierno, donde el programa era un componente de *Fondepyme*, el cual se enfocaba en el desarrollo de las exportaciones de las MYPYMES en el país mediante mecanismos de apoyos tales como “estudios de diagnóstico de exportación, asistencia técnica para el fortalecimiento y desarrollo de asociatividad, estudios de oportunidades de mercados,

estrategia de exportación, asistencia técnica para mejora de la calidad y productividad, entre otros” (Rengifo H., 2015, pág. 82), donde el monto máximo de apoyo era USD 50.000 para unidades independientes, y USD 100.000 para grupos asociativos (UASB, 2019, pág. 326).

No se registra información acerca de sus resultados como impulsadora de las exportaciones de las Pymes.

4.1.5.2 Proecuador. Es la institución clave en la promoción de exportaciones, misma que es creada en el año 2011, según Quintero (2019) mediante decreto Presidencial No. 776, se creó el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PRO-ECUADOR), que remplazo a la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI), que era una institución de carácter público-privada.

Adicionalmente, se expone que los objetivos principales de la institución son: la promoción, diversificación e inserción de la oferta exportable de bienes y servicios de las empresas ecuatorianas, en especial de las Pymes (Quintero, 2019).

Se inicio como una institución independiente del ministerio de comercio exterior, aunque, actualmente hace parte del Viceministro de Promoción de Exportaciones e Inversiones, donde esta se encarga de promover las exportaciones ecuatorianas en el mundo, brindado un sistema de información, donde, las micro, pequeñas, medianas, grandes empresas, puedan acceder.

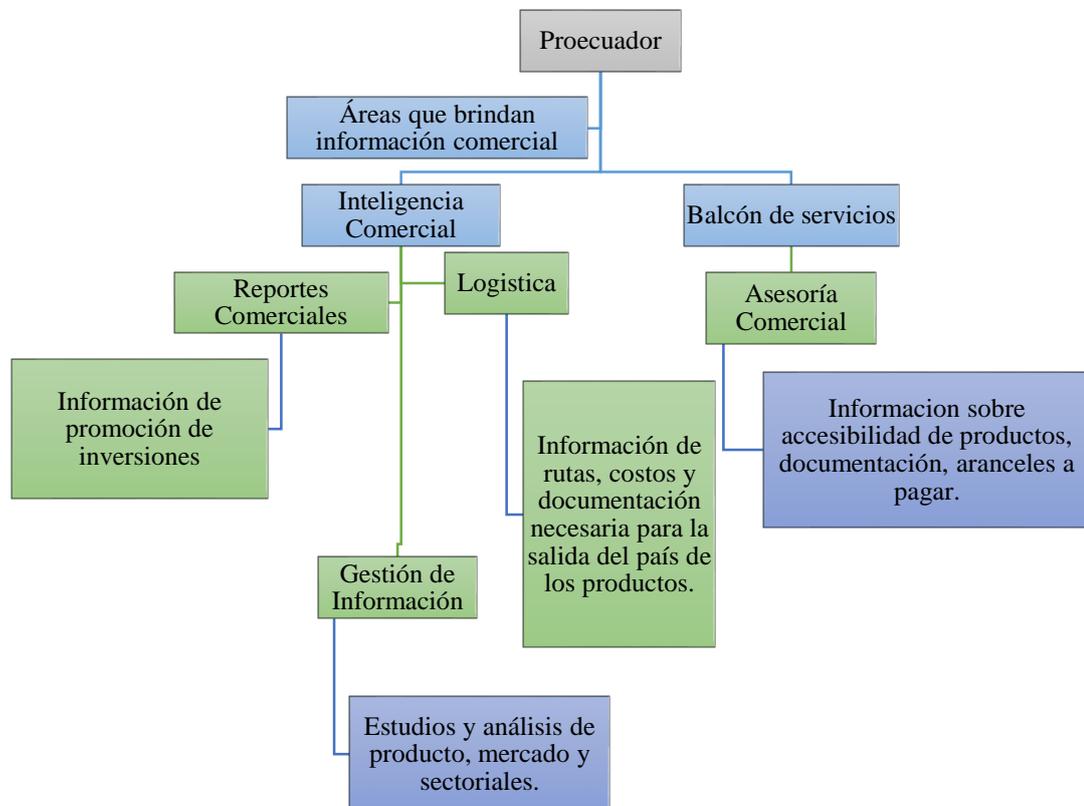


Figura 13 Información que brinda Proecuador. Elaborado por el autor acoplado de ALADI, (2016)

En la Figura 13, se puede apreciar la información que brinda la institución de promoción de exportaciones PROECUADOR, donde, existen dos áreas fundamentales encargadas de brindar la información comercial, siendo estas la dirección de inteligencia comercial y el balcón de servicios.

La primera según ALADI (2016), esta efectúa estudios, análisis y mejoras del sistema de inteligencia comercial, donde entrega boletines mensuales, con información acerca mercados internacionales proporcionada por las oficinas en el exterior y el segundo ese encarga de brinda una atención personalizada a todos los usuarios que tengan interés en exportar, lo logra a través de la generación y distribución de información especializada, como por ejemplo: Ferias internacionales de promoción, requisitos y barreras arancelarias, además, de la tramitología que deben cumplir los interesados a exportar.

La información recopilada por Proecuador se da a través de sus 31 oficinas estratégicas, ubicadas en 26 países, donde su ubicación se muestra en el Anexo 3, adicional, posee 7 oficinas nacionales demostrando su ubicación en el país en las *Tabla 6*, donde se encargada de ver las necesidades de los productores y exportadores nacionales (Proecuador, 2020).

Tabla 9

Oficinas Nacionales de Proecuador.

Nro. Región	Oficina por región	Ubicación
Región 1	Esmeraldas, Imbabura, Carchi y Sucumbíos	Zona Tulcán
Región 2	Pichincha, Napo y Orellana	Zona Quito
Región 3	Pastaza, Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo.	Zona Ambato
Región 4	Manabí y Santo Domingo de los Tsáchilas	Zona Manta
Región 5	Santa Elena, Guayas, Los Ríos y Bolívar.	Zona Guayaquil
Región 6	Cañar, Azuay y Morona Santiago	Zona Cuenca
Región 7	El Oro, Loja y Zamora Chinchipe	Zona Machala

Fuente: Adaptado de Ordóñez (2014). Elaborado por el autor.

La presencia de las oficinas en otros países ayuda a la diversificación de destinos, para las Pymes, de esa manera se disminuye la dependencia y concentración de destinos.

Esta institución obtuvo resultados alentadores en el comienzo de sus operaciones en el año 2012, donde, indican que han sido más de 1 300 microempresas, 870 pequeñas, 550 medianas y 360 grandes empresas las que accedieron a los servicios que ofrece *PROECUADOR* en su primer año, la tendencia fue la misma para los años 2013 y 2014, pero a partir del año 2015 las cifras de MiPymes beneficiadas disminuyó, donde el número de empresas fue 749, para el 2016 758 y para el año 2017 e 890, reflejando una mejoría durante el 2017, sin embargo no se ha llegado a los niveles reflejados en los primeros años de operación de la institución.

4.1.5.3 Exporta Fácil. Este programa busca facilitar las exportaciones de las Pymes, a través de un sistema agilizado, donde participan algunas instituciones públicas como, MIPRO, Ministerio de telecomunicaciones, la agencia de regulación y control postal, el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, La Secretaria Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE) y la empresa pública Correos del Ecuador, esta última, promoviendo el servicio a través de su plataforma logística y postal, de esa manera simplificando las exportaciones. A través de este programa, se puede exportar uno o varios paquetes de hasta 30 kilos cada uno, donde el valor no debe ser mayor de USD 5.000.

Tabla 10

Evolución de las exportaciones del programa Exporta fácil 2011 - 2015.

	2011	2012	2013	2014	2015
Monto de exportaciones	USD 47.691	USD 879.235	USD 1.398.160	USD 1.906.265	USD 657.416
Número de exportaciones	187	8137	16613	16443	4058

Fuente: Ecuador Balance de una década Crisis socioambiental, extractivismo, política e integración. Elaborado por autor acoplado de UASB (2019).

Como se observa en la tabla 6, los resultados del programa se vieron afectados para el año 2015, debido al entorno macroeconómico complicado del país, en que el crecimiento del PIB fue inferior al 0,5% (Araque & Rivera, Políticas públicas para el emprendimiento y las pymes, 2019).

4.1.5.4 Export Des. Dentro del ámbito privado, aparece la Corporación de Promoción de Exportaciones (CORPEI), con un proyecto, nacido en el año (2017), donde esta institución se encarga de ejecutar el programa *Export Des*, el cual está cofinanciado por la Unión Europea, cuyo objetivo es el desarrollo del país a través del fortalecimiento de la internacionalización de la oferta exportable de las MiPymes en el mercado europeo, aprovechando las oportunidades que entrega el Acuerdo Comercial Multipartes firmado en el año 2016. Este programa brinda apoyo según CORPEI (2016) en los ámbitos de:

- Acceso a mercados
 - Asistencia técnica en el diseño e implementación de empaques
 - Elaboración de una estrategia de comunicación
- Calidad
 - Asistencia técnica en la elaboración de manuales y procesos de calidad
 - Implementación de sistemas de calidad y/o recertificaciones

- Promoción
 - Participación de las empresas en ferias, misiones internacionales, rueda de negocios y eventos de promoción dirigidos al mercado europeo.

Este programa da atención de forma individual a las empresas que se acercan a demandar el servicio del programa, cabe aclarar, que estas para acceder al mismo, deben de tener 2 años de estar constituidas y estar al día en las obligaciones patronales y tributarias. Debido que la institución que ejecuta el programa es privada y sin fines de lucro, la información acerca de los resultados de este programa, dependen de las publicaciones que esta realice a través de sus medios o plataformas oficiales.

En primer lugar, el apoyo público debe dirigirse a ámbitos en los que el mercado sea deficiente, de forma que se evite la competencia indebida con proveedores de servicios privados, cosa que hizo el estado al desplazar a CORPEI como la institución que ofrecía los servicios de promoción de exportaciones, y crear a Proecuador como una agencia de promoción de carácter pública, aunque actualmente CORPEI es un aliado estratégico del sector público como privado

En conclusión, los programas como Proecuador ayudan a las Pymes exportadoras a través de instrumentos no económicos, como información sobre normas y reglamentos; información sobre oportunidades de mercado; exposiciones en ferias de comercio internacionales; identificación de potenciales socios para realizar actividades económicas en el extranjero; eventos para fomentar la relación entre empresas, mientras que el sector privado como la Corporación de promoción de exportaciones, ofrece tanto instrumentos económicos, como no económicos.

4.1.5 Determinantes de la internacionalización de las Pymes ecuatorianas

El sustento teórico bajo el que se está enfocando el análisis acerca de la internacionalización de las Pymes ecuatorianas, es el *Modelo Uppsala* de internacionalización de las empresas, descrito en el capítulo 2 de este trabajo. Entonces, hasta el momento se han descrito las características de las Pymes en el Ecuador, además, de haber identificado las políticas y programas que inciden en el proceso de internacionalización, adicionalmente, se ha descrito la ubicación geográfica de las Pymes exportadoras en el país. En consecuencia, se han identificado en que proceso de internacionalización se encuentran las Pymes ecuatorianas, desde el punto de vista de la teoría.

Se procede a describir los determinantes que influyeron en las Pymes del país en su proceso de internacionalización, donde uno de ellos fue el enfoque de política pública hacia el mejoramiento de las capacidades de las Pymes en el país, durante el periodo de estudio, donde

se crearon instituciones y programas que incentivaban la exportación, a través de las exportaciones como se los describió en la *Tabla 8*, llevando a solucionar una de las limitaciones que más poseían las Pymes, que es la falta de información acerca de los mercados internacionales, a través de la elaboración de fichas técnicas sobre los países con los que Ecuador posee alguna relación comercial, como se lo demuestra en el *Anexo 4*, con la ficha técnica Corea del Sur elaborada por Proecuador.

Tabla 11

Descripción de la Información brindada por el sitio web de Proecuador.

Tipo de Información	Descripción de la Información
Boletines Mensuales	Información acerca de nuevos mercados y oportunidades para los exportadores.
Estudios de Mercado	Información y estadísticas de mercados internacionales potenciales
Alertas	Noticias de tendencia de consumos y alertas comerciales
Boletines de inteligencia comercial	Incluye ficha técnica de países; sectores de interés en otros países, para las empresas exportadoras ecuatorianas, entre otros artículos.

Fuente: Adaptado del sitio web de Proecuador (2020). Elaborado por el autor

Además de la información de la *Tabla 11*, incluye, una Guía del Exportador, donde se detallan los requisitos que se deben poseer en el país para poder comercializar un producto al extranjero, además, de la descripción de las etapas de preembarque y post-embarque.

Considerando el factor de la accesibilidad de la información, las Pymes examinan de forma más sería el vender sus productos al extranjero, ya que estas no poseen un departamento de relaciones exteriores o alguna similar, que se encargue de analizar lo que sucede en los mercados internacionales, dejando claro que este programa solo se enfoca en la promoción de los productos de las Pymes, mas no de la empresa como tal.

Otro factor determinante para la búsqueda de otros mercados fuera del país, es debido a la condiciones económicas, políticas y sociales, en la cual se ha desenvuelto el país a lo largo del periodo de estudio, mismas, que provocan afectaciones directas a las exportaciones.

Encontrando, que la proporción que las Pymes destinaron como ventas al exterior con respecto a sus ventas totales, durante el periodo de estudio se vieron afectadas, tal y como se observa en la *Figura 14*; apreciando que esta proporción fue variando, teniendo para el año

2011 un 6,5% de la producción de las Pymes destinada a la exportación, es decir 6.5 de cada 100 productos vendidos por las Pymes se enviaron al exterior en ese año; aunque se identifica un progreso entre el año 2010 y 2013, este se debió al nuevo enfoque político, en el que se desarrolló el país, pero, también al aumento de la demanda de los mercados regionales, mismos que se encontraban en un proceso de crecimiento económico.

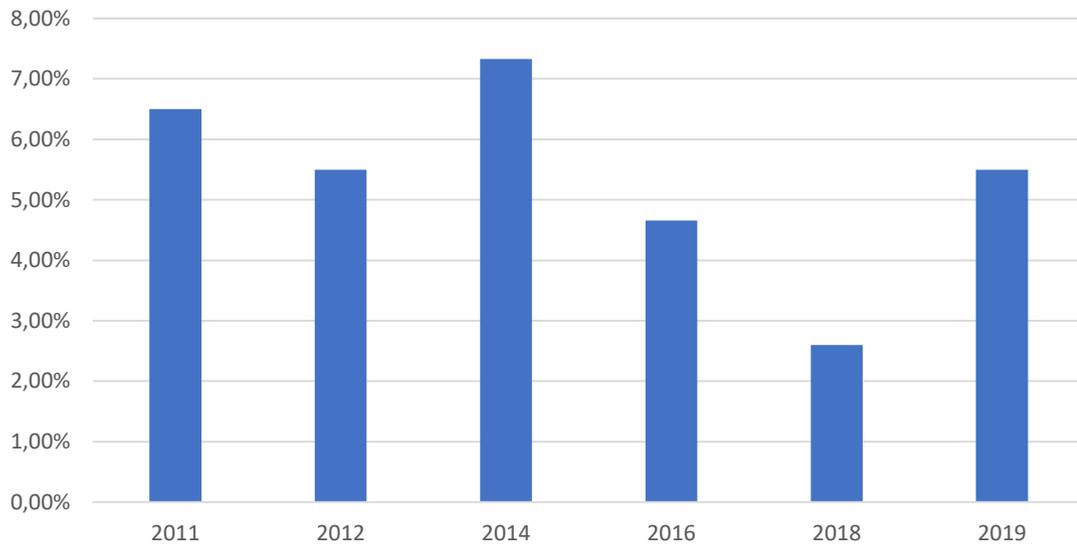


Figura 14. Porcentaje de producción de las Pymes, destinado a exportación. Adaptado del Informe de Coyuntura de las Pymes (Cuatrimestral, I 2011 – II 2019), Observatorio de la Pyme (2019).Elaborado por el autor.

Dentro del periodo de estudio, ocurren shocks, tanto internos como externos, afectando directamente a las exportaciones ecuatorianas, sucesos como: la apreciación del dólar, depreciación de las monedas de Colombia y Perú, Terremoto del 16 de abril del 2016, bajos niveles del precio del petróleo, en consecuencia, el país evidencio un crecimiento bajo, ocasionado por la disminución de la producción, además, afectando la demanda local, lo que conllevó a una desaceleración de la economía ecuatoriana; ese entorno macroeconómico fue determinante para los siguientes años, como consecuencia, para el año 2016 se reflejó que solo el 4,66% de la producción de las Pymes se destinó a la exportación.

La apreciación del dólar se lo considera como un determinante negativo para la internacionalización de las Pymes, mismo que generó afectaciones en de las exportaciones de las Pymes ecuatorianas, ocasionando que los costos de producción sean más altos, como consecuencia, los bienes de exportación se encarecieron, volviéndose menos competitivos con respecto a los productos de Colombia y Perú, por otro lado, estos países implementaron políticas de depreciaron su Tipo de Cambio Real (TCR) con respecto al Dólar, como se lo presenta en el *Anexo 1*, teniendo al mes de Julio del 2014 como fecha de inicio de un periodo devaluatorio que duraría 2 años, donde para esa fecha el TCR (Peso colombiano/ Dólar EE. UU.) era de 1867

COP por 1 USD, hasta su culminación en febrero de 2016, donde el TCR fue de 3291 COP por 1 USD.

Perú aplicó la misma fórmula de devaluatoria a su moneda, en respuesta a la apreciación del Dólar, teniendo el mes de enero del 2013 como el último mes que se registró una revaluación del Sol peruano, mostrándose en el *Anexo 2*, un TCR de 2,58 Soles Peruanos por 1 USD. A partir de ahí, comienza el proceso devaluatorio de su moneda, reflejando el mismo periodo de culminación de devaluación de su moneda, que Colombia, llegando a un nivel de devaluación máximo de 3,52 Soles peruanos por 1 USD en febrero del 2016.

Dentro del diagnóstico de este periodo, se encuentra la firma del *Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea* en el 2016, como un determinante positivo para la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas, abriéndole un mercado de casi 500 millones de personas a las exportaciones ecuatorianas, que en ese tiempo (2016) ya bordeaban los 2 500 millones de Dólares (Carrillo & Covertí, 2016), convirtiendo a ese mercado en un potencial de exportación para las Pymes.

Adicionalmente, dentro del acuerdo como resoluciones finales, se encuentra la protección hacia los sectores vulnerables, como las MYPYMES; incluyendo, la liberación de los aranceles de los productos ecuatorianos que ingresen a la Unión Europea (Andrade & Meza, 2017), a causa del, *Sistema de Preferencias Arancelarias (SGP)* al que el Ecuador se accedió con la firma del acuerdo.

Otro de los determinantes nace desde la falta de experiencia y capacidades de los administradores de las Pymes, para poder realizar negociaciones a nivel internacional, y lograr competir internacionalmente. Una de las razones, es no contar con incentivos para poder atraer a las personas con experiencia, debido a que estas se encuentran dentro de las grandes empresas, misma que pagan sueldos más altos, con los cuales las Pymes no pueden competir. Según datos de la Cepal (2018) los salarios promedios de las Pymes ecuatorianas como proporción de los salarios promedios de las grandes empresas en el país del año 2016, se dan de la siguiente forma:

- Pequeña 53,4%
- Mediana 69%

Esto demuestra que la desigualdad entre las Pymes y las Grandes empresas, en lo que se refiere a la mano de obra calificada, está dada por la capacidad económica que poseen las empresas grandes, para poder mantener un personal de gran calidad, en sus operaciones de internacionalización.

Entonces, se evidencia que uno de los determinantes para que las Pymes ecuatorianas se internacionalicen, es combatir esa desigualdad en la mano de obra, a través del fortalecimiento de la formación de los administradores de las Pymes, e integrando o capacitando personal con aptitudes para los negocios internacionales, y que estos a su vez sigan su formación académica dentro de ese ámbito. Para poder lograr eso, debe de haber instituciones tanto públicas y privadas, que oferten esas capacitaciones. En la *Tabla 8* se mencionan los distintos programas de capacitación que se realizó en el Ecuador durante el año 2018 que incluyeron el ámbito de internacionalización.

Tabla 12

Principales iniciativas del sector privado ecuatoriano, destinadas a la capacitación de las Pymes, con fines de internacionalización.

Institución	Iniciativa o Carrera	Objetivo
Fedexport	Asesoría en Comercio Exterior	Requisitos y trámites para exportar. Acuerdos comerciales vigentes y en negociación. Tarifas y preferencias arancelarias. Barreras no arancelarias, normas de calidad, sanitarias y fitosanitarias. Directorio de exportadores y oferta exportable del país. Normativa nacional e internacional de comercio exterior. Estadísticas de comercio exterior. Perfiles de productos y sectores, información básica sobre mercados
CAF – Banco de Desarrollo y Fedexport	Programa “Excelencia exportadora”	Se identificará a empresas potenciales, las mismas que con acciones prácticas e innovadoras a través de la capacitación y asistencia técnica podrán penetrar los mercados, que dentro de un plan de exportación hayan sido analizados como idóneos
Cámara de Comercio de Quito	Al-Invest 5.0	El objetivo central del proyecto es mejorar la productividad para fomentar la agroindustria con la finalidad de fortalecer el alcance y la participación hacia los mercados internacionales.

Fuente: Información acoplada de Las Pymes latinoamericanas, y los dispositivos de capacitación y formación para su internacionalización (2018). Elaborado por el autor

Entonces, visualizamos que, los diferente gremios o cámaras se han encargado de fortalecer la participación en los mercados internacionales de las Pymes ecuatorianas, durante el periodo de estudio, donde se implementaron varios programas de capacitación y formación empresarial exportadora, también, los actores vinculados con el mundo académico, como las universidades, través de la oferta de programas de grado y posgrado como se visualiza en el *Anexo 5*, además, de proyectos puntuales que vinculen a la sociedad, de esa forma se aporta en la generación de

espacios para el análisis y aprovechamiento de las oportunidades que ofrecen los mercados internacionales.

4.2 Limitaciones para el desarrollo de la investigación

El fin del estudio es analizar de una forma general la internacionalización de las Pymes en el Ecuador durante el periodo 2010 – 2019.

Los límites de la investigación se identifican como factores internos que se convierten en obstáculos para el objeto de estudio de la investigación.

4.1.1 Limitaciones

- Datos incompletos de fuentes oficiales para el año 2019.
- Dificultad de recolección de datos dentro del periodo de estudio, especialmente de los últimos tres años.
- Desarrollo de la investigación en tiempos de pandemia, que dificultan la solicitud en físico de la información en las instituciones públicas.

4.3 Futuras líneas de investigación

- Inclusión de las Tics y su incidencia en la promoción de los productos de las Pymes exportadoras
- Proecuador y su influencia en las Pymes como institución de promoción de exportaciones.
- Las Pymes exportadoras y su impacto dentro del desarrollo de la economía ecuatoriana
- Determinar específicamente la etapa del proceso de internacionalización de las Pymes ecuatorianas.

Conclusiones

El objetivo general de esta investigación fue analizar el proceso de internacionalización de las Pymes exportadoras del Ecuador periodo 2010 – 2019, obteniendo los siguientes resultados:

1. Con base en la internacionalización por etapas, propuesto por el Modelo Uppsala, los resultados de esta investigación permiten afirmar que, en el Ecuador, las Pymes solo han podido cumplir las dos primeras etapas del proceso, siendo estas la de exportaciones esporádicas y exportaciones regulares, teniendo como consecuencias, Pymes que no se adaptan a la demanda de los mercados internacionales.
2. Las Pymes son de gran importancia dentro de la economía del país, debido a que estas representan el 99,53% del total de empresas registradas en el país en el año 2018, aunque con una estructura poco competitiva. Una de las características que reflejan la débil estructura de las Pymes, es debido a que el 20,62% de estas, se constituyen como persona natural obligada a llevar contabilidad, figura jurídica que se establece cuando una empresa es propiedad de una sola persona; donde la mayoría se desempeñan en el sector comercial y servicios con el 36,27% y 41,84%, respectivamente. Siendo sectores, que no es necesario tener una capacidad tecnológica alta para poder incursionar, dejando a las Pymes con un rezago tecnológico, donde su uso solo (tecnología) se limita para acciones administrativas.

Una de las razones de la estructura poco competitiva, se da por el bajo acceso al financiamiento que estas poseen, donde datos del año 2015, determinan que el volumen de crédito del sistema financiero nacional alcanzó los USD 15 000 millones, donde solo se destinó a sector Pymes 750 millones, es decir el 5,5%, reflejando la prioridad en las grandes empresas de la banca comercial, sobre la pequeña y mediana empresa.

La Pyme ecuatoriana en términos de comercio exterior, se caracterizó por mantener un monto promedio de exportación de USD 1332 millones durante el periodo de estudio, aunque su participación en el total de las exportaciones petroleras se mantuvo por debajo del 15%.

3. La mayor parte de las Pymes se encuentran ubicadas en Guayas y Pichincha, donde ambas concentran cerca el 55% de las Pymes exportadoras del país a lo largo del periodo de estudio, seguidas por Manabí y El Oro con el 11,2% y Azuay y Cotopaxi con el 8,8%, donde las restante 19 provincias mantienen el 25% de las Pymes exportadoras del país, evidenciando una concentración, asimismo, se refleja en los montos de exportación, donde en promedio Guayas y Pichincha exportaron USD 924 millones, del promedio

total que fue de USD 1331, es decir casi el 70% de las exportaciones se dio en estas dos provincias y el restante 30%, se las dividen las 22 provincias restantes.

Adicionalmente, se puede concluir que ahí una baja capacidad exportadora por parte de las demás provincias(excepción de Pichincha, Manabí, El Oro, Azuay y Cotopaxi), debido a que el numero promedio de Pymes exportadoras en Guayas (18.440) y las otras provincias (18.880) durante el periodo 2010 -2018, poseen una escasa diferencia, donde, esta no refleja la misma tendencia con respecto al monto exportado, ya que las demás provincias exportaron en promedio USD 155 millones durante el periodo de estudio, mientras que Guayas casi las triplico con un monto promedio de USD 378 millones, en el mismo periodo.

La exportación por sectores evidencia, que las ventas al exterior de las Pymes del año 2018 se conforman por el 36% proveniente del sector primario, 13% del sector industrial y 51% del sector de servicios. Asimismo, se prueba que una de las causas de la baja exportación del sector industrial de las Pymes, es porque estas se concentran en Guayas y Pichincha, con un poco más del 50%, generando una dependencia en estas, de las exportaciones con valor agregado, misma tendencia de concentración (aunque con valores más altos) se refleja en los sectores primarios y de servicios.

4. Las políticas de apoyo comenzaron a partir de la elaboración del COPCI en noviembre del 2010, donde, se implantaron las bases legales para la creación de un sistema de apoyo productivo, en el cual también se involucra a la Pymes y la promoción de sus productos al exterior. Después de creado el COPCI, se elaboró la Agencia de Transformación Productiva 2010 - 2013, en donde, se establecieron metas el desarrollo y definieron las medidas a tomar para insertar a la Pyme en los mercados internacionales, medidas que impulsaron la creación del instituto promotor de exportaciones llamado Proecuador, y otros programas de promoción como, lo fueron, exporta pyme, fonde pyme y exporta fácil.

Exporta fácil, tuvo una evolución significativa dentro de los primeros 5 años de su creación donde, para el año 2014 alcanzó su nivel más alto en monto de exportaciones y numero, con USD 1.906.265 y 16.443, respectivamente; para el año 2015 esta cifra sufrió un descenso, provocado por el entorno macroeconómico que vivió el país durante los años 2014 y 2015, donde, en este último se evidencia un monto exportación de USD 657.416, es decir, hubo una reducción del 65,5% con respecto al año anterior.

Proecuador, es la institución promotora de exportaciones, misma que se encarga de brindar la ayuda no-económica a las Pymes, para promocionar sus productos,

asesorándolas a través de un sistema de información acerca de potenciales destinos de exportación, brindándoles fichas técnicas de los países con los que poseen relaciones comerciales Ecuador, promocionando sus productos por medio de ferias internacionales, o a través de una de sus 31 oficinas estratégica ubicadas en 26 países del mundo.

Esto resultó que, en el primer año de operaciones, cerca de 2720 Pymes que accedieran a los servicios brindados por parte de Proecuador, aunque, en los años 2015 y 2016 esta cifra tuvo una disminución significativa, resultando que para esos años accedieron 749 y 758 Pymes, respectivamente. Se experimenta una pequeña recuperación para el año 2017 con 890 pequeñas y medianas empresas que accedieron a la promoción de sus productos mediante los servicios brindados por Proecuador.

Dentro del ámbito privado aparece CORPEI, institución privada sin fines de lucro que brinda apoyo económico y de consultoría, a las empresas que deseen internacionalizar sus productos, esta empresa fue desplazada por Proecuador en el año 2012, evidenciando la poca integración público-privada que hubo durante el periodo de estudio.

En conclusión, los programas y demás políticas descritos enfocan sus objetivos a la exportación, a través de la dotación de información, como lo son los reglamentos de los países de destino, normas, fichas técnicas, entre otros. Sin embargo, no hay datos acerca de si las empresas beneficiadas por los programas han aperturado sucursales en los países destino de sus exportaciones, evidenciando que, la política y los programas se centraron solo en el proceso de exportación de productos ecuatorianos al extranjero, y en la generalización de los problemas, dejando de lado que cada Pyme tiene diferentes capacidades.

5. Los determinantes para que la internacionalización de las Pymes ecuatorianas solo se haya llegado a la exportación son: Los Programas de fomento de las exportaciones, debido, a que, aunque si existieron esos programas, estos se ejecutaron solo para un proceso de internacionalización de los productos de las Pymes, más no de las empresas. Otros determinantes se presentaron como factores externos, mismo que fueron la apreciación del dólar y la depreciación de las monedas de Colombia y Perú, donde estos sucesos, afectaron las exportaciones de las Pymes ecuatorianas, por la poca competitividad en precios que poseían los productos ecuatorianos, y de esta forma frenaron la posibilidad de que la demanda de los productos de las Pymes aumente, a tal nivel, que estas vean como una posibilidad el abrir una sucursal o franquicia en un país extranjero.

Uno de los determinantes internos de las Pymes para que éstas no cumplan con el proceso completo de internacionalización, es la capacidad de los administradores para poder gerenciar una empresa en el extranjero, debido a que estas no poseen un equipo de trabajo capacitado, ya que en su mayoría estos se encuentran en las grandes empresas, con las cuales no pueden competir, por la diferencia salarial que existe, observando que el salario promedio de las Pymes como proporción de los salarios promedios de las grandes empresas en el país es de 53,4% para las pequeñas y del 69% para las medianas.

Recomendaciones

Al INEC y a la SENAÉ, el levantamiento de información sobre los siguientes aspectos:

- Exportaciones por destino de las Pymes ecuatorianas
- Número de sucursales que poseen las Pymes en otros países
- Número de unidades productivas que poseen las Pymes en otros países.

A las instituciones de educación superior, tanto públicas como privadas, impulsar proyectos de investigación, que evalúen el impacto las Pymes y su internacionalización, para poder tener una mejor perspectiva sobre este sector.

A las instituciones como Proecuador y CORPEI, que realicen informes de evaluación, ya sean anuales o cada dos años, sobre resultados de sus programas en las Pymes, para poder tener información más detallada y de carácter oficial.

A Proecuador, evaluar la inclusión de estrategias, para poder acceder a una etapa más del proceso de internacionalización, a través del desarrollo de un plan que vaya desde mejorar las capacidades desde dentro de las Pymes, hasta asesorarlo en busca de nichos de mercados, que no estén explotados por las grandes empresas internacionales o nacionales del país de destino, y así definir una estrategia de inversión extranjera directa (IED), para ser ejecutadas por las Pymes ecuatorianas.

A los gobiernos autónomos descentralizados del país (excluyendo los de Guayas y Pichincha), el elaborar un plan de internacionalización para las Pymes, en conjunto con los demás gobiernos de su provincia, para de esta forma poder diversificar la exportación de las Pymes, y no depender de dos provincias.

Referencias bibliográficas

- Achonera, S. (Diciembre de 2009). Comercio Internacional: Ventajas comparativas, desventajas distributivas. *Entre líneas de la política económica*(3), 25-37. Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar>: <http://nulan.mdp.edu.ar/1262/1/01169.pdf>
- ALADI. (Julio de 2009). Las MYPIMES y la crisis económica internacional. 200. Montevideo, Uruguay. Obtenido de http://www2.aladi.org/biblioteca/Publicaciones/ALADI/Secretaria_General/Documentos_Sin_Codigos/Caja_053_038.pdf
- ALADI. (2016). *Sistema de información para Pymes exportadoras en el marco del Observatorio de las Pymes de la Universidad Andina Simón Bolívar*. Asociación latinoamericana de Integración. Recuperado el 26 de Septiembre de 2020, de [http://www2.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/976268b0319cf31c032574a300528c83/03aab8bd15155bfd03257fd9004a5df1/\\$FILE/Caja_069_003.pdf](http://www2.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/976268b0319cf31c032574a300528c83/03aab8bd15155bfd03257fd9004a5df1/$FILE/Caja_069_003.pdf)
- Alberdi Larizgoitia, A., Gurrupide Ibarrola, J., Boto Bastegieta, A., Barrutia Guenaga, J., De la Rica Goirizelaia, S., Saenz Martinez, J., . . . Navarro Arancegui, M. (2011). *La nueva Economía Institucional*. Gobierno Vasco: Servicio central de publicaciones del Gobierno Vasco.
- Andrade, L., & Meza, A. (2017). Acuerdo Comercial entre Ecuador y la Unión Europea: Caso del sector del Banano. *Espacios*, 38(58), 5. Recuperado el 2 de Septiembre de 2020
- Ang, J. S. (1991). Small Business Uniqueness and the theory of financial management. *Econstor*, 14.
- Aral ITS. (Julio de 2016). *Aral ITS*. Recuperado el 06 de Septiembre de 2020, de www.aralits.com: www.aralits.com/wp-content/uploads/2016/07/Estrategias_Internacionalizacion.pdf
- Aranda, V., & Montoya, I. (2006). <http://www.scielo.org>. Obtenido de <http://www.scielo.org>: <http://www.scielo.org.co/pdf/agc/v24n1/v24n1a19.pdf>
- Araque, W., & Rivera, J. (2019). Inclusión de la pyme dentro del proceso de cambio de la matriz productiva. En C. Montufar (Ed.), *Ecuador Balance de una década* (págs. 343 - 358). Quito, Pichincha, Ecuador: La tierra. Recuperado el 10 de Septiembre de 2020, de <file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/Montufar.pdf>
- Araque, W., & Rivera, J. (2019). Políticas públicas para el emprendimiento y las pymes. En *Balance de una Década* (págs. 321-333). Quito.

- Arellano, G. R. (2003). *Dolarización: Efectos en la economía y los negocios*. Ciudad de Juárez: Universidad Autónoma de Juárez. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=fuyVI7BHGAsC&pg=PA60&dq=ley+de+la+d+emanda+reciproca&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj7yqLN1Y7rAhWyg-AKHSxYC60QuwUwAXoECAEQBw#v=onepage&q&f=true>
- Asamblea Nacional. (2008). *Educación*. Obtenido de <https://educacion.gob.ec:https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Constitucion.pdf>
- Asamblea Nacional. (2010). *Correos del Ecuador*. Obtenido de <https://www.correosdelecuador.gob.ec:https://www.correosdelecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- Asamblea Nacional. (2011). *Super intendencia de economía popular y solidaria*. Obtenido de <https://www.seps.gob.ec:https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20actualizada%20noviembre%202018.pdf/66b23eef-8b87-4e3a-b0ba-194c2017e69a>
- Asamblea Nacional. (20 de Agosto de 2018). *Corporacion del seguro de depositos COSEDE*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2020, de www.cosedec.gob.ec:https://www.cosedec.gob.ec/wp-content/uploads/2018/08/Ley-Org%C3%A1nica-para-el-Fomento-Productivo-Atracci%C3%B3n-de-Inversiones-Generaci%C3%B3n-de-Empleo-y-Estabilidad-y-Equilibrio-Fiscal.pdf
- Banco Central del Ecuador. (01 de Septiembre de 2016). *Finanzas del Banco Central*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2020, de www.bce.fin.ec:https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/909-la-econom%C3%ADa-ecuatoriana-creci%C3%B3-en-02-en-el-2015#:~:text=El%20Producto%20Interno%20Bruto%20de,0.2%25%20en%20relaci%C3%B3n%20al%202014.
- Batalla, D. (2016). *Implicaciones del paradigma ecléctico en el proceso de internacionalización de las empresas españolas*. 463. Alcalá de Henares, España. Recuperado el 8 de Septiembre de 2020, de <https://ebuah.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/41869/Tesis%20David%20de%20Matias%20Batalla.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bonilla, J. C. (2013). *La internacionalización de las PYMES en Costa Rica*. Recuperado el 17 de 4 de 2020, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6005420>

- Botero M., J., Alvarez P., F., & Gonzales P., M. (2012). Modelos de internacionalización para las pymes colombianas. *Redaly*, 28.
- Brenes Leiva, G., & Leon Darder, F. (2008). <https://dialnet.unirioja.es>. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es: https://dialnet.unirioja.es/download/articulo/3201045.pdf>
- Briozzo , A., Vigier, H., Castillo, N., Pesce , G., & Speroni, C. (2016). *Decisiones de financiamiento en pymes: ¿ Existen diferencias en función del tamaño y la forma legal?* Obtenido de www.redalyc.org: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/212/21244782007/html/index.html>
- Cabezas, E., Naranjo, D., & Torres , J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. (D. A. Aguirre, Ed.) Sangolquí, Pichincha, Ecuador. Recuperado el 28 de Septiembre de 2020, de <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>
- Cardozo, P. P., Chavarro, A., & Ramirez, C. A. (2007). Teorías de internacionalización. *Panorama*(3), 4-23. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/80690066.pdf>
- Carranco, R. (21 de Noviembre de 2017). *La aportación de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) en la economía ecuatoriana*, 146 - 157. Recuperado el 19 de Septiembre de 2020, de <https://www.uv.mx: https://www.uv.mx/iiesca/files/2018/03/14CA201702.pdf>
- Carranza Diaz, I., & Farah Simon, L. (Septiembre de 2017). <http://premio.investiga.fca.unam.mx>. Obtenido de <http://premio.investiga.fca.unam.mx: http://premio.investiga.fca.unam.mx/docs/XXII/1.1.pdf>
- Carrillo , S., & Covertí, L. (2016). *Informe de Coyuntura Económica del Ecuador*. Informe de Coyuntura, Celag. Recuperado el 2 de Septiembre de 2020, de <https://www.celag.org/wp-content/uploads/2016/11/Informe-final-coyuntura-Ecuador.-Sergio-Mart%3%ADn-Carrillo-y-Luc%3%ADa-Converti-1.pdf>
- Castro, J. F. (1978). <https://repositorio.uam.es>. Obtenido de https://repositorio.uam.es: https://repositorio.uam.es/bitstream/handle/10486/5857/36171_2.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Celag. (8 de Enero de 2019). <https://www.celag.org/>. Obtenido de <https://www.celag.org/: https://www.celag.org/20-anos-dolarizacion-ecuador-es-sostenible/>

- CEPAL. (2016). *Internacionalización de las Pymes: Innovación para exportar*. Santiago: Naciones Unidas. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/40737-internacionalizacion-pymes-innovacion-exportar>
- Cleri, C. (2007). *El libro de las Pymes*. Buenos Aires, Argentina: Granica S.A. Recuperado el 19 de Septiembre de 2020, de https://books.google.com.mx/books?id=bbrBO_icE9sC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false
- Comisión Europea. (2014). *Cómo apoyar la política sobre las PYME con los Fondos Estructurales: Apoyo a la internacionalización de las PYME*. Guía, Luxemburgo. Recuperado el 28 de Septiembre de 2020, de http://publications.europa.eu/resource/cellar/dd69f968-fea2-4034-90d5-7a648574618f.0018.01/DOC_1
- Comision Europea. (24 de Febrero de 2016). Guía del usuario sobre la definición del concepto de pyme. Union Europea. Obtenido de <file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/ET0115040ESN.pdf>
- Consejo Nacional De Planificacion. (2009). Plan Nacional de Desarrollo 2009 - 2013. Ecuador. Obtenido de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Plan_Nacional_para_el_Buen_Vivir.pdf
- Consejo Sectorial de la Produccion. (2010). Agenda de Transformación Productiva 2010 - 2013. 278. Ecuador. Obtenido de <http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/06PPP2013-AGENDA.pdf>
- CORPEI. (2016). *Corporación de Promoción de Exportaciones*. Recuperado el 22 de Septiembre de 2020, de <https://corpei.org>: <https://www.corpei.org/wp-content/uploads/2018/06/EXPORDES.pdf>
- CORPEI. (Noviembre de 2017). *Corporación de Promoción de Exportaciones*. Recuperado el 22 de Septiembre de 2020, de <https://corpei.org>: <https://corpei.org/2017/11/15/108-mipymes-avanzan-con-apoyo-del-proyecto-export-des-para-llegar-al-mercado-europeo/>
- Cortés, F., Luna, M., Medina, A., & Treviño, S. (2016). El comercio internacional del sector artesanal Mexicano: Una aplicación del modelo del ciclo de vida de los productos. *Revista Estudiantil de Economía*, 20.
- Crespo G., A. (2013). El uso de las TICS como herramienta para la internacionalización de las PYMES en Ecuador. Caso de estudio: “Empresa Rafael Paredes e Hijos”. Cuenca,

- Azuay, Ecuador. Recuperado el 25 de Julio de 2020, de <http://dspace.uazuay.edu.ec>:
<http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/3490>
- Crespo Garcia, A. P. (2013). *http://dspace.uazuay.edu.ec*. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec>: <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/3490>
- Dickson, F. J. (1974). *El éxito en la administración de las empresas medianas y pequeñas*. Mexico D.F: Diana.
- Dini, M., & Giovanni, S. (2018). *Mipymes en america latina: Un fragil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. CEPAL. Recuperado el 24 de Septiembre de 2020
- Ekos. (10 de Agosto de 2019). *Ekos negocio*. Recuperado el 19 Abril de 2020, de <https://www.ekosnegocios.com>: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/mipymes-representan-el-99-de-negocios-en-ecuador>
- Ferraro, C., & Stumpo, G. (2010). *Políticas de apoyo a las pymes en America Latina*. Santiago: CEPAL.
- Frohman, A., Olmos, X., & Mulder, N. (2017). *Promoción de la innovación exportadora: Instrumento de apoyo a las pymes*. Santiago: Naciones Unidas.
- García G., A., & Taboada I., E. (2012). Teoría de la empresa: las propuestas de Coase, Alchian y Demsetz, Williamson, Penrose y Nooteboom. En *Economía Teoría y Práctica* (36 ed., pág. 34). Obtenido de www.scielo.org.mx: <http://www.scielo.org.mx/pdf/etp/n36/n36a2.pdf>
- Gestión. (14 de Marzo de 2015). Más caro que los demás. *Revista Gestión*(249), 32-35. Recuperado el 14 de Septiembre de 2020, de https://revistagestion.ec/sites/default/files/import/legacy_pdfs/249_003.pdf
- González Sanz, J., & Machuca, C. M. (2015). La internacionalización de las Pymes Españolas: Principales desarrollos recientes y sus determinantes. *Spain Global*, 12. Obtenido de http://www.spainglobal.com/files/2016/internacionalizacion_pymes_bde_2015.pdf
- Gualotuña R., M. (Octubre de 2011). Análisis de la situación de las pymes ubicadas en la ciudad de Quito y su apertura en los mercados internacionales en el periodo 2005 - 2009. Quito, Pichincha, Ecuador. Recuperado el 24 de junio de 2020, de <https://dspace.ups.edu.ec>: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/5005/1/UPS-QT00080.pdf>
- Haberler, G. V. (1937). *The theory of international trade*. Obtenido de <https://archive.org>: <https://archive.org/details/in.ernet.dli.2015.264355/mode/2up?q=opportunity+cost>
- Henandez Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. Recuperado el 15 de Septiembre de 2020, de

- <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- INEC. (Septiembre de 2020). Base de datos del Directorio de empresas y establecimientos. Obtenido de <http://redatam.inec.gob.ec/>: <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=DIEE2018&MAIN=WebServerMain.inl>
- Investing. (2020). *Widget Financieros Investing*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2020, de <https://es.investing.com>: <https://es.investing.com/currencias/usd-pen-historical-data>
- Jaramillo, W. A. (2018). Potencia Exportador de las Pymes. *Revista Gestion*, 5.
- Johanson, J. (2009). Revision del modelo del proceso de internacionalizacion de Uppsala: de la responsabilidad del extranjero a la . *Journal of international Bussiness Studies*, 22.
- Knight, G., & Cavusgil, S. (1996). *The born Global Firm: A challenge to traditional internationalization theory.*, 11 - 26. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/301840778_The_born_global_rm_A_challenge_to_traditional_internationalization_theory/citation/download: https://www.researchgate.net/publication/301840778_The_born_global_rm_A_challenge_to_traditional_internationalization_theory/citation/download
- Krugman , P., & Obstfeld, M. (2006). *Economia Internacional : Teoria y politica* (Septima ed.). (C. Alberto, Ed.) Madrid, España: Pearson Education S.A. Obtenido de <https://www.uv.mx/personal/clelanda/files/2016/03/Krugman-y-Obstfeld-2006-Economia-Internacional.pdf>
- Krugman, P. (1992). *Geografia y Comercio* . Barcelona: Antoni Bosch, editor, S.A.
- Londoño Avila, A. (2012). Internacionlaizacion de la empresa colombiana Cementos Argos: Una mirada desde diferentes teorias. *Revista de Negocios internacionales*, 16.
- Lucero, K. (26 de Febrero de 2020). *Revista Gestion Digital*. Recuperado el 15 de Septiembre de 2020, de <https://www.revistagestion.ec>: <https://www.revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/bonos-multilaterales-y-china-acaparan-la-deuda-del-ecuador>
- Madsen, T. K., & Servais, P. (Diciembre de 1997). The internationalization of Born Globals: An evolutionary process? *International Business Review*, 6, 561-583.
- Maldonado, C. I. (2017). *Auge y crisis del boom Bananero*. Obtenido de Auge y crisis del boom Bananero: <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/catalog/resGet.php?resId=7924>
- Martinez Hellbusch, M. D. (Junio de 2016). Estrategias y determinantes en la internacionalización de Pymes en el contexto del Mercosur, Caso Uruguay. Obtenido de [.uacam.edu](https://www.uacam.edu):

- <http://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/1955/Tesis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Martinez, S. R. (2017). <https://biblioteca.unirioja.es>. Obtenido de https://biblioteca.unirioja.es:https://biblioteca.unirioja.es/tfe_e/TFE002529.pdf
- Morales, M. A. (2009). Teoría Económica Evolutiva de la Empresa: ¿Una alternativa a la teoría Neoclásica? *Artículos*, 23. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/297465072_Teoria_Economica_Evolutiva_de_la_Empresa_una_alternativa_a_la_teor%C3%ADa_neocl%C3%A1sica
- Moreno, A., Narvaez, D., & Sancho, S. (Diciembre de 2016). Documento técnico de integración monetaria y financiera regional. *Teorías del comercio internacional(11)*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/doctec11.pdf>
- Mulder, N., & Pellandra, A. (2017). *La innovación exportadora en las pequeñas y medianas empresas*. CEPAL. Santiago: Naciones Unidas.
- Neira, S. (2016). *Inclusión financiera de las Pymes en el Ecuador*. CEPAL, Financiamiento para el desarrollo, Santiago. Recuperado el 19 de Septiembre de 2020
- Nelson, R., & Winter, S. (1982). *An evolutionary theory of economic change*. Boston.
- Observatorio de la Pyme. (2011). *Resultados de la Primera Encuesta de Coyuntura de la Pyme*. Encuesta de Coyuntura, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. Recuperado el 31 de Agosto de 2020, de <https://www.uasb.edu.ec/web/observatorio-pyme/encuesta-cuatrimstral-de-coyuntura-de-la-pyme>
- Observatorio de la Pyme. (2019). *AEI INDEX 2019*. Universidad Andina Simón Bolívar, Observatorio de la pequeña y mediana empresa, Quito. Recuperado el 19 de Septiembre de 2020, de <https://www.uasb.edu.ec/documents/62057/3015515/AEI+Index+2019/01592d21-eba8-484b-bca5-7773a5d14615>
- Observatorio de la Pyme. (2019). *Encuesta de coyuntura de la Pyme*. Encuesta, Universidad Andina Simón Bolívar, Quito. Recuperado el 19 de Septiembre de 2020, de <https://www.uasb.edu.ec/web/observatorio-pyme/encuesta-cuatrimstral-de-coyuntura-de-la-pyme>
- Observatorio de la Pymes. (2012). *Informe de la Encuesta de Coyuntura de la Pyme*. Informe. Recuperado el 31 de agosto de 2020, de <https://www.uasb.edu.ec/web/observatorio-pyme/encuesta-cuatrimstral-de-coyuntura-de-la-pyme>
- Oleas Montalvo, J. (2013). ECUADOR 1972–1999: DEL DESARROLLISMO PETROLERO AL AJUSTE NEOLIBERAL. 492. Ecuador. Recuperado el 16 de Septiembre de 2020,

- de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4099/1/TD049-DH-Oleas-Ecuador.pdf>
- Ordoñez, D. (Diciembre de 2014). PYMES ECUATORIANAS: COMERCIO EXTERIOR Y FORTALECIMIENTO DE MERCADOS INTERNACIONALES. Guayaquil. Recuperado el 23 de Septiembre de 2020, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7019/1/LAS%20PYMES%20Y%20SU%20INTERNACIONALIZACI%c3%93N.pdf>
- Oviatt , B. M., & McDougall , P. P. (2004). Towars a theory of international new ventures. *Journal of international Business Studies*, 14.
- Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (1994). Toward a Theory of International New ventures. *Journal of International Business Studies*, 19.
- Pesántez, L. T. (2013). Competitividad de las Microempresas en Cuenca Ecuador. *Revista internacional de administracion y finanzas*, 6(7), 9. Obtenido de <https://poseidon01.ssrn.com/delivery.php?ID=5770951180880310860650900820680990990350360620370000480940791091171190840811231100860450120280581070571251071270070990040700161060710610170420081171251260951170721030580340410090010030641090011010111130880660920>
- Pinot de Villechenon, F., Lautaro Vinsennau, Riccio, E., Etchebarne, S., Ferro, L., Ortíz Vargas, C., . . . Vilchez Espejo, A. (2018). *Las Pymes latinoamericanas, y los dispositivos de capacitación y formación para su internacionalización*. Hamburgo, Alemania. doi:10.12858/0118ES
- Poblete, C. (Marzo de 2013). <https://scielo.conicyt.cl>. Obtenido de https://scielo.conicyt.cl:https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-27242013000100010
- Proecuador. (2020). *Institucion promocioandora de las Exportaciones Ecuatorianas*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/>: <https://www.proecuador.gob.ec/>
- Proecuador. (2020). *Institucion promocionadora de las Exportaciones Ecuatorianas*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/>: <https://www.proecuador.gob.ec/>
- Proecuador. (23 de Septiembre de 2020). *Instituto de promoción de exportaciones*. Obtenido de www.proecuador.gob.ec: <https://www.proecuador.gob.ec/ficha-tecnica-de-corea-del-sur/>
- Quintero, J. (Julio de 2019). *Atracción de divisas mediante la promoción de exportaciones. un caso de estudio de Pro Ecuador*, 1-30. Santiago, Chile. Recuperado el 23 de Septiembre de 2020, de

file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/Atracci%C3%B3n%20de%20divisas,%20mediante%20la%20promoci%C3%B3n%20de%20exportaciones,%20un%20caso%20de%20estudio%20de%20PRO-ECUADOR-1.pdf

- Ramón, A. (Enero de 2002). Un análisis de las dimensiones del paradigma OLI en la internacionalización del sector hotelero español. *Revista de Economía*(803), 141-161. Recuperado el 8 de Septiembre de 2020, de https://www.researchgate.net/profile/Ana_Ramon-Rodriguez/publication/28059034_Un_analisis_de_las_dimensiones_del_paradigma_OLI_en_la_internacionalizacion_del_sector_hotelero_espanol/links/0c96053301b9009d14000000/Un-analisis-de-las-dimensiones-del-paradig
- Rengifo H., C. P. (marzo de 2015). Políticas de internacionalización para las Pymes: Factores explicativos y una aproximación desde las instituciones; Caso de Estudio 2007 - 2012. 135. Quito, Pichincha, Ecuador. Recuperado el 30 de Abril de 2020, de <https://repositorio.flacsoandes.edu.e>: <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/8654>
- Reyes, A. (2017). Crecimiento de la economía ecuatoriana: efectos de la balanza comercial no petrolera y de la dolarización. *Revista Espacios*, 38(61), 14. Recuperado el 14 de Septiembre de 2020, de <https://www.revistaespacios.com/a17v38n61/a17v38n61p14.pdf>
- Ron, R., & Sacoto, V. (30 de Junio de 2017). Las pymes ecuatorianas: Su impacto en el empleo como contribución del PIB pymes al PIB Total. *Revista Espacios*, 38(53), 15. Recuperado el 07 de Septiembre de 2020, de <https://www.revistaespacios.com/a17v38n53/a17v38n53p15.pdf>
- Rueda Galvis, J. (2008). Los procesos de internacionalización de la empresa: Causas y estrategias que lo promueven. *Cuadernos latinoamericanos de administración*, IV(7), 51-57. Recuperado el 6 de Septiembre de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/4096/409634350005.pdf>
- Salkind J., N. (1998). *Metodos de investigacion*. Mexico, Mexico. Recuperado el 15 de Septiembre de 2020, de file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/M%C3%A9todos-de-investigacion.pdf
- Sanchez Jimenez, V. (2015). La redefinición del papel de la empresa en la sociedad. *Revista Castellano- Manchega de Ciencias Sociales*(20), 129-145. Recuperado el 06 de Septiembre de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/3221/322142550008.pdf>

- SENPLADES. (2007). *Secretaria de planificacion y desarrollo*. Obtenido de www.planificacion.gob.ec: <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/09/Plan-Nacional-Desarrollo-2007-2010.pdf>
- Taborda Ocampo, M. A., Nova, L. D., & Bohorquez Sanabria, I. V. (2018). IMPORTANCIA DE LAS PYMES PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO DE CHILE EN EL SIGLO XXI. *Revistas politecnico Gran Colombiano*, 9(14), 1-18. doi:<http://dx.doi.org/10.15765/pdv.v9i14.1179>
- Torres, R. (1972). *Google Libros*. (s. d. Siglo XXI Editores, Ed.) Recuperado el Julio de 23 de 2020, de <https://books.google.es/>: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=vWAEfcJWwqWC&oi=fnd&pg=PA7&dq=teoria+clasica+del+comercio+internacional&ots=f-rTSri9x1&sig=Y15pIVfiLNVSfdGQX2KMHP7Az48#v=onepage&q=teoria%20clasica%20del%20comercio%20internacional&f=true>
- UASB. (2019). *Ecuador Balance de una década Crisis socioambiental, extractivismo, política e integración* (Primera ed.). (C. Monufar, Ed.) Quito, Pichincha, Ecuador: Ediciones la tierra. Recuperado el 16 de Septiembre de 2020, de <file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/Montufar.pdf>
- UASB. (2020). *Encuesta cuatrimestral de Coyuntura Economica de la Pymes*. Encuesta, Observatorio de la Pyme, Quito. Obtenido de <https://www.uasb.edu.ec>: <https://www.uasb.edu.ec/web/observatorio-pyme/encuesta-cuatrimstral-de-coyuntura-de-la-pyme>
- Vaca, L. G. (2014). <http://repositorio.ucsg.edu.ec>. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/1218>
- Vargas, E., Villalba, V., Severiche, C., Bedoya, E., Castro, A., & Cohen, H. (22 de Abril de 2019). TICs y gestion de la innovacion en MyPymes: Un análisis con experimentos factoriales para las utilidades. *Espacios*, 40(13), 24. Recuperado el 19 de Septiembre de 2020, de <https://www.revistaespacios.com/a19v40n13/a19v40n13p24.pdf>
- Vargas, S. R. (11 de mayo de 2017). 1La nueva tendencia en la internacionalización de una pyme –Fenómeno de Born Global. Obtenido de <http://sedici.unlp.edu.ar>: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/64094/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1
- Vernon, R. (1966). International Investment and international trade in the product cycle. *Quartely journal of Economics*, 19.

Villarreal Larringa, O. (2008). La internacionalización de la empresa: El modelo de las diez estrategias. *Revista internacional Administracion y Finanzas*, I(1), 16. Obtenido de <http://www.theibfr2.com/RePEc/ibf/riafin/riaf-v1n1-2008/RIAF-VIN1-2008-5.pdf>

Williamson, Ó., & Winter, S. (1996). *La Naturaleza de la empresa : orígenes, evolución y desarrollo*.

Zarate, L. (2013). Las redes y proceso de internacionalización de pequeñas y medianas empresas: El caso de la industria del software de Costa Rica. *Revista Global de Negocios*, 18.

Anexos

Anexo 1 Tipo de Cambio real del peso colombiano con respecto al dólar



Figura 15 Tipo de Cambio Real del Peso colombiano respecto al Dólar. Elaborado por autor acoplado de Investing (2020).

Anexo 2 Tipo de Cambio real del sol peruano con respecto al dólar.

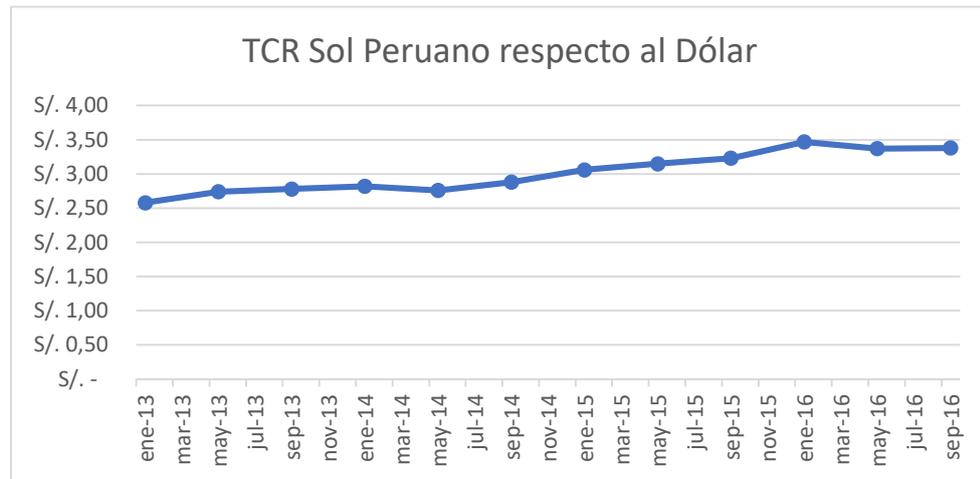


Figura 16 Tipo de Cambio Real del Sol Peruano respecto al Dólar. Elaborado por el autor acoplado de Investing (2020)

Anexo 3 Ubicación de las oficinas en el exterior de Proecuador.

Tabla 13

Ubicación de las oficinas en exterior de PROECUADOR.

Numero	Ubicación	
	Ciudad	País
1	Santiago	Chile
2	Ciudad autónoma de Buenos Aires	Argentina
3	Santa Cruz	Bolivia
4	Lima	Perú
5	Sao Paulo	Brasil
6	Bogotá	Colombia
7	Ciudad de Guatemala	Guatemala
8	México D. F	México
9	Los Ángeles	EE. UU.
10	Miami	EE. UU.
11	New York	EE. UU.
12	Madrid	España
13	Paris	Francia
14	Milán	Italia
15	Londres	Inglaterra

16	Hamburgo	Alemania
17	Rotterdam	Holanda
18	Krutyski	Rusia
19	Ankara	Turquía
20	Deira	Dubái
21	Mumbai	India
22	Cantón	China
23	Shanghái	China
24	Beijín	China
25	Seúl	Corea del Sur
26	Tokio	Japón
27	Estocolmo	Suecia

Fuente: Acoplado de Proecuador (2020). Elaborado por el autor.

Anexo 4 Ficha Técnica de Corea del Sur

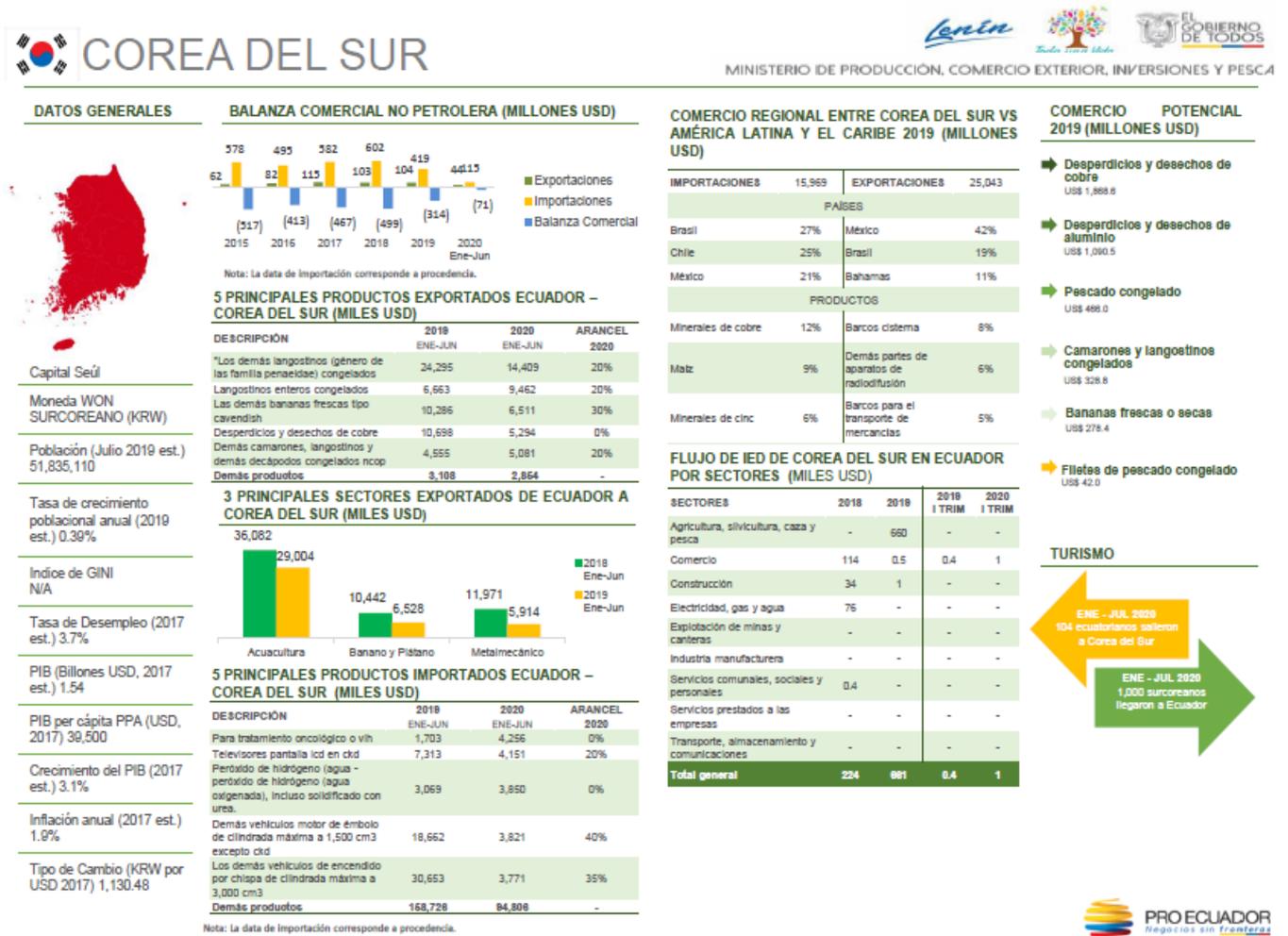


Figura 17 Ficha técnica de Corea del Sur, proporcionada por Proecuador (2020). Elaborado por autor

Anexo 5 Programas de grado y postgrado ofertados por las universidades del país.

Tabla 14

Oferta académica de los organismos de educación superior, en temas relacionados con el comercio internacional.

Universidad	Carrera	Tipo
UDLA	Licenciado en Negocios Internacionales	Privada
Universidad Tecnológica Equinoccial	Licenciado en Comercio Exterior, integración y aduanas	Privada
SEK	Licenciado en negocios internacionales	Privada
Universidad Metropolitana	Licenciado en relaciones internacionales y diplomacia comercial.	Privada
Universidad internacional del Ecuador	Negocios internacionales	Privada
Universidad tecnológica empresarial de Guayaquil	Licenciatura en comercio exterior	Privada
Universidad Católica Santiago de Guayaquil	Gestión empresarial internacional	Privada
Universidad Estatal del sur de Manabí	Comercio exterior	Publica
ESPOCH	Comercio Exterior	Publica
Universidad Laica Vicente Rocafuerte	Comercio Exterior	Privada
UASB	Maestría profesional en relaciones internacionales	Privada
FLACSO	Maestría de Investigación- Relaciones internacionales con mención en negociación y cooperación internacional	Privada

Fuente: Acoplado de Pinot de Villechenon et al. (2018). Elaborado por el autor.