

Pontificia Universidad Católica del Ecuador | SEDE ESMERALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR

TESIS DE GRADO:

LA NECESIDAD DE INTERNACIONALIZACIÓN EN LAS EMPRESAS ESMERALDEÑAS: COMO UNA OPORTUNIDAD PARA INSERTARSE EN LOS NEGOCIOS INTERNACIONALES

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

DESARROLLO E INTERNACIONALIZACIÓN DE EMPRESAS (MICRO, PEQUEÑAS MEDIANAS EMPRESAS Y EPS)

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

AUTORA:

MONTAÑO SALTOS ERIKA BERENICE

ASESORA:

MGT. ANDREA DUEÑAS

ESMERALDAS, 2021

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el Reglamento de Grado de la PUCESE previa la obtención del título de Ing. en Comercio Exterior

f._____

Presidente tribunal de graduación

f._____

Mgt. Mónica Vergara

Lector 1

f._____

Mgt. Isabel Chila

Lector 2

f._____

Mgt. Mario Armas

Director de Escuela

f._____

Mgt. Andrea Dueñas

Director de tesis

Esmeraldas, Julio del 2021

AUTORÍA

Yo, MONTAÑO SALTOS ERIKA BERENICE portadora de la cédula de ciudadanía 080436566-6 declaro que la presente investigación enmarcada en el actual trabajo de tesis es absolutamente original, auténtica, personal y elaborada bajo los parámetros de las normas APA sexta edición.

En tal virtud, declaro que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto de investigación y luego de la redacción de este documento son y serán de mi sola y exclusiva responsabilidad legal y académica.

MONTAÑO SALTOS ERIKA BERENICE

C.I. 080436566-6

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo de investigación primero a Dios, por brindarme esa fortaleza y sabiduría en todo momento, porque me permitió seguir adelante y no desmallar ante adversidades que se presentaron.

Al motor de mi vida que me ha ayudado a seguir adelante, mi madre Genith Saltos Perea, quién me ha enseñado que la perseverancia lleva al éxito, quién con sus palabras ha sido ese pilar fundamental y mi apoyo durante este largo camino hacia mi formación profesional.

A cada una de las personas, amigos que me brindaron su fortaleza de seguir adelante y lograr lo que hoy he llegado alcanzar.

MONTAÑO SALTOS ERIKA BERENICE

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios, por brindarme la oportunidad de llegar hasta este momento y permitirme alcanzar mi meta más anhelada, por poner a mi lado personas valiosas.

A mi madre, que nunca desmayó, por ser una madre ejemplar, que con sus sabios consejos, su esfuerzo, no permitieron que me rindiera fácilmente, logrando culminar esta etapa de mi vida.

A la PUCE-Esmeraldas por permitirme ser parte de esta distinguida institución, por todo el conocimiento brindando durante este tiempo, lo que aportó académicamente a mi vida como profesional.

A mi asesora de tesis Mgt. Andrea Dueñas por su paciencia brindada, por su tiempo, su aporte académico y por guiarme durante el desarrollo de mi investigación.

MONTAÑO SALTOS ERIKA BERENICE

Índice

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN 1
AUTORÍA 2
DEDICATORIA 3
AGRADECIMIENTO 4
RESUMEN 7
ABSTRACT 8
PRESENTACION DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN 9
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 11
JUSTIFICACIÓN 13
OBJETIVOS 14
CAPITULO I 15
1. MARCO TEÓRICO 15
1.1 Bases teóricas-científicas 15
1.1.1. Teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith 15
1.1.2. Teoría del Comercio Internacional: David Ricardo 15
1.1.3. Teoria de las Born global: 16
1.1.4. Base conceptual 17
1.2. Antecedente .....
1.3 Marco Legal 22
CAPITULO II 24
2. METODOLOGÍA 24
2.1 Tipo de estudio 24
2.3 Método 24
2.4. Técnica 24
CAPÍTULO III 26
3.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS 26
3.1.1.1 Impacto 27
3.1.1.2 Empresas esmeraldeñas internacionales 28
3.1.1.3 Estrategias de internacionalización 29
CAPITULO IV .....
5.1 DISCUSIÒN 31
CAPITULO V 34

5. CONCLUSIONES 34
6. RECOMENDACIONES 35
BIBLIOGRAFIA 36
ANEXOS 39

RESUMEN

La apuesta por la internacionalización de una empresa se ha visto fortalecida los últimos años dada la crisis económica, la misma que ha incentivado a las empresas y principalmente a las pymes, motivando a los empresarios esmeraldeños a la búsqueda de nuevos mercados.

La aplicación y desarrollo de estrategias de negocios inicia con el análisis de la situación actual de una empresa y conocer el proceso que pasó cada empresa para llegar a internacionalizarse.

Se aplicó el tipo de estudio cualitativo, lo que permitió obtener información para dar respuesta a la pregunta científica: ¿Cuál es la necesidad que tiene una empresa de internacionalizarse? planteando como objetivo: Analizar la internacionalización de las empresas esmeraldeñas como una oportunidad para insertarse en los mercados internacionales, con el fin de conocer el proceso que tuvieron que pasar las empresas para lograr internacionalizarse.

Con la finalidad de lograr lo planteado, se empleó la técnica: entrevista la misma que se aplicó en septiembre del 2019, a 2 empresas de la ciudad de Esmeraldas, así como información proporcionada por la página del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador para identificar a las empresas que ya se han internacionalizado que pertenecen a la ciudad de Esmeraldas.

Se obtuvo como resultado que la gran parte de las empresas esmeraldeñas que se han internacionalizado han alcanzado la competitividad internacional gracias a los nexos con los compradores obtenidos por medio de brokers y ferias internacionales, pretendiendo así dar a conocer su empresa y sus productos frente al mercado internacional.

Palabras claves: internacionalización, negocios, empresas, exportación, estrategias.

ABSTRACT

The commitment to the internationalization of a company has been strengthened in recent years given the economic crisis, the same that has encouraged companies and mainly SMEs, motivating Emerald entrepreneurs to search for new markets.

The application and development of business strategies begins with the analysis of the current situation of a company and knowing the process that each company went through to become international.

The qualitative method was applied, which allowed obtaining information to answer the scientific question: What is the need for a company to internationalize? proposing as an objective: Analyze the internationalization of Emerald companies as an opportunity to enter international markets, in order to know the process that companies had to go through to achieve internationalization.

In order to achieve the above, the technique was used: interview the same that was applied to 2 companies in the city of Esmeraldas, as well as information provided by the page of the National Customs Service of Ecuador to identify companies that are already they have internationalized that they belong to the city of Esmeraldas.

It was obtained as a result that most of the Emerald companies that have internationalized have achieved international competitiveness thanks to the links with buyers obtained through brokers and international fairs, thus trying to make their company and products known to the market international.

Key words: internationalization, business, companies, export, strategies.

PRESENTACION DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN

A comienzos del nuevo siglo, el escenario que enmarca la actuación de las empresas más allá de las razones funcionales tradicionales, como la búsqueda de economías de escala o exceso de recursos financieros, algunos empresarios exitosos en sus mercados locales se aventuran a vender e incursionar en los nuevos mercados. La creación de mecanismos que les permite ofrecer sus productos fuera de su país es una de las maneras para formar parte de ese fenómeno llamado mercado global.

Entre estos estos mecanismos se destaca el iniciar procesos de internacionalización para crecer en el mercado. Las empresas son una unidad formada por un grupo de personas, bienes materiales y financieros, que se dedican a la producción de algo o a prestar un servicio que cubra una necesidad y deciden su internacionalización cuando obtienen beneficios arraigados a la actividad comercial en los mercados internacionales (Rozo, 1993). Muchas empresas internacionales están creadas y registradas con fines de comercialización a filiales en todo el mundo, aportando con el crecimiento de nuevas oportunidades. Esto también permite que puedan generar trabajo en aquellos países con mayor oportunidad de desarrollo.

Los negocios se han internacionalizado en relación a las exigencias de los mercados, los cuales le han posibilitado efectuar transacciones (exportaciones, importaciones, inversiones, financiaciones) a escala mundial, las mismas que implican el manejo de la inversión extranjera y de la estructura de mercados (Charles, W, 2004).

Muchas de las empresas esmeraldeñas por falta de oportunidades y recursos no crecen de forma sustancial hacia grandes mercados. Los deseos de las empresas locales son de poder surgir de forma que sus productos sean reconocidos y valorados en los diferentes mercados ya sea nacionales e internacionales. Entre las pocas empresas esmeraldeñas que han podido internacionalizar sus actividades se destacan Flota Pesquera Deriancom y Comercializadora y Exportadora Joerbry S.A ambas empresas de gran renombre en el procesamiento y empaque de mariscos con fines de comercialización nacional e internacional.

En la siguiente investigación se conocerá la situación actual que han experimentado las empresas esmeraldeñas en sus procesos de internacionalización en un mundo globalizado. Se busca explicar los principales desafíos que estas empresas han enfrentado en la

búsqueda de nuevas fronteras. Al final de este análisis se podrá conocer que estrategias se pueden aplicar para que otras empresas puedan alcanzar la internacionalización y logren insertase en nuevos mercados.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Hoy en día los negocios internacionales están en auge a nivel mundial, existen empresas líderes que realizan alianzas y negociaciones con el mercado mundial para de esa manera potencializar sus pactos comerciales.

A pesar de esta necesidad que tienen las empresas no es fácil llegar a mercados internacionales, es muy importante conocer cuáles son los cambios que han sufrido las empresas ante sus competidores, las posibles limitaciones y dificultades teniendo en cuenta grandes barreras.

Muchas de estas son por faltas de recursos para financiar sus actividades comerciales, con la poca capacidad productiva para cubrir sus necesidades con el mercado, como el desconocimiento de las normativas técnicas del comercio exterior.

Una de las grandes dificultades que poseen los consumidores para identificar los riegos u oportunidades que tienen las empresas tomando en cuenta el contrabando que influye de forma muy directa, lo que impide que las empresas puedan vender sus productos de forma regular, donde la gran parte de las mercancías están sometidas excesivos impuestos frente aquellas que entran sin pagar los aranceles establecidos para salvaguardar las industrias nacionales. Las diferencias culturales tienen que ver con los gustos de los consumidores o sus costumbres en el momento de hacer negocios son aspectos que pueden suponer trabas a los planes de internacionalizar las empresas, es necesario adecuar el producto al mercado objetivo. (Cuervo-cazurra, 2018)

La falta de preparación o desconocimiento es uno de los factores que no contribuye a la ejecución de las habilidades que tienen los empresarios hacia la gran demanda competitiva, tales como las inversiones económicas que ayudará al progreso de la empresa, es muy importante tener nexos para una buena asesoría; es por ello que surge la necesidad de esta investigación.

Con el objetivo de lograr analizar y obtener resultados respecto a la investigación planteada y una vez valorado se procedió a proyectar los siguientes interrogantes:

¿Cuál es la necesidad que tiene una empresa de internacionalizarse?

PREGUNTAS ESPECÍFICAS:

- ¿Cuáles son las ventajas y desventajas de una empresa al internacionalizarse?

- ¿Cuál es la situación actual de las empresas esmeraldeñas que han logrado internacionalizarse?
- ¿Cuáles son las estrategias utilizadas por las empresas esmeraldeñas?
- ¿Por qué motivos las empresas esmeraldeñas no se internacionalizan?

JUSTIFICACIÓN

La internacionalización de las empresas está impulsada por la necesidad de buscar nuevos mercados debido a una caída de la demanda interna lo que permitirá que las empresas logren internacionalizarse y a su vez estas se proyecten no solo con las empresas del propio país, si no con aquellas del mercado global donde muchas de ellas se ven amenazadas con la competencia de productos importados.

Por esta razón es importante salvaguardar los negocios frente a la competencia del mercado nacional, la internacionalización se dirige como el principal recurso para contribuir con el crecimiento de una empresa donde su gran parte vende o acogen productos de países extranjeros. (Córdoba, Valero)

La internacionalización beneficiará a empresas que se incluyan en la adaptación del nuevo mercado, superando los desafíos que se presenten puesto que esto ayudará al éxito de la empresa su expansión comercial a nivel mundial

La novedad de este estudio nos ayudó por medio de los argumentos planteados en la investigación, a entender como la internacionalización juega un papel importante debido a que se encamina en abrir nuevos mercados para empresas con poca oportunidad de crecimiento económico, las mismas que se dará a conocer con las nuevas tendencias comerciales de los diferentes países, canales de distribución que se relacionan hacia un mercado que proyecte productos o recursos fuera de los límites nacionales, es fundamental saber cuál será la estrategia al momento de exportar en el exterior.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

- Analizar la internacionalización de las empresas esmeraldeñas como una oportunidad para insertarse en los negocios internacionales.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Identificar a las empresas esmeraldeñas que han logrado internacionalizarse para conocer su situación actual.
- Determinar las ventajas y desventajas de una empresa al internacionalizarse.
- Identificar las estrategias utilizadas por las empresas para su internacionalización.

CAPITULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1 Bases teóricas-científicas

La presente investigación tuvo como fundamento para su realización el apoyo de las teorías de internacionalización de las empresas donde cabe resaltar los aportes de los autores Adam Smith, David Ricardo, además del aporte de la teoría de la Born Global.

1.1.1. Teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith

Adam Smith menciona el "desarrollo de esta concepción clásica en una primera explicación basada en la teoría de la ventaja absoluta, haciendo énfasis en esta; en la importancia de reconocer la escasez de recursos y sugiriendo consecuentemente la necesidad de establecer un sistema de distribución" (Charles, W, 2004).

El libre comercio es beneficioso para los países participantes ya que exportaran aquellos bienes en los que la producción requiere menos trabajo que otros países, e importaran aquellos productos en los cuales se requiere más trabajo que en otras naciones (Smith, 1776)

La ventaja con la que cuentan algunos países al momento de producir o fabricar determinados productos, logrando de esta manera satisfacer sus necesidades, resultando así para unos más baratos comprar el bien terminado que producirlos dentro de su país, adquiriendo de esta manera una mayor ventaja al obtenerlo a un precio más bajo.

1.1.2. Teoría del Comercio Internacional: David Ricardo

Este autor aportó a esta concepción clásica una explicación en la que incorporó la teoría del comercio internacional basada en el principio de la ventaja comparativa, demostrando que las ventajas absolutas en los costos no son una condición necesaria para lograr beneficios en el comercio, puesto que el comercio produciría beneficios para ambas partes en un intercambio, siempre y cuando sus costos relativos fueran diferentes para dos o más artículos. (Charles, W, 2004)

Según los aportes antes mencionados estos autores fomentan bases de la teoría clasista del comercio internacional la cual indica que los países expanden a desarrollarse a la producción de bienes y servicios; donde la teoría trata de explicar las transacciones de costos de producción, siendo su enfoque principal en determinar las actividades relacionadas al exterior dadas en inversiones de las empresas multinacionales.

1.1.3. Teoria de las Born global:

Las born global son "pequeñas compañías están orientadas hacia la tecnología que operan en mercados internacionales desde los primeros días de su establecimiento" Knight y Cavusgil (1996) plantean que:

"Está teoría tiende a diferenciarse poseen particularidades que las diferencian de las PYMES convencionales, principalmente en su enfoque estratégico, debido a que incursionan en los mercados globales desde el momento mismo del nacimiento de la empresa o en un período muy cercano a este"

"Las born global exitosas poseen pocos recursos, pero vitales, que administran muy bien desde sus inicios; aunado a ello, desarrollan una visión sin límites de los mercados a los que pueden acceder (Darder Fidel León, 2008)*".*

Por otra parte, la Born Global es un conjunto de asociaciones con la finalidad de instaurar en el mercado por medio de un proceso de internacionalización llevando a cabo la creación de actividades comerciales a nivel mundial, basadas en diferentes aspectos que son encaminados al desarrollo económico de los países.

Es por ello que pretende explicar por qué las empresas que buscan beneficios que fundamentan al comercio internacional, así mismo va de la mano con teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo en la que manifiesta las perspectivas de los costos los mismos que podrían permanecer constantes fuera del nivel de producción, por otro lado esta teoría de la internacionalización de inversión directa en mercados; la inversión extranjera dada como respuesta a la carencia de información en los mercados, la integración vertical como sustituto de mercados externos deficientes.

Esta investigación esta enfocada en la "Teoría de la Internacionalización" puesto que identifica las diferencias entre las empresas; muchas de las potencias del

crecimiento económico de los países haciéndolos más competitivos fuera de los mercados nacionales a través de alianzas estratégicas a nivel global, atreves de estrategias que ayuden al crecimiento de las empresas para que estas logren sus objetivos.

1.1.4. Base conceptual

En el siguiente apartado se presentará definiciones básicas sobre internacionalización, empresas, negocios internacionales, comercio internacional, exportación e importación siendo esta la parte fundamental para el desarrollo del trabajo investigación antes planteada; del mismo modo conocer el impacto que tienen las empresas en la ciudad de Esmeraldas al querer internacionalizarse.

La internacionalización de las empresas es el proceso que tienen las empresas para crear condiciones, estrategias necesarias para salir al mercado internacional, a través del intercambio bienes que están vinculados a los diferentes países o nación.

Alfonso (2013) manifiesta que el comercio internacional se relaciona al intercambio de bienes y servicios utilizando divisas para llevar a cabo dichas transacciones y operaciones comerciales que llevan a conocer sus productos a un mercado más globalizado.

Los negocios internacionales son todas aquellas transacciones comerciales que trascienden a las diferentes fronteras que involucran a dos o más países teniendo para ello que adaptarse a diferentes aspectos con los países al cual se realizara el tratado internacional.

Por otra parte Eléctrica (2012), establece que el comercio exterior es el intercambio de bienes o servicios existente entre dos o más naciones con el propósito de que cada uno pueda satisfacer sus necesidades en el mercado, la misma que busca cubrir la demanda interna que no pueda ser atendida por la producción nacional,(…).

Asi mismo, Johnson (2011) manifiesta que las estrategias internacionales es una medida a largo plazo tomada por una empresa para establecer sus productos en otro país, la misma consta de una diversidad opciones que permiten a una organización actuar fuera de su país de origen.

A continuación es preciso tener en cuenta el proceso para internacionalizar una empresa:

- Realizar un análisis interno: el primer paso consiste en analizar si la empresa está preparada para adquirir la capacidad productiva precisa para satisfacer las nuevas demandas del mercado.
- Es importante conocer si hay suficiente capacidad financiera para asumir los gastos, si el producto cuenta con el suficiente potencial para hacerse un hueco y si resulta apto para todos los mercados.
- Reestablecer un departamento de exportación: resultará complicado afrontar todos los retos que están por llegar si no se cuenta con un área de exportación que se ocupe de la gestión de la empresa en el extranjero. Entre otras cosas habrá que crear una página web, conseguir posicionamiento en el mercado, participar en congresos y ferias internacionales, etc.
- Apuesta por la innovación: las empresas que se internacionalizan destacan sobre todo por ser innovadoras, ya sea en el producto, la originalidad del artículo, packaging más llamativos o nuevos sistemas de pago.
- Escoger los mercados: hay que tener en cuenta factores sociales, económicos, políticos, culturales o legales del país al que se piensa a exportar. Cada territorio presenta una serie de particularidades concretas que deben tenerse en cuenta para no encontrarse con barreras a la hora de comercializar los productos. Un buen ejemplo pueden ser el tipo de moneda o las leyes de aduanas (Johnson G., 2011).
- Buscar un canal de comercialización: el canal de venta cambia en función de si se comercializa un producto o un servicio. En muchos casos se requerirá la presencia física para la venta, y de ser así lo mejor es hacerlo por medio de un socio local de forma directa. La presencia en el país de destino ayuda a adquirir conocimientos extras sobre las necesidades del mercado. y conocer mejor las preferencias de los clientes (Johnson G., 2011).
- Promoción: el marketing y la comunicación ayudan a dar conocer una nueva marca. Sin embargo, existen nuevos métodos para vender un producto de una manera más efectiva, que van desde el neuromarketing, al SEO o el growth hacking (Johnson G., 2011).
- Afianzar la internacionalización: una vez que la compañía esté asentada en el mercado exterior habrá que crear la figura del director de exportación y

posiblemente haya que aumentar las inversiones para asumir los frentes que se vayan abriendo (Johnson G., 2011).

Por otro lado, Traves (2007) menciona las estrategias de mercado como el paso importante que utilizan las empresas para dar a conocer sus productos y a su vez poder tomar decisiones que beneficien a la empresa al momento de involucrarse en los negocios a nivel internacional.

Las importaciones son los conjuntos de bienes y servicios adquiridos por un país del exterior cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras para su utilización en territorio nacional.

Por consiguiente, necesario saber que es una exportación.

Una exportación permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano la misma que consiste en la comercialización de sus productos en el exterior con el propósito de mejorar la economía de un país.

Es muy importante saber que, mercado es el lugar destinado por la sociedad en el que vendedores y compradores se reúnen para tener una relación comercial, para esto, se requiere un bien o servicio a comercializar, un pago hecho en dinero y el interés para realizar la transacción. (electronica, 2012).

La ciudad de Esmeraldas es una de las provincias del Ecuador con mayor crecimiento turístico situada en la zona geográfica conocida como región litoral o costa, ocupa un territorio de unos 14.893 km², siendo la séptima provincia del país por extensión con un aproximado de 491.168 habitantes, según el último censo nacional (2010), siendo la octava provincia más poblada del país.

Entre las diferentes actividades económicas que tiene la provincia de esmeraldas se encuentra la exportación de banano, camarón y pesca; la industria petrolera forma parte importante de su economía.

1.2. Antecedente

Dada la crisis financiera que el Ecuador atraviesa conduce a que hoy en día las empresas opten por dar a conocer sus productos en un mercado internacional, existiendo así una gran competencia dentro del mercado nacional, optando por la búsqueda de estrategias que promuevan el crecimiento económico de las empresas en todos sus ámbitos.

En el estudio de Cuervo Cazurra (2018) se analizó las principales dificultades en la internacionalización son las desventajas competitivas de empresas de otros países a diferencias de las nacionales. Se utilizó una metodología descriptiva con ayuda de instrumentos tales como encuestas y entrevistas a involucrados en el área. Se concluyó que es necesario identificar los recursos que posee la empresa y así mismo sus dificultades, ventajas y desventajas de las transferencias de recursos al extranjero; es necesario saber identificar qué tipo de dificultad afronta la empresa, para las posibles soluciones.

En la investigación de Rozo (1993), se analizó la alineación internacional de los recursos nacionales se ha reforzado con una fuerza que transforma la productividad al del intercambio comercial. La metodología utilizada se basó en un análisis descriptivo en el que se detallaron todas las variables encontradas. Se concluyó que la expansión de la producción a la escala mundial ha promovido a la masificación de la producción y del consumo, sobre la base de la utilización de las economías de escala en las que se asienta el proceso de expansión de los capitales individuales.

En el estudio de grado de González Alvarado (2012), se indago en las manifestaciones que las empresas han alcanzado en relación a la competitividad internacional gracias a los vínculos comerciales de su localidad de origen aun cuando estén interesadas en actuar solo localmente, las mismas que se vean afectadas por un ambiente internacional. Se utilizó una investigación de campo que permitió generar un contacto físico y personalizado con los gerentes de las empresas parte del estudio. Se concluyó que los diferentes mercados donde cuyo objetivo primordial consiste en ensanchar su escala de ganancias por la venta de productos y servicios o el establecimiento directo de filiales con el fin de reducir costos o el de competir con los grandes mercados protegidos.

Según Chiatchoua (2009) menciona que la gran parte de las empresas (MIPYME's) no tienen crecimiento económico debido a la competencia de los diferentes mercado; por

otra parte el desarrollo de estas economías así como en los países desarrollados, refiere la creación de las actividades de las pequeñas empresas que forman parte del mercado.

Según la CEPAL; La introducción internacional de las (pymes) tiene impactos positivos en su nivel de productividad, la diversificación productiva de las empresas beneficiara al desarrollo de nuevas políticas puesto que ayudara en el mejoramiento de la calidad de empleo, el comercio internacional y el financiamiento en los principales mercados mundiales.

A través de la inversión en el exterior permitirá beneficiar las ventajas del comercio intraindustria e intraempresa como herramienta principal para relacionar nuevos mercados, sino que abre interesantes oportunidades de inversión y de adquisición de tecnologías que no están disponibles del mercado internacional.

1.3 Marco Legal

En la presente investigación se analizan las posibles estrategias que promuevan el crecimiento económico de las MIPYME's al querer involucrarse en los negocios internacionales en concordancia con el: Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del libro v del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

1.3. 1 Constitución de la República

Por otra parte, el art. 281, en su apartado 1, 2 y 3, hace referencia a la adaptación de políticas fiscales, tributarias, comunitarias, y sobre todo impulsar la producción de las pequeñas y medianas unidades de producción del Ecuador, con la finalidad de mejorar los niveles de vida de todos los ecuatorianos, por medio de la introducción de nuevas tecnologías y mejorar la producción nacional (Constituyente 2008).

Según la Constitución de la República menciona al Artículo 284 que establece los objetivos de la política económica, entre los que se incluye incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistémicas. (Código Orgánico de Producción e Inversiones, 2016).

1.3.2 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

Según, (COPCI, 2011) Art. 53 define a la micro, pequeña y mediana empresa a toda aquella persona tanto natural como jurídica, como una unidad productiva, y que cumpla con un número determinado de trabajadores para realizar una actividad de producción, comercio y prestación de servicio.

Según el artículo 88 del Código Orgánico de Producción e Inversiones (COPCI), indica que el Estado impulsará la transparencia y eficiencia en los mercados internacionales y fomentará la igualdad de condiciones y oportunidades, para lo cual, de conformidad con lo establecido en esta normativa, así como en los instrumentos internacionales respectivos (Código Orgánico de Producción e Inversiones , 2016).

Según el art. 86, literal 2, donde hace referencia al desarrollo y la construcción de un país justo, democrático, productivo y sostenible basado en los medios necesarios para la producción y la generación de trabajos dignos, mediante la participación de las empresas según (Constituyente 2008).

Artículo 336 de la Carta Fundamental, impone al Estado el deber de impulsar y velar por un comercio justo como medio de acceso a bienes, servicios de calidad, promoviendo la reducción de las distorsiones de la intermediación y promoción de su sustentabilidad, asegurando de esta manera la transparencia y eficiencia en los mercados. (Código Orgánico de Producción e Inversiones, 2016).

CAPITULO II. MATERIALES Y METODOS

2.1. Tipo de estudio

Esta investigación tuvo un enfoque cualitativo, el mismo que permitirá analizar la situación actual de las empresas al momento de internacionalizarse; mediante de la identificación de las estrategias que ayudaran a insertarse en los negocios.
La presente investigación se basa en un enfoque cualitativo dado a que su problemática tiene como finalidad de dirigir su estudio en la recolección de datos, información, por medio de un análisis permitiendo la obtención de resultados para conocer detalladamente la realidad de las empresas internacionalizadas de la provincia de Esmeraldas. Además, tiene un diseño no experimental, por cuanto no existió manipulación de las variables y transversal debido a que la información se tomó en un solo momento.

2.2. Método

El método aplicado en la siguiente investigación es el método (analítico) donde se analizó e identificó cada una de las variables; además de las estrategias a plantearse para lograr la internacionalización de las empresas esmeraldeñas; basadas en leyes y reglamentaciones comerciales para que las mismas puedan llevar a cabo negociaciones de exportación e importación de mercancías.

2.3. Técnica

En la presente investigación utilizó la técnica entrevista la misma que ayudó a la recopilación de información necesaria para conocer la situación actual de las empresas y estrategias implementadas para llegar a insertarse en los mercados internacionales.

2.4. Población y Muestra

Durante la investigación para lograr la obtención de los resultados se aplicó como instrumento una entrevista tomando como muestra a 2 gerentes propietarios correspondientes a la empresa Flota Pesquera Deriancom S.A ubicada en el Puerto pesquero de la ciudad de Esmeraldas, Comercializadora y Exportadora Joerbry S.A situada en el cantón Quinindé (Cupa).

2.5. Análisis de datos

El procesamiento de los resultados se llevó a cabo a través de una entrevista que se basó en un guía de 14 preguntas para conocer qué mecanismos han utilizado las empresas para lograr su internacionalización.

CAPÍTULO III

3.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Actualmente en la ciudad de Esmeraldas existe un registro en las empresas que son exportadoras e importadoras el mismo que se logró obtener gracias a la base de datos de Servicios de Rentas Internas (SRI) que sirvió de ayuda para la recopilación de información para llevar a cabo esta investigación.

Tabla 1 *Exportadores habituales de bienes para efectos de retención*

RUC	RAZÓN SOCIAL	JURISDICCIÓN
0891710887001	DEPRODEMAR CIA. LTDA.	ESMERALDAS
0891728506001	ASOCIACION ARTESANAL SABOR ARRIBA	ESMERALDAS
0891742622001	EXTRACTORA NATURAL ECUADOR S.A. EXTRANATU	ESMERALDAS
0891745680001	REYPEZPACIFIC S.A.	ESMERALDAS
0891751842001	FLOTA PESQUERA DERIANCOMP S.A	ESMERALDAS
0891756984001	EXPORTADORA ALKATIFF AGRO LOPEZ CIA LTDA	ESMERALDAS
0891757220001	COMERCIALIZADORA & EXPORTADORA DE CACAO JOERBRY SA	ESMERALDAS
0891761112001	ECUAEVADYTRADING S.A.	ESMERALDAS
0992356588001	INDUSTRIALIZADORA Y COMERCIALIZADORA DE PALMITO S.A. INCOPALMITO	ESMERALDAS
1704903994001	BRAVO CARTAGENOVA GUSTAVO FERNANDO	ESMERALDAS
1792503108001	INDUSTRIAS-OLEANA SA	ESMERALDAS
1792547601001	ORGANICSUPPLY S.A.	ESMERALDAS
1792620066001	IMPORTADORA&EXPORTADORA PAIS DEL CACAO EXPORTQUININDE CIA. LTDA.	ESMERALDAS

Fuente: *Servicio de Rentas Internas*

Los siguientes resultados de la investigación aplicada a las MiPymes del sector comercial del cantón Esmeraldas, se dio a través de la recopilación información más relevante donde se consideró al inicio realizar esta investigación a las empresas ReypezPacific, Extractora Natural Ecuador S.A , Asociacion Artesanal Sabor Arriba , Deprodemar , Flota Pesquera Deriancom y Comercializadora y Exportadora Joerbry S.A de las cuales las varias de estas cuenta con información de trabajos anteriores , donde hubieron 2 que no quisieron contribuir con la investigación, por lo que se decidió continuar con las antes señaladas en el registro del Servicio de Rentas internas donde estas empresas si representan una parte importante en la comercialización internacional de Esmeraldas.

Se pudo renombrar a Flota Pesquera Deriancom S.A ubicada en el Puerto pesquero de la ciudad de Esmeraldas, Comercializadora y Exportadora Joerbry S.A situada en el cantón Quinindé (Cupa) con el fin conocer el proceso y trayectoria que ha tenido que pasar cada una de estas empresas al internacionalizarse siendo los mismos resultados utilizados con fines totalmente académicos.

3.1.1.1 Impacto

Una vez realizada las respectivas entrevistas a las empresas antes mencionadas se conoce que la Flota pesquera Deriancom inició su actividad comercial a mediados de mayo del año 2017 mientras que la empresa exportadora de cacao está laborando desde el 10 de febrero del 2017 ambas tienen poco tiempo en el mercado.

Uno de los socios de la empresa Deriancom supo indicar que actualmente la empresa cuenta con 35 empleados fijos; eventuales alrededor de 60 personas; así mismo el propietario de la Comercializadora de Cacao trabaja con 10 personas donde varias de estas están aseguradas con el Ruc de la compañía y otras bajo el Ruc personal del propietario.

Deriancom exporta actualmente camarón y pescado tales como: dorado, espada, atún, pargo, corvina, así mismo, la exportadora Joerbry se dedica a producción y exportación únicamente de cacao fino de aroma.

El Sr. Jimmy Intriago uno de los socios de la flota pesquera manifestó que la empresa aún se encuentra en proceso de internacionalización y evolución para convertirse realmente en una empresa fuerte exportando sus productos de aquí de Esmeraldas hacía el mundo. Actualmente la comercializadora de cacao se encuentra en proceso de vender sus productos localmente y poco a poco fue creciendo a través de contactos, donde los brókeres juegan un papel muy importante puesto que estos son los intermediarios con los compradores.

Cabe mencionar que la comercializadora de Cacao Joerbry exporta sus productos a varios países como lo son México, China, Estados Unidos; Por otro lado el Sr Jimmy Intriago manifestó que la primera exportación fue realizada en julio del 2017 por vía aérea a Estados Unidos; donde cabe recalcar que por la experiencia y años trabajando con pescado fresco ya internacionalmente en EEUU conocían un poco de la trayectoria de la empresa por lo que resulto más fácil ingresar al mercado Norteamericano especialmente Miami que es la puerta de ingreso de pescado ,ahí fue donde empezó la empresa a ofertar sus productos ,donde la empresa hasta la fecha ha realizado 236 embarques de pescado fresco a Estados Unidos así mismo de camarón congelado .

3.1.1.2 Empresas esmeraldeñas internacionales

Entre los beneficios alcanzó Deriancom a través del tiempo es seguir dándose a conocer cada día más en el mercado, seguir aprendiendo y conociendo todas las fases de la comercialización de las exportaciones las mismas que solo se adquieren a través del trabajo diario, captando clientes y adaptando los productos a los nuevos procesos de comercialización.

Sr. Manuel Zambrano propietario de la compañía Cacaotera consiguió llegar capitalizarse exportando directamente con los países en donde el precio cambia y tiende a variar, así mismo en los diferenciales que dan las empresas , logrando alcanzar beneficios para el propietario y a su vez para la empresa exportadora, todo esto mediante los recursos obtenidos por el propietario; De tal forma que la misma no recibió ayuda por parte del estado para crecer ante el mercado, cabe destacar que gracias a su esfuerzo, dedicación y ganas de superación la compañía en la actualidad exporta mensualmente alrededor de 500 toneladas de cacao la misma que varía de acuerdo a la producción que tenga la empresa.

De igual forma, Deriancom tampoco conto con la ayuda con respecto a la adquisición de maquinarias, adecuación de las instalación para su productos lo cual conduce a que este no haya recibido un aval necesario para que así la empresas logren un avance en sus procesos productivos, acreditación, permisos; es necesario mencionar que existen pocas instituciones en las que sus empleados tienen la predisposición para ayudar en los trámites requeridos; es importante citar que Pro-Ecuador brinda un apoyo a las exportaciones ya que incentiva a los productores a que sean partícipes de ferias y capacitaciones con la finalidad de que sientan respaldo para que sus productos se den a conocer atreves de este medio frente al mercado nacional o internacional.

Como obstáculos que han tenido las empresas Flota Pesquera Deriancom y Comercializadora & Exportadora de Cacao al momento de internacionalizarse ciertamente predomina el tema de la barrera del idioma lo que se complica al momento de crear relaciones con los demás países; no obstante, hay muchas herramientas que permiten traducir cualquier idioma al español, es por ello que estas empresas no presentaron inconvenientes para realizar sus exportaciones.

De tal manera, el Sr. Manuel Zambrano propietario de la empresa Cacaotera manifiesta que para poder empezar tuvo trabas puesto que al inicio no era muy conocido y los precios eran muy elevados, puesto que perdió una gran cantidad de dinero, debido a que muchas de las empresas se guían con la bolsa de valores.

3.1.1.3 Estrategias de internacionalización

Uno de los factores importante para el crecimiento de las empresas son las estrategias que plantea cada entidad para darse a conocer en el mercado con la aplicación del marketing por medio de la utilización de redes sociales, de esta manera dan a conocer cada uno de los productos que ofrecen ganando así gran acogida dentro de los mercados en los que se desenvuelven.

Las utilizaciones de estas estrategias han sido eficientes puesto que los socios de la empresa Deriancom se han dedicado a comercializar productos al por mayor dentro del mercado nacional, productos con tipo de valor agregado, tales que han tenido acreditaciones para exportar hacia los diferentes mercados de todo el mundo como son EE. UU, los países de la Unión Europea, China Vietnam, Colombia, Corea.

Para la empresa es un logro importante haber obtenido estas acreditaciones, cabe mencionar que la empresa es la única en la ciudad de Esmeraldas que puede procesar pescado y camarón al mismo tiempo puesto que la planta está perfectamente diseñada para realizar los dos procesos

Don Manuel Zambrano, propietario de la comercializadora de cacao ha efectuado estrategias que le han beneficiado en la expansión de su producto dentro del mercado nacional e internacional entre las cuales se menciona: las referencias con clientes anteriores que recomiendan los productos por su calidad y renombre que tiene el propietario.

Por otra parte, la Flota Pesquera se ha venido promocionando a través de productos con valor agregado referente a exportaciones en volúmenes, donde la mayoría de sus clientes son captados por medio de bróker de venta en otros países, es decir el vínculo que se establece entre comprador y vendedor no es directamente sino atreves del bróker, los mismo que son captados en ferias, dado que la empresa actualmente ya tiene un prestigio ganado en los 2 años de comercialización y de trabajo.

Otra de las estrategias que utilizan estas empresas que han logrado internacionalizarse es mantener el vínculo con sus compradores, es decir, brindan atención al cliente de manera personalizada directamente al país donde se realizó la venta al momento que estos adquieren sus productos, el seguimiento se lo realiza respecto a la atención que este ha recibido en cuanto al producto que ha adquirido.

Es preciso destacar que gracias a las estrategias que han implementado los propietarios de las empresas han sido de gran ayuda y beneficio, debido a que con el paso del tiempo se ve evidenciado su crecimiento dándose de esta manera a conocer sus productos en el mercado internacional.

CAPITULO IV

5.1 DISCUSIÒN

El objetivo principal de esta investigación fue analizar la internacionalización de las empresas esmeraldeñas como una oportunidad para insertarse en los negocios internacionales. Para ello, se tomaron en consideración tres dimensiones: identificar las empresas esmeraldeñas, determinar las ventajas y desventajas de una empresa al internacionalizarse e identificar las estrategias utilizadas para su internacionalización.

En uno de los primeros resultados de esta investigación se pudo constatar que la ciudad de Esmeraldas cuenta con varias empresas dedicadas a la exportación de distintas áreas comerciales las cuales han posibilitado el efecto de internacionalización en los distintos mercados. Sin duda, el proceso por el cual las empresas atraviesan para generar impactos a escalas internacionales está arraigados con los nuevos mecanismos de comercialización y crecimiento económico.

Así mismo se indagó sobre la competitividad de las empresas exportadoras, las cuales mostraron que el efecto de internalización ha provocado generar grandes flujos de ingresos y una reputación notable a nivel comercial. Tal como establece González Alvarado (2012), las empresas han alcanzado la competitividad internacional gracias a los vínculos comerciales de su localidad de origen aun cuando estén interesadas en actuar solo localmente, las mismas que se ven afectadas por un ambiente internacional entre diferentes mercados.

En la actualidad, pese a las diversas políticas y leyes que rigen el mercado internacional, las empresas han consolidado sus estructuras y las han adaptado a los mecanismos de control y supervisión que amerita el contexto internacional.

Según Cuervo, (2018) es necesario saber identificar las dificultades que poseen las empresas al momento de crear vínculos entre países teniendo en cuenta la competencia dentro de los mercados internacionales. Por medio de los hallazgos dentro la investigación de pudo evidencia que uno de los obstáculos que actualmente presenta las empresas al momento querer internacionalizarse está relacionado con el tema del idioma puesto que actualmente es considerada una de las barreras al nivel de los negocios internacionales. Otro de los inconvenientes que se presentan las presentan las empresas al momento de involucrarse para logar internacionalizarse es el tema de los precios debido

que los empresarios tienden a aumentar los costos en comparación a los precios que ofrecen los países.

González Alvarado (2012), manifiesta que muchas de las empresas han alcanzado la competitividad internacional gracias a los nexos con clientes anteriores que recomiendan los productos por su calidad y renombre que tiene los propietarios, aplicación del marketing por medio de la utilización de redes sociales, bróker captados en ferias comerciales para así dar a conocer su nombre, marca y la calidad de sus productos es decir fijando sus metas no solo en un mercado local sino a nivel mundial.

De acuerdo con la CEPAL el alcance de una empresa a nivel internacional trae consigo efectos positivos, puesto que esta ayuda al crecimiento económico, productivo, social otorgando así fuentes de trabajo para mantener estándares de calidad de vida óptima. En relación a lo que se obtuvo en la investigación actual se menciona que la internacionalización de las empresas esmeraldeñas ha sido una clave fundamental para que sus productos sean comercializados y tengan una gran acogida diferentes países sobre todo en el mercado europeo.

Los retos y desafíos que enfrenta la internacionalización en las empresas esmeraldeñas: como unas oportunidades para insertarse en mercados internacionales muestran un panorama distinto cargado de variables las cuales buscan respuestas rápidas y oportunas para el crecimiento y toma de decisiones a nivel empresarial.

Es preciso indicar que el desarrollo de este trabajo ha estado expuesto a ciertas limitaciones, la más fuerte que todavía afecta al mundo y que ha cambiado nuestra manera de vivir es la emergencia sanitaria producto del Covid-19. Esto generó que la recopilación de la información no llegara a escalas mayores como se había proyectado desde el inicio, pero sin duda se puede alcanzar cada uno de los objetivos planteados mediante la participación de las empresas a las cuales se tuvo acceso y proporcionaron la información de manera voluntaria.

Sin embargo, quedan varias interrogantes ¿Cuál es el impacto que genera la internacionalización en las empresas ecuatorianas? y ¿Cuáles son los alcances de la internacionalización para el logro de los objetivos institucionales de las empresas en Ecuador? . Es importante por cuanto se pueden plantear futuros estudios relacionados al

área de desarrollo e internacionalización de empresas (micro, pequeñas, medianas empresas y eps) donde se encuentra inmerso el control interno como un medio de control de las operaciones que se da en las instituciones. Además, el mercado de empresas internacionalizadas cada vez va en aumento y su impacto en el medio es sin duda un efecto transformador.

Finalmente se espera que este trabajo contribuya para que los futuros profesionales de la Escuela de Comercio Exterior y Negocios Internacionales encuentren un material de consulta que le permita conocer un poco más de qué mediante esta investigación, que la pongo a disposición de la comunidad académica de la esmeraldeña.

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES

Después de efectuarse la aplicación de la entrevista en la ciudad de Esmeraldas, con el fin de conocer el proceso y que tuvieron cada una de las empresas antes mencionadas para lograr izarse de determino las siguientes conclusiones:

1. En la ciudad de Esmeraldas existen varias empresas que han logrado internacionalizarse mediante alianzas y estructuras transformadoras que generan nuevas fuentes de negociación y amplían el panorama en el medio local e internacional. Estas empresas se proyectan hacia estos panoramas con el fin de maximizar sus ingresos y a su vez generar eficiencia en sus operaciones comerciales y mercantiles.
2. Las ventajas de la internacionalización son las que permiten realizar acuerdos con mercados desarrollados que generan transacciones y alianzas con el fin de generar desarrollos sostenibles, así mismo, las desventajas que en ocasiones se presentan son en base a las leyes que las fronteras plantean a empresas internacionales. Todos estos factores sin duda, repercuten de manera directa en las operaciones comerciales de la interacción y generan que las empresas se planteen estrategias para el logro de sus objetivos.
3. Las estrategias que se realizan para la internacionalización están basadas en acuerdos mercantiles de importación y exportación que permitan a los involucrados generar ganancias significativas. Las mismas que las hacen exitosas en el mercado y a su vez les permiten generar bienes y servicios que generen que todas las operaciones roten de manera correcta.

6. RECOMENDACIONES

Una vez concluida la investigación luego de haber obtenido los resultados, se propone recomendaciones, a fin de promover el crecimiento económico dentro de la ciudad de Esmeraldas.

1. Incentivar a las empresas de la ciudad de Esmeraldas a su internacionalización, para que se den a conocer fuera del mercado nacional ofertando sus productos.

2. Capacitar y especializar a los empresarios de la ciudad de Esmeraldas en procesos de exportación, para que puedan ofertar sus productos en el mercado nacional e internacional.

3. Promover a las Pymes que brinden productos con altos estándares de calidad otorgando en ellos un valor agregado significativo.

4. Apostar por la innovación ya que puede relacionarse de distintas maneras; sea en la política de la empresa, recursos humanos, los diferentes métodos de pago o en el producto final, ofreciendo cosas como packagings más llamativos, prácticos u originales que representen a la empresa y país de origen.

BIBLIOGRAFIA

(s.f.). Obtenido de Glosario de Contabilidad: https://debitoor.es/glosario/definicion-empresa

Córdoba, Valero. *La internacionalización de las empresas exportadoras. Estado de la cuestión* Internationalization of export companies. A state of the art*. Obtenido de La internacionalización de las empresas exportadoras. Estado de la cuestión* Internationalization of export companies. A state of the art.

De Gerencia.com. Obtenido de https://degerencia.com/tema/gerencia/negocios-internacionales/

Fanjul, E. (s.f.). *PORTAL PARA INTERNACIONALIZACION DE LA EMPRESA Y LA ECONOMIA* . Obtenido de http://iberglobal.com/index.php/escuela-de-comercio-exterior/1455-barreras-internacionalizacion

Remirez, J. M. (s.f.). *Asesoría jurídico económica para empresas, pymes y startups*. Obtenido de http://asesoria.arriagaasociados.com/7-dificultades-en-la-internacionalizacion-de-nuestra-pyme/

RodriguezGarcia. (2013). Obtenido de https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/11281/1/RodriguezGarciaKatyMadeliny2013.pdf (s.f.). Obtenido de Glosario de Contabilidad: https://debitoor.es/glosario/definicion-empresa

Córdoba, Valero. (s.f.). *La internacionalización de las empresas exportadoras. Estado de la cuestión* Internationalization of export companies. A state of the art*. Obtenido de La internacionalización de las empresas exportadoras. Estado de la cuestión* Internationalization of export companies. A state of the art.

De Gerencia.com. (s.f.). Obtenido de https://degerencia.com/tema/gerencia/negocios-internacionales/

Fanjul, E. (s.f.). *PORTAL PARA INTERNACIONALIZACION DE LA EMPRESA Y LA ECONOMIA* . Obtenido de http://iberglobal.com/index.php/escuela-de-comercio-exterior/1455-barreras-internacionalizacion

Remirez, J. M. (s.f.). *Asesoría jurídico económica para empresas, pymes y startups*. Obtenido de http://asesoria.arriagaasociados.com/7-dificultades-en-la-

internacionalizacion-de-nuestra-pyme/RodriguezGarcia. (2013). Obtenido de https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/11281/1/RodriguezGarciaKatyMadeliny2013.pdf

(s.f.). Obtenido de Glosario de Contabilidad: https://debitoor.es/glosario/definicion-empresa

Aduana del Ecuador. (2017).

Ballesteros, R. Alfonso. (2013). *Comercio exterior: teoria y practica.*

Charles, W. (2004). Global Business Today. McGraw Hill.

Córdoba, Valero. (s.f.). La internacionalización de las empresas exportadoras. Estado de la cuestión* Internationalization of export companies. A state of the art. Obtenido de La internacionalización de las empresas exportadoras. Estado de la cuestión* Internationalization of export companies. A state of the art.

Cuervo-cazurra. (2018). Dificultades en la internacionalización de la empresa. *Universia Business Review,*.

Darder Fidel León. (2008). Empresas de acelerada internacionalización. *TEC Empresarial*.

De Gerencia.com. (s.f.). Obtenido de https://degerencia.com/tema/gerencia/negocios-internacionales/

Fanjul, E. (s.f.). *PORTAL PARA INTERNACIONALIZACION DE LA EMPRESA Y LA ECONOMIA* . Obtenido de http://iberglobal.com/index.php/escuela-de-comercio-exterior/1455-barreras-internacionalizacion

González Alvarado, T. E. (2012). Internacionalización de empresas y desarrollo económico en zonas pobres. *Universidad & Empresa*.

Internacionalización de empresas y desarrollo económico en zonas pobres. (s.f.).

Johnson G., S. K. (2011). Stratégique. 9° edición. Ed. Pearson, Francia. Obtenido de http://descuadrando.com/Estrategia_de_internacionalizaci%C3%B3n#targetText=La%20estrategia%20de%20internacionalizaci%C3%B3n%20es,de%20su%20pa%C3%ADs%20de%20origen.

Ramirez, J. M. (s.f.). *Asesoría jurídico económica para empresas, pymes y startups*. Obtenido de http://asesoria.arriagaasociados.com/7-dificultades-en-la-internacionalizacion-de-nuestra-pyme/

RodriguezGarcia. (2013). Obtenido de https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/11281/1/RodriguezGarciaKatyMadeliny2013.pdf

Rozo, C. (1993). Internacionalización!! y competitividad. *Política y Cultura*.

ANEXOS

Saludos cordiales.

Como parte de mi tesis en la Facultad de Ciencias Administrativas y contables de la escuela de Comercio Exterior de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas, estoy realizando una investigación acerca de las empresas que han logrado internacionalizarse en la ciudad de Esmeraldas. La información brindada en esta entrevista es de carácter confidencial, solo será utilizada para los propósitos de la investigación.

Agradezco su colaboración.

Fecha: _____Hora: _____

Empresa:_____Persona entrevistada: _____

Función: _____Experiencia admin (Años) _____

Sexo_____ Edad: _____ Telf. _____

Dimensión: Impacto

1. ¿Cuándo y cómo inició su actividad comercial la empresa?

……
……
……

2. ¿Con cuántos empleados cuenta actualmente la empresa?

……
……
……
……

3. ¿Cuáles son los productos que actualmente exporta su empresa?

……
……
……

4. ¿Qué proceso paso la empresa para llegar a internacionalizarse?

……
……
……
……..

5. ¿A qué mercado se dirige su producto?

……
……
……

Dimensión: Empresas esmeraldeñas internacionales

6. ¿Qué beneficios ha obtenido la empresa luego de internacionalizarse?

……
……
……

7. ¿Cuáles son los recursos que le ha brindado el Estado?

……
……
……

8. ¿Qué obstáculos ha encontrado al momento de internacionales?

……
……
……
……

9. ¿Qué dificultades tuvo la empresa para obtener vínculos?

……
……
……

Dimensión: Estrategias internacionalización

10. ¿Qué tipo de estrategias utilizo la empresa para darse a conocer en el mercado internacional?

……

……

……

11. Han sido eficientes las estrategias utilizadas. ¿Por qué?

……

……

……

……

12. A través de que medio (Marketing) la empresa se da a conocer a sus consumidores.

……

……

……

13. ¿Qué estrategias logísticas utiliza la empresa para brindar un mejor servicio?

……

……

14. ¿Qué estrategias financieras aplica la empresa?

……

……

……

Gracias…