Pontificia Universidad Católica del Ecuador | SEDE ESMERALDAS

ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR

TESIS DE GRADO

ANÁLISIS DE LOS FACTORES QUE INFLUYEN EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES EN ECUADOR CASO: DEPRODEMAR CIA. LTDA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

FORTALECIMIENTO EMPRESARIAL PARA EL DESARROLLO TERRITORIAL Y LA INTERNACIONALIZACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DE TÍTULO DE INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

AUTORA

ANDREA NAOMI SEGURA QUIÑONEZ

ASESOR

Mgt. MARIO ARMAS ARIAS

Esmeraldas – 2018

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Trabajo de tesis aprobado luego de haber dado cumplimiento a los requisitos exigidos por el reglamento de grado de la PUCESE previo a la obtención del título de INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR.

.....

Presidente del Tribunal de Graduación

.....

Lector 1

.....

Lector 2

.....

Director de Escuela
Mgt. Mario Armas Arias

.....

Director de Tesis
Mgt. Mario Armas Arias

Fecha: Esmeraldas, …… de ……del 2018.

AUTORIA

Yo, **Andrea Naomi Segura Quiñonez** portadora de la cedula de ciudadanía Nº 0802705178, declaro que el presente trabajo de investigación es de mi propia autoría, respetando las diferentes fuentes de información, realizando las debidas citas correspondientes.

En virtud de que el contenido de esta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor y de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Esmeraldas.

Andrea Naomi Segura Quiñonez

CI: 0802705178

DEDICATORIA

La presente investigación tiene una especial dedicatoria a Dios, por su aporte significativo en el cumplimiento de mis metas, por dotarme de paciencia, fuerza y mucha perseverancia durante el transcurso de mi carrera, a mi familia especialmente a mi abuelita por inculcar en mí valores necesarios para desempeño de mis actividades de manera honesta y responsable.

Mis padres: Sebastián Segura y Nuris Quiñonez, guerreros de la vida que han sembrado en mí gracias a su amor, apoyo y confianza, el ánimo de superación. Quienes por medios de sus actos y consejos han logrado enseñar y demostrar que hay aspectos más significativos de mujer que deben ser nutridos.

AGRADECIMIENTO

Esta investigación brinda un gran agradecido a Dios por el don del conocimiento y la confianza depositados en mí.

A la PUCE-Esmeraldas por dar la oportunidad de pertenecer en tan honorable institución a chicos y chicas que persiguen su formación profesional.

De la misma manera se agradece a los señores Damazo Zambrano Y Abraham Macías representantes de la empresa DEPRODEMAR quienes brindaron apertura y plena disposición en el proporcionamiento de su tiempo, apoyo, conocimientos y experiencias necesarios para el desarrollo y ejecución del presente trabajo de investigación.

Índice de contenido

INTRODUCCIÓN 1
Presentación del tema de investigación 1
Planteamiento del problema 2
Justificación 4
Objetivos 5
Específicos 5
CAPÍTULO I 6
1. MARCO TEÓRICO 6
1.1. Fundamentación Teórica 6
1.1.1. Teoría clásica del comercio internacional 6
1.1.2. Teoría de las Born Global 6
1.1.3. Internacionalización 9
1.1.4. Exportaciones 9
1.1.5. Balanza comercial 10
1.1.6. Balanza de servicio 10
1.1.7. Pymes 10
1.1.8. Pymes en Ecuador 11
1.1.9. Ayuda gubernamental 12
1.1.10. DEPRODEMAR CIA. LTDA. 13
1.2. ESTUDIOS PREVIOS 14
1.3. Fundamentación legal 17
CAPITULO II 18
2. METODOLOGÍA 18
2.1. Tipo de estudio 18
2.2. Métodos 18
2.3. Técnicas e instrumentos de investigación 18
2.4. Análisis de datos 19
3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS. 20
3.1. Programas gubernamentales y su aporte a la internacionalización de DEPRODEMAR. 20
3.1.1. Apoyo de programas gubernamentales 20
3.1.2. Accesibilidad al apoyo gubernamental en el Ecuador 21
3.1.3. Participación en ferias 23
3.2. Impacto de los procesos productivos y comerciales en la internacionalización 24

3.2.1. Almacenamiento 24
3.2.2. Cantidad de producto exportable 25
3.2.3. Características del producto 25
3.2.4. Acogida del producto 26
3.2.5. Innovación y tecnología 27
3.2.6. Control de calidad 28
3.2.7. Proveedores 28
3.3. Capacidades gerenciales y su intervención en la internacionalización 29
3.3.1. Experiencia exportadora 29
3.3.2. Financiamiento 31
3.3.3. Socialización con empleados 31
3.3.4. Alianzas estratégicas 32
3.3.5. Lenguaje internacional 33
Bibliografía 39
Definición conceptual y operacionalización de las variables 43
Anexos

Índice de figura

Figura 1 clasificación según el tamaño de las empresa 12
Figura 2 Modelo de desarrollo exportador 15

Resumen

El análisis del papel que las PYMES en la época de la globalización, se convierte en un tema cada vez más importante, pues en mundo cada día más interconectado el nivel competitivo de las empresas se incrementa, lo que provoca su interés por establecer continuas innovaciones, simplificación de los procesos y la propuesta de nuevos productos, que permite la diferenciación con la competencia para tratar de satisfacer el surgimiento de nuevas necesidades para el hombre y acaparando así mayor segmentos del mercado. Es por ello, que la presente investigación tiene como objetivo determinar los factores que influyen en la internacionalización de las pymes tomando como referencia DEPRODEMAR, empresa que muestra un caso exitoso de internacionalización en la ciudad de Esmeraldas, la misma que se desempeña en el procesamiento, comercialización y exportación de Pesca Blanca desde el año 2005 y de camarón desde el año 2013, exportando cada año a países como Europa, Estados Unidos, Latinoamérica y Asia.

El tipo de estudio utilizado en esta investigación es de corte exploratorio bajo el enfoque cualitativo y se utilizó el método inductivo, mediante la aplicación instrumentos de estudio como entrevista y ficha de observación, las mismas que fueron aplicadas a representantes de la empresa DEPRODEMAR y sus áreas de producción y gerencia respectivamente, con el fin de determinar los elementos empresariales que guardan estrecha relación con el establecimiento de negociaciones internacionales.

En consecuencia, el análisis de datos obtenidos en la presente investigación permitió determinar y concluir que factores tales como el apoyo proporcionado por entidades gubernamentales, la capacidad productora y comercial de la empresa y las gestiones gerenciales son factores determinantes para la inserción y posicionamiento de esta empresa en la internacionalización.

Palabras clave: factores, internacionalización, pymes, DEPRODEMAR

Abstract

The analysis of the role of SMEs in the time of globalization, It becomes an increasingly important issue, because in a world, every day more interconnected, the competitive level of companies increases, It causes interest to establish continuous innovations, simplification of the processes and the proposal of new products, that allows differentiation with the competition in order to satisfy the emergence of new needs for man and, thus monopolizing more market segments. Therefore the objective of this research is to determine the factors that influence the internationalization of SMEs, taking as a reference DEPRODEMAR, This Company shows a successful case of internationalization in Esmeraldas' city, it works in the processing, marketing and export of white fisheries since 2005 and shrimp since 2013, Every year It exports to countries such as Europe, the United States, Latin America and Asia.

The type of study used in this research is exploratory under the qualitative approach and the inductive method was used, through the application of study instruments such as interview and observation file, these were applied to representatives of the company DEPRODEMAR and its production and management areas respectively in order to determine the business elements that are closely related to the establishment of international negotiations.

Consequently, the analysis of data obtained in the present investigation made it possible to determine and conclude that factors such as the support provided by government entities, the production and commercial capacity of the company, and managerial management are determining factors for the insertion and positioning of this company internationally.

Keywords: factors, internationalization, SMEs, DEPRODEMAR.

INTRODUCCIÓN

Presentación del tema de investigación

La globalización es un proceso gradual que en las últimas décadas ha logrado la interrelación de los países del mundo, las continuas innovaciones, la simplificación de los procesos y el surgimiento de nuevas necesidades para el hombre, han provocado que las empresas vean la oportunidad de incursionar en nuevos y diversos mercados a nivel internacional, lo que desencadena una ardua competitividad empresarial a nivel de precios, calidad e innovación de los productos.

El proceso de internacionalización de la economía mundial según Pinto (1979) presento una mayor amplitud y dinamismo en 1945 ocasionando la transformación productiva y la vinculación internacional de las naciones. Por otro lado, otro fenómeno determinante en la internacionalización de la economía es el establecimiento en 1994 del Acuerdo General sobre Tarifas y Comercio, el mismo que según Alonso y Donoso (1998), ocasionó un notable crecimiento del flujo comercial a nivel mundial.

En las últimas décadas se puede evidenciar un indudable incremento en el establecimiento de bloques económicos, mediante los cuales varias naciones crean acuerdos que permiten unificar esfuerzos para adquirir el máximo beneficio de sus relaciones comerciales. En la actualidad los acuerdos establecidos por la Organización Mundial del Comercio, han dado paso a la construcción de un comercio internacional mucho más abierto, lo que ha generado implicaciones importantes para la pequeña y mediana empresa, pues, permite mediante estrategias de exportación adecuadas que los pequeños negocios puedan participar con mayor éxito en el comercio internacional y hacer frente a la competencia en los mercados exteriores.

Las micro, pequeñas y medianas empresas según estadísticas de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2015), constituyen el 99% del tejido industrial y una potencial fuente generadora de la mayoría de empleos en la región.

En el caso de Ecuador las pymes, constituyen un segmento de la actividad económica muy importante, pues, según los datos del último Censo Nacional Económico (2010) llevado a cabo por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas representan un peso significativo en cuanto al aporte a

la generación de empleo nacional, ya que, de cada 10 puestos de trabajo que existen en el país, 7 son generados por este tipo de empresas. Debido a la importancia que tiene el sector de las Pymes para la economía local, los gobiernos llevan a cabo políticas de incentivos y fomento de las exportaciones, en el caso específico del Ecuador, existen instituciones y programas gubernamental tales como PRO-ECUADOR y exporta fácil organismos enfocados a brindar asesoría y simplificación de los procesos, para que el sector artesanal y micro-empresarial pueda lograr la internacionalización.

Es por ello, que en la presente investigación se proyecta realizar un análisis de los factores que influyen directamente en el proceso de internacionalización de las micros, pequeñas y medianas empresas en el Ecuador, tomando como referencia la empresa DEPRODEMAR CIA. LTDA, la implementación del sistema gubernamental para la simplificación de sus procesos y su experiencia en el mercado internacional.

Planteamiento del problema

Las pymes en el Ecuador representan un campo importante del tejido empresarial, gracias a ello, constituyen una de las mayores fuentes generadora de empleo en el país, pese a estas características, su productividad en mercados internacionales es extremadamente baja en relación a las grandes empresas. Esto debido, a que comúnmente la competencia en los mercados internacionales está dominada en su mayoría por grandes empresas, mientras que las pequeñas se limitan a mercados locales.

La escasa participación de esta estructura empresarial en el exterior es principalmente debido a su pequeño tamaño pues, esto conduce, por lo general, a una falta de recursos humanos, financieros y tecnológicos, en consecuencia se puede evidenciar que la mayoría de estas empresas se especializan en sectores de insuficiente contenido tecnológico y escaso valor agregado. Sumado a lo anterior, la capacidad limitada para exportar de empresas ecuatorianas está ligada a la insuficiente participación de las pymes en programas e instituciones destinados al fomento de las exportaciones nacionales, lo que genera desconocimiento para este tipo de estructuras empresarial acerca de sus potenciales mercados de exportación.

El poco aprovechamiento de algunos instrumentos necesarios para una mejor participación de las pymes en el exterior tal como exporta fácil, herramientas gubernamentales que podrían ser de gran ayudar en el proceso de internacionalización

de las pymes, no obstante, la implementación de esta herramienta por parte de un reducido número de empresa provoca que sean pocas las pymes que reciben los beneficios de este instrumento, así mismo, el financiamiento juega un rol muy importante en la internacionalización de las empresas, sin embargo, existe una gran problemática para la obtención del mismo, pues, a pesar de la existencia de diversas fuentes de financiamiento se presenta una superficial participación de microempresas para captar los créditos.

Este sector de la economía ecuatoriana se enfrenta a limitaciones severas para identificar correctamente las oportunidades comerciales que ofrecen los mercados exteriores, esto dado que generalmente estas empresas no poseen recursos humanos especializados, la capacidad de establecer economías de escala, financiación o de captación y asimilación de la información comercial necesaria para sus actividades económicas, asimismo, el dilatado proceso para obtener un permiso de normas sanitarias , obstaculiza, eleva los costos y desmotiva a que los pequeños empresarios realicen inversiones para ampliar su producción hacia mercados externos. Por tanto, el atraso de Ecuador en el proceso de internacionalización de su economía representa una gran desventaja y el sacrificio de diversas oportunidades para alcanzar mayores niveles de crecimiento, bienestar y empleo en el país.

De acuerdo a lo expuesto en párrafos anteriores se plantean las siguientes interrogantes.

- ¿Cuáles son los factores que influyen en la internacionalización de las pymes en Ecuador?
- ¿La ayuda externa o gubernamental es uno de los factores que han permitido la internacionalización de la empresa DEPRODEMAR CIA. LTDA?
- ¿La capacidad productiva empresarial ha sido un factor determinante en la internacionalización de DEPRODEMAR CIA. LTDA?
- ¿La capacidad gerencial es uno de los factores que influyen en la internacionalización?

Justificación

Para alcanzar el desarrollo del país es necesario plantear propuestas que ayuden y sostengan la tesis del cambio de la matriz productiva, el sector de las pymes es un campo significativo del tejido empresarial del Ecuador, de ahí la importancia de generar conocimiento científico que sirva de base, para el estudio, fortalecimiento y consolidación del proceso de internacionalización de las pymes.

La ejecución de esta investigación se considera beneficiosa ya que su resultado permitirá realizar un análisis minucioso acerca de los factores que actúan directamente en el proceso de internacionalización de las pymes en Ecuador, tomando como referencia el caso de la empresa DEPRODEMAR CIA. LTDA y su experiencia en el mercado exterior, ya que esta empresa ha logrado consolidar sus productos en el mercado internacional, superando así, barreras que el gran porcentaje de pymes del Ecuador no han logrado romper, constituyéndose como un ejemplo para las demás empresas que desean encaminarse hacia los negocios globales o la exportación de sus productos.

Por lo antes expuesto, el aporte de esta investigación será muy valioso para el desarrollo empresarial y académico de la provincia de Esmeraldas, debido al gran reconocimiento del rol que juegan este tipo de estructuras empresariales en el desarrollo económico del país.

Sumando a lo anterior, es significativa la exploración en este campo por el notable esfuerzo público que se lleva a cabo en Ecuador para fomentar todas aquellas actividades que permitan a las pymes tener una mejor posición competitiva en el exterior, como diversos proyecto dirigido por la CEPAL y PRO ECUADOR que van encaminados a "Internacionalización de las pymes" con el objetivo de fortalecer la capacidad de los gobiernos y la implementación de políticas públicas efectivas para promover la participación internacional directa e indirecta de las pymes.

Objetivos

General

Analizar los factores que influyen en la internacionalización de la empresa DEPRODEMAR CIA. LTDA.

Específicos

- Determinar en qué medida la participación en programas gubernamentales ha aportado a la internacionalización de la empresa DEPRODEMAR CIA. LTDA.
- Determinar el aporte de los procesos productivos y comerciales en la internacionalización de la empresa DEPRODEMAR CIA.
- Identificar cuáles son las capacidades gerenciales con las que cuenta la empresa DEPRODEMAR CIA. LTDA.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Fundamentación Teórica

1.1.1. Teoría clásica del comercio internacional

La internacionalización de las empresas presenta sus orígenes desde la teoría clásica del comercio internacional propuesta por Smith (1776), quien indica que un país poseerá una ventaja sobre otro al momento de producir un bien, donde se encuentre su eficiencia e importará aquellos bienes en los que presente una desventaja absoluta, esto con relación a tiempos y costos de producción respecto a otro país.

Es por ello que se puede determinar que el comercio internacional se da como consecuencia desencadenante de la especialización y de la distribución de labores productivas. A partir de esta teoría Johanson y Vahlne (1977) consideraron importante definir la internacionalización como un proceso lento, progresivo y secuencial en el que el aprendizaje organizacional toma tiempo y es difícil de generalizar.

Esto expresado en el modelo Uppsala o también conocido como escuela nórdica expuesto por Johanson y Wiedersheim-Paul (1975), dicho modelo indica que la empresa incrementará gradualmente los recursos comprometidos en un país a medida que va adquiriendo experiencia de las actividades que realizan en dicho mercado, según Johanson y Vahlne (1992), una empresa debe iniciar su proceso de internacionalización en mercados domésticos y luego, con la experiencia y los recursos generados, incursionar en otros mercados extranjeros, iniciando en las mercados de mayor cercanía y similitud cultural.

1.1.2. Teoría de las Born Global

Tras el desarrollo de la globalización y el incremento de un número importante de pymes que ha tomado la decisión de incursionar en mercados internacionales a muy temprana edad, produjo que autores como Knight y Cavusgil (1992) definieran dichas empresas como Born Global o nuevas empresas internacionales, desencadenando así, el surgimiento de una nueva teoría que intentarían explicar el comercio intersectorial. Por tanto la teoría de las Born Global explica el fenómeno de internacionalización de pequeñas y jóvenes empresas, la presente teoría indica los factores que determinan su

actividad y afirma que estos obedecen a un enfoque global desde su creación. Este enfoque según varios autores es una nueva perspectiva emergente del proceso de internacionalización (Knight y Cavusgil, 1996; Madsen y Servais, 1997;Fillis , 2001).

Esta teoría empezó a ser considerados por diferentes investigadores como una teoría más sobre la internacionalización, los mismos que se han centrado en sectores concretos, como el de la alta tecnología (Knight y Cavusgil, 1996; Madsen y Servais, 1997) y las actividades artesanales de acuerdo Fillis (2001). Los mismos quienes coinciden en las características que presentan este tipo de estructuras empresariales:

- Se centran en nichos de mercado global muy especializados.
- Sus operaciones se extienden rápidamente a varios mercados internacionales.
- Logran entrar en los mercados principales más rápidamente que las empresas tradicionales.
- Tienen la capacidad de pasar por las diferentes etapas de internacionalización.

De igual forma, la teoría de las born global expone factores importantes para el surgimiento de este fenómeno, el primer factor hace referencia a las condiciones del mercado según Madsen y Servais (1997), quienes en lo referente a los continuos cambios que sufre el mercado indican, que es destacable el incremento de la especialización y, por lo tanto, de los nichos de mercado.

Del mismo modo, expone que los emprendedores deben vender productos innovadores ya que estos productos se distribuyen de manera más rápida en el mundo, debido a los gustos homogeneizado de los consumidores. Esto significa que las nuevas condiciones de mercado fuerzan a las empresas a incursionar en diferentes mercados rápidamente.

El segundo factor que promueve la aparición de las Born Global es el cambio de los procesos tecnológicos según Fillis (2001) el desarrollo tecnológico en áreas de producción, transporte y comunicación han implicado que las operaciones en pequeña escala puedan ser atractivas desde una perspectiva económica, ya que la especialización, la adaptación al cliente y la producción en nicho son alternativas viables en los mercados actuales. Sumado a ello Fillis (2001) expresa que los mercados se han vuelto más accesibles a consecuencia, del transporte de personas y bienes más barato, fiable y frecuente, por lo que ha dado paso a la eliminación de barreras de costos de los negocios internacionales.

Por último, el factor que está relacionado con las habilidades y capacidades del recurso humano de las empresas Knight y Cavusgil (1996) explican que un mayor desarrollo en las capacidades de las personas, incluyendo al emprendedor a fundar una empresa born global, ya que estas capacidades son un requisito básico para explotar oportunidades ofrecidas por las nuevas tecnologías de producción, de comunicación y transporte.

Asimismo, indica que las pequeñas empresas que operan en mercados internacionales después de poco tiempo de su creación, tienden a ser dirigidas por empresarios visionarios que conciben el mundo como un único mercado sin fronteras, del mismo modo, Madsen y Servais (1997) coincide con lo dicho anteriormente, no obstante, indica que la experiencia del fundador o directivo, su nivel de ambición y la motivación gerencial del mismo influyen de forma significativa en la creación y desarrollo de una empresa de estas características.

Para Hurtado, (2002, p.72), las capacidades competitivas de una empresa sólo podrán desplegarse si la dirección está dispuesta a ello y las posibilidades del mercado sólo cuentan si son percibidas por el director general.

Puesto que la investigación está enfocada en la internacionalización de las pymes se acepta la teoría Born Global, debido a su estrecha relación con el presente estudio donde se considera que las pymes por su gran importancia en la estructura económica ecuatoriana, poseen un gran potencial para la internacionalización mediante instrumentos gubernamentales que le permiten penetrar mercados extranjeros a muy temprana edad de una manera gradual concentrándose en primera instancia en países vecino , que poseen una similar economía, cultura y geografía, lo que indica, que conforme las empresas adquieran experiencias e información sobre oportunidades de mercados, tendrá la posibilidad de participar en actividades con países más diferentes.

Adicionalmente, es necesario destacar que la realidad empresarial de la empresa Deprodemar cumple con las características preestablecida por la teoría antes menciona, por ende, se puede determinar a la planta procesadora como una empresa Born Global, por su rápida inserción en mercados internacionales.

Para analizar de manera más profunda lo dicho anteriormente es necesario conceptualizar varios términos que permiten una mayor compresión del tema.

1.1.3. Internacionalización

Varios investigadores definen dicho término como una estrategia corporativa de crecimiento por diversificación geográfica internacional, la cual se produce 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 el mismo que les facilitan el establecimiento de vínculos y/o relaciones crecientes y cada vez más estables entre una determinada organización y sus mercados en el exterior (Villarreal ,2005;Otero, 2008).

Sin embargo, para Martínez (2009) es un proceso de creciente implicación y proyección internacional mediante el cual la organización está sujeta a cambios en el que se pone a prueba su capacidad de compromiso con su objetivo; abrir y penetrar nuevos mercados exteriores, Teniendo en cuenta las anteriores definiciones, se define la internacionalización como una estrategia empresarial que mediante un proceso gradual permite el posicionamiento y desarrollo a nivel internacional de una empresa.

1.1.4. Exportaciones

Una de las principales formas para llevar a cabo la internacionalización de las pymes son las exportaciones de bienes y servicios, de ahí la importancia de la conceptualización de este término, es por ello, que diversos autores concuerdan al definir las exportaciones como la simple salida de un producto de un determinado país con destino a otro, atravesando las diferentes fronteras o mares que separan a las naciones (Figueroa, 2008; Pérez, 2009).

Sin embargo, el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2014) afirma que las exportaciones “Son el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente”.

En vista a lo señalado anteriormente, se define entonces exportación como una actividad comercial que se centra en el traslado de mercancías desde su país de origen o procedencia hacia un país destino, la misma que son controladas por las normas y reglamento de cada país.

1.1.5. Balanza comercial

Es indicador económico definido por PROECUADOR (2013) como el registro de las importaciones y exportaciones de mercancías en un país durante un período, en donde, el saldo de la misma es la diferencia entre exportaciones e importaciones. Es positiva cuando el valor de las importaciones es inferior al de las exportaciones, y negativa cuando el valor de las exportaciones es menor que el de las importaciones.

1.1.6. Balanza de servicio

De la misma manera, las importaciones de servicios están reflejadas en la balanza de servicio conceptualizada por Pérez (2010) quien indica que balanza de servicios es el registro sistemático del total de pagos realizados por los servicios de los residentes de un país a los del exterior, y los que éstos a su vez cubrieron. A estos ingresos y egresos también se les denomina importaciones y exportaciones de servicios Fundamentalmente se trata de servicios de turismo y viajes, transportes, comunicaciones, seguros y servicios financieros, informáticos, culturales recreativos, entre otros.

1.1.7. Pymes

Según Wilson (2007) no hay definición exacta ni exclusiva de lo que es una pyme, sin embargo, se cuenta con ciertos parámetros que permitan determinarla en cada país, por medio del número personal que labora en ella y por las ventas netas anuales e impuestos externos que presentan, no obstante, Valdés y Sánchez (2012) consideran que se entiende por pymes, a organismos sociales integrados por elementos humanos, técnicos y materiales cuyo objetivo natural y principal es la obtención de utilidades, o bien, la prestación de servicios, coordinados por un administrador que toma decisiones para que se puedan lograr las finalidades establecidas en su constitución.

Sin embargo, en Ecuador conforme al SRI (2015) **s**e conoce como pymes, al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas.

Por lo general, en Ecuador las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas tales como; Comercio, agricultura, pesca, industrias, transporte, almacenamiento, comunicaciones, entre otras actividades.

Conforme a lo expuesto anteriormente por diversos autores se puede definir como pymes a estructuras organizacionales que desempeñan una actividad económica con fines de lucro, las mismas que pueden ser clasificadas de diferentes formas de acuerdo con el número de trabajadores y volumen de venta según el país donde pertenezcan.

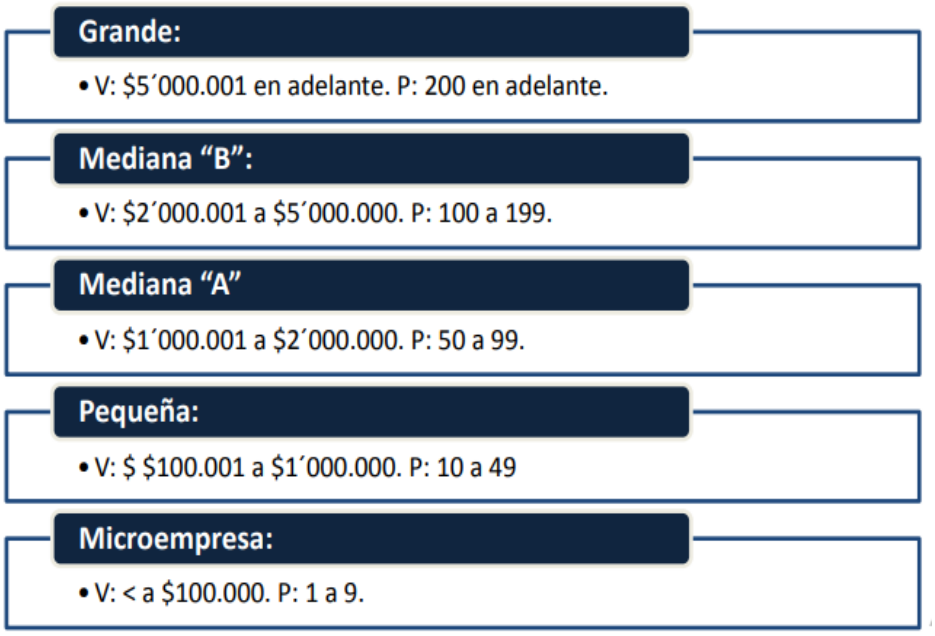
1.1.8. Pymes en Ecuador

Las pymes en Latinoamérica juegan un papel importante en el desarrollo económico la región debido a que según la CEPAL (2015), constituyen el 99% del tejido industrial y una potencial fuente generadora de la mayoría de empleos en región.

En el caso específico del Ecuador las pymes, constituyen un segmento de la actividad económica muy importante en el país, pues, según los datos del último Censo Nacional Económico (2010) llevado a cabo por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), las pequeñas y medianas empresas ecuatorianas representan un peso significativo en cuanto al aporte a la generación de empleo nacional, ya que, de cada 10 puestos de trabajo que existen en el país, 7 son generados por este tipo de empresas.

No obstante, la clasificación de las pymes a través del criterio cuantitativos, genera dificultades ya que no existen criterios unificados entre los países, sin embargo, (INEC, 2014) presenta la clasificación de las empresas ecuatorianas por su tamaño la cual se puede evidenciar en la figura 1 donde se define la clasificación de acuerdo con el volumen de ventas anual (V) y el número de personas ocupadas (P).

Figura 1 clasificación de empresas según su tamaño



Fuente: *CAN,*

Decisión 702, Artículo 3.

1.1.9. Ayuda gubernamental

Ayudas gubernamentales corresponde a todas aquellas acciones realizadas por el sector público destinadas a proveer beneficios económicos específicos a una entidad seleccionada, lo que coincide con lo expresado por las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC, 2009) que define la ayuda gubernamental como la transferencias de recursos a una entidad a cambio del cumplimiento pasado o futuro de ciertas condiciones relacionadas con las actividades de operación de la entidad.

En la actualidad el gobierno ecuatoriano ha tomado medidas que giran en torno al fomento de las exportaciones nacionales, una de ella es la implementación de la herramienta exporta-fácil, la misma que según Exportafacil (2015), es un programa impulsado por varias instituciones del Estado, permite la exportación de los productos por un valor de hasta 5000 dólares (FOB) y un peso máximo de 30 kilos por cada envío del exportador, sin que existan restricciones en la cantidad de paquetes por enviar.

Sumado a esto, Pinzón (2015) indica que el programa gubernamental está destinado a facilitar las exportaciones de las micro, pequeñas y medianas empresas, actores de la economía popular y solidaria y artesanos del país. En conformidad con lo expuesto anteriormente exporta fácil es una herramienta implementada por el gobierno nacional ecuatoriano para alcanzar el desarrollo de las exportaciones del país, simplificando los

procesos y abaratando los costos característicos del sistema que les permite a la pyme incursionar en mercados internacionales.

1.1.10. DEPRODEMAR CIA. LTDA.

Diversas empresas ecuatorianas ya se han visto beneficiadas por todas las facilidades que brindan los programas gubernamentales, entre ellas DEPRODEMAR CIA. LTDA, entidad en la que gira la presente investigación, las misma que según DEPRODEMAR (2016) se define como una compañía exportadora, ubicada en la ciudad de Esmeraldas cuya finalidad es el procesamiento, comercialización y exportación de Pesca Blanca desde el año 2005 y de camarón desde el año 2013, exportando así cada año a países como Europa, Estados Unidos, Latinoamérica y Asia.

La empacadora y procesadora, es una compañía constituida en abril del año 2004, dedicada a la comercialización de camarones y pesca blanca para grandes empresas ecuatorianas tales como: Supermaxi, Almacenes Tía y Mi comisariato, posteriormente en el año 2005 la empresa incursiono en las exportaciones teniendo como principales destinos de sus productos países con una gran cercanía geográfica tales como Colombia y Perú.

En al año 2007 la planta procesadora tras varias negociaciones con el exterior logra establecer acuerdos como empresas provenientes de México y chile expandiendo así su mercado de comercialización en Latinoamérica.

Posteriormente, desde el 2013, Deprodemar Exporta a Europa, Estados Unidos, Latinoamérica y Asia, posicionándose así en la actualidad como una de las compañías con mayor volumen de exportación, debido la comercialización del producto de forma directa con clientes internacionales, lo que se facilita un movimiento ágil y dinámico del producto a su destino final. Es necesario destacar, que toda la materia prima utilizada es transportada, procesada y almacenada cumpliendo todas las normas de seguridad exigidas en el mercado, sin romper las cadenas de frio desde el inicio en la extracción hasta su distribución final.

1.2. ESTUDIOS PREVIOS

En la actualidad, la internacionalización de las pymes presente una gran relevancia en el mundo es por ello, que en este apartado se evidenciaran una serie de investigaciones que guardan estrecha relación con el presente estudio.

Algunos autores coinciden que, en las dos últimas décadas se observa que el entorno mundial está favoreciendo el surgimiento de empresas con una acelerada internacionalización, a través de los procesos de globalización de las economías, el uso de las tecnologías de la información y las facilidades en el transporte internacional. Es por eso que es posible que un grupo, cada vez más grande, de nuevas pequeñas y medianas empresas, inicien procesos de internacionalización desde su nacimiento o muy cercano a éste (Barbosa et al., 2014; León Darder y Brenes Leiva, 2008).

Sumado a lo anterior Urbano y Vaillant (2002); Rialp y Rialp (2005) exponen las características principales que presentan este tipo de empresas son: el enfoque en nichos de mercado global muy especializados, extender sus operaciones rápidamente en mercados internacionales.

Capacidad de pasar por las diferentes etapas de internacionalización e incluso según su eficiencia algunas logran saltarse ciertas fases en el desarrollo de su estrategia de funcionamiento, asimismo, en muchos casos suelen valerse de las redes y alianzas.

Según León y Brenes (2008) afirman que la creación de un emprendimiento Born Globals no le garantiza a nadie el éxito seguro, es por esto, que plantea una serie de elementos necesarios para que este tipo de empresa pueda sostenerse en el mercado, es decir, que sobreviva y crezca. Tener la capacidad de interiorizar alguna transacción, el uso de estructuras híbridas o alternativas de recursos, logradas a través de la cooperación empresarial, tales como licencias, franquicias, o bien una estructura de redes, de la misma forma, identificar una oportunidad o ventaja ubicada en el mercado foráneo. A más de poseer y aprovechar los recursos que son únicos para una empresa en particular.

Según Cardozo, Chavarro, y Ramírez (2007) diversas investigaciones basadas en la bibliografía revisada, Madsen y Servais (1997) relacionan la aparición de las empresas Born Global con tres factores importantes:

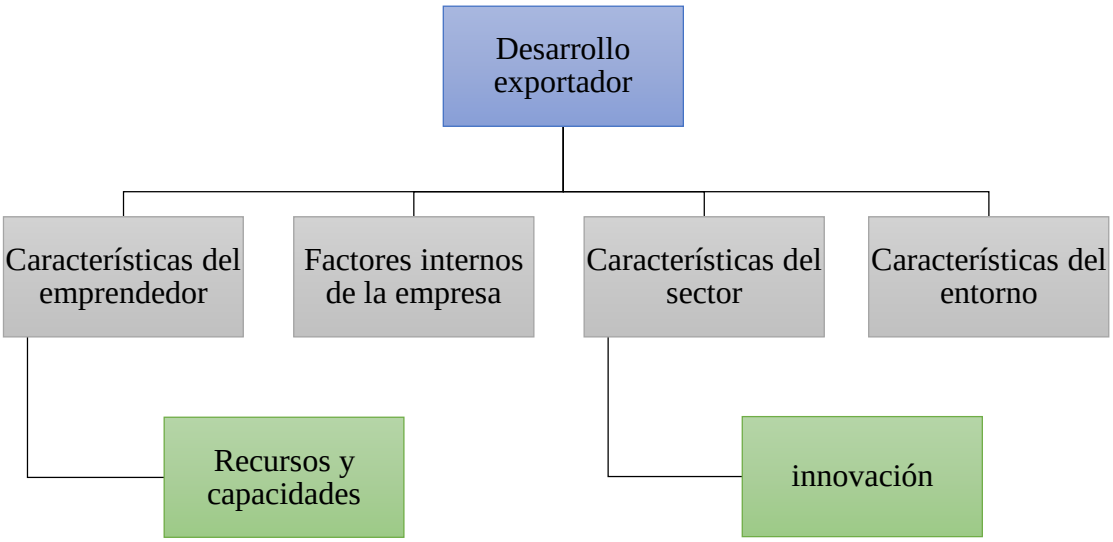
1. Las nuevas condiciones del mercado.

2. Los desarrollos tecnológicos en áreas de producción, transporte y comunicación.

3. Las capacidades más desarrolladas de las personas, incluyendo en este último punto, al emprendedor que funda la empresa Born Global.

De la misma forma (Barbosa et al., 2014) en su estudio sobre Factores que influyen en el desarrollo exportador de las pymes en Colombia coincide con los factores importantes para Cardozo, Chavarro, y Ramírez, (2007), sin embargo, identifica el modelo conceptual del desarrollo exportador de las empresas Born Global el mismo que se presenta en la figura 2.

Figura 2 Modelo de desarrollo exportador



Fuente: Barbosa (2014)

Al identificar el modelo de desarrollo se planteó una serie de hipótesis las cuales, mediante la implementación de una metodología del tipo cuantitativo, aplicada en 3 de las principales ciudades de Colombia se obtuvo los resultados:

Factores tales como las características del emprendedor (edad, formación profesional, experiencia, actitud al riesgo) están estrechamente ligadas a la internacionalización de las pymes, puesto que, la utilización eficiente de los conocimientos del empresario es una característica destacada para la presencia de este tipo de estructuras en mercados

extranjeros además corrobora que el tamaño de las ventas, las expectativas de crecimiento, la inversión en I+D y la percepción de la intensidad exportadora de la empresa están relacionados positivamente con la temprana internacionalización, de la misma manera se reconoce que generalmente el rápido desarrollo exportador de una empresa naciente depende del impulso que genera la tradición exportadora del sector.

De la misma forma, Paul, Silva, y Rozo (2014) indican que el aumentado de las exportaciones se presenta manera paulatina y se manifiesta como resultado de la adquisición de experiencia internacional, incursionando en países cercanos geográficamente, los mismos que presenten una similar cultura.

No obstante, Cancino y Bonilla (2009) quienes en una reciente investigación chilena presenta una interesante discusión acerca de la variable distancia geográfica, pues indica que las pymes que exportan a los mercados más distantes culturalmente tienen una mayor probabilidad de convertirse en born globals.

Es decir, una característica de las born globals de Chile es exportar a países lejanos culturalmente como Japón, China, Holanda, entre otros. Puesto que, las evidencias recolectadas en su investigación demuestran que el desarrollo de las born globals en Chile está especialmente soportado por las redes de contactos internacionales y por los retornos económicos que estas generan.

1.3. Fundamentación legal

La presente investigación se encuentra legalmente sustentado por leyes, reglamento y decretos provenientes de:

- Constitución de la república del Ecuador (2008)
- Código orgánico de producción comercio e inversiones (2010)

La Constitución de la república del Ecuador (2008), la misma que en su sección séptima: "Política Comercial" presenta en su Art.306 la posición del estado ecuatoriano en favor de promover las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza.

De igual forma, siguiendo la jerarquía de la ley se encuentra lo dispuesto por el Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones (2010), que en su Art. 4 "Fines" indica en sus literales O y P que las políticas ecuatorianas estarán dedicadas a fomentar y diversificar las exportaciones y facilitar las operaciones de comercio exterior esto en concordancia con el Art. 93 Fomento a la exportación.

De la misma manera el inciso 3 del artículo 131 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2010), publicado en el Registro Oficial No. 351, de fecha 29 de diciembre de 2010, indica sobre las operaciones aduaneras correspondiente a carga y descarga de mercancías, lo siguiente: "(…) Las mercancías destinadas a la exportación estarán sometidas a la potestad de la Administración Aduanera hasta que la autoridad naval, aérea o terrestre que corresponda, autorice la salida del medio de transporte."

CAPITULO II

2. METODOLOGÍA

2.1. Tipo de estudio

La presente investigación posee un tipo de estudio cualitativo pues se pretendió extraer información acerca de las características del objeto de estudio la empresa DEPRODEMAR información que permitió describir una serie de hechos, para alcanzar cada uno de los objetivos específicos planteados en la investigación, de la misma forma, dichas particularidades fueron analizadas para dar respuesta y argumentación valida sobre cuáles son los principales factores que influyeron en la internacionalización de las pymes.

Asimismo, la investigación que presento un alcance exploratorio ya que se pretendió examinar un problema que ha sido poco estudiado o que no ha sido abordado por distintos investigadores.

2.2. Métodos

De acuerdo con los objetivos planteados en el presente estudio, se utilizó el método de investigación inductivo también conocido como inductivismo, pues, este método científico permitió la obtención de conclusiones generales a partir de un hecho específico.

Dando como resultado un desenlace general mediante la observación y la aplicación entrevistas personales, que permiten generalizar procedimientos, comportamientos o actitudes acerca de los factores que influyen en la internacionalización de las pymes en Ecuador según la realidad de la empresa DEPRODEMAR CIA. LTDA.

2.3. Técnicas e instrumentos de investigación

Con el objetivo de recolectar la información más relevante, penetrar y detallar en lo trascendente acerca de los factores directamente proporcionales al proceso de internacionalización de la empresa DEPRODEMAR CIA. LTDA se utilizó en la presente investigación la entrevista a profundidad la misma que fue aplicada al gerente general y gerente de producción y calidad de la empresa, se plantearon 24 interrogantes agrupadas, en tres indicadores como lo son; ayuda gubernamental, procesos productivos y capacidad gerencial.

De la misma forma, se aplicó una ficha de observación, instrumento que permitió observar y detallar las actividades de la empresa DEPRODEMAR CIA. LTDA y evaluar los aspectos que permitan identificar cuáles fueron los factores que permitieron que la empresa haya penetrado en mercados internacionales.

2.4. Análisis de datos

La información obtenida tras la aplicación de los métodos e instrumentos antes mencionados fueron analizados a profundidad donde se aplicó el factor común para el desglose de la información más relevante otorgada por el gerente encargado de la empresa DEPRODEMAR CIA. LTDA, es necesario destacar que en la presente investigación no fue aplicable la ejecución de fórmula para la obtención de muestras de estudio ya que el estudio se centró una empresa en específico.

CAPÍTULO III

3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

El presente estudio analiza los factores que influyeron en la internacionalización de la empresa DEPRODEMAR, para realizar este análisis es necesario hacer referencia factores tales como la participación en programas gubernamentales y apoyo de los mismos, el impacto de los procesos productivos y comerciales en el establecimiento de negociación internacional y el aporte de las capacidades gerenciales para la ejecución de la negociación.

3.1. Programas gubernamentales y su aporte a la internacionalización de DEPRODEMAR.

En el siguiente apartado se presenta los resultados referentes al aporte de los programas estatales en el establecimiento de relaciones comerciales internacionales de la empresa DEPRODEMAR conforme a los siguientes indicadores.

3.1.1. Apoyo de programas gubernamentales

La ayuda proporcionada por entidades estatales es un factor de la internacionalización de las pymes del cual la empresa se vio beneficiada al inicio de su incursión en mercados internacionales, según lo expuesto por el representante de DEPRODEMAR Macias (2018) " hubo programas que vinieron como PRO ECUADOR, estuvieron aquí para ayudar a entrar en mercados internacionales, colaborar con la búsqueda de clientes y la obtención de documentación", de acuerdo a lo indicado por el entrevistado y en concordancia con el señor Damazo Zambrano, gerente y propietario de este establecimiento el aporte de organizaciones gubernamentales fue de vital importancia al inicio del proyecto de internacionalización de la empresa, e indica que, en temas de financiamiento y la participación en ferias internacionales, según Zambrano (2018) la presencia de la empresa en estos temas ha sido principalmente gestiones directamente internas del establecimiento, y también, por la ayuda de bancos privados, este mismo exponente indica que:

> De parte del gobierno, no ha habido al 100% una ayuda, simplemente han venido por medio de empresas gubernamentales a querer ayudar, se realizó una presentación en una feria auspiciada por PRO ECUADOR, pero siempre hemos quedado en stand by y no hemos logrado obtener una mayor participación de este apoyo en el desarrollo de la empresa; Zambrano (2018).

De acuerdo a lo anteriormente señalado por el señor Zambrano apesar de la existencia de una intervencion de una entidad estatal como PRO ECUADOR en el proceso de internacionalizacion de la empresa no se ha podido obtener un apoyo considerable en conceptos de financiamiento, busqueda de clientes internacionales, entre otros.

Otro factor importante de analizar, es el porcentaje de participación de la empresa en distintas ferias y el aporte de sus participaciones en el establecimiento de negocios con el exterior.

3.1.2. Accesibilidad al apoyo gubernamental en el Ecuador

Se define como ayuda gubernamental todos aquellos beneficios otorgados por entidades estatales, que van encaminados al desarrollo de un emprendimiento social o con fines de lucro. En el Ecuador en temas referentes a las exportaciones y al desarrollo del tejido productivo del país, el gobierno nacional realiza un gran esfuerzo público con el fin de aumentar y diversificar las exportaciones del país.

El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PRO ECUADOR), es una institución que nació a raíz del Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones, quienes bajo un trabajo conjunto según Intriago (2018) están encargados 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.

El Instituto de Promoción de Exportaciones es un aliado estratégico de productores, emprendedores y grandes empresas, el mismo que les ofrece un portafolio de servicios de alta calidad que están enfocados a fomentar, guiar y a internacionalizar emprendimientos. PRO ECUADOR es una entidad que cuenta con una amplia red de oficinas, encargadas de ver las necesidades del territorio y mantener el constante contacto con los productores y exportadores nacionales, a su vez posee oficinas internacionales,

enfocadas en la investigación, negociación y apertura de mercados que beneficien al Ecuador.

En la actualidad uno de los principales servicios que ejecuta este instituto lleva como nombre Ruta PRO ECUADOR y corresponden a una serie de pasos para alcanzar la internacionalización.

Según Intriago (2018), acceder a los servicios brindados por esta institución gubernamental es sumamente fácil pues, indica que un emprendedor que quiera tener conocimiento acerca de la probabilidad de exportación que posee su producto iniciará en la etapa de orientación y asesoría donde se le dotará de conocimientos, en relación a, los procesos de exportación y se expondrán las restricciones de los mercados internacionales. Adicionalmente se brindarán talleres introductorios al comercio exterior, guías informativas boletines de mercados información que servirán de mucha ayuda para la inserción de pymes en mercados internacionales.

Consecuentemente con la ruta PRO ECUADOR la segunda etapa corresponde a la evaluación del potencial exportable de la empresa por parte especialistas que dan paso a la etapa tres formación y asistencia técnica en la misma que se brindan capacitaciones especializadas y se vincula al emprendedor en proyectos como rediseño de producto, tienda virtual y diseños de empaque, herramientas necesarias para la consolidación como exportador.

De igual forma Intriago (2018) asegura que PRO ECUADOR posee una etapa dirigida a personas que ya tienen presencia en mercados internacionales, pero quieren maximizar sus negociaciones la etapa de promoción comercial proporciona la oportunidad de exhibir a nivel internacional los productos mediante la participación en rueda de negocios, misiones y ferias internacionales contando un constante monitoreo y asesoría por parte de especialistas sectoriales alrededor del mundo

En conformidad con lo antes mencionado por Macías (2018), indica que PRO ECUADOR es una entidad gubernamental de la cual se ha beneficiado la empresa DEPRODEMAR puesto que representantes de la empresa han participado en diferentes ferias y ruedas de negocios patrocinadas por este instituto, sumado a lo anterior PRO ECUADOR ofrece de forma gratuita capacitación constante sobre el proceso de exportación, oportunidades de negocios, elementos determinantes en el proceso de internacionalización de la empresa.

El gerente de calidad y encargado de la producción de la empresa DEPRODEMAR Macías (2018) asegura que PRO ECUADOR es un ente facilitador del proceso de exportación e indica que:

El acercamiento con ellos se dio mediante una visita realizada por el gerente de la empresa a sus oficinas donde se expuso la realidad comercial de la empresa, las características de los productos, los valores agregados que se generan en la planta, posterior a eso hicieron una visita a las instalaciones y se declaró aptos para la exportación tras emitir algunas sugerencias con respecto a diseños de empaque

El caso DEPRODEMAR es un ejemplo claro de la accesibilidad y utilidad del apoyo gubernamental, ya que las capacitaciones, asesorías y promoción proporcionada por entes estatales se presentan como una estrategia determinante para el posicionamiento la marca en mercados internacionales.

3.1.3. Participación en ferias

Las ferias se consideran como una amplia y eficiente estrategia de marketing que proporciona a empresas la oportunidad de exponer bienes o servicios con fines de su comercialización, la participación de empresas en ferias internacionales representa una aceleración a los procesos de negociación, puesto que la empresa presenta a sus posibles clientes todo lo referente a sus productos, precio, distribución, publicidad y promoción, lo aporta a la presentación directa de la empresa por parte de sus expositores y de la misma manera tienen la oportunidad de exhibir características diferenciadoras de sus productos y empres. En concordancia a lo anteriormente señalado Macías y Zambrano (2018) definen a la participación en ferias internacionales como un medio de comunicación importante para darse a conocer en el exterior.

Paralelamente el representante de DEPRODEMAR Macias (2018) indica el porcentage de la participacion de la empresa en ferias nacionales e internacionales y afirma que la empresa posee un 20%, en participación en exposiciones nacionales, revela que la empresa proporciona un mayor énfasis en la participación en exposiciones en el extranjero, con la finalidad de lograr el reconocida a nivel internacional de la marca, por este motivo indico que “se trata de un 80% de participación en estands de diversas ferias como la de Boston, feria de Estados Unidos, etc.” (Macias, 2018). Teniendo como resultado la ejecución de grandes negocios con cadenas de supermercados europeos y

estadounidenses logrando progresivamente el posicionamiento de productos esmeraldeños representados por la marca DEPRODEMAR en el exterior.

Sumado al porte que genera en la internacionalización de la empresa la participación en ferias internacionales y apoyo gubernamental es necesario analizar la intervención de los procesos productivos en el desempeño y ejecución de la negociación con el exterior.

3.2. Impacto de los procesos productivos y comerciales en la internacionalización

Prosiguiendo con el análisis de los elementos que intervinieron en la internacionalización de DEPRODEMAR, en el siguiente apartado se presenta los resultados referentes al impacto de los procesos productivos y comerciales en el establecimiento de negociaciones internacionales de la empresa con forme a los siguientes indicadores.

3.2.1. Almacenamiento

El área de almacenamiento son todos aquellos espacios destinados a la acumulación y protección de mercancías destinadas a la comercialización en el caso de la empresa en la cual gira esta investigación representa un pilar indispensable en la fuerza de producción puesto que ayuda recopilar mercancías que permiten abastecer grandes pedidos.

Coincidiendo con lo anteriormente señalado, lo reflejado en la ficha de observación indica que la empresa DEPRODEMAR cuenta con infraestructura amplia y acondicionada para el almacenamiento de mercancías, la misma que se encuentra en muy buenas condiciones que le permite recopilar y almacenar sus productos, además de ello, cuenta con cámaras y túneles de enfriamiento en donde mantienen su producto almacenado y refrigerado el tiempo necesario para su posterior comercialización.

Otro factor directamente proporcional con la capacidad productiva de la empresa e importante a destacar en este análisis, es que porcentaje de la producción de la planta es destinada a la exportación.

3.2.2. Cantidad de producto exportable

Coincidiendo con lo anteriormente señalado por los entrevistados la empresa DEPRODEMAR posee un gran interés en posicionar su marca a nivel internacional por ello ha mostrado gran interés en la participación en ferias y foros internacionales que le permitan cumplir este objetivo. La empresa tiene presencia en el mercado local desde el año 2004, su incursión en mercados extranjeros comprende desde año 2005, el porcentaje actual de su producción destinada a mercados internacionales es alrededor de un 80% según lo expuesto por Macias y Zambrano (2018), los mismos que añaden que el porcentaje restante de la producción es dirigido al mercado nacional.

Según la informacion proporciona por los entrevistados, se revela que es de gran interes para esta planta los mercados internacionales y esto lo ratifica el gran porcentaje de su produción destinado a la exportación.

Ligado directamente con lo indicado con antelación surge una interrrogante acerca de cuales las características de los productos elaborados por esta empresa que los hacen tan apetecibles en mercados internacionales, por esta razon resulta indispensable para esta investigación examinar las características de estos poductos y en que aportan las mismas en la internacionalización de la empresa.

3.2.3. Características del producto

Las particularidades del producto ofertado por la empresa son un conjunto de atributos que se incorporan al producto como lo es el diseño, marca, envase y calidad, estas características logran cubrir en cierto aspecto las exigencias del consumidor, según los resultados obtenidos en la ficha de observación aplicada, refleja que la empresa es poseedora de estos elementos, sumado a ello, según, Macias (2018) se realizan ciertas adecuaciones al producto en factores como diseño y envalaje según los acuerdos establecidos en la negociacion,el mismo que coincide con el señor Zambrano (2018), quien indica que “ hay ciertos clientes que prefieren la utilización de fundas plásticas para abaratar costos y otros que desean que sus productos sean enviados en cajas; nosotros nos adecuamos a la petición del cliente”, esto indica que la empresa en capaz de satifacer la necesidades de sus compradres adecuando y ofreciendo distintos tipos de embalajes y embases según las exigencias o beneficios de los clientes.

Sumado a lo anterior, la calidad es una característica de los productos elaborados por DEPRODEMAR en donde sus trabajadores colocan mayor énfasis, puesto que según Zambrano (2018), es su principal factor de competitividad, por esta razón realizan constantes auditorias de segundo grado tanto internas como externas de la plata para evitar la contaminación y corroborar la correcta manipulación de sus productos.

Gracias a esta característica la marca DEPRODEMAR ha logrado ser comercializada por grandes cadenas de supermercados internacionales y se presenta una gran acogida de estos productos en el exterior acogida importante de ser analizada en la presente investigación.

3.2.4. Acogida del producto

Desde el inicio de la participación de la empresa en negocios internacionales los productos elaborados por DEPRODEMAR de acuerdo con lo expuesto por Macias y Zambrano (2018) han tenido gran acogida en el mercado internacional tales como: Estados Unidos, Europa, Latinoamérica y Japón. Esto debido directamente según Macías (2018) a dos de sus principales factores de competitividad como lo son la variedad y calidad de sus productos, ya la empresa según los entrevistados ofrece a su clientela diferentes productos y a su vez, de cada producto se ofertar distintas gamas de valores agregados, lo que genera que sus productos sean apetecidos en el extranjero.

A manera de ejemplo el señor Abraham Masías indica uno de los determinantes de la acogida de los productos en el exterior.

> En el caso del camarón DEPRODEMAR se ofrecen distintas tallas y presentaciones; a tallas me refiero a las dimensiones del producto y con lo que respecta a presentaciones se entiende por el valor agregado que se le dé al camarón puede ir entero, sin cabeza, quebrado, desvenado, pre-cocido, hidratado Macías (2018).

Las distintas presentaciones, tamaños y procedimientos que gozan los productos de esta empresa, genera que mercados internacionales presente gran interés en realizar negociaciones con esta empresa, ya que ofrece una gran gama de productos que otorgan al cliente la capacidad de elegir dentro de una misma empresa los productos que

satisfagan sus necesidades, este factor, además, corresponde a un elemento diferenciador a la competencia.

Prosiguiendo con la investigación es destacable analizar cómo se logra esta diversidad de presentaciones, de qué forma se realizan los procedimientos en la materia prima y la implementación de tecnología en ellos.

3.2.5. Innovación y tecnología

En un mundo que sufre los constantes cambios ocasionados por el proceso de la globalización, las empresas deben estar en frecuente investigación, innovación y adecuaciones tecnológicas para tratar de satisfacer las necesidades que cada día surgen en la humanidad dentro del sector que desempeñan sus actividades comerciales es por ello que según la información proporcionada por Macías (2018), quien afirma que en la empresa DEPRODEMAR "Existe investigación y una constante innovación en los procesos productivos, en el establecimiento de nuevos productos, en creación de nuevas presentaciones y en la adquisición de nuevos equipos, los cuales aportan al personal a trabajar de una forma más técnica".

Cabe recalcar, que dentro de los procesos productivos ejecutados por la empresa DEPRODEMAR según lo expresado por Macias y Zambrano (2018) la compañía por la naturaleza de sus productos utiliza un 50% en herramientas e implementos tecnológicos y un 50% de desempeño humano-artesanal, información que coincide con lo reflejado en la ficha de observación aplicados donde se evidencio varios tipo de maquinarias y herramientas tecnológicas utilizadas para la selección, hidratado y cocción de la materia prima para sus distintas presentaciones y a su vez se demostró el trabajo de al rededor 100 personas encargadas de descabezar, pelar, desvenar, pesar y empacar la materia prima por lo que se determina que según las características del producto es necesaria la aplicación de tecnología y mano de obra artesanal.

Todas las operaciones realizadas de manera humano-artesanal y por herramientas tecnológicas son sometidos a estrictos canales de control de calidad con el objetivo de reducir lo mayor posible los errores y presencia de materiales extraños dentro del producto, la calidad según lo expresado con antelación por los entrevistados corresponde el principal factor de competitividad de la empresa, debido a ello, en apartados siguientes se expondrá la importancia de este elemento en la internacionalización de la empresa.

3.2.6. Control de calidad

En la actualidad la inspección de calidad para una empresa se presenta como el seguimiento detallado de los procesos dentro de una organización que le permite mejorar la calidad del producto y asegurar a los clientes la fiabilidad de los mismos.

Para ingresar a mercados internacionales es necesario cumplir con ciertos estándares de calidad establecidos por los países destino de las mercancías, a causa de ello, la calidad para la empresa PEPRODEMAR es uno de los factores que aportan competitividad a nivel internacional pues, según lo expresado por los entrevistados ofrecer un producto de gran calidad que cumpla con la exigencia de mercados extranjeros es un pilar fundamental para lograr el reconocimiento de la marca en el exterior es por ello el gerente de calidad y encargado de los procesos productivos de la empresa el señor Macías (2018) indica que:

> La empresa mantiene estrictas normas sanitarias en manufacturación, manteniendo todas estas áreas de trabajo constantemente supervisadas y controladas para evitar cualquier tipo de contaminación. Cuenta con planes de producción y normas de calidad "HACCP" y normas "BPM". Además, cuenta con varios filtros de calidad que permite a la empresa tener la seguridad de ofertar productos de excelente calidad.

La empresa objeto de estudio aplica un conjunto de los mecanismos, acciones y herramientas con la finalidad de detectar la presencia de errores, las mismas que se rigen a requisitos prestablecidos por organismos nacionales e internacionales como lo son el Ministerio de Salud Pública, el Ministerio de Acuicultura y Pesca, FDA entre otros.

La calidad de los productos se analiza desde los inicios del abastecimiento de la materia prima es por ello que realizar un estudio acerca de los proveedores y su aporte dentro de los procesos productivos de la planta.

3.2.7. Proveedores

Un proveedor puede ser determinado como aquella empresa encargada de abastecer a otras materiales para su posterior transformación y venta, los proveedores son un elemento vital para una empresa en el caso de DEPRODEMAR son los encargados de suministrar a la planta de la materia prima y diversos materiales necesarios para la manufactura de las mercancías, la elección de buenos proveedores juega un papel decisivo

dentro del proceso comercial según lo expresado por Zambrano (2018) los proveedores de la empresa tienen que cumplir con ciertos requerimientos establecidos por la planta requerimiento como: tallas grandes, alimentación de la materia prima , tratamiento de larvas y temperatura ideal del agua, durante todo el proceso de cultivo (desove y desarrollo de las larvas).

Los proveedores de materia prima de la empresa son principalmente camaroneras de la provincia de Esmeraldas, las mismas que se encuentran ubicadas en cantones tales como: Esmeraldas, Muisne, Rio Verde y Eloy Alfaro. Así como también distribuidores de la ciudad de Santa Elena.

Sumado a lo anterior, la compañía realiza evaluaciones y auditorías externas de tercer grado, visitando a los proveedores y camaroneras para corroborar los requerimientos de calidad preestablecidas por la planta con relación al producto y la alimentación que se le dé.

Para proseguir con la investigación es necesario analizar aspectos como la capacidad gerencial y su aporte en el establecimiento de negociaciones internacionales de la empresa DEPRODEMAR.

3.3. Capacidades gerenciales y su intervención en la internacionalización

A continuación, con referente al análisis de los elementos que intervinieron en la internacionalización de la empresa, en el siguiente apartado se presenta los resultados referentes al aporte de las capacidades gerenciales dentro del proceso de internacionalización de la empresa conforme a los siguientes indicadores.

3.3.1. Experiencia exportadora

Los conocimientos que posea la empresa antes de empezar un proceso que compromete elementos importantes tales como tiempo, dinero y fuerza productiva son indispensables para evitar cometer grandes errores que perjudiquen de cualquier forma a la compañía factores como historial exportador, antigüedad de la empresa en el negocio, nivel de conocimientos profesionales en el comercio internacional son los aportan a la empresa experiencia en negocios internacionales.

Bajo los criterios antes expuesto de indica la realidad de la empresa y se afirma que DEPRODEMAR inició su actividad comercial el año 2004, año en el cual se estableció como una planta procesadora de camarón y pesca blanca, la cual comercializaba sus productos a empresas como SUPERMAXI, ALMACENES TÍA, entre otras. En sus inicios la empresa no poseía personal e información referente a la exportación de productos según Macias (2018) su incurción en mercados internacionales fue principalmente visión del gerente general de la empresa, el mismo quien indica lo siguiente:

> Realmente al principio todo fue innovación, para entrar a la exportación tuvimos que, dirigir al personal, ayudarlos con charlas e incluso tuvimos que traer personal de otros lugares como Guayaquil y Quito para que les den un poco de asesoría en temas de exportación y de interrelación internacional que es lo más difícil Zambrano (2018).

Sumado a lo anterior, los entrevistados señalan que también se contó con la intervención de entidades gubernamentales como PROECUADOR que al inicio de la inserción en mercados exteriores proporcionaron información y directrices para la obtención de documentación necesaria para la exportación.

Según Macias (2018) entrar a un mercado significa cambio, y siempre cuando hay cambio es algo molestoso para un personal que está adaptado a trabajar de una forma artesanal, no técnica. Con lo que respecta a como se ejecuta la búsqueda de clientes en la negociación internacional los entrevistados expones que por lo general, la búsqueda internacional de clientes depende principalmente del gerente general de la empresa el señor Damazo Zambrano, quien indica que la búsqueda de clientes se realiza mediante la asistencia a estands, exposiciones a nivel internacional, de grupos camaroneros, grupos empresariales, donde se tiene acceso a foros de preguntas y conocimientos sobre otras empresas, no solo nacionales sino internacionales, hablamos de países europeos, argentinos, rusos, chinos, japoneses, etc.

Por otra parte, el financiamiento de las empresas es un elemento principal para ejecutar todos los objetivos establecidos, de ahí la importancia para su análisis en esta investigación.

3.3.2. Financiamiento

El financiamiento es un soporte económico correspondiente a la inyección de capital destinada al establecimiento de un negocio, aumentar la productividad de una empresa y al fortalecimiento de la misma, el acceso a este financiamiento es fundamental para el crecimiento económico sostenible de un negocio, ya que corresponde al motor capaz de materializar los objetivos planteados por las PYMES, pues este genera la posibilidad de aprovechar las oportunidades empresariales que se presenten. Analizando la realidad de la empresa en la que gira la presente investigan.

Según lo indicado por los entrevistados, los dineros destinados al proyecto de internacionalización y gestión de la empresa, han sido principalmente gestiones internas de la compañía según Zambrano (2018) indica que "el financiamiento de la empresa se debe a gestión del gerente general mediante el aporte crediticio de la banca privada" adicional a ello, afirma que, por parte del gobierno, no hubo un aporte significativo con respecto al factor en cuestión.

Según lo expresado por los entrevistados la empresa estuvo dispuesta a comprometer el 100% de sus recursos para lograr conseguir el proyecto de la internacionalización de la marca, aun así, hasta el momento no se ha podido tener la intervención de organizaciones gubernamentales con respecto a este tema, lo que sería de gran ayuda para seguir ampliando y desarrollando las capacidades de abastecimiento, productividad y administración de la planta.

Aportando a lo anteriormente señalado, la participación de los empleados y su sincronía en el proceso de internacionalización son factores relevantes para el análisis en esta investigación.

3.3.3. Socialización con empleados

Este factor aporta a los empleados a entender completamente en que consiste el trabajo que se ejecuta en una empresa y lograr su máxima productividad. En el caso de DEPRODEMAR la internacionalización de la empresa se tomó como un reto y objetivo empresarial según Zambrano (2018), es por ello que cada una de las áreas que intervienes en la manufactura y comercialización de los productos generados por la empresa estaban dirigidas a la obtención de este objetivo, por tanto, coincidiendo con Masías (2018), la

intención de realizar negociaciones con países internacionales fue directamente socializada con las áreas específicas de producción y administración y luego cada jefe de área estuvo encargado de informar a sus subordinados acerca de cómo se iba a realizar la inserción al mercado internacional , y todas las limitaciones que se tenían para la ejecución de la exportación.

Cabe recalcar la importancia del conocimiento de las operaciones empresariales por parte de los empleados pues, su desempaño en el trabajo depende del grado considerable de instrucción y noción que estos posean, se evidencia que estos indicadores aportan significativamente a alcanzar los objetivos planteados por la entidad.

3.3.4. Alianzas estratégicas

En la actualidad la economía está asociada directamente con la apertura de mercados y el desarrollo tecnológico, pues ocasionan que las empresas vean la necesidad de adaptarse a un entorno dinámico. Una alianza estratégica es un acuerdo realizado por dos o más partes para alcanzar ciertos objetivos en común, obteniendo beneficios mutuos. Esto puede representar para empresas un punto a favor ya que permite tratar de adaptarse al entorno cambiante en donde desempeñan sus actividades comerciales.

Según lo expresado por Macias y Zambrano (2018) la empresa posee alianzan con distintas camaroneras locales que le permiten el abastecimiento de materia prima a la planta, la misma que asienten en la ejecucion de sus operaciones.

Adicionalmete indican que la empresa no mantienen asociaciones estrategicas establesidas con entidades gubernamentales en la actualidad, indico Zambrano (2018) que "si hubo programas que vinieron como PROECUADOR, estuvieron aquí para ayudar a entrar en mercados internacionales, pero como te digo nunca fue algo al 100% comprometido (…)"

Los resultados de la presente investigación indican que la empresa posee un acercamiento estratégico con empresas asociadas a su actividad económica, encargada de suministrar materia prima para la ejecución eficiente de sus operaciones productivas.

Las empresas tienen gran incertidumbre ocasionada por la variabilidad de la economía, tecnología y apertura de negociación dentro de estos factores el idioma juega un determinante para la correcta ejecución de la internacionalización.

3.3.5. Lenguaje internacional

El inglés es una de las principales lenguas utilizadas en el mundo. El factor lingüístico corresponde un valor agregado que permite a la empresa la correcta compresión en una negociación. Además permite exponer las características de una empresa y de sus productos a clientes internacionales conduciendo así la ecuación de negocios de manera más cómoda y eficiente asimismo, la empresa está en la capacidad de negociar y buscar el bien común según los requerimientos del cliente, desempeñarse en negociaciones internacionales sin el dominio de una lengua que permita la plena comprensión que lo expuesto en entrevistas, foros, ferias, Emails ,llamadas telefónicas entre otros medios, representa una gran desventaja para la ejecución de estas negociaciones, según lo expuesto por Masías (2018).

La empresa por el momento no cuenta con una persona que se desempeñe en lenguas extranjeras e indica que "por lo normal nosotros contratamos ocasionalmente personas que estén en dialogo con nuestros clientes", sin embargo, no poseen un personal que se desempeña en esta función trabajando en la planta.

CAPÍTULO IV

4. DISCUSIÓN

Varios autores afirman que las capacidades gerenciales es un factor directamente proporcional con la internacionalización de las pymes, Cardozo, Chavarro, y Ramírez (2007)

Barbosa (2014) quien en su estudio acerca de los factores que influyen en el desarrollo exportador de las pymes en Colombia, ratifica que las capacidades del emprendedor para identificar las oportunidades de negocio se relacionan positivamente con la internacionalización de las pymes, así como también, características tales como edad, formación profesional, experiencia y actitud para la adaptación a riesgo están estrechamente ligadas a la internacionalización, pues afirma que, la utilización eficiente de los capacidades del empresario es una característica destacada para la presencia de este tipo de estructuras en mercados extranjeros, lo que concuerda con los resultados obtenidos en la presente investigación pues estos señalan que el factor gerencial de la empresa DEPRODEMAR es un componente determinante en el proceso de internacionalización de la misma, debido que se expone principales que la intención de exportación fue implementa y dirigida por el gerente propietario de la compañía.

Asimismo, se confirma que la búsqueda de clientes internacionales, la participación en ferias y stand en el exterior, así como también el financiamiento de la empresa se deben principalmente a gestiones del gerente general.

Si bien es cierto, Barbosa (2014) menciona la experiencia exportadora como una característica determinante en la internacionalización, no obstante, la presente investigación difiere y afirma que a pesar de ser importante y necesaria la experiencia exportadora para la internacionalización, contar ayuda proporcionada por entidades gubernamentales para la inserción y dirección en mercados extranjeros en el caso de DEPRODEMAR podría sustituir esa característica.

Adicionalmente, la investigación de Cardozo, Chavarro y Ramírez (2007), concuerda con lo anterior señalado e indica que a la paridad de las capacidades gerenciales existen dos factores adicionales como lo son las nuevas condiciones del mercado y el desarrollo tecnológico en áreas de producción, transporte y comunicación, los mismos que estarían estrechamente vinculados con la internacionalización de las pymes, coincidiendo en su totalidad con la investigación, en donde se expone que la empresa DEPRODEMAR se

encuentra en continua innovación y adecuación tecnológica que le permiten satisfacer de forma eficiente los requerimientos de un mercado en continuo cambio, así como también se determina la importancia de herramientas tecnológicas en la comunicación con los clientes debido a la facilidad, y accesibilidad que aporta en el establecimiento de diálogos o negociaciones entre países geográficamente distantes.

Con lo que respecta a la inserción en mercados extranjeros este estudio coincide con lo propuesto por Silva, y Rozo (2014) quienes considera que la inserción en mercados internacionales debe iniciar con operaciones en países cercanos geográficamente e indican que el aumento de las exportaciones se presenta de manera paulatina y se manifiesta mediante la adquisición de experiencia internacional.

Las exportaciones iniciales de empresa DEPRODEMAR tuvieron como destino Colombia, país con gran cercanía geográfica, mismo, que permitió la transportación por medios terrestre lo que representó incurrir en menos costos de transporte; Asimismo, este factor aportó la similitud en idiomas y costumbres en el establecimiento de la negociación, no obstante Cancino, C. y Bonilla (2009) quienes en una reciente investigación chilena difiere de lo anteriormente señalado e indica que las Pymes que exportan a los mercados más distantes culturalmente tienen una mayor probabilidad de internacionalizarse.

Es necesario recalcar, que la presente investigación tiene diversas limitaciones, ya que se enfocó en los factores y condiciones específicas de la empresa DEPRODEMAR.

Por lo anterior, es oportuno considerar que para futuras investigaciones sería de utilidad la realización de estudios que amplíen el tamaño de la muestra, que se incluyan o se apliquen a empresas con características similares que permita identificar la coincidencia o divergencia en los resultados.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES

- El aumento de las exportaciones representa para los países un elemento significativo para su desarrollo económico, de la misma manera se considera un factor determinante para el mejoramiento de los índices de bienestar social.

  En el Ecuador se ha notado un aumento sustancial de micro, pequeñas y medianas empresas que deciden incursionar en las exportaciones, empresas que en su inserción en mercados extranjeros se encuentran con diversas dificultades causadas principalmente por el desconocimiento e inexperiencia en el proceso exportador, tras el análisis de la presente investigación se considera que la ayuda proporcionada por instituciones gubernamentales tales como asesorías, capacitaciones y promoción en ferias nacionales e internacionales representa un factor influyente en la ejecución del proceso de internacionalización.

- Consecuentemente se indica, que la competitividad poseída por la empresa DEPRODEMAR se debe principalmente a la diversidad de presentaciones en sus productos y a la calidad que estos poseen.

  su posicionamiento en mercados internacionales, esta generado por el establecimiento de alianzas estratégicas con camaroneras de la provincia de Esmeraldas, las mismas que suministran a la planta en gran volumen materia prima en diversidad de tallas, así como la implementación de herramientas tecnológicas y la aplicación de un conjunto de mecanismos, acciones y herramientas con la finalidad de detectar la presencia de errores que permiten establecer una producción a escala y aportar valor agregado a sus productos, mediante estrictas normas sanitarias en manufacturación que permite satisfacer los requerimientos de clientes nacionales e internacionales.

  Es por ello, que se confirma que los procesos productivos y comerciales posee la empresa DEPRODEMAR presentan una estrecha relación con la internacionalización de la planta.

- Si bien es cierto, la ayuda de entidades ajenas a la empresa tales como instituciones gubernamentales y banca privada han aportado significativamente en el establecimiento de negociaciones con el exterior de la empresa, el presente análisis indica que el compromiso del emprendedor y las constante gestiones gerenciales en aspectos tales como búsqueda de clientes potenciales, participación en ferias, financiamiento y establecimiento de alianzas estratégicas contribuyen significativamente a la ejecución del proceso de internacionalización, así como también a la permanencia y posicionamiento de la marca en el exterior.

CAPÍTULO VI
6. RECOMENDACIONES

- Debido al énfasis que posee el Ecuador en el aumento y diversificación de las exportaciones en el país, es pertinente sugerir que DEPRODEMAR establezca un trabajo conjunto con la academia que le permita el desarrollo y ejecución de proyectos referentes a inversión y financiamiento a largo plazo los mismos que deberían ser presentados a las fuentes de financiamiento gubernamentales que les permitan aprovechar de mejor manera las políticas públicas.

- DEPRODEMAR posee la calidad de sus productos como factor diferenciador con la competencia. Por ello es pertinente sugerir, que analicen la posibilidad de obtener certificaciones internacionales tales como ISO 9001 que le permitan a la empresa demostrar sus altos niveles de calidad en los procesos productivos al establecer negociaciones internacionales y, a su vez, aumentar positivamente de rentabilidad al incursionar en mercados mucho más estrictos.

- Dentro de las capacidades gerenciales un factor importante es el dominio de lenguas extranjeras por parte del empresario, ya que este es un elemento facilitador en la comunicación y compresión de las partes negociantes, es por ello que la investigación sugiere el estudio o contratación de personal con dominio en idiomas, principalmente ingles debido a la universalidad que este idioma posee, esto tendrá como resultado el ahorro en costos de traductores esporádicos sumado a una mayor precisión y eficiencia en sus negociaciones.

Bibliografía

AMERICAS . (2015). Obtenido de http://www.americas-fr.com/es/geografia/ecuador.html

Censos, I. N. (2010). *INEC*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-de-las-empresas/

CEPAL. (2015). *Comision Economica Para America Latina y el Caribe* . Obtenido de https://www.cepal.org/es/temas/pymes

COPCI. (28 de DICIEMBRE de 2010). Obtenido de http://www.pichincha.gob.ec/phocadownload/leytransparencia/literal_a/normasderegulacion/codigo_organico_de_produccion_comercio_inversiones.pdf

deconceptos. (2016). Obtenido de https://deconceptos.com/ciencias-sociales/ecuador

DEPRODEMAR . (2016). Obtenido de http://www.deprodemar.com/

Exportafacil. (2015). Obtenido de http://www.exportafacil.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=3&Itemid=108

Figueroa, A. M. (2008). *Manual de exportaciones: la exportación en Colombia.* Universidad del Rosario. Recuperado el 14 de Noviembre de 2017, de https://books.google.com.ec/books?id=Frss6jph2nAC&pg=PA109&dq=exportacion+definicion&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjd9p315b7XAhUDS2MKHV2tBkcQ6AEIJDAA#v=onepage&q=exportacion%20definicion&f=false

Fillis , I. (2001). *Small firm internationalisation* (Vol. 39). Management Decision.

Fui. (27 de octubre de 2016). Obtenido de http://www.fuireciclado.com/sobre-fui-quienes-somos

Hurtado, N. E. (2002). *La pyme y las estrategias de internacionalizacion.* Granada: Univeridad de Granada. Recuperado el 5 de noviembre de 2017

INEC. (2014). *www.ecuadorencifras.gob.ec*. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-

inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Empresas_2014/Principales_Resultados_DIEE_2014.pdf

Intriago, R. (19 de julio de 2018). Accesibilidad al apoyo gubernamental en el Ecuador . Esmeraldas , Ecuador .

Johanson, J., & Vahlne, J. (1977). *The internationalization process of the firms.* Journal of International Business Studies . Recuperado el 4 de noviembre de 2017

Knight, & Cavusgil. (1996). *The born global firm* (Vol. 6). International Business Review. Recuperado el 5 de Noviembre de 2017

Knight, G., & Cavusgil , S. (1992). *The born blobal firm.* Administrative Science Quarterly.

Macias, A. (7 de junio de 2018). Factores que influyen en la internacionalizacion de la empresa DEPRODEMAR. (A. Segura, Entrevistador)

Macias, A., & Zambrano, D. (7 de junio de 2018). factores que influyeron en la internacionalizacion de DEPRODEMAR . (A. Segura, Entrevistador)

Madsen, T., & Servais, P. (1997). *The internationalization of Born global: an evolutionary process* (Vol. 6). International business Review. Recuperado el 5 de noviembre de 2017

Martínez, P. (2009). *PYME estrategia para su internacionalización.* Barranquilla, Colombia : Editoriales Uninorte. Recuperado el 14 de noviembre de 2017

NIC. (1 de enero de 2009). Obtenido de http://nicniif.org/files/u1/IAS20.pdf

Otero, M. Á. (2008). *Internacionalización.* Madrid, España: Netbiblo.

Pérez, M. C. (2009). *Las aduanas y el comercio internacional.* Madrid: ESIC Editorial. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=wTRHmmHpHV0C&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Pinto, A. (diciembre de 1979). *LA INTERNACIONALIZACION DE LA ECONOMIA MUNDIAL*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11712/009047069_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pinzón, Y. (Agosto de 2015). *Ministerio de Industrias y Productividad* . Obtenido de http://www.industrias.gob.ec/exporta-facil/

PROECUADOR. (4 de marzo de 2013). *PROECUADOR* . Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/glossary/balanza-comercial/

SENAE. (2014). *Aduanas del Ecuador SENAE*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2017, de https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/

Smith, A. (1776). *La Riqueza de las Naciones.*

SRI. (Octubre de 2015). *Servicio de Rentas Internas*. Obtenido de http://www.sri.gob.ec/web/guest/32

vivir, P. n. (2013). Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Plan_Nacional_para_el_Buen_Vivir.pdf

Wilson, J. (26 de marzo de 2007). *Pymes Ecuador.* Obtenido de http://www.un-trade-environment.org/meetings/Latin/2007-03-26/documents/equipo_ecuador.pdf

Zambrano, D. (8 de Junio de 2018). Factores que influyen en la internacionalizacion de DEPORDEMAR. (A. Segura, Entrevistador)

ANEXOS

Definición conceptual y operacionalización de las variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICAS
Internacionalización	Varios investigadores definen dicho término como una estrategia corporativa de crecimiento por diversificación geográfica internacional, la cual se produce a través de un proceso evolutivo y dinámico de largo plazo que afecta gradualmente a las diferentes actividades de la cadena valor y a la estructura organizativa de la empresa el mismo que les facilitan el establecimiento de vínculos y/o relaciones crecientes y cada vez más estables entre una determinada organización y sus mercados en el exterior. (Villarreal ,2005;Otero, 2008)	1. realizar visitas técnicas	1. Programas gubernamentales	Apoyo de programas gubernamentales	Entrevista
				Participación en ferias	
		2. determinar los países destino de sus exportaciones	2.Productividad	Almacenamiento	Observación
				Cantidad de producto exportable	Entrevista
				Características del producto	O&E
				Acogida del producto	Entrevista
				Innovación	
				tecnológica	Observación
				control de calidad	
				Proveedores	Entrevista
		3. analizar la implementación de la herramienta exporta fácil en la empresa.	3.capacidad comercial	Establecimiento de la empresa	
				negociación	
				legislación internacional	
				competencia internacional	
				limitaciones	
				política de precio	
			4. Capacidad gerencial	experiencia exportadora	
				financiamiento	
				socialización con empleados	
				alianzas estratégicas	
				lenguaje internacional	

El presente cuestionario estará dirigida al gerente de la empresa DEPRODEMAR CIA. LTDA el mismo que se aplicara con la intención de recolectar información acerca de los factores que influyeron en la internacionalización de la empresa. Es necesario mencionar que la información recolectada mediante este instrumento será utilizada para fines netamente académicos.

Nombre del entrevistado: _____

Duración: _____

Capacidad del producto

1. ¿Cuántos años tiene la empresa en el mercado?

   _____

2. ¿Los productos elaborados por la empresa DEPRODEMAR CIA? LTDA han tenido gran acogida en el mercado internacional?

   _____

3. ¿Qué porcentaje de su producción está destinada a la exportación?

   _____

4. ¿El producto es comercializado en el mercado local e internacional?

   _____

5. ¿La empresa tuvo que adaptar la producción a exigencias internacionales para la exportación?

   _____

6. ¿Cuál considera usted que es el factor competitivo con el que cuenta su producto?

   _____

Capacidad productiva de la empresa

7. ¿Existe investigación y desarrollo para el mejoramiento de los productos, los procesos productivos y los equipos en la empresa?

   _____

8. ¿Quiénes son sus principales proveedores?

   _____

9. ¿Se realiza la evaluación de los proveedores por parte de la empresa?

   _____

10. Podría decir que el proceso productivo de la empresa utiliza mayoritariamente el factor tecnológico o humano artesanal

    _____

11. ¿Cuenta la empresa con un plan de producción y normas de calidad, para el proceso productivo?

    _____

Capacidad comercial

12. ¿La empresa DEPRODEMAR CIA? LTDA inició sus actividades comerciales en el mercado nacional o se estableció como una empresa exportadora?

    _____

13. ¿Cómo se realiza la búsqueda de clientes y la negociación internacional de la empresa?

    _____

Programas gubernamentales

14. ¿La empresa ha utilizado algún tipo de apoyo gubernamental para su penetración en mercados internacionales? _____

15. ¿Cuál es el grado de participación de la empresa en ferias o exposiciones nacionales e internacionales_____

16. ¿Conforme a que factores se establece la política de precio de la empresa DEPRODEMAR CIA. LTDA.?_____

17. ¿La empresa ha tomado en cuenta los acuerdos comerciales para enfocar los mercados de exportación_____

18. ¿Cuáles son las limitaciones que se presentan en el proceso de exportación para empresa?

    _____

Capacidad gerencial

19. ¿Antes de haber incursionado en mercados internacionales la empresa poseía personal con experiencia exportadora o con conocimientos en las áreas de comercio exterior?

    _____

20. ¿La empresa estuvo dispuesta a comprometer todos los recursos necesarios para la exportación?

    _____

21. .¿El proyecto de internacionalización fue socializado con cada uno de sus trabajadores o solo con las áreas pertinentes

    _____

22. ¿La empresa realizó alianzas estratégicas con fines de exportación?

    _____

23. .¿Los miembros de la dirección de la empresa pueden desempeñarse en una o varias lenguas extranjeras?

    _____

24. .Bajo su criterio personal, ¿Cuáles cree usted que fueron los factores determinantes para la internacionalización de la empresa DEPRODEMAR CIA.LTDA?_____

	FICHA DE OBSERVACIÓN						
	ÁREA OBSERVADA						
	FECHA						
	OBSERVADOR						
	DURACIÓN						
	CRITERIOS A OBSERVAR	PUNTUACIÓN					
		NO	0	1	2	3	4
1	Calidad de los productos						
2	Ventaja competitiva del producto						
3	actualización tecnológica del proceso productivo						
4	Tiene Identificada su cadena de valor						
5	Puede usted medir la satisfacción del cliente						
6	Infraestructura						
7	Área de almacenamiento						
	OBSERVACIÓN GENERAL						
	LEYENDA						
NO	No se observó						
0	Se observó la falta de este indicador						
1	1 Se observó sólo una vez						
2	Se observó pocas veces						
3	Se observó algunas veces						
4	Se observó con frecuencia						









