



Pontificia Universidad  
Católica del Ecuador

SEDE  
ESMERALDAS

## **Carrera Negocios Internacionales**

### **Título**

**Razones para el uso de intermediarios en las  
exportaciones de la ciudad de Esmeraldas**

**Previo al grado académico de Licenciada en  
Negocios Internacionales**

### **Autora**

**Danyelli Alcívar Rojas**

### **Asesora**

**Mgt. Isabel Cristina Maldonado Román**

**Esmeraldas, septiembre 2023**



## **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 LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES.

---

**Presidente Tribunal de Graduación**

Mgt. ....

---

**Lector 1**

Mgt. ....

---

**Lector 2**

Mgt. ....

---

**Coordinador del área**

Mgt. Cristina Mendoza Macías

---

**Director de Tesis**

Mgt. Isabel Cristina Maldonado Román

**Fecha:** Esmeraldas, 1 de septiembre de 2023

## **Autoría**

Yo, Danyelli Alcívar Rojas, portadora de la cédula de ciudadanía N.º 0803386226, declaro que el presente trabajo de investigación es de mi propia autoría, respetando las diferentes fuentes de información, realizando las debidas citas correspondientes.

---

Danyelli Alcívar Rojas

CI: 0803386226

## **Dedicatoria**

A mis padres, por el apoyo brindado día a día, porque me inculcaron la importancia de estudiar.

A mis hermanos y a mi novio, por siempre guiarme y demostrarme el apoyo incondicional.

A mi abuelo, que desde el cielo me dio fuerzas para no rendirme jamás.

## **Agradecimiento**

A Dios.

Por darme la sabiduría y por permitir cumplir este objetivo.

A mi familia.

Por darme la dicha de seguir estudiando y preparándome cada vez más.

A la Directora de Tesis Mgt. Isabel Cristina Maldonado Román, por brindarme sus conocimientos, su paciencia y sobre todo sus consejos a lo largo del proyecto de tesis.

A todos los docentes de la carrera por enseñarme sus conocimientos y guiarme para ser una mejor persona tanto en el ámbito de la vida cotidiana como en la vida profesional.

## Tabla de contenidos

Tribunal de Graduación .....	i
Autoría .....	ii
Dedicatoria .....	iii
Agradecimiento.....	iv
Tabla de contenidos .....	v
Índice de Tablas .....	vii
Índice de Figuras .....	viii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT.....	x
PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO.....	1
Descripción del problema a estudiar .....	1
Justificación del estudio .....	6
Objetivos .....	7
Objetivo General .....	7
Objetivos Específicos .....	7
CAPÍTULO 1. Marco Teórico.....	8
1.1. Bases conceptuales.....	8
1.1.1. Exportación. Definición. Generalidades.....	8
1.1.2. Barreras de la exportación .....	11
1.1.3. Tipos de exportaciones .....	13
1.1.4. Clasificación de los exportadores .....	15
1.1.5. Intermediación. Definición .....	16
1.1.6. Los intermediarios. Tipos .....	17
1.1.7. La intermediación en la exportación. Funciones de la intermediación en la exportación .....	20
1.1.8. Ventajas y desventajas del uso de intermediarios en el proceso de exportación .....	23
1.2. Antecedentes de la investigación .....	25
1.3. Bases legales .....	29
CAPÍTULO 2. Metodología .....	32
2.1. Delimitación espacio temporal del estudio .....	32
2.2. Tipo de investigación .....	33

2.3. Métodos de investigación.....	34
2.4. Población.....	34
2.5. Técnicas de investigación .....	35
2.6. Operacionalización de variables .....	35
2.7. Instrumentos de recolección de datos .....	36
2.8. Técnicas de procesamiento de datos .....	37
2.9. Normas éticas .....	37
CAPÍTULO 3. Resultados y discusión .....	38
3.1. Reporte de los datos .....	38
3.2. Discusión.....	49
CAPÍTULO 4. Conclusiones y recomendaciones.....	55
4.1. Conclusiones generales .....	55
4.2. Recomendaciones o trabajos futuros.....	56

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1</b> Identificación de empresas .....	32
<b>Tabla 2</b> Población del estudio.....	35
<b>Tabla 3</b> Operacionalización de la variable Intermediarios en la exportación .....	36
<b>Tabla 4</b> Razones para el uso de intermediarios resultantes por cada dimensión analizada, principales motivos de las razones .....	48

## Índice de Figuras

<b>Figura 1</b> El proceso de exportación .....	10
<b>Figura 2</b> Tiempo que llevan exportando las empresas.....	38
<b>Figura 3</b> Países a los que exportan las empresas encuestadas .....	38
<b>Figura 4</b> Razones por las que se usan intermediarios en el proceso de las transacciones .....	39
<b>Figura 5</b> Motivos de la primera razón del uso de intermediarios en el proceso de las transacciones.....	40
<b>Figura 6</b> Motivos de la segunda razón del uso de intermediarios en el proceso de las transacciones.....	40
<b>Figura 7</b> Motivos de la tercera razón del uso de intermediarios en el proceso de las transacciones.....	41
<b>Figura 8</b> Razones por las que se usan intermediarios en el proceso de la logística.....	42
<b>Figura 9</b> Motivos de la primera razón del uso de intermediarios en el proceso de la logística.....	42
<b>Figura 10</b> Motivos de la segunda razón del uso de intermediarios en el proceso de la logística.....	43
<b>Figura 11</b> Motivos de la tercera razón del uso de intermediarios en el proceso de la logística.....	43
<b>Figura 12</b> Motivos de la cuarta razón del uso de intermediarios en el proceso de la logística.....	44
<b>Figura 13</b> Razones por las que se usan intermediarios en la gestión para la adquisición de los productos por parte del consumidor final.....	45
<b>Figura 14</b> Motivos de la primera razón del uso de intermediarios en la gestión para la adquisición de los productos por parte del consumidor final .....	46
<b>Figura 15</b> Motivos de la segunda razón del uso de intermediarios en la gestión para la adquisición de los productos por parte del consumidor final .....	46
<b>Figura 16</b> Motivos de la tercera razón del uso de intermediarios en la gestión para la adquisición de los productos por parte del consumidor final .....	47
<b>Figura 17</b> Motivos de la cuarta razón del uso de intermediarios en la gestión para la adquisición de los productos por parte del consumidor final .....	47

## **RESUMEN**

El estudio tuvo como objetivo determinar las razones para el uso de intermediarios en las exportaciones de la ciudad de Esmeraldas. El enfoque de estudio fue cuantitativo, con alcance descriptivo y diseño no experimental. Se trabajó con una población de siete empresas que realizan exportaciones de diferentes rubros y operan en Esmeraldas. Se aplicó un cuestionario, que fue validado por expertos en el área de negocios internacionales. Los resultados refieren cuatro grandes razones por las cuales usan intermediarios en sus empresas: por la gran distancia con el mercado, por la falta de tiempo para responder a los trámites y transacciones, por la reducción de los costes en las operaciones de intercambio y porque ayudan a identificar mercados potenciales. Las conclusiones del estudio evidencian que las razones del uso de intermediarios en las transacciones internacionales resultan positivas para los productores, especialmente en áreas como Logística y Gestión, experiencias que le han traído beneficios a los mismos porque además ahorran tiempo y recursos.

**Palabras clave:** intermediarios; proceso de transacción; proceso de logística; gestión de adquisición del producto

## **ABSTRACT**

The objective of the study was to determine the reasons for the use of intermediaries in exports from the city of Esmeraldas. The study approach was quantitative, with a descriptive scope and non-experimental design. We worked with a population of seven companies that export different items and operate in Esmeraldas. A questionnaire was applied, which was validated by experts in the area of international business. The results refer to four main reasons why they use intermediaries in their companies: due to the great distance from the market, due to the lack of time to respond to procedures and transactions, due to the reduction of costs in exchange operations and because they help to identify potential markets. The conclusions of the study show that the reasons for the use of intermediaries in international transactions are positive for producers, especially in areas such as Logistics and Management, experiences that have brought benefits to them because they also save time and resources.

**Keywords:** intermediaries; transaction process; logistics process; product procurement management

## **PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO**

- **Descripción del problema a estudiar**

La exportación es un proceso clave en el ámbito de los negocios internacionales y juega un papel fundamental en la economía global como proceso mediante el cual, las empresas venden y envían bienes tangibles e intangibles a otros países para obtener beneficios de esas negociaciones (Torres, 2004). Este proceso permite a las empresas expandirse más allá de sus mercados locales, aprovechar nuevas oportunidades de crecimiento y diversificar sus ingresos, sin embargo, impone como reto a las empresas el auto reconocerse en su tamaño, composición y capacidades para que puedan tener una participación activa en el mercado internacional (Park et al. 2019).

Bajo este panorama, las exportaciones pueden incluir una amplia variedad de productos y servicios, desde bienes manufacturados hasta productos agrícolas y recursos naturales, que hacen incrementar sus capacidades productivas, así como tecnológicas (Vergara, 2021), lo que pueden demandar de nuevas alternativas para mantener sus escalas en el mercado mundial, especialmente en aquellos pequeños productores; una de ellas es el uso de intermediarios (Proaño, 2013).

Los intermediarios en la exportación son actores que generalmente se encuentran presentes en el proceso de comercio internacional porque se han transformado en agentes centrales dentro de las cadenas de valor de las empresas para acelerar los intercambios comerciales (Gaudin y Padilla, 2020). Ellos facilitan la conexión entre productores y consumidores en diferentes países. Estos intermediarios pueden desempeñar diversas funciones, como identificar oportunidades de mercado, gestionar la cadena de suministro y la logística, negociar contratos y acuerdos comerciales, además, trabajar en conjunto con los productores o fabricantes para obtener beneficios mutuos (García, 2014).

Los intermediarios en la exportación son empresas o individuos que se encargan de facilitar el proceso de exportación, actuando como intermediarios entre los productores y los compradores en el extranjero, atrayendo nuevos mercados y consumidores (Moreno et al. 2020). Es importante destacar que la elección de los intermediarios en la exportación

puede variar según la industria, el producto y el mercado objetivo. Cada empresa exportadora evalúa sus necesidades y busca intermediarios confiables y competentes que se ajusten a sus requerimientos específicos (Gaudin y Padilla, 2020).

Algunos ejemplos de intermediarios en la exportación incluyen agentes, distribuidores, consorcios de exportación y despachantes de carga. Estos actores pueden ayudar a las empresas a superar barreras geográficas, culturales y regulatorias, permitiéndoles expandirse a nuevos mercados y aprovechar oportunidades de crecimiento, porque están en contacto más directo con los consumidores finales y son quienes negocian la calidad y los precios para los clientes (*European Forest Institute*, 2021).

En el mundo y países del bloque comercial internacional de Europa, los agentes intermediarios poseen una importante presencia en el desarrollo de exportaciones, estos intermediarios suelen ser empresas especializadas en la exportación que ofrecen servicios de asesoramiento, logística y financiamiento a los productores locales que desean exportar sus productos (Acosta, 2017). Además, tienen una amplia red de contactos en el extranjero, lo que les permite encontrar compradores para los productos locales.

América Latina y el Caribe han tenido un crecimiento económico perceptible en los últimos años, aunque se vio afectado en el 2020 producto a la pandemia ocasionada por el COVID 19. Ese año decayeron a -13% las exportaciones en la región, considerándose el peor desempeño de estos países desde el 2015 hasta la actualidad Comisión Económica para la América Latina - CEPAL, (2021). Esto ha generado que los empresarios busquen alternativas como la implementación de intermediarios o también llamados agentes de distribución, *Brokers* o mediadores (Acosta, 2017).

En América Latina y el Caribe, los intermediarios son mucho más comunes, especialmente en países como el Ecuador, estos juegan un papel fundamental en el proceso de exportación, facilitando la conexión entre los productores locales y los mercados internacionales, siendo una práctica habitual entre los pequeños productores y quienes exportan el producto (Morales et al. 2018). Estos intermediarios pueden ser tanto empresas especializadas en comercio internacional como agentes comerciales independientes. Su principal objetivo es ayudar a las empresas a superar barreras y

desafíos en los mercados internacionales, brindando servicios especializados y conocimientos locales.

Datos del Banco Mundial (2021), mencionan que Ecuador actualmente está en el puesto 68 de los países exportadores, y según el Ministerio de Agricultura y Ganadería, el primero en exportación de cacao en grano en América (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2023). Sus ventas al exterior están en el 20,47% con respecto al Producto Interno Bruto (PIB). Esto indica que en el país la exportación tiene un comportamiento fluctuante y paulatinamente creciente.

Sin embargo, esta fluctuación creciente de las exportaciones en Ecuador no está libre de dificultades. Aún persisten dificultades que se han hecho evidentes desde hace años atrás, ya indicaba Blanco (2011) en su estudio que factores como el desconocimiento de los pequeños y medianos productores acerca de estrategias de negociación, análisis de mercados, aspectos técnicos para iniciar una exportación, restringen fuertemente el desarrollo de los productores y la competitividad de las empresas ecuatorianas en el exterior.

El Ecuador históricamente ha participado en las exportaciones con diferentes rubros hacia países de Europa y Estados Unidos, y, aunque su participación actualmente en el mercado es del 62% en el mercado mundial (Vicepresidencia de la República del Ecuador, 2015). Durante los últimos años, según los autores revisados, se puede indicar que las altas demandas, la vulnerabilidad de los precios y la competitividad han crecido, y con ello también el uso de intermediario para las negociaciones internacionales. En este sentido, Morales et al. (2018) que la comercialización de diversos productos bajo la figura de intermediarios se practica frecuentemente en el país. Después de la cosecha, se vende a los intermediarios, quienes se encargan de exportarlo.

Al respecto, coincide también, la *European Forest Institute* (2021), esta señala que el sector cacaotero y de otros rubros son industrias que dependen en gran parte de los intermediarios, alcanzando un poco de más de mil intermediarios que realizan sus operaciones en centros de acopio, donde se almacenan los productos traídos de los pequeños productores, y que posteriormente son exportados al exterior en un 85% aproximadamente.

De igual forma los productos cultivados por pequeños productores son comercializados por intermediarios, quienes imponen ciertas condiciones de intercambio a los productores que no le son favorables (Quezada, 2022). De manera que, los intermediarios son una figura que ha ido creciendo al paso de los años en el tema de las exportaciones en muchas provincias del Ecuador, especialmente en Esmeraldas (Sozorangea, 2022).

En cuanto a Esmeraldas, esta es reconocida como una provincia ecuatoriana destacada en la producción de mariscos, peces y camarones (Cobeña, 2023); así como el aceite de palma y el cacao fino de aroma. Estos productos gozan de renombre a nivel local, nacional e internacional. Según datos de Borja et al. (2021) Esmeraldas para el año 2018, tuvo una participación del 10% en la producción nacional del cacao de fino aroma, siendo una de las tres provincias que en conjunto suman a la mayor producción del país, lo que agregó al crecimiento de exportaciones en este sector para este año 2018, con un total de 315 toneladas, significando un ingreso importante al país de 710 millones.

Sin embargo, actualmente su contribución a las exportaciones del país es más baja si se compara con otras provincias como Manabí, Los Ríos y El Oro (Sozorangea, 2022) y, por lo tanto, son bajas sus expectativas para los próximos años. Esta situación se debe en gran parte a la presencia de intermediarios en el proceso de comercialización, quienes adquieren los productos esmeraldeños y los distribuyen a otros mercados (El Misionero, 2023). De esta manera, los productores locales venden su producción a exportadores que, a su vez, envían los productos a través de otras aduanas del país (Dirección de Inteligencia Comercial, PROECUADOR, 2021).

Otra dificultad que se presenta es la distribución desigual de los beneficios económicos entre los productores y los intermediarios. Los intermediarios pueden obtener márgenes de ganancia significativos al revender los productos en los mercados internacionales, mientras que los productores locales pueden recibir una menor proporción de las ganancias (Gaudin y Padilla, 2020).

Además, la presencia de intermediarios en el proceso de exportación puede generar falta de transparencia en la cadena de suministro, lo que dificulta el rastreo de los productos y el cumplimiento de los estándares de calidad y sostenibilidad en los mercados

internacionales. A eso se suma una limitada capacidad de los productores locales para innovar y desarrollar nuevas habilidades y competencias. La dependencia de los productores locales en Esmeraldas de los intermediarios en el proceso de exportación puede limitar su capacidad para adaptarse a las cambiantes demandas del mercado y afectar negativamente su competitividad en el mercado global.

Bajo este marco problemático, tal como refiere Acosta (2017), la literatura científica económica y de negociaciones internacionales, pone en evidencia la participación de los *Brokers* o intermediarios en las exportaciones de diversos rubros. No obstante, según Gaudin y Padilla (2020), no existe un consenso sólido en los términos sobre su aporte a la competitividad o generación de valor agregado a la cadena del mercado internacional, ni sobre el control que pueden llegar a ejercer en el ámbito de las negociaciones a gran escala, por lo que se puede generar un debate sobre el papel que estos tienen, si es positivo o negativo frente a las negociaciones e intercambio internacional.

En torno a ello, una de las posibles consecuencias es que el uso de intermediarios en las exportaciones puede dar lugar a situaciones de monopolio o concentración de poder en manos de unos pocos actores. Lo que podría limitar la competencia en el mercado y generar barreras de entrada para nuevos productores o intermediarios que deseen participar en el proceso de exportación. Y, por otro lado, se encuentran posiciones contrapuestas que ponen de manifiesto ventajas y ayudas de los intermediarios en las operaciones de intercambio internacional.

Lo evidente es que el uso de intermediarios es un hecho o fenómeno que se encuentra presente en las exportaciones de productos como el café, camarón, cacao en Esmeralda, aunque la literatura refleja algunas señales sobre su presencia, desde hace algunos años, en la actualidad existen más de 51 organizaciones sociales, gobiernos locales en Esmeraldas que se dedican a la producción, comercialización y exportación de diversos productos y emprendimientos que poseen sus propias limitaciones y situaciones internas, las cuales acceden a diversos mecanismos para sus operaciones (Ministerio de Inclusión Económica y Social, 2023).

Conforme a la problemática anteriormente descrita, se planteó la siguiente pregunta científica general para dar respuesta en la presente investigación: ¿Cuáles son las razones para el uso de intermediarios en las exportaciones de la ciudad de Esmeraldas?

- **Justificación del estudio**

Ha sido importante la realización de esta investigación para la universidad, como para el país por ser un tema relacionado con los negocios internacionales. Ella ha permitido dar a conocer a los productores locales acerca de las exportaciones de sus productos, principalmente aquellos factores que influyen tanto directa como indirectamente con relación al uso de los intermediarios.

Por otra parte, esta investigación procura servir de contribución a la mejora de las situaciones problemáticas que registra la literatura sobre los productores de la ciudad de Esmeraldas, de tal manera que puedan lograr los intentos de expandirse a un mercado internacional y no solamente local, permitiéndoles que sus productos sean conocidos a nivel mundial. Esta investigación les brindará recursos que les permitirá conocer diversos factores necesarios para poder exportar sus productos o servicios de manera directa y puedan comprender así, cómo las empresas locales pueden mejorar su desempeño en el mercado internacional y contribuir al desarrollo económico local.

Cabe recalcar que, si la ciudad de Esmeraldas tuviera el paso hacia nuevos mercados sin la utilización de intermediarios, esta fortalecería las relaciones comerciales, y se generaría más plazas de trabajo. Por ende, la economía de la provincia del país, estaría creciendo y los productores locales serían más reconocidos a nivel mundial. En esencia, los resultados de esta investigación serán una fuente de información, una guía base para los productores esmeraldeños que deseen exportar, así como también para las entidades correspondientes para que fomenten las exportaciones, usando favorablemente a los intermediarios.

Igualmente, este estudio servirá a los estudiantes de la carrera de Negocios Internacionales como guía para investigaciones futuras en lo metodológico como teórico. De esta manera se amplía y se mantienen actualizados los conocimientos acerca del tema investigado. Del mismo modo, la metodología es una práctica que puede contribuir a que

otras investigaciones se orienten en una ruta de estudio, que combina la revisión documental, así como las fuentes de primera mano, como lo son los pequeños productores que operan en Esmeraldas.

Los resultados de la investigación serán un instrumento valioso que contribuirá a resolver problemas relacionados con el uso de intermediarios en la exportación, tales como: la falta de control sobre el proceso de exportación de los productos, retrasos en la entrega, problemas de calidad, altos costos de exportación, la falta de conocimiento del mercado. Finalmente, al comprender las razones para el uso de intermediarios en las exportaciones, se puede obtener una visión más clara de cómo optimizar y mejorar las prácticas comerciales en el ámbito de los Negocios Internacionales.

- **Objetivos**

### **Objetivo General**

Determinar las razones para el uso de intermediarios en las exportaciones de la ciudad de Esmeraldas.

### **Objetivos Específicos**

1. Conocer las razones que conllevan a las exportadoras de la ciudad de Esmeraldas al uso de intermediarios en el proceso de las transacciones.
2. Identificar las razones que conllevan a las exportadoras de la ciudad de Esmeraldas al uso de intermediarios en el proceso de logística.
3. Conocer las razones que conllevan a las exportadoras de la ciudad de Esmeraldas al uso de intermediarios en la gestión de adquisición de los productos por parte del consumidor final.

# **CAPÍTULO 1. Marco Teórico**

## **1.1. Bases conceptuales**

### **1.1.1. Exportación. Definición. Generalidades**

Exportación es un término que se usa en las ciencias económicas para referirse a todas aquellas transacciones comerciales de bienes o servicios, privadas o públicas entre dos o más naciones, bajo determinadas condiciones aduaneras y fiscales (Castaño et al. 2015). Según Krugman et al. (2021) “la exportación se centra en la venta de productos y servicios a nivel internacional. Esta definición destaca la importancia de la venta de bienes y servicios en el extranjero para el crecimiento económico de un país” (p. 12). Al hacer hincapié en la exportación como un proceso fundamental, se reconoce su papel crucial en la generación de ingresos y en el fortalecimiento del comercio exterior para un país. Refuerza la idea de que la exportación es un componente esencial para el desarrollo económico y la expansión de los negocios a nivel global.

Otra definición de exportación, proporcionada por Salvatore (2019) destaca igualmente la importancia económica de las exportaciones para el país de origen. Según Salvatore, “las exportaciones son los bienes y servicios que un país produce y vende a otros países, generando ingresos y empleo en el país exportador” (p. 45). Se resalta como las exportaciones pueden contribuir al crecimiento y desarrollo de una nación, teniendo una influencia positiva dentro de los movimientos económicos, no solamente a nivel local.

Por su parte, Hill y Hult (2018) ofrecen una definición de exportación que se enfoca en la relación entre las exportaciones y su importancia como una estrategia para expandir los negocios en mercados internacionales. Para estos autores, las exportaciones son una forma de entrada en mercados extranjeros que implica la producción de bienes y servicios en el país de origen y su venta en el exterior. En atención a estas premisas, se puede decir que la exportación es un proceso fundamental en el comercio internacional, porque permite a los países intercambiar bienes o servicios bajo acuerdos mutuos en los que se ven fortalecidas económicamente las partes.

Finalmente, Daniels et al. (2021) ofrecen una definición de exportación que resalta el papel de las exportaciones en la expansión y diversificación empresarial, cómo pueden ayudar a las empresas a crecer, a expandirse a multiplicarse internacionalmente. Según estos autores, las exportaciones son transacciones en las que un país envía bienes y servicios a otro país, lo que permite a las empresas aprovechar las oportunidades de crecimiento y diversificación en mercados internacionales. Y de esta manera se beneficiaría y tendría una participación importante en el bloque de exportación de productos en el terreno económico internacional.

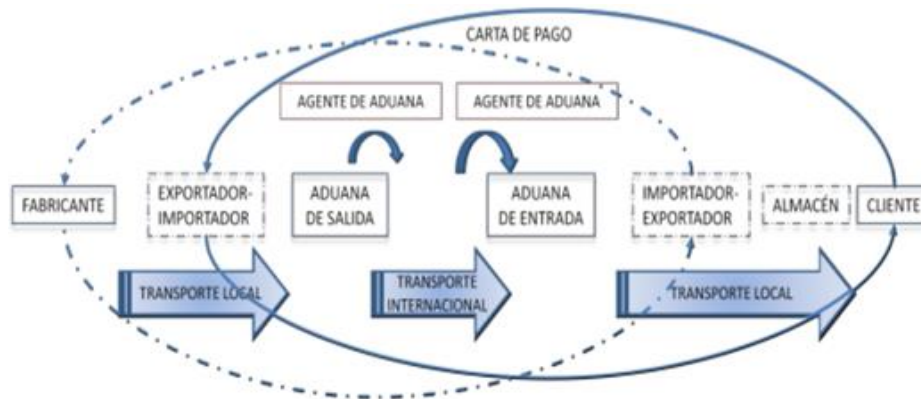
Todas las anteriores definiciones ponen en relieve la importancia que poseen las exportaciones en el marco de las negociaciones internacionales para los países. Estas, evidentemente, aportan al desarrollo y al crecimiento no solo de las empresas sino de la economía interna de los Estados que suscriben y celebran convenios para la exportación. En torno a ello, se puede indicar que las exportaciones cada día evolucionan, se hacen más amplios los campos, abarcadores y profundos, en los términos de los tipos de bienes, los rubros, así como las condiciones y políticas aduaneras sobre las cuales desarrollan estas operaciones en el mundo.

La exportación como bien se ha aclarado hasta aquí es un proceso, un ciclo o recorrido que requiere de determinados agentes que componen este sistema. Son estos los productores o fabricantes, los exportadores, la aduana o instancia fiscal que se encarga de verificar el producto, aplicar las leyes y normativas, esta se maneja al salir y al entrar, el importador que es quien recibe el producto, el almacén donde se acumula la carga de los productos y finalmente el cliente. Al respecto, la figura 1 muestra el esquema propuesto por la Unión Europea (2018), en el que es posible visualizar cómo se desarrolla este ciclo.

En la figura 1 se puede visualizar el punto donde nace con el productor, mientras que el exportador es quien realiza el contrato con el cliente final, los bienes son comprados al proveedor, cuando se trata de pequeños productores, se les compra a través de un intermediario en la venta. El proveedor que ha hecho la negociación se encarga de las normativas que rigen el sistema arancelario del país de salida y de destino, todo lo concerniente a certificaciones, normalización, entre otros. Una vez que este pasa por todo el sistema de aduanas de ambos países, se lleva a cabo el contrato entre el cliente y el proveedor (Unión Europea, 2018).

**Figura 1**

*El proceso de exportación*



*Nota.* Se expone el proceso de exportación según la Unión Europea con cada uno de los componentes que intervienen en este. Tomado del informe de Exportación e importación de la Unión Europea (2018, p. 8)

Por otra parte, El Servicio de Aduana del Ecuador (2023), indica que el acto de exportación en el país se compone de:

- Regímenes de exportación, según los cuales trazan las reglas sobre las que se hacen las negociaciones.
- Los pasos previos a la exportación (procedimientos administrativos previos).
- Condiciones sobre quienes pueden exportar, que poseen la autorización por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- Obtención del Registro de Exportador.

Todos estos aspectos deben cumplirse para que las exportaciones se realicen adecuadamente.

Es importante conocer que el sistema de exportación del Ecuador al igual que el de otros países aliados, se maneja través de un régimen aduanero. Este sistema está compuesto por aquellos regímenes de no transformación, los de transformación y otros relativos a devoluciones, almacén libre, especial, ferias internacionales, reembarque, trasbordo y tránsito aduanero; todos con una fundamentación legal del Código Orgánico de Producción de Inversiones y el Reglamento al título de facilitación aduanera para el comercio del libro V del COPCI. Todos los anteriores regímenes se aplican como un sistema de tratamiento para determinadas mercancías, y de conformidad con la legislación del Estado ecuatoriano (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2023).

### **1.1.2. Barreras de la exportación**

En el proceso del intercambio internacional existen mecanismos regulatorios establecidos como parte del convenio celebrado entre los países que negocian, muchos de estas normativas o regulaciones se pueden presentar como barreras. Las barreras de exportación son todas aquellas limitaciones, obstáculos, restricciones a la exportación que puede ser de orden operativo, normativo, o actitudinal que inciden en la capacidad de sostener las operaciones comerciales en el contexto de la exportación (Rivera, 2021).

Dentro de las barreras se pueden mencionar: arancelarias (BA), No arancelarias (BNA), como aquellas de origen técnicas, sanitarias, políticas, etc., (Baena 2019). De acuerdo con este autor, las BA se establecen con el fin de lograr la nivelación de los precios de los bienes extranjeros con relación a los productos o bienes nacionales, los cuales usualmente suelen ser más elevados que a los adquiridos en el exterior. Y las BNA se definen con el propósito de aplicar restricciones a las importaciones por otras vías o mecanismo en casos donde no se haga el uso de los gravámenes.

Entretanto, Ugarte (2018), sostiene que las barreras a la exportación son limitaciones que pueden impedir que las empresas inicien, expandan o sostengan sus operaciones exportadoras. Este añade otras barreras, las mismas las divide en tres tipos: operativas, actitudinales y estructurales y humanos para llevar a cabo actividades de exportación. Por ejemplo, la falta de capital para invertir en la producción y el transporte de bienes puede ser una barrera importante para las empresas que desean exportar.

Ugarte (2018), indica, además, que una de las barreras de exportación que se pueden encontrar dentro de las pymes de pequeños productores, de las cuales un 70 a 80% de las empresas no tienen un músculo financiero o departamento de exportación que pueda llevar a cabo los procesos de inteligencia de mercaderos necesarios para lo concerniente a la exportación exitosa de productos. Por ende, los gremios cuentan con un rol relevante para fomentar los emprendimientos de exportación a través de la diseminación de tanto prácticas como bondades de inteligencia comercial.

En atención a ello, Ugarte (2018) expone los siguientes tipos de barreras:

- Las barreras actitudinales se refieren a los obstáculos psicológicos y culturales que enfrentan las empresas al tratar de expandirse internacionalmente. Por ejemplo, el miedo al fracaso o la falta de confianza en la capacidad de la empresa para competir en mercados extranjeros pueden ser barreras importantes para algunas empresas.
- Por último, las barreras estructurales se refieren a los obstáculos externos que enfrentan las empresas al tratar de exportar sus productos. Estas barreras pueden incluir aranceles, regulaciones gubernamentales y requisitos técnicos específicos para los productos.
- Las barreras estructurales también pueden incluir problemas logísticos como el transporte y el almacenamiento.

Baena (2018) agrega que las barreras arancelarias son una especie de proteccionismo comercial, que ha ido aumentando a través de los años y su presencia ha afectado a diversos sectores productivos en el mundo. Aunque, el Banco de Desarrollo de América Latina CAF (2021) señala que los Tratados de Libre Comercio y otros acuerdos entre sus políticas poseen cláusulas de liberación que flexibilizan el intercambio, liberando de aranceles y de las barreras no arancelarias, generando mayor dinamismo a las exportaciones e intercambios entre los Estados signatarios.

Por consiguiente, Rivera (2021) refiere dos tipos principales de barreras a la exportación: internas y externas. Las barreras internas son aquellas que están dentro del control directo de la empresa, como la falta de recursos financieros o humanos. Las empresas pueden superar estas barreras mediante una mejor gestión financiera o mediante la contratación de personal adicional con experiencia en comercio internacional. Las barreras externas son aquellas que están fuera del control directo de la empresa, como los aranceles y las regulaciones gubernamentales. Las empresas pueden superar estas barreras mediante la búsqueda de asesoramiento legal y técnico, así como mediante la colaboración con otras empresas para compartir recursos y conocimientos

Sobre este punto también se refieren Méndez et al. (2022) que una de las grandes barreras en la exportación es la falta de conocimiento, de capacitación y especialización de los comerciantes y de su personal, así como la inexperiencia de los encargados en el

manejo del sistema arancelarios del país de origen y de sus socios comerciales internacionales, lo que puede afectar la exportación.

A modo de interpretar los aportes de los autores citados, se puede indicar que las barreras se presentan por diversas razones y factores que se encuentran presentes en el proceso de la negociación y de la exportación o traslado de los bienes a los clientes. Estas pueden afectar la competitividad

### **1.1.3. Tipos de exportaciones**

De acuerdo con El Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego del Perú (2023) existen dos formas de exportar la primera es de forma directa, y la segunda de forma indirecta. La forma directa de exportar se hace por medio de clientes nacionales que exportan sus productos o bienes directamente a otros clientes nacionales, o clientes en el extranjero. Y la forma indirecta se hace a través de clientes nacionales o intermediarios que luego exportan el producto al mercado extranjero.

En el Ecuador las exportaciones se clasifican en tradicionales (como el petróleo, el banano, etc), no tradicionales (los productos que se exportan con menor frecuencia), restringidas (las que están limitadas por el Estado por motivos de seguridad) y no restringidas (otras que no poseen restricciones, pero que deben igualmente cumplir con los requisitos aduaneros). Así como aquellas que se pueden clasificar según su valor, su periodo, su libertad, su destino y su origen sectorial (Rueda-Pozo, 2018).

Para *Global Negotiator* (2023) uno de los tipos de exportación es la directa. Esta permite un contacto directo de la empresa exportadora con los clientes del país destino. Con ella, se tiene un control mayor sobre las actividades de distribución en las diferentes modalidades para acceso, disponiendo de canales y entrando en contacto con su público anfitrión. En atención a las ideas del prenombrado autor, la exportación directa permite a las empresas tener un mayor control sobre el proceso de exportación y establecer relaciones directas con los clientes en el mercado extranjero. Sin embargo, este enfoque también puede implicar mayores costos y responsabilidades para la empresa exportadora.

Según Lucero (2022), la exportación indirecta está relacionada con la venta a través de intermediarios que posteriormente venden los servicios o productos directamente para el cliente o el mayorista importador. Agrega además la autora que este tipo de exportación, puede ser una opción atractiva para las empresas que no tienen la experiencia o los recursos para gestionar directamente las actividades de exportación. Los intermediarios pueden proporcionar conocimientos y contactos en el mercado extranjero, lo que puede facilitar el proceso de exportación. Sin embargo, este enfoque también puede implicar una menor rentabilidad y control sobre el proceso de exportación.

Según Connect Américas (2015), dentro de las alternativas para fomentar las empresas a nivel internacional, existe una solución que permite a las pequeñas empresas conseguir resultados óptimos, con una reducida inversión económica. Dicha alternativa es el consorcio de exportación. Este es un tipo de alianza estratégica entre empresas que se unen con la finalidad de desarrollar y abordar de manera conjunta la estrategia de acceso a mercados exteriores.

En este contexto, agrega Orueta et al, (2017) que la exportación por consorcio puede ser una opción efectiva para las empresas que buscan expandirse en mercados internacionales pero que no tienen los recursos o la experiencia para hacerlo por sí mismas. Al compartir recursos y conocimientos, las empresas pueden reducir los riesgos y costos asociados con la exportación y mejorar su posición competitiva en el mercado extranjero.

Los aportes anteriores permiten interpretar que existen dos tipos o grandes formas de hacer la exportación de bienes o servicios hacia el exterior, independientemente del rubro o los sistemas arancelarios, son estas las formas directas, que es productor - consumidor y aquella indirecta que se hace a través de intermediarios o negociadores que conocen ampliamente el negocio de las exportaciones. Estos poseen los socios y contactos directos en el exterior, lo que facilita que puedan ser más efectivo y rápido la gestión de nuevos negocios en la esfera internacional. Es decir, se les hace mucho más ágil encontrar el mercado objetivo, dado el desenvolvimiento que poseen en el área.

#### 1.1.4. Clasificación de los exportadores

La clasificación de los exportadores es un tema importante en el comercio internacional, ya que permite identificar y diferenciar a las empresas y organizaciones que participan en el intercambio de bienes y servicios a nivel global. A continuación, se presentan las distintas categorías de exportadores y sus características principales.

Según los aportes del Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego del Perú (2023):

- Exportadores directos: Venden de manera directa a sus clientes en el extranjero. Tienen un control total sobre el proceso de exportación, desde la producción hasta la entrega al cliente final.
- Exportadores indirectos: No venden directamente a los clientes en el extranjero. En su lugar, utilizan intermediarios, como: agentes comerciales, distribuidores o empresas de trading. Estos intermediarios se encargan de la logística, la promoción y la negociación con los clientes, permitiendo a los exportadores indirectos centrarse en la producción y el desarrollo de sus productos.
- Exportadores ocasionales: Realizan operaciones de exportación de manera esporádica, en función de la demanda del mercado o de oportunidades puntuales y pedidos específicos de clientes internacionales. No cuentan con una estrategia de exportación establecida ni con una estructura organizativa dedicada al comercio exterior.
- Exportadores especializados: Se dedican exclusivamente a la exportación de un producto o servicio específico. Posen conocimiento profundo de su sector y de las necesidades de sus clientes internacionales.
- Exportadores integrados: Combinan la producción y la exportación en un solo proceso, controlando todas las etapas de la cadena de valor. Suelen ser grandes corporaciones con operaciones en múltiples países y una amplia gama de productos y servicios.

La clasificación de los exportadores se refiere a quienes hacen las transacciones comerciales internacionales, no así a las modalidades, aunque estas se encuentran relacionadas. En este sentido, El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (2023) subraya que las personas o agentes, empresas, negociadores que pueden exportar son “(...) todas las Personas Naturales o Jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el

país que hayan sido registrados como exportador en el sistema ECUAPASS y aprobado por la Servicio Nacional de Aduana del Ecuador” (p. 1). Aclara, que estas personas o agentes pueden realizar operaciones de exportación siempre que cumplan con los requisitos exigidos por el Estado, a estos se les denomina exportadores.

Millet (2001) se refiere a la clasificación de los exportadores como aquellos agentes que realizan cualquier tipo de exportación, como empresarios, inversores, intermediarios, monoexportadores, dedicados al intercambio de bienes y servicios a nivel internacional, que cumplen con los requisitos establecidos universalmente por el Sistema de la Organización Mundial del Comercio, según las normativas del GATT. Con esta idea coincide Martínez (2022) cuyas modalidades indica que son cinco, se realizan en principio por empresarios, inversionistas, agentes de negocios, inversores: Exportadores definitivos, exportadores temporales, exportadores directos y exportadores indirectos.

Por su parte, agrega Manzanares (2023) que los exportadores poseen prácticas comerciales diferentes, así como diferencias culturales, por lo que en su forma de negociar puede existir la subordinación, la concertación, la cooperación, la negociación razonada o por el contrario la inacción, razón por la cual, una característica del exportador es la habilidad, la persuasión y la preparación

Las aportaciones de los autores solo destacan a los exportadores como aquellas personas naturales o jurídicas que se dedican a la actividad de la exportación, y que cumplan los requisitos exigidos para cada país, y de acuerdo con las cláusulas universalmente establecidos por la Organización Mundial del Comercio para operar. En este sentido, los exportadores realizan sus operaciones atendiendo a las diversas modalidades o formas de exportación, sean estas directas, indirectas, a gran escala, etc, y que forman parte de una estructura de exportadores o asociación e integración.

#### **1.1.5. Intermediación. Definición**

Para la Unión Europea, Miguel de Cervantes (2014) la intermediación es un modelo que permite a los creadores de mercado juntar vendedores y compradores para facilitar el intercambio. Esta definición admite entender que se trata de una ventaja para

los productores y los inversionistas, quienes desconcentran sus actividades en este mecanismo.

La intermediación es un proceso que se realiza entre los intermediarios y los productores, con el fin de establecer acuerdos entre las partes para obtener beneficios de las negociaciones internacionales. La intermediación trae sus destructores como quienes también están de acuerdo con este proceso. Esta la define Aviles (2023) como una estrategia que se recomienda a los productores, de tal manera que puedan aumentar su margen de utilidad y previniendo el riesgo de la inversión.

La intermedicación para Balaguer (2014) es una actividad que posee una función de brindar un servicio de gestión de un negocio ajeno, con el fin de generar beneficios para la parte a quien representa. La intermediación es un modelo basado en un negocio, porque permite a estas personas crear mercados para sus clientes quienes son los productores primarios, con el fin de facilitar los intercambios.

Los intermediarios permiten la generación de nuevos mercados al poner en contacto a la demanda y a la oferta, ocupando la atracción de la demanda y ocupando a la oferta. Obtienen además ingresos propios con la publicidad, al tratar servicios complementarios que hagan más atractivos sus servicios para con la demanda (Unidad Europea Miguel de Cervantes, 2014).

Según lo presentado anteriormente, se puede decir que la intermediación son acciones que han surgido como parte de las necesidades del contexto y de la realidad de cada productor, de cada contexto en el cual se desarrollan las operaciones de intercambio internacional

#### **1.1.6. Los intermediarios. Tipos**

Los intermediarios se les conoce como aquellas personas a través de las cuales se pueden realizar ventas, son quienes ayudan a determinadas empresas a ubicar los clientes potenciales, negociar los productos y venderlos, puede ser a mayoristas y a minoristas, nacional e internacional (Feijóo, 2018). Para este autor, existen cuatro clases de intermediarios.

- Los intermediarios como personas naturales
- Las empresas de distribución física en las cuales se almacenan los productos para su posterior distribución o comercialización hacia el exterior
- Agencias de servicios de marketing, las cuales contribuyen con la promoción de los productos en el mercado nacional como internacional
- Los intermediarios financieros, cuyas entidades brindan colaboración con empresas de dinero, bancos, cooperativas, empresas o consorcios de seguros o compañías de crédito, entre otras.

Nuño (2023) expone que los tipos de intermediarios existentes pueden describirse en 6 tipos, que permiten añadir fuerza y labor al proceso de exportación para las empresas, asegurando la introducción de productos en el extranjero. Para este autor estos tipos de intermediarios son: distribuidor, mayorista, minorista, corredor, facilitador o empresa con logística y los agentes comerciales.

- El distribuidor: Similar al mayorista. Tiene relación estrecha con los proveedores y clientes.
- El mayorista: Vende variedad de productos, comúnmente a los minoristas.
- Los minoristas: Venden productos al por menor directamente al consumidor final.
- Los corredores: Sirven de enlace entre comprador y vendedor, sin propiedad física del producto.
- Los facilitadores o empresas con logísticas: Colaboran en las actividades de distribución.
- Los agentes comerciales: Actúan con independencia como vendedor principal del producto.

De acuerdo con la empresa Comex Latino (2023) y coincidiendo en gran parte, con la clasificación de Nuño (2023), los tipos de intermediarios comerciales que existen son: agentes, mayoristas, distribuidores y minoristas. Según este autor:

- Los agentes: Son individuos o empresas que con independencia venden y representa al producto ante los usuarios / consumidores.
- Los mayoristas: Son compañías autónomas que consiguen grandes cantidades de productos y las almacenan para venderlas.

- Los distribuidores: Son similares a los mayoristas, pero con líneas de productos que se complementan.
- Los minoristas: Obtienen títulos de propiedad o compra de productos mediante otros intermediarios de mercado (mayoristas, distribuidores).

Específicamente en el proceso de exportación el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú (2013), señala que existen los siguientes intermediarios:

- Comprador Extranjero: Compra por cuenta de una empresa localizada en el país de destino. Se encuentra en los lugares de embarque o en los sitios de producción.
- Comerciante: (Merchant) Operador internacional, compra en el país de origen, toma posesión del producto asumiendo el riesgo y vende a otros países.
- Bróker: (Dealer) Pone de acuerdo a un vendedor con un comprador de países distintos por una comisión o pago fijo. No toma posesión del producto. Generalmente está especializado por tipo de producto (commodities) o por países.
- Agente: Se ocupa de colocar los productos de la exportadora a cambio de una comisión. Posee una cartera permanente de clientes y de proveedores.
- Casa Exportadora: Vende en el extranjero representando a una empresa, fungiendo como su departamento de exportación, con especialistas en comercio exterior
- Trading Company: Empresa general de Comercio, opera en varios países, estableciendo una red comercial internacional. Financian a las empresas exportadoras.
- Consorcio de Exportación: Entidad propiedad de un grupo de empresas, que por reducido tamaño o falta de experiencia en actividades internacionales no exportan por su cuenta. Tiene a su haber la logística y de los trámites de exportación, de los contactos y negociaciones con los clientes.

Acerca de la tipología de intermediario, se puede indicar que se trata de modelos de negocios fundamentados en el desarrollo y expansión de los negocios de compra y venta fuera como dentro del país. Además, se señala que otros tipos de intermediarios son aquellos financieros, a estos se les conoce por su gran impacto e importancia en las comercializaciones a gran escala, en donde las normativas suelen incrementarse, así como las barreras.

### **1.1.7. La intermediación en la exportación. Funciones de la intermediación en la exportación**

Siguiendo las ideas del Diario del exportador, Portal especializado en comercio exterior y gestión d los negocios internacionales (2017) los intermediarios dentro de proceso de exportación “son un conjunto de empresas, redes y contactos que participan dentro de la cadena de comercialización internacional para que un producto sea llevado desde la empresa exportadora hasta el usuario o consumidor” (párr. 1)

En tanto, para Sánchez (2023) la intermediación en el proceso de exportación es un proceso que implica logística, que permite añadir valores o usos de lugar, propiedad y tiempo, dependiendo del tipo de producto, consumidor, fabricante, mercado y país. La intermediación es un eslabón dentro de la cadena distributiva entre consumidores y fabricantes finales localizados en distintos países y focalizado en los negocios internacionales de forma generalizada.

Por su parte, dentro del proceso de la exportación, Moreno (2020) expone que la intermediación es aquella que permite el establecimiento de un contrato mediante el cual la persona o empresa actúa como gestor comercial de las ventas en nombre de una empresa exportadora, presentando el producto de ésta a potenciales compradores dentro del mercado exterior y a cambio recibe una comisión sobre el valor de los negocios efectivamente realizados y pagados al mercado principal. Los intermediarios en la exportación es el representante de los intereses de las empresas exportadoras en diversos mercados internacionales, estos poseen un desempeño de funciones comerciales y de negociación (Corporación MUNDI, 2021).

La intermediación en la exportación es un proceso clave en el comercio internacional, que implica la participación de intermediarios que actúan como facilitadores entre los exportadores y los importadores. Los intermediarios en la exportación desempeñan un papel fundamental en el comercio global, ya que ayudan a superar las barreras geográficas, culturales y regulatorias que pueden dificultar el intercambio de bienes y servicios entre países. Dentro del proceso de exportación, para que la labor de los intermediarios sea efectiva estos deben cumplir con diferentes

funciones. Así se asume de manera positiva y la justificación de su uso en el momento de exportar.

Rodríguez et al. (2012) agrupa en tres grupos a las funciones de los intermediarios. Para este autor existen las funciones de transacción, las logísticas y las que facilitan la adquisición del producto. Todas ellas justifican la presencia / uso de los intermediarios.

➤ Las funciones de transacción:

Con estas funciones los intermediarios hacen más eficiente el intercambio en el mercado, lo simplifican, minimizan el número de contactos para llegar al cliente final, reducen el coste y ahorran tiempo. Minimizan el número de transacciones que debe ejecutar el productor.

Dentro de ellas se encuentran:

- La compra
- La venta
- La negociación
- El riesgo asumido mientras la mercancía es vendida (riesgo por deterioro u obsolescencia del producto).

➤ Funciones logísticas

Estas permiten la llegada del producto en tiempo y forma, al mercado. Dentro de ellas se encuentran

- La diversificación o creación de surtido: posibilita al intermediario contar con diversidad de productos y marcas de numerosos productores.
- El fraccionamiento: posibilita el ajuste de la oferta a la demanda, significa convertir los grandes lotes de los productores en lotes más pequeños adaptados a la venta y a la capacidad de demanda de los consumidores
- El almacenamiento: aplicar técnicas de gestión y logística de almacenamiento ante el requerimiento del cliente de disponer del producto en el tiempo y la cantidad que lo necesite
- El transporte: trasladar físicamente el producto desde su lugar de producción hasta el de consumo

➤ Funciones que facilitan la adquisición del producto

Ayudan a que el productor haga más atractivos sus productos frente al consumidor final.

Dentro de ellas se destacan:

- La información: asesoramiento al consumidor sobre las características y cualidades del producto; información al productor acerca de las acciones de la competencia, (información muy útil para la planificación estratégica)
- Publicidad y promoción del producto
- El asesoramiento previo a la compra
- La promoción
- La financiación del producto
- La instalación del producto luego de comprado por el consumidor final
- La garantía y el mantenimiento del producto

Mientras que, en palabras de Mondragón (2023) una de las funciones principales de los intermediarios en la exportación de bienes, es la identificación de oportunidades de mercado, con el propósito de identificar oportunidades de negocio y nichos de mercado. Ello implica que se deba evaluar la demanda, la competencia, las tendencias del mercado y las condiciones económicas en los países de destino. Los intermediarios, según este autor, cumplen concretamente las siguientes funciones:

- Promocionar el marketing, orientado al desarrollo y ejecución de estrategias de promoción para posicionar los productos o servicios del exportador en el mercado internacional.
- Incluir dentro de las estrategias de marketing la participación en ferias comerciales, la organización de eventos promocionales, creación de material publicitario y la gestión de campañas de marketing digital.
- Facilitar la unión entre la empresa exportadora y consumidores extranjeros por medio de sus contactos, su experiencia, especialización y escala de operaciones.
- Transformar el surtido de los productos de los fabricantes en el surtido que desean los clientes.
- Aumentar un cierto porcentaje a los precios de venta de los productos, en pago de sus servicios.
- Almacenamiento y fraccionamiento.
- Comprar de inmediato en el mismo sitio en que les ofrecen los productos.
- Estar en búsqueda constante de clientes.

A modo de interpretación, según el precitado autor, los intermediarios en la exportación también desempeñan un papel crucial en la negociación y el cierre de contratos. Actúan como representantes del exportador en las negociaciones con los importadores, facilitando la comunicación y la resolución de conflictos. También se encargan de la redacción y el cierre de contratos comerciales, asegurando que se cumplan las condiciones y los términos acordados por ambas partes.

La logística y el transporte son otra función importante de los intermediarios en la exportación. Estos intermediarios coordinan y gestionan la logística y el transporte de los productos o servicios del exportador desde el país de origen hasta el país de destino. Esto incluye la selección de proveedores de transporte, la obtención de cotizaciones, la organización de la documentación aduanera y el seguimiento del envío hasta su entrega al importador. Además, los intermediarios en la exportación asesoran y apoyan al exportador en el cumplimiento de las normativas y regulaciones aplicables en los países de origen y destino.

Esto puede incluir la obtención de permisos y licencias de exportación, la certificación de productos y la gestión de asuntos relacionados con aranceles, impuestos y restricciones comerciales. También pueden ofrecer servicios postventa y atención al cliente en nombre del exportador, gestionando reclamaciones, devoluciones, garantías y consultas de los importadores y sus clientes finales.

#### **1.1.8. Ventajas y desventajas del uso de intermediarios en el proceso de exportación**

El uso de intermediarios en el proceso de exportación puede tener tanto ventajas como desventajas para los exportadores. Según las ideas de Páez (2021) las principales ventajas son:

- Es una opción económica para entrar en un mercado
- El intermediario asume las responsabilidades de transporte y distribución y se encarga de la organización de la documentación correspondiente ante las autoridades de ambos países.
- La empresa productora y/o exportadora no necesita de experiencia, habilidades o conocimientos profundos sobre el proceso de exportar, por lo que no requiere realizar inversiones en esta área.

- Se eliminan los riesgos asociados a daños por el envío para el exportador.

Igualmente, Páez (2021) se refiere a las desventajas y expone:

- El exportador otorga margen de ganancia a los intermediarios.
- El manejo del marketing y comercialización en el mercado objetivo lo realiza el intermediario.
- El productor y/o exportador tiende a desconocer la dinámica comercial en el país de destino.

Espín (2022) también hace referencia a las ventajas y desventajas del uso de intermediarios en la exportación. Para este autor las ventajas son:

- Los intermediarios pueden proporcionar acceso a nuevos mercados y clientes inalcanzables por parte de los exportadores. Ellos poseen una red establecida de contactos y conocimientos locales que les permiten identificar oportunidades comerciales y establecer relaciones con clientes potenciales. Pueden así, ayudar a los exportadores a superar barreras culturales y lingüísticas.
- Los intermediarios pueden tener un conocimiento más profundo del mercado local, incluyendo las regulaciones y las prácticas comerciales, lo que puede ayudar a los exportadores a evitar errores costosos al moverse por el complejo entorno regulatorio y comercial de un país extranjero. Los intermediarios también pueden proporcionar información valiosa sobre la competencia local, lo que puede ayudar a los exportadores a desarrollar estrategias efectivas para competir en el mercado.

Siguiendo las ideas de Espín (2022) las desventajas en el uso de intermediarios en el proceso de exportación son:

- Los intermediarios pueden aumentar los costos de exportación debido a sus honorarios y comisiones. Ello puede reducir la rentabilidad del negocio o hacer que el precio final del producto sea menos competitivo en el mercado.
- Los intermediarios pueden no estar tan comprometidos con la marca o los productos del exportador. Ellos trabajan con múltiples clientes y productos, por lo que su lealtad y dedicación pueden ser menores que la de un equipo de

ventas interno. Esto puede llevar a una menor calidad en la representación de la marca y los productos del exportador.

- Los intermediarios pueden no tener los mismos objetivos comerciales que el exportador, estar más enfocados en maximizar sus propios beneficios, mientras que el exportador puede estar más enfocado en construir relaciones a largo plazo con clientes y aumentar su participación en el mercado. Esto puede llevar a conflictos o desalineaciones en la estrategia de ventas.

Teniendo en cuenta que el uso de los intermediarios posee sus ventajas y sus desventajas se puede afirmar que ellos no son perjudiciales, pero tampoco son necesarios. Para decidir su uso o no, se debe realizar un análisis exhaustivo de los recursos, las características y el mercado de la empresa exportadora (García, 2023).

## **1.2. Antecedentes de la investigación**

Una breve revisión a los estudios sobre la intermediación en la exportación ha permitido encontrar lo siguiente:

El estudio de Gaudin y Padilla (2020) tuvo como objetivo analizar cuatro casos donde participan intermediarios en cadenas de valor agropecuarias, los casos son: El Salvador (dos casos: cadena de cultivo de camarón, cadena de tomate y chile verde del Salvador), Guatemala (hortalizas de exportación no tradicionales), y el caso de República Dominicana con la (cadena de lácteos), en los mencionados casos participan los intermediarios para agilizar los intercambios internacionales. Se analiza el rol que han tenido los intermediarios en las cadenas de valor y sus aportes en general. El estudio se basó en análisis de campo realizado entre el 2012 y 2016, como parte del proyecto de asistencia técnica realizados por la CEPAL con apoyo financiero del Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola. Se encontró en los resultados lo siguiente: 1. Los intermediarios en la cadena de valor ejercen control sobre tres factores: a. capacidades productivas y tecnológicas de los productores, b. capacidades tecnológicas de otros intermediarios, c. la estructura de mercado y tipo de gobernanza que determinan la cadena de exportación.

De igual forma, se encontró que, dentro del rol de los intermediarios, estos se encargan de trámites de exportación y envío de productos hacia el exterior. Además,

poseen capacidad para el aporte a la cadena de valor, toda vez que estos manejan las compras. Limpieza, proceso de empaque, comercialización y envío internacional de la producción. Otro de los aspectos encontrados es que los intermediarios con frecuencia hacen el esfuerzo de aportar al fortalecimiento de las capacidades de los productores, es decir, le comparten información sobre el movimiento del mercado, le informa sobre adecuar el producto a las demandas del mercado internacional. Crean y expanden el producto en otros mercados, son los encargados de negociar, en definitiva, para los cuatro casos estudiados, los intermediarios poseen un rol fundamental al asistir a los productores para que cumplan con las políticas y requisitos internacionales y estándares de calidad.

Aunque, el estudio encontró vital que esta intermediación pueda ser regulada a través de políticas, a fin de evitar que los productores se encuentren en un proceso de dependencia de estas figuras dentro de la cadena. También como resultado el estudio destaca que la figura del intermediario no se percibe como positivo o negativo, sino que varía según el contexto y las características de la cadena de valor. De igual forma se observaron disparidades con respecto a la creación y captación de valor entre productores e intermediarios, debido a que, dependiendo del rubro de exportación, del financiamiento, de las políticas de regulación, de la competitividad del rubro, las atribuciones y roles de los intermediarios varían.

En conclusión, los análisis han permitido indicar algunas recomendaciones para la formulación de políticas que permitan equilibrar las relaciones de poder dentro de la cadena, en la cual se establezcan reglas, la participación y formas de gobernanza.

Domínguez (2018) en su estudio analizó la cadena de suministro del cacao de manera general y luego en el caso Ecuador. Se toma como núcleo del análisis dos eslabones esenciales: los intermediarios y las asociaciones, con el fin de conocer el rol de cada eslabón y su caracterización. El estudio fue de enfoque cualitativo, se basó en entrevistas a productores independientes, miembros de asociaciones, intermediarios y ejecutivos de instancias gubernamentales y no gubernamentales, de igual manera se hizo una revisión documental. Los resultados ponen en evidencia la necesidad de trabajar con el eslabón de los intermediarios, en virtud de que son varios los factores que dinamizan la cadena y su desarrollo productivo como los precios, la demanda, el movimiento del

mercado, los clientes potenciales y los diversos problemas no contemplados que se pueden presentar en el proceso.

Por tal razón, productos como el cacao requiere de la atención de ciertas condiciones como las climáticas y las geográficas, las cuales pueden actuar en desventaja frente a otros productos lo que hace que se deban buscar mecanismos como la intermediación. Los intermediarios son reportados por la literatura científica como informal y no poseen ningún tipo de gremio. En tal sentido, se destacan los beneficios y problemas que pueden representar el uso de intermediarios en la cadena de producción del cacao. Se percibe la intermediación como un mecanismo que complementa y apoya la producción de empresarios, por lo cual, poseen la tendencia a crecer, porque cada vez se hacen mucho más necesarios en la cadena.

Las conclusiones del estudio refieren que la inclusión de intermediarios como miembros activos de la cadena de suministro del cacao constituye una estrategia que se aplica de forma común a fin de que estos puedan lograr alianzas que los beneficien a los productores de manera directa.

Feijóo-Arroyo (2018) en su estudio sobre análisis del microentorno de un sistema de inteligencia en la empresa DEPRODEMAR en Esmeraldas, se plantea como objetivo analizar la existencia de un sistema de inteligencia de mercado en dicha empresa exportadora, para lo cual usaron como unidades de análisis los intermediarios, los proveedores, competidores y clientes. Se aplicaron entrevistas a los gerentes de producción general, gerentes de calidad y director de marketing y ventas. Como resultados de las entrevistas se obtuvo lo siguiente:

1. La empresa DEPRODEMAR en la actualidad compite con otras empecadoras de mariscos, principalmente con PROEXPO, lo que ha llevado a elevar los estándares de calidad y agregar mayor valor en el escenario de la negociación internacional, para que pueda llegar a destino con óptima calidad y en el tiempo estipulado.
2. El volumen de las ventas se desconoce, lo que si resaltan los hallazgos es que esta ha crecido en los últimos años, presumiblemente por la diversificación y

expansión de los mercados a nivel internacional gracias a factores como la intermediación.

3. Se encontró que la mayoría de las negociaciones hechas del producto se hacen a través de contratos de compra venta, sin embargo, a nivel internacional se encontró que se hace en su mayoría con intermediarios que se dedican a la exportación de mariscos.
4. Los intermediarios poseen sus propias páginas web e inclusive revistas propias en las que hacen la publicidad de sus servicios.
5. La mayoría de los intermediarios realizan negociaciones internacionales con Europa.

Las conclusiones del estudio destacan que una de las grandes dificultades de las empresas es que sus administradores no poseen suficiente conocimiento para la comercialización en Esmeraldas, ya que no poseen una cultura de investigación del mercado, lo que conlleva a que estos deban usar intermediarios como apoyo. Esto ha hecho que los intermediarios se hagan parte fundamental de la empresa puesto que cooperan en la promoción, venta y distribución final del producto, la empresa DEPRODEMAR actualmente trabaja con dos intermediarios a nivel nacional e internacional.

Aviles (2023) en su estudio “La intermediación comercial como estrategia para la comercialización de pimienta” realizado en el contexto del Ecuador, investiga la intermediación comercial como estrategia de ventas directas hacia el exterior de los productores de pimienta, por medio de servicios profesionales de Global Trading, con fines de incentivar la producción y comercialización de este producto. El abordaje metodológico fue a través de un estudio documental, y un análisis de factibilidad de plan de negocio, en el cual se analizaron algunas experiencias de procesos de intermediación comercial en el mundo y en el Ecuador. Entre otros aspectos, se analizó la intermediación comercial, las formas de exportación donde prevalece esta figura y los servicios de intermediación comercial Global Trading.

Los resultados señalaron lo siguiente:

1. Los productores nacionales de pimienta están interesados en expandir las estrategias de comercialización de sus ventas en el mercado exterior, indicaron

que el producto es de interés para la exportación y la comercialización directa a través de la intermediación Global Trading.

2. Según el análisis a la empresa, esta indicó que su propósito es incentivar la producción y comercialización de este producto en el país.
3. La visión del intermediario es positiva porque concede la oportunidad de vender la pimienta en el extranjero con poca inversión y mínimo riesgo, lo que añadiría mayor rentabilidad a las operaciones productivas del producto.
4. La mayor y más conocida intermediación es la figura de Trading, las cuales poseen vasta experiencia en el ámbito de las exportaciones, estas trabajan en los servicios comerciales y aspectos logísticos internacionales.
5. Se ha encontrado que los intermediarios radicados en el Ecuador han demostrado condiciones para brindar servicios profesionales a este rubro de la Pimienta, con el fin de facilitar la gestión de búsqueda de compradores en el exterior y también de ahorrarse todos los trámites formales que implica la exportación con mínimo riesgo y mayor inversión.

Se concluye que el estudio de factibilidad resultó ser positivo dada las condiciones internas y externas del Ecuador con respecto a otros países, en el campo con este rubro. En cuanto a la figura de la intermediación comercial, se encontró como positiva para prestar estos servicios, especialmente a aquellos productores de rubros que no son tradicionales como la pimienta. Aunque para la empresa analizada, la posibilidad de la intermediación es una vía que trae beneficios a la producción como a la exportación.

### **1.3. Bases legales**

La presente investigación está focalizada en las normativas que rigen la exportación e intermediarios dentro del Ecuador. Dicha normativa se basa en varias leyes y regulaciones. A continuación, se expone un resumen de la base legal relevante en este ámbito y que sustenta legalmente a la presente investigación.

- La Constitución de la República del Ecuador (2008): Esta no aborda directamente aspectos específicos de las exportaciones y la intermediación comercial, pero contiene principios y disposiciones generales que pueden tener implicaciones en estas áreas. Algunos de estos principios y derechos relevantes incluyen:

- Derecho al trabajo y a la libre empresa: Se garantiza el derecho de las personas a trabajar y a desarrollar actividades económicas, así como, la libertad de empresa. Estos derechos son fundamentales para la promoción de las exportaciones y el desarrollo de la intermediación comercial.
  - Principio de solidaridad y equidad: Como base para la organización de la economía. Esto implica la promoción de la igualdad de oportunidades y la reducción de las desigualdades económicas, lo que puede tener implicaciones en las políticas y regulaciones relacionadas con las exportaciones y la intermediación.
  - Protección del medio ambiente: Esto puede influir en las regulaciones y políticas relacionadas con la exportación de productos y recursos naturales, así como en la intermediación de actividades comerciales sostenibles.
  - Participación ciudadana: En la toma de decisiones y en la gestión pública. Esto puede tener implicaciones en la formulación de políticas y regulaciones relacionadas con las exportaciones y la intermediación, al permitir la participación de los actores involucrados en estos procesos.
- 
- Ley de Comercio Exterior e inversiones (1997): En ella se norma el marco legal general para las actividades de comercio exterior en Ecuador. Regula aspectos como la promoción de las exportaciones, la facilitación del comercio, los trámites aduaneros, los instrumentos de política comercial y las sanciones por incumplimiento. Busca promover el comercio exterior en el país.
  - Reglamento al título de facilitación aduanera para el comercio, del libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2011). Registro oficial Suplemento N° 452. Última Reforma: Tercer Suplemento del Registro Oficial 186, 10-XI-2022. En este se complementa y detalla los aspectos operativos y procedimentales de la LOCE. Contiene disposiciones sobre clasificación arancelaria, valoración aduanera, regímenes aduaneros, requisitos documentales y otros aspectos relacionados con las operaciones de comercio exterior.
  - Reglamento a la Ley Orgánica de Fomento Productivo, Atracción de Inversiones (LEXIS FINDER, 2018) Es una ley vigente, la cual se crea con la finalidad de impulsar las inversiones privadas. Esta regula incentivos y beneficios para la promoción de las exportaciones y la atracción de inversión extranjera. Define los

procedimientos y requisitos para acceder a dichos beneficios, como exenciones fiscales, facilidades aduaneras y apoyo financiero.

- Decreto Ejecutivo N.º 312. Declarar ventanilla única ecuatoriana y al programa operador económico autorizado en la facilitación del comercio exterior (2018) Constituye una herramienta que fomenta el desarrollo de comercio exterior en el Ecuador, tiene como objetivo simplificar el trabajo y optimizar los procesos de ingreso y salida de mercancía.
- Resolución del SENA -SENAE – 2017-0693-RE, Norma que regula la actividad de los operadores económicos autorizados (OEA), Registro oficial N° 176 (Aduana Ecuador SENA, 2017). Esta resolución establece los requisitos y las condiciones para obtener y renovar la calificación como operador económico autorizado OEA, las obligaciones, motivos de suspensión, beneficios y cancelación de la calificación como operador.
- Resolución SENA-SENAE 2018-0115-RE, (Aduana Ecuador - SENA, 2018). Resolución que expide los documentos denominados SENA-OEA-CE-001-V1. Calificación como operador económico autorizado. Requisitos eslabón exportador
- Ley de Régimen Tributario Interno LRTI (2004). Última modificación: 21-ago.-2018. Esta ley se estipula las disposiciones relacionadas con la tributación de las actividades de exportación. Establece impuestos como el Impuesto a la Renta, el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y otros tributos que pueden ser aplicables a las operaciones de exportación.
- Ley de Propiedad Intelectual (2006) Última modificación: 10-feb.-2014: Esta ley protege los derechos de propiedad intelectual en Ecuador, incluyendo marcas registradas, patentes, derechos de autor y otros derechos relacionados. Estos derechos son relevantes en el comercio exterior, especialmente en la exportación de productos con valor agregado o tecnología.

## CAPÍTULO 2. Metodología

### 2.1. Delimitación espacio temporal del estudio

El presente trabajo de investigación se llevó a cabo en la provincia de Esmeraldas, Ecuador, teniendo a consideración como objetos de estudio, a las empresas que actualmente se encuentran realizando actividades de exportación, dato confirmado in situ, debido a que, en los últimos años, algunas organizaciones se apartaron de la actividad económica ligada con las exportaciones. Por ende, las empresas consideradas en la investigación se muestran en la tabla 1:

**Tabla 1**

*Identificación de empresas*

N°	Nombres de las empresas	Dirección	Destino de exportación
1	Exportadora ALKATIFFAGRO López Cía. Ltda.	Quinindé vía principal	México, Holanda, Malasia, Indonesia, Estados Unidos
2	Comercializadora & exportadora de cacao JOERBRY SA	Quinindé vía principal	Malaysia, Indonesia
3	Industrializadora y comercializadora de palmito INCOPALMITO SA	Quinindé vía principal	Estados Unidos, Chile, Canadá
4	LEANOCAO SA	Quinindé vía principal	Estados Unidos, Malaysia, Indonesia
5	Empacadora coral del pacifico EMCOPAC SA	Puerto de Esmeraldas	Colombia, Brasil, Estados Unidos, España, entre otros
6	Industrias OLEANA SA	Vía Tachina San Mateo	Colombia y Perú
7	Flota pesquera DERIANCOMP SA	Puerto de Esmeraldas	Estados Unidos, Colombia

*Nota.* En la tabla se muestran los detalles de las empresas que fueron seleccionadas para el estudio.

Tomado de la página oficial del SRI.

El estudio se llevó a cabo en el rango de tiempo de junio a julio, 2023, tiempo en el cual se hicieron las visitas a las siete empresas que fueron seleccionadas. En dichas visitas se hizo la aplicación del instrumento de recolección de datos.

## **2.2. Tipo de investigación**

Basándose en el contexto de este estudio, se determinó que se trata de una investigación cuantitativa, considerando lo explicado por Arias y Vásquez (2022) quienes mencionaron que la investigación cuantitativa es una investigación sistemática de hechos y objetos, que se estudian mediante la recopilación de datos cuantificables para su análisis, empleando técnicas estadísticas, matemáticas o computacionales. El propósito de este tipo de investigación es generar conocimiento y crear un análisis racional sobre un fenómeno o acontecimiento en particular, con la finalidad de encontrar patrones, promedios, hacer predicciones o generalizaciones en base a los resultados. Desde esta perspectiva el presente estudio se basa en una metodología cuantitativa, en la que se empleó como pasos, la recopilación de información de las empresas dedicadas a la exportación en la provincia de Esmeraldas, utilizando una técnica de recolección cuantitativa como lo es la encuesta.

En ese sentido, se determina que el estudio también dispone de un alcance descriptivo teniendo en cuenta el tipo de datos procesados, en los que se presentan resultados descriptivos acerca de las dimensiones analizadas. Basándose en lo expresado por Avellaneda et al. (2022) la investigación con un alcance descriptivo es un tipo de estudio que se utiliza para describir las características de una población, recopilando datos que se utilizan para responder a una amplia gama de preguntas sobre qué, cuándo y cómo pertenecientes a una población o grupo en particular. En este sentido, el presente estudio mantiene un alcance descriptivo, dado que busca identificar y describir las particularidades asociadas con el actuar de los intermediarios en las exportaciones de empresas esmeraldeñas.

La investigación se desarrolló bajo un diseño no experimental transversal. No se manipuló la variable en estudio: uso de intermediarios en la exportación, realizando una sola recogida de información en un único momento y por ende una sola medición de dicha variable

### **2.3. Métodos de investigación**

En cuanto a la identificación del método empleado, se especifica la adopción del método analítico-sintético, el que de acuerdo con Arispe et al. (2020) con su uso, se puede combinar las funciones de análisis y síntesis, dos procesos intelectuales inversos. Por parte del proceso lógico relacionado con el análisis permite diseccionar mentalmente un todo en sus partes y cualidades constituyentes, así como en las muchas interrelaciones, características y elementos que componen un fenómeno. Por otro lado, la síntesis se relaciona con la unión o combinación de las partes previamente examinadas y posibilita el descubrimiento de conexiones y características generales entre los componentes de un fenómeno.

Con relación a lo descrito en las líneas anteriores, la selección del método analítico-sintético se justifica a través de las características metodológicas de la investigación, basando la parte analítica en la revisión de la información proveniente de la encuesta a las empresas que conforman la población establecida, así como el análisis de información relevante para el estudio. Por otro lado, la parte sintética busca generalizar dichas características identificadas, con la finalidad de abarcar los datos de mayor relevancia para comprender de manera específica la problemática que involucra a los intermediarios.

### **2.4. Población**

La población en una investigación hace referencia a un conjunto de individuos u objetos que es el foco principal de una investigación, teniendo en cuenta que este grupo debe de estar bien definido con elementos o participantes que tienen características similares, es decir, que todos los individuos u objetos dentro deben tener una característica o rasgo común vinculante (Arias y Vasquez, 2022).

En este caso, la población del presente estudio se encuentra conformada por las empresas esmeraldeñas, que actualmente se hallan ejecutando actividades económicas vinculadas con la exportación. Ellas suman un total de 7. Al ser una población pequeña no se calcula muestra. La tabla 2 muestra a dichas empresas y a los productos que exportan.

**Tabla 2***Población del estudio*

<b>N°</b>	<b>Nombres de las empresas</b>	<b>Productos que exportan</b>
1	Exportadora ALKATIFFAGRO López Cía. Ltda.	Cacao y pimienta
2	Comercializadora & exportadora de cacao JOERBRY SA	Únicamente cacao fino de aroma
3	Industrializadora y comercializadora de palmito INCOPALMITO SA	Productos alimenticios compuestos (mezcla) principalmente de frutas legumbres u hortalizas
4	LEANOCAO SA	Cacao en grano
5	Empacadora coral del pacifico EMCOPAC SA	Productos del mar frescos y congelados (pescado, camarón)
6	Industrias OLEANA SA	Aceite crudo de palma y sus derivados
7	Flota pesquera DERIANCOMP SA	Mariscos congelados.

## **2.5. Técnicas de investigación**

En relación con la identificación de la técnica de recolección empleada, se determina que se aplicó la técnica de encuesta, dado que es un método de recopilación de información utilizando preguntas relevantes de una población con el objetivo de tener una fuente crítica de datos y conocimientos para todos los involucrados (Avellaneda, et al. 2022). Se aplicó esta técnica para recolectar datos representativos, lo que permitió conocer la opinión de las empresas acerca de los intermediarios que emplean para exportar y hacer razonamientos sobre la base de lo encontrado en el campo y de la teoría de fundamento.

## **2.6. Operacionalización de variables**

En el presente estudio se midió la variable uso de intermediarios en la exportación. La tabla 3 refleja la definición conceptual y operacional asumidas para su análisis; así como, las dimensiones y los indicadores de ella definidos a partir del marco teórico de la investigación.

**Tabla 3***Operacionalización de la variable Intermediarios en la exportación*

<b>Variable</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
Uso de intermediarios en la exportación	La intermediación es una actividad que posee una función de brindar un servicio de gestión de un negocio ajeno, con el fin de generar beneficios para la parte a quien representa (Balaguer, 2014).	Para la medición de la variable, se diseñó un cuestionario, se validó y se aplicó	Transacción	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Número de contactos</li> <li>- Negociación / cierre de contratos</li> <li>- Volumen de costes</li> <li>- Tiempo para transacciones</li> <li>- Cantidad de transacciones</li> <li>- Riesgo asumido en la venta del producto</li> </ul>
			Logística	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diversificación o creación de surtido</li> <li>- Fraccionamiento</li> <li>- Almacenamiento</li> <li>- Proveedores de transporte</li> <li>- Cotizaciones de transportación</li> <li>- Organización de la documentación aduanera relativa a la transportación</li> <li>- Seguimiento del envío de los productos</li> <li>- Asesoría al exportador en cuanto a normativas y regulaciones del país de origen</li> </ul>
			Gestión para adquisición del producto (por consumidor final)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Información al consumidor final</li> <li>- Información al exportador y/o productor</li> <li>- Acciones de marketing: Publicidad y Promoción del producto.</li> <li>- Identificación de oportunidades de mercado</li> <li>- Financiación del producto</li> <li>- Servicios postventa y atención al cliente</li> </ul>

## 2.7. Instrumentos de recolección de datos

Se aplicó el cuestionario como instrumento. Este es conocido como una herramienta o instrumento específico para la recogida de datos a través de la técnica encuesta. Fue diseñado por la investigadora y validado por dos docentes especialistas de la carrera de Negocio Internacionales de la PUCESE.

Como puede apreciarse en el Anexo, el cuestionario está formado por 20 ítems, para identificar su prevalencia o no y 8 opciones de respuestas para cada uno de los que prevalecen. Con los ítems del 1 al 6 se mide la dimensión Transacción, referida al objetivo específico 1. Con los ítems del 7 al 14 se miden la dimensión Logística, perteneciente al objetivo específico 2. Con los ítems del 15 al 20 se mide la dimensión Gestión para adquisición del producto, concerniente al objetivo específico 3.

## **2.8. Técnicas de procesamiento de datos**

Basado en el contexto desarrollado en el presente estudio, se adopta un procesamiento estadístico descriptivo, con el propósito de tratar estadísticamente la información recopilada en la encuesta. Para ejecutar el proceso de análisis, se contempló la aplicación del Software estadístico Microsoft Excel, con la finalidad de calcular las frecuencias de las respuestas y posteriormente el porcentaje. Estos últimos fueron presentados en figuras.

## **2.9. Normas éticas**

En primer lugar, cabe señalar que se respetaron los derechos de propiedad intelectual de los autores, realizando las respectivas consultas de literatura ya existente sobre el tema investigado, considerando importante consultar referencias especializadas en el tema porque al hacerlo se fortalece el marco teórico y la metodología a utilizar. Sin embargo, esto debe hacerse siempre en cumplimiento de las leyes de derechos de autor y con estricto apego al manual de redacción de investigaciones, que en esta investigación será la guía de normas APA séptima edición.

Por otro lado, los permisos y autorizaciones que permitan un desarrollo legal y oportuno de las consultas que se deben realizar en las organizaciones, son un punto clave en el cumplimiento de la ética en la investigación. En ese sentido, se solicitó autorización ante los directivos de las empresas, a objeto de poder realizar en las instalaciones las encuestas teniendo en cuenta que la información obtenida y que será exclusivamente utilizada para propósitos académicos.

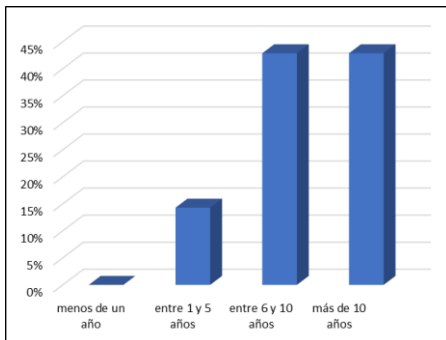
## CAPÍTULO 3. Resultados y discusión

### 3.1. Reporte de los datos

Fueron encuestadas siete empresas. La figura 1 muestra que casi la totalidad de ellas llevan más de 6 años exportando, por lo que hay experiencia en el renglón. Entre todas ellas exportan los siguientes productos: cacao CCN, cacao en grano, pescado fresco y congelado, camarón, pimienta, mariscos congelados, palmito en conserva y aceite crudo de palma; utilizando como intermediario a los brókeres. Entre todas exportan a nueve países. De ellos, a los que en mayor medida se destina su exportación es a primeramente EE. UU., seguido de Indonesia, Malasia, Colombia y en menor medida a Brasil, España, Holanda, México, Francia, Chile, Argentina, Holanda y Perú.

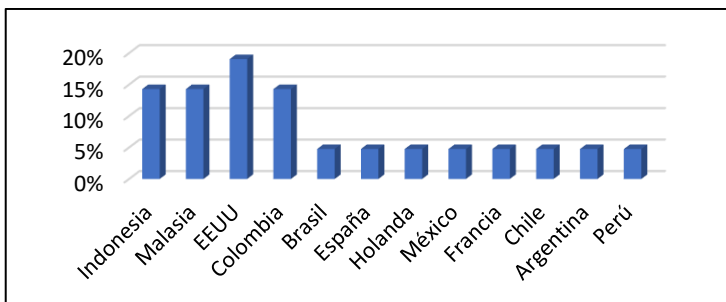
**Figura 2**

*Tiempo que llevan exportando las empresas*



**Figura 3**

*Países a los que exportan las empresas encuestadas*



Primeramente, se analizaron las razones por las que las empresas usan intermediarios en el proceso de las transacciones. La figura 3 muestra que la mayor parte

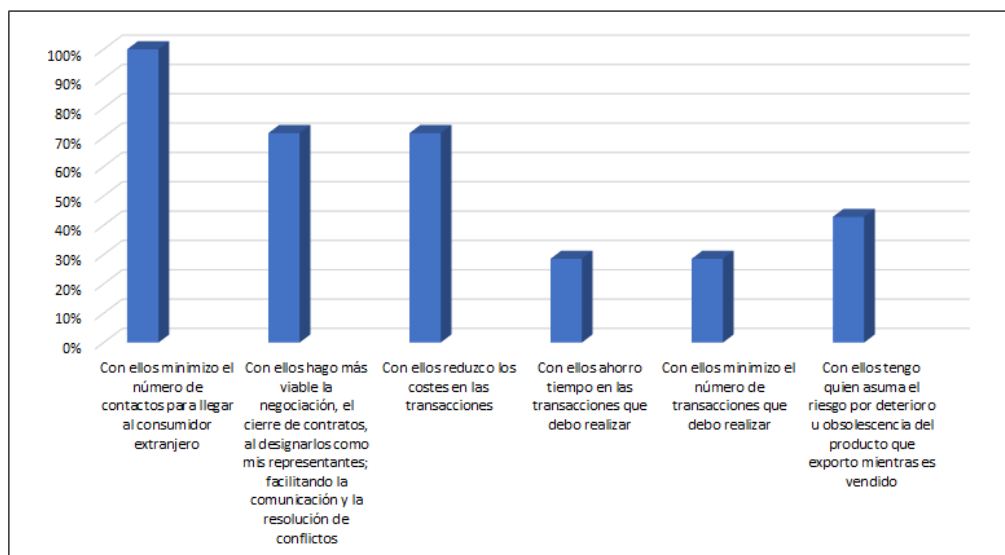
de los encuestados destacan tres principales razones por las que usan intermediarios en las transacciones internacionales.

En primer lugar, porque con ellos minimizan el número de contacto para llegar al consumidor extranjero. La figura 4 refleja que la mayor parte de los encuestados se refieren a que esto es por la gran distancia con el mercado y por no contar con el tiempo requerido para realiza las transacciones.

En segundo lugar, porque con ellos hacen más viable la negociación y el cierre de contratos al designarlos como representantes, facilitando la comunicación y la resolución de conflictos. La mayor parte de los encuestados exponen que esto es debido al interés de aliviar a la empresa de gestiones operacionales para centrarse en sus productos y a la gran distancia del mercado (figura 5). Igualmente, en segundo lugar, se destaca que utilizan intermediarios porque con ellos reducen los costes en las transacciones, debido al interés de aliviar a la empresa de gestiones operacionales para centrarse en sus productos y a la gran distancia del mercado (figura 6).

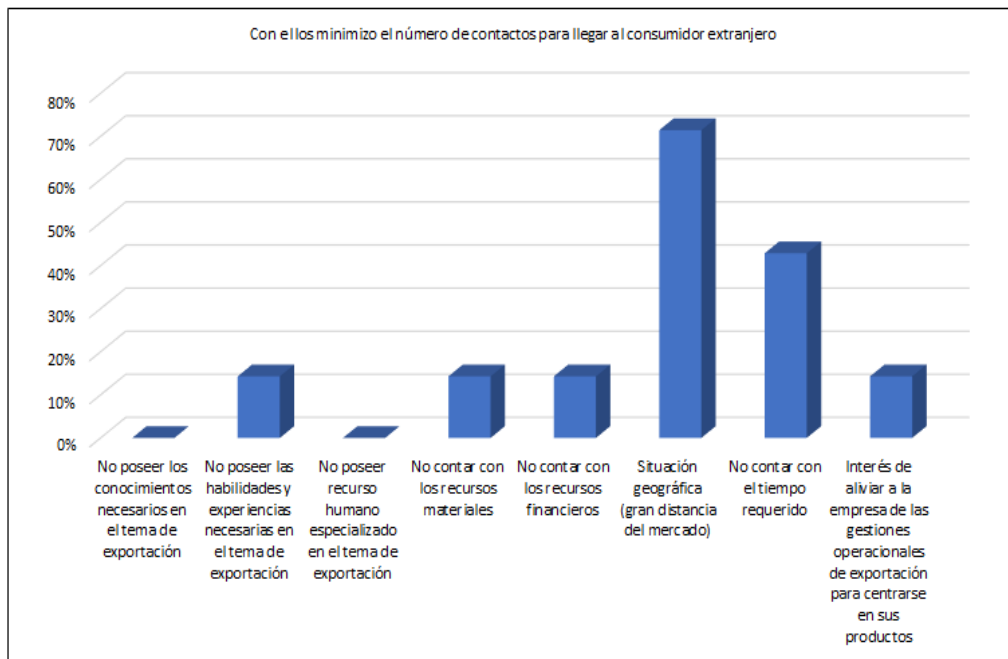
**Figura 4**

*Razones por las que se usan intermediarios en el proceso de las transacciones*



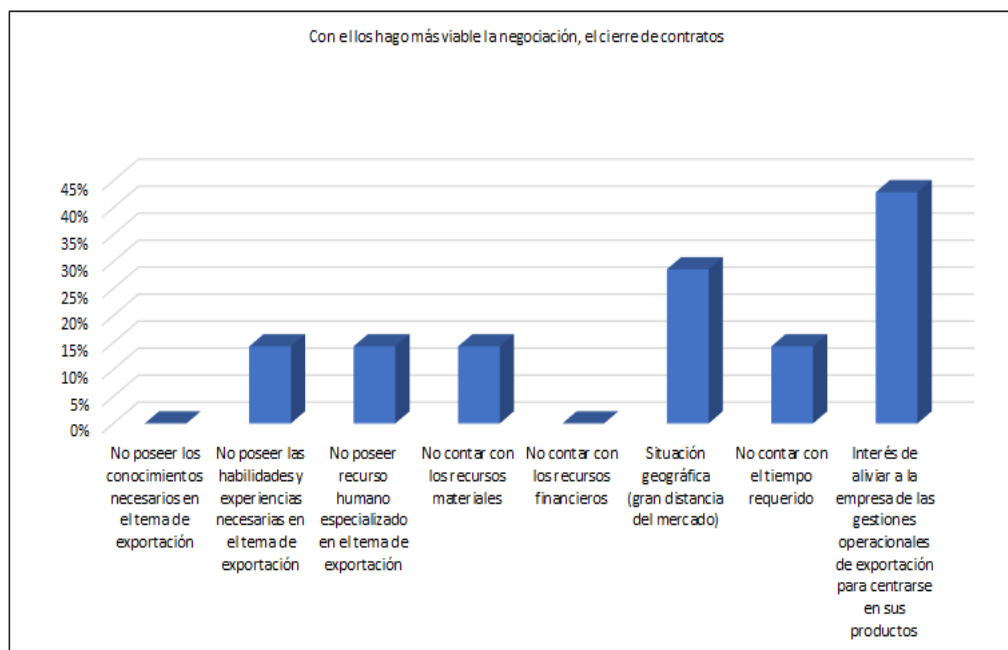
**Figura 5**

*Motivos de la primera razón del uso de intermediarios en el proceso de las transacciones*



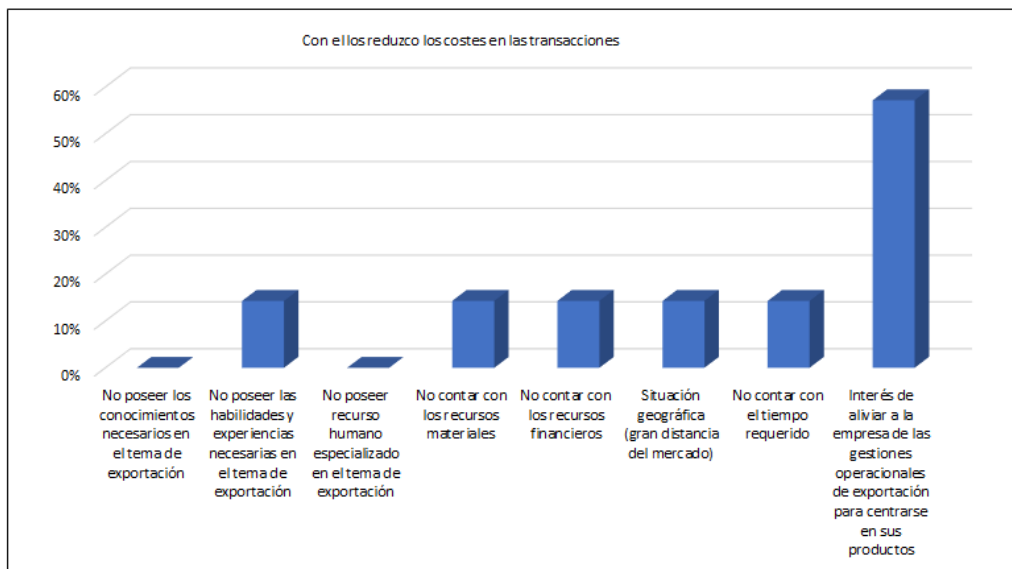
**Figura 6**

*Motivos de la segunda razón del uso de intermediarios en el proceso de las transacciones*



**Figura 7**

*Motivos de la tercera razón del uso de intermediarios en el proceso de las transacciones*



Hasta aquí se cierra el primer análisis referido a los motivos de las tres grandes razones por las cuales los productores utilizan intermediarios en las transacciones.

El segundo análisis se centró en las razones por las que las empresas usan intermediarios en el proceso de la logística. En la figura 7 se observa que la mayor parte de los encuestados destacan cuatro principales razones por las que usan intermediarios en este proceso. Primeramente, porque con ellos tienen garantizado el transporte y traslado físico del producto que exportan hacia los lugares de consumo. La mayor parte de los encuestados se refieren a que esto es por la gran distancia con el mercado y porque no poseen los conocimientos necesarios en el tema de exportación en cuanto a la logística (figura 8).

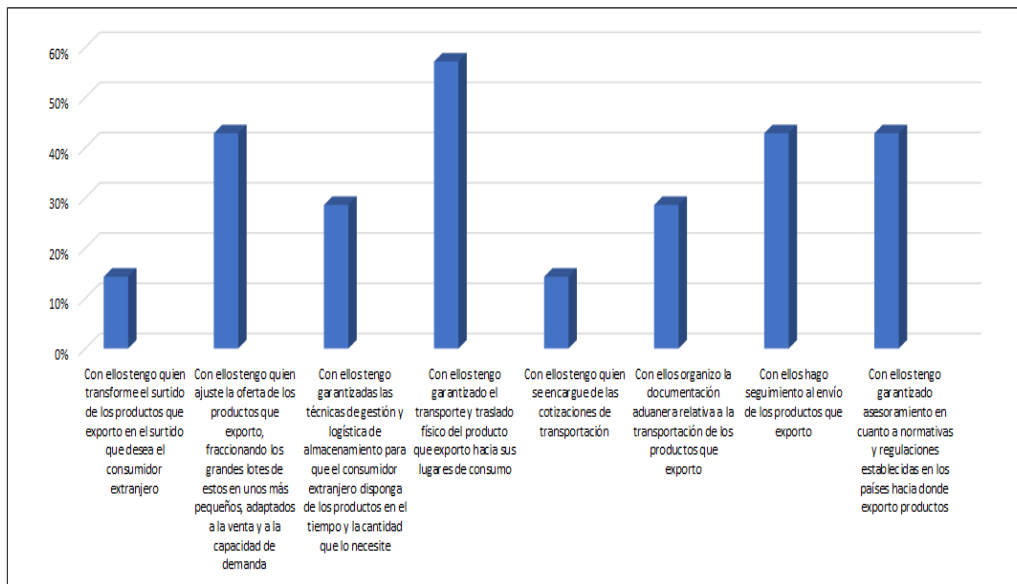
En segundo lugar, se destacan tres razones:

- Con ellos tienen quien les ajuste la oferta de los productos que exportan, fraccionando grandes lotes en unos más pequeños, adaptados a la venta y a la capacidad de la demanda. La mayor parte de los encuestados exponen que esto es debido a que no cuentan con los recursos financieros para ello y a la gran distancia del mercado (figura 9).
- Con ellos hacen seguimiento al envío de los productos que exportan. La mayor parte de los encuestados aluden que es debido principalmente al interés de aliviar a la empresa de gestiones operacionales para centrarse en sus productos (figura 10).

- Con ellos, los intermediarios garantizan asesoramiento en cuanto a normativas y regulaciones establecidas en los países hacia donde exportan productos. La mayor parte de los encuestados manifiestan que es debido al interés de aliviar a la empresa de gestiones operacionales para centrarse en sus productos y no contar con el tiempo requerido para ello (figura 11).

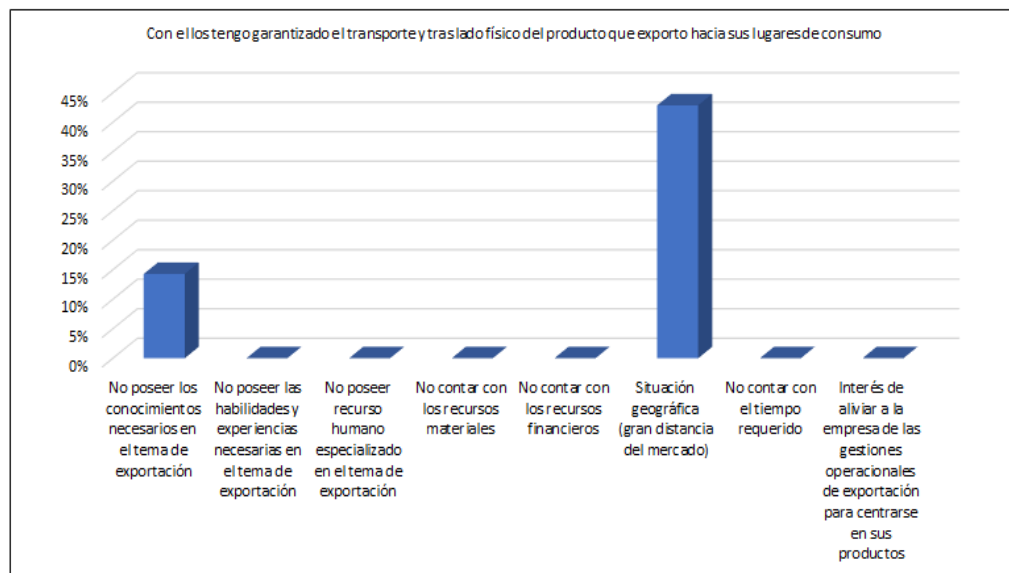
**Figura 8**

*Razones por las que se usan intermediarios en el proceso de la logística*



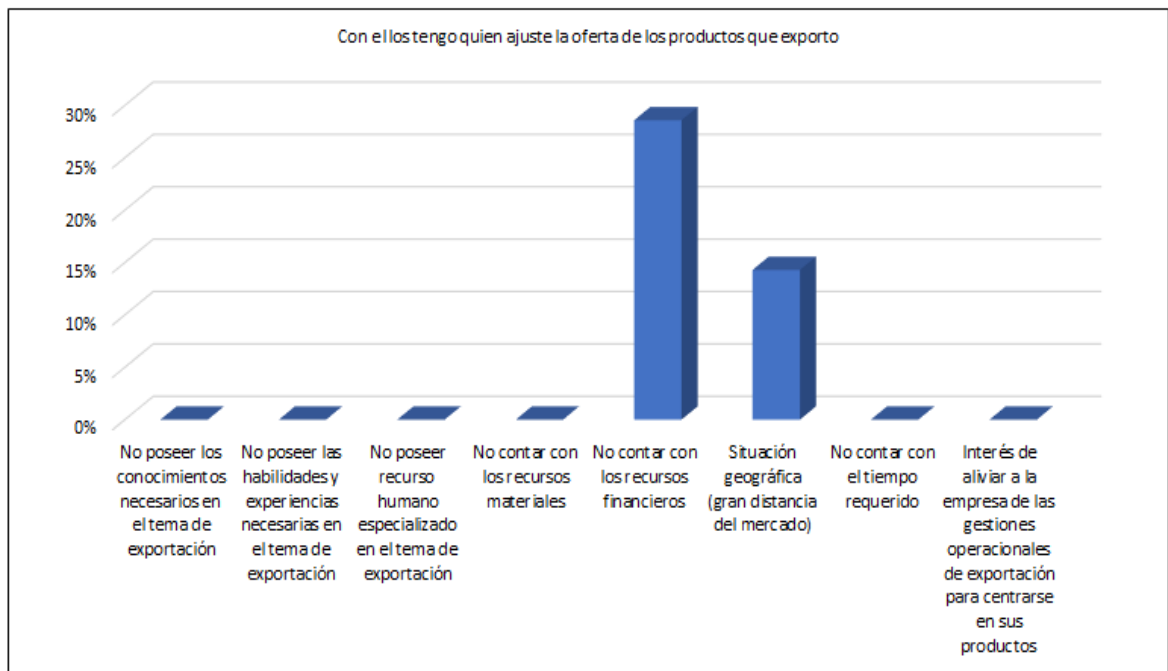
**Figura 9**

*Motivos de la primera razón del uso de intermediarios en el proceso de la logística*



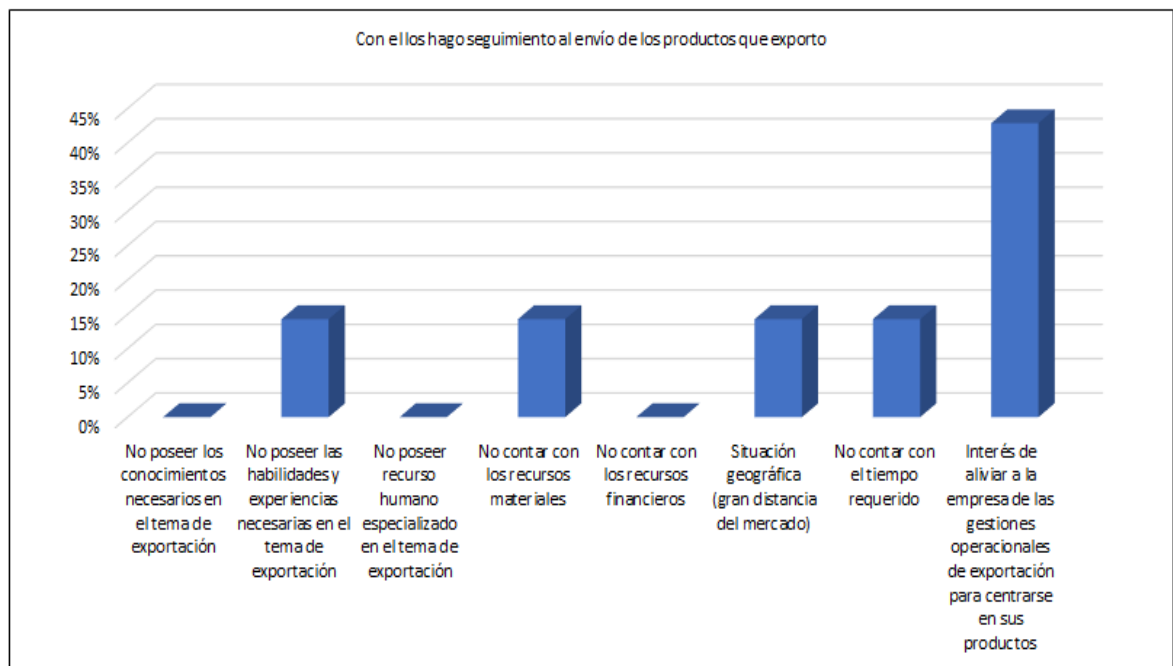
**Figura 10**

*Motivos de la segunda razón del uso de intermediarios en el proceso de la logística*



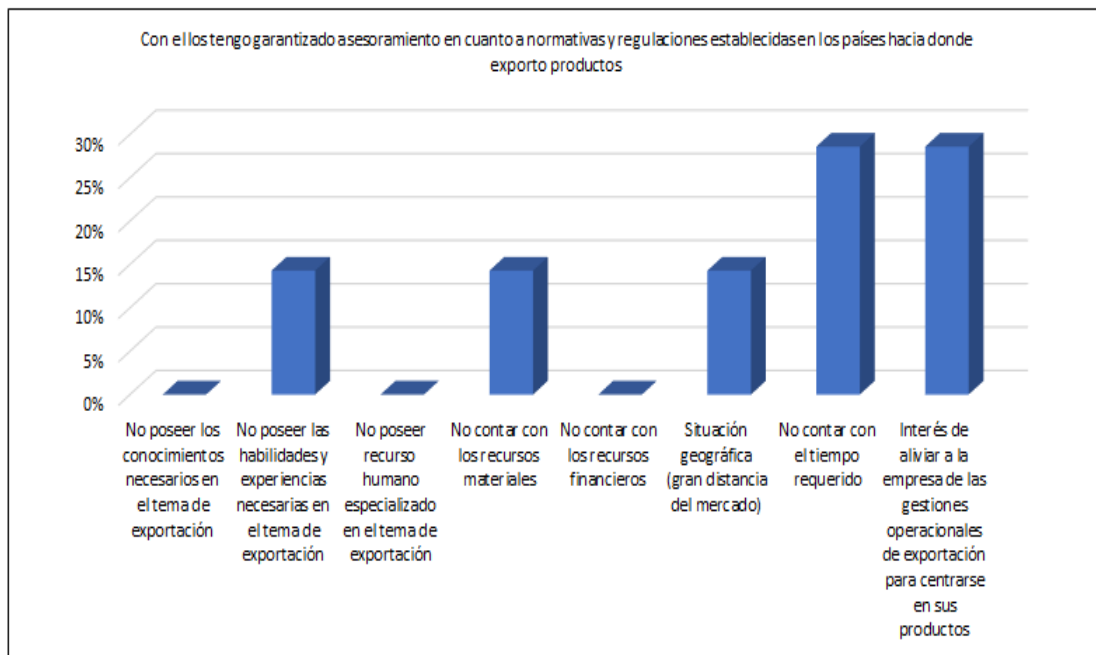
**Figura 11**

*Motivos de la tercera razón del uso de intermediarios en el proceso de la logística*



**Figura 12**

*Motivos de la cuarta razón del uso de intermediarios en el proceso de la logística*



Finalmente, en el tercer el análisis referido a la siguiente variable gestión para la adquisición, el mismo se centró en las razones por las que las empresas usan intermediarios en la gestión para la adquisición de los productos por parte del consumidor final. En la figura 12 se aprecia que la mayor parte de los encuestados destacan cuatro principales razones.

Razón número uno: con ellos garantizan información (asesoramiento) al consumidor final acerca de las características y cualidades de los productos que exportan. La mayor parte de los encuestados coinciden en que esta razón es debido al interés de aliviar a la empresa de las gestiones operacionales de exportación para centrarse en sus productos y al no contar con el tiempo requerido para realizar ellos las gestiones (figura 13).

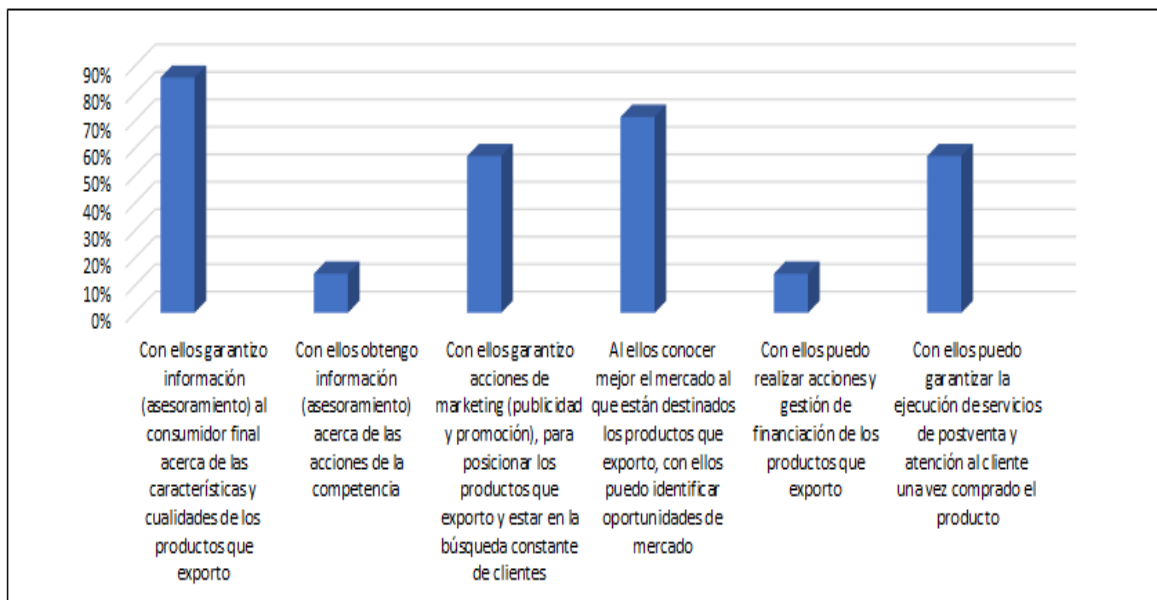
Razón número dos: con ellos pueden identificar oportunidades de mercado, al ellos conocer mejor el mercado al que están destinados los productos que exportan. La mayor parte de los encuestados exponen que esto es debido a que no cuenta con el tiempo requerido para ello, a la gran distancia del mercado y a que no cuentan con los recursos financieros (figura 14).

Razón número tres: con ellos garantizan acciones de marketing (publicidad y promoción), para posicionar los productos que exportan y estar en la búsqueda constante de clientes. La mayor parte de los encuestados señalan que ello es debido a que no cuentan con los recursos materiales ni financieros para realizar estas acciones (figura 15).

Razón número cuatro: con ellos pueden garantizar la ejecución de servicios de postventa y atención al cliente una vez comprado el producto. La mayor parte de los encuestados, se refieren a que esto es debido únicamente a no contar con los recursos financieros (figura 16)

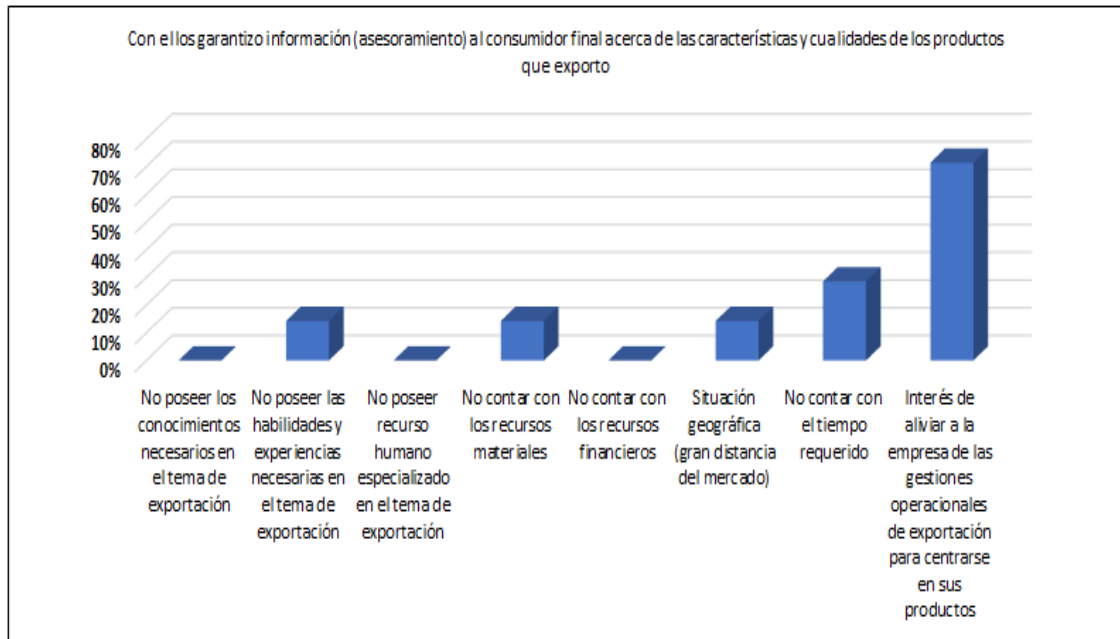
**Figura 13**

*Razones por las que se usan intermediarios en la gestión para la adquisición de los productos por parte del consumidor final*



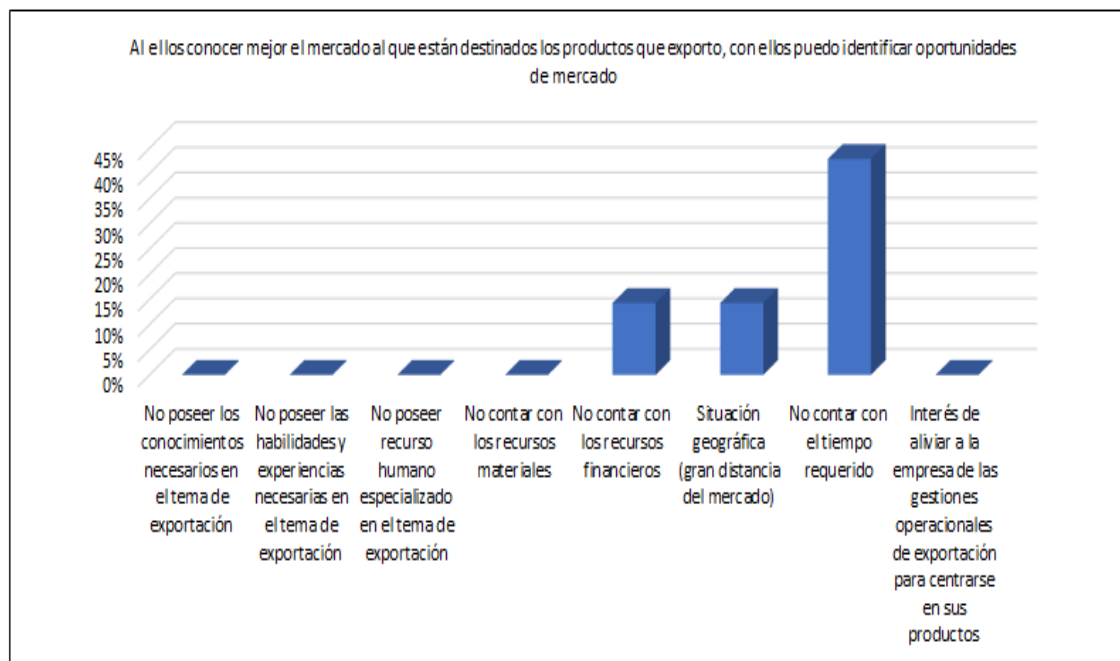
**Figura 14**

*Motivos de la primera razón del uso de intermediarios en la gestión para la adquisición de los productos por parte del consumidor final*



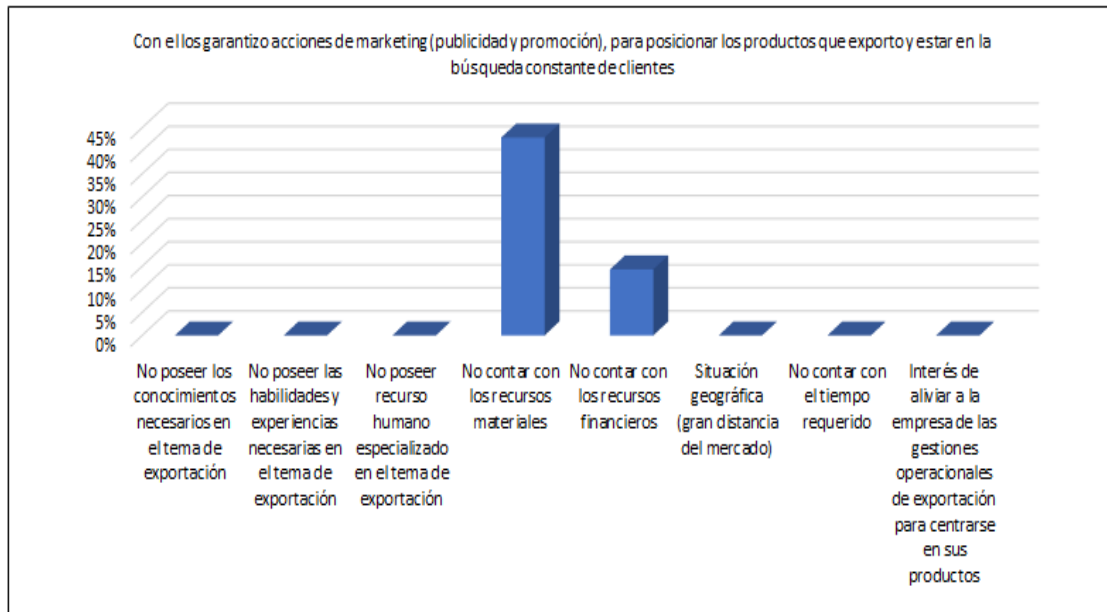
**Figura 15**

*Motivos de la segunda razón del uso de intermediarios en la gestión para la adquisición de los productos por parte del consumidor final*



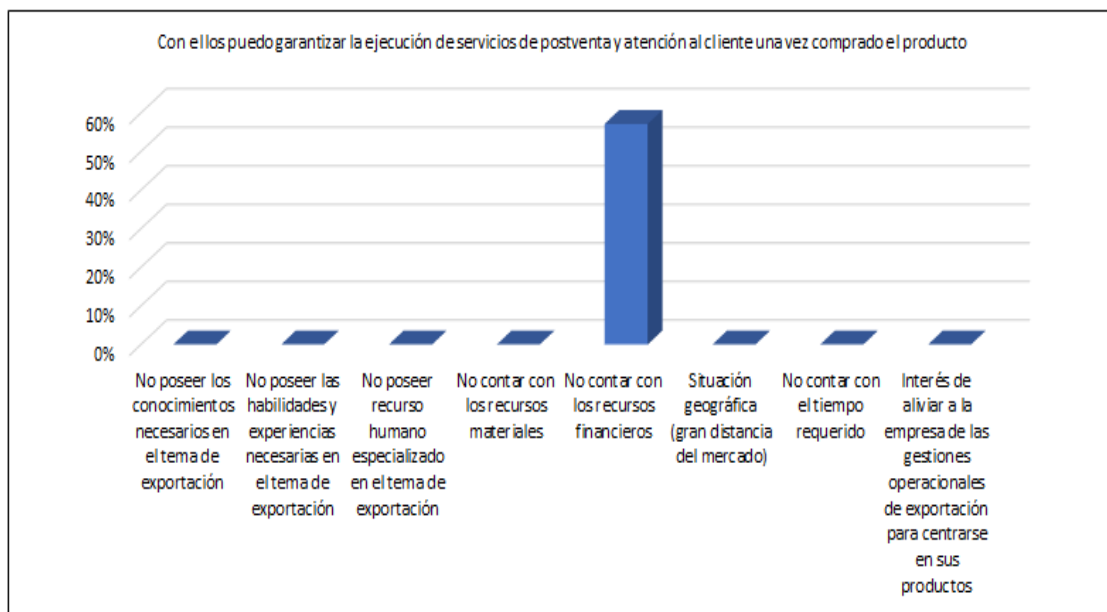
**Figura 16**

*Motivos de la tercera razón del uso de intermediarios en la gestión para la adquisición de los productos por parte del consumidor final*



**Figura 17**

*Motivos de la cuarta razón del uso de intermediarios en la gestión para la adquisición de los productos por parte del consumidor final*



En resumen, la tabla 4 muestra las principales razones para el uso de intermediarios resultantes por cada dimensión analizada; así como, los principales motivos de esas razones, o sea, a qué se deben ellas. Se puede apreciar que la mayor cantidad de razones y motivos para el uso de intermediarios se centran en las dimensiones Logística y Gestión para adquisición de los productos por parte del consumidor final. Los motivos que más se manifiestan son: gran distancia con el mercado, no contar con el tiempo requerido e interés de aliviar a la empresa de gestiones operacionales para centrarse en sus productos.

**Tabla 4**

*Razones para el uso de intermediarios resultantes por cada dimensión analizada, principales motivos de las razones*

<b>Dimensiones</b>	<b>Razones para el uso de intermediarios</b>	<b>Motivos (a qué se deben)</b>
Transacción	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Minimizan el número de contacto para llegar al consumidor extranjero.</li> <li>- Hacen más viable la negociación y el cierre de contratos al designarlos como representantes, facilitando la comunicación y la resolución de conflictos</li> <li>- Reducen los costes en las transacciones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gran distancia del mercado</li> <li>- No contar con el tiempo requerido</li> <li>- Interés de aliviar a la empresa de gestiones operacionales para centrarse en sus productos</li> </ul>
Logística	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Garantía del transporte y traslado físico del producto que exportan hacia los lugares de consumo.</li> <li>- Ajuste de la oferta de los productos que exportan, fraccionando grandes lotes en unos más pequeños, adaptados a la venta y a la capacidad de la demanda</li> <li>- Seguimiento al envío de los productos que exportan</li> <li>- Garantía de asesoramiento en cuanto a normativas y regulaciones establecidas en los países hacia donde se exportan los productos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gran distancia del mercado</li> <li>- No poseer los conocimientos necesarios en el tema de exportación en cuanto a la logística.</li> <li>- No contar con los recursos financieros</li> <li>- Interés de aliviar a la empresa de gestiones operacionales para centrarse en sus productos</li> <li>- No contar con el tiempo requerido</li> </ul>
Gestión para adquisición de los productos por parte del consumidor final	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Garantía de información (asesoramiento) al consumidor final acerca de las características y cualidades de los productos que exportan</li> <li>- Identificación de oportunidades de mercado (los intermediarios conocen mejor el mercado al que están destinados los productos que se exportan)</li> <li>- Garantía de acciones de marketing (publicidad y promoción), para posicionar los productos que se exportan y estar en la búsqueda constante de clientes</li> <li>- Garantía de la ejecución de servicios de postventa y atención al cliente una vez comprado el producto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Interés de aliviar a la empresa de gestiones operacionales para centrarse en sus productos</li> <li>- No contar con el tiempo requerido</li> <li>- Gran distancia del mercado</li> <li>- No contar con los recursos financieros</li> <li>- No contar con los recursos materiales</li> </ul>

*Nota:* Se expone en esta tabla resumen las razones por cada una de las dimensiones analizadas

### **3.2. Discusión**

En el estudio se determinaron las razones para el uso de intermediarios en las exportaciones de la ciudad de Esmeraldas. Para ello se estudiaron siete empresas dedicadas a la exportación de diversos rubros en la ciudad de Esmeraldas, las cuales usan intermediarios en sus operaciones internacionales, y a quienes se les aplicó un cuestionario y se obtuvieron resultados que permitieron conocer tales razones. En este sentido, se establecieron tres dimensiones sobre las cuales se hizo el análisis: uso de intermediarios en: el proceso de transacciones, el proceso logístico que llevan las empresas, y la gestión de adquisición de los productos por parte del consumidor final.

Con el desarrollo de la investigación se pudo corroborar que la intermediación es un proceso que se encuentra presente en las operaciones de las empresas exportadoras de Esmeraldas; verificando que para ello estas empresas poseen suficientes razones. Se dio respuesta de esta manera a la pregunta de investigación formulada en las primeras etapas del estudio.

Se pudo conocer que en el proceso de transacción las empresas encuestadas hacen uso de intermediarios porque con ellos, minimizan el número de contacto para llegar al consumidor extranjero; hacen más viable la negociación y el cierre de contratos al designarlos como representantes, facilitando la comunicación y la resolución de conflictos y reducen los costes en las transacciones. Todo lo anterior debido a que existe una gran distancia del mercado hacia el que se exporta, no cuentan con el tiempo requerido para las transacciones y es de su interés aliviarse así de esas gestiones operacionales relacionadas con las transacciones para centrarse en sus productos.

Con relación al anterior resultado sobre las transacciones, la mayoría de las empresas durante los últimos años han visto como una ventaja usar los intermediarios en las transacciones y esto se explica porque estas han tenido mejor rentabilidad para sus empresas. Además, se ahorran tiempo operativo en negociaciones extensas que pueden afectar el proceso de producción. Es una práctica que ha ido creciendo porque la generalidad de las empresas, al menos en las transacciones consideran que la experiencia y la experticia de los intermediarios resulta un beneficio para ellas.

Si bien el rol de los intermediarios se conoce como una función no regulada, los empresarios pueden verse beneficiados en algunos aspectos tal como se ha encontrado en el estudio empírico, específicamente en los relativo al proceso de aplicación de normativas relativas a los aranceles aduaneros y otras formalidades que implica en desarrollo de las transacciones.

Sobre los resultados del uso de intermediarios por las empresas encuestadas, estas se refirieron solo a aspectos positivos del empleo en sus procesos de negociación, lo que de algún modo da soporte al trabajo que pueden estar desarrollando los intermediarios en la ciudad de Esmeraldas. En este punto, si se comparan los anteriores resultados con el aporte de Moreno et al. (2020) es posible encontrar puntos de coincidencia.

Este autor expone que el uso de los intermediarios en la exportación puede encargarse de facilitar el proceso de exportación, actuando como mediadores entre los productores y los compradores en el extranjero, atrayendo nuevos mercados y consumidores. Con esta idea coincide también Aviles (2023), quien califica la intermediación en las transacciones como una estrategia que se recomienda a los productores con el propósito que estas puedan aumentar su margen de utilidad y así prevengan el riesgo de la inversión.

Esto especialmente, porque en su mayoría los productores y empresarios nacionales carecen de experiencia en el manejo propiamente de los negocios internacionales. Además, desconocen las posibles riesgos que pueden tener una inversión a gran escala en el escenario internacional.

Si se analizan estas ideas, es posible señalar entonces que el uso de intermediación en las transacciones reviste una ventaja para los empresarios o pequeños productores, toda vez que la evidencia científica de las fuentes primarias como de las secundarias indican más bondades, en aspectos puntuales que para la empresa puede representar una dificultad resolverla sola. Aunque sería beneficioso estudiar en un futuro en qué aspectos puntualmente pueden ser de gran ayuda los intermediarios y en cuáles no, que por el contrario pudieran representar alguna amenaza.

Por otro lado, se pudo identificar que el proceso de logística, las empresas encuestadas hacen uso de intermediarios porque con ellos tienen una garantía para el transporte y traslado físico del producto que exportan hacia los lugares de consumo; pueden ajustar la oferta esos productos, fraccionando grandes lotes en unos más pequeños, adaptados a la venta y a la capacidad de la demanda. Además, pueden dar seguimiento al envío de los productos exportados; así como, tienen garantía de asesoramiento en cuanto a normativas y regulaciones establecidas en los países hacia donde se exportan los productos.

Todo lo anterior permite indicar que debido a que existe una gran distancia del mercado hacia el que se exporta, no poseen los conocimientos necesarios en el tema de exportación en cuanto a la logística, con los recursos financieros necesarios ni el tiempo requerido para garantizar el proceso logístico y es de su interés aliviarse así de esas gestiones operacionales relacionadas con la logística para centrarse en sus productos.

Al analizar estos resultados es evidente que el uso de los intermediarios en procesos de logística suaviza la carga operativa para las empresas, al mismo tiempo que le suma beneficios para los procesos administrativos y de negociaciones de los productos porque reduce los costos que pudieran implicar desajustes en las finanzas. Costos como gestiones logísticas, legales, formación de personal, ajustes de precios, entre otras. Es decir, que el intermediario estaría cubriendo varias necesidades asociadas con el proceso de logística que presentan las empresas y con las cuales estas deben cumplir, lo que se traduce en ahorro de tiempo e inversión.

Al comparar estos resultados con los encontrados en Balaguer (2014), es posible entender que la intermediación es una actividad que posee una función de brindar un servicio de gestión de un negocio productor, en este caso los empresarios nacionales con el fin de generar beneficios para la parte a quien representa. Este autor expone que mientras mayores beneficios se pongan en relieve en el marco de las negociaciones, mayor será la dependencia de los productores de estos mecanismos de intermediación.

Entender la intermediación dentro de un proceso de logística empresarial es considerar que dado el alcance que estos han abarcado en los últimos años, ha creado mucha más dependencia en el sector productor. Esto es así, ya que la misma

intermediación es un proceso que para Sánchez (2023) implica logística, porque permite aumentar valor a las empresas, propiedad y tiempo, dependiendo del tipo de producto, consumidor, fabricante, mercado y país. En definitiva, la intermediación para el prenombrado autor es considerada un eslabón más dentro de la cadena distributiva entre consumidores y fabricantes finales localizados en distintos países y focalizado en los negocios internacionales de forma generalizada.

Por su parte, Balaguer (2014), sostiene que la intermediación puede ser considerada también un modelo basado en un negocio porque permite a estas personas crear una estructura de mercados para sus clientes quienes son los productores primarios, con el fin de facilitar los intercambios. Es decir, que los beneficios no solo son inmediatos sino que pueden ser a mediano plazo, por cuanto les permite a los productores y empresarios ampliar el rango de la negociación en el ámbito internacional.

Sin duda, la teoría sobre el rol de la intermediación en los procesos logísticos en los negocios internacionales ha adquirido mayor relevancia los últimos tiempos, concibiendo esta figura como un modelo de negocios, esto debido al alcance que ha tenido dentro de las funciones que cubre la intermediación en las exportaciones. Las cuales no solo se reducen a las gestiones de intercambio internacional, sino que han alcanzado entrar dentro de la estructura o cadena de los productores, haciéndose cada vez más necesarios.

Seguidamente, con respecto a la siguiente dimensión estudiada se pudo conocer que en la gestión para adquisición de los productos por parte del consumidor final, las empresas encuestadas hacen uso de intermediarios porque con ellos poseen garantía de información (asesoramiento) al consumidor final acerca de las características y cualidades de los productos que exportan; identifican las oportunidades de mercado debido a que ellos conocen mejor el mercado al que están destinados sus productos; tienen garantía de acciones de marketing (publicidad y promoción), para posicionar sus productos y estar en la búsqueda constante de clientes; además, tienen la garantía de ejecutar a través de ellos servicios de postventa y atención al cliente una vez comprado el producto.

Todo ello debido a que no cuentan con el tiempo requerido ni los recursos materiales y financieros en cantidad necesaria para realizar estas gestiones, unido a ellos,

la existencia de una gran distancia del mercado hacia el que se exportan los productos y al interés de aliviarse de esas gestiones para centrarse en sus productos.

Estos resultados se pueden explicar a la luz de las teorías revisadas, en tanto que las empresas recurren a los intermediarios o contratan sus servicios, por razones de confianza, de necesidad de servicios, de reducción de gastos, porque ser empresario nacional productor poseen su propio rango de trabajo y su alcance internacional requiere de preparación, experiencia, contactos, manejo de la legislación y normativas en materia de exportación. Además existen otros factores que los productores pueden desconocer, por cuanto no se encuentran al alcance de estos, cómo es la dinámica del mercado, cómo se puede mover este de acuerdo con las circunstancias que se presentan en el mundo.

Esta explicación se puede comparar con los resultados aportados por Mondragón (2023) quien expone que una de las funciones principales de los intermediarios en la exportación de bienes, es la búsqueda de oportunidades de mercado, con el propósito de identificar oportunidades de negocio y nichos de mercado. Para ello, los intermediarios poseen sus propios mecanismos de marketing que les permiten encontrar clientes potenciales en el mercado internacional.

En este sentido, estos intermediarios cada vez amplían el portafolio de servicios que brindan a los productores nacionales, en vista de que cuentan con personal capacitado y se manejan en el ámbito nacional con las normativas y regulaciones, así como en el ámbito internacional a través de los contactos que poseen con los mercados internacionales. Esto hace que su trabajo y su figura cada vez adquieran mayor valor en el ámbito de las negociaciones internacionales.

En torno a este aspecto, sería conveniente profundizar en un estudio futuro donde se analicen aspectos como el marketing desde la intermediación, cuyo proceso se ha ido desarrollando en los últimos años, debido a la necesidad que plantea un mercado internacional ampliamente globalizado e interconectado. Sería conveniente además, analizar las altas demandas y la competitividad existente.

El estudio sobre las razones por las cuales se usan intermediarios en las exportaciones en la ciudad de Esmeraldas se basan fundamentalmente en la necesidad de

ayuda y asistencias en gestiones que los productores de la ciudad no pueden resolver por diversos factores, ausencia de conocimiento y manejo de normativas aduaneras, desconocimientos sobre cómo opera el mercado internacional, aliviarse de los asuntos burocráticos, reducir los tiempos, ahorrar recursos, necesidad de posicionarse en el mercado internacional y de las relaciones con otros sectores del comercio, tener un acercamiento al mercado y participación activa dentro de este.

Estos resultados obtenidos en Esmeraldas se consideran novedosos en el entendido que al revisar algunos estudios recientes no se hacen tratamientos directos a las empresas que operan en esta ciudad. Pues, se encontraron algunos estudios de otras provincias que tocan el tema de la intermediación pero de forma indirecta. Por lo que este trabajo constituye un aporte grandioso para ampliar el conocimiento en esta materia, como también puede contribuir con la toma de decisiones sobre posibles medidas o políticas sobre el papel de la intermediación que contribuyan a beneficiar a las partes involucradas.

En este estudio se añaden elementos claves sobre el valor que está representando el trabajo de los intermediarios en el desarrollo de las transacciones internacionales de los productores esmeraldeños. En lo relativo a los procesos de logística, a la gestión de la adquisición de productos por el consumidor final y en las transacciones propiamente. Sobre estas dimensiones no se encontraron estudios, al menos en Esmeraldas, lo que otorga mayor valor al presente trabajo. En esta línea, los resultados encontrados pudieran servir de base para profundizar en otros aspectos relacionados con el manejo de la cadena de producción de las empresas, sobre las diversas normativas que se aplican en los intercambios internacionales.

Los motivos que se encontraron en el estudio reflejan una realidad sobre una necesidad o vacío que poseen los productores, y que debería ser atendida por las autoridades competentes. Especialmente, porque se esperan que los productores en el desarrollo de sus exportaciones se incremente a mayor escala, y además si se abren nuevos mercados.

## **CAPÍTULO 4. Conclusiones y recomendaciones**

### **4.1. Conclusiones generales**

Sobre la base de los resultados de la investigación y teniendo en cuenta sus objetivos, se puede concluir que:

1. Las razones para el uso de intermediarios en las transacciones se deben a la necesidad de las empresas de resolver problemas externos a los cuales estas no tienen el alcance, los recursos ni la formación para atenderlos. Lo que les permitiría aligerar algunas cargas en operaciones que le pudieran generar mayores costos si se enfrentan sin la figura del intermediario.
2. Se explica en relación con las razones encontradas en materia de logística sobre el uso de intermediarios, que estas empresas esmeraldeñas se ven de igual manera favorecidas en cuanto a aspectos operativos. Existen regulaciones en el manejo de determinados rubros que deben ser aplicados, esto para prevenir pérdidas en el envío de productos hacia el exterior. Esto se ha hecho una necesidad dentro de la estructura de las empresas esmeraldeñas, que ya ha concedido posicionar el rol de la intermediación dentro de la cadena de logística de los productos.
3. En lo relativo a las razones para el uso de intermediarios en la gestión para la adquisición de productos por el consumidor final se concluye que estas se basan en la necesidad de encontrar nuevos mercados debido a que últimamente el mercado internacional se ha convertido en un escenario muy competitivo, lo que puede representar un riesgo para los empresarios y exportadores esmeraldeños. Estos nuevos mercados suelen ser exigentes en los estándares de calidad del producto, razón por la cual, los intermediarios son claves porque conocen de estas demandas, lo que permite generar valor al intercambio.

## **4.2. Recomendaciones o trabajos futuros**

1. A las autoridades competentes: brindar capacitación a las empresas exportadoras de Esmeraldas en materias de: normativas y disposiciones arancelarias, manejo administrativo dentro y hacia afuera de las operaciones.
2. A las autoridades competentes: Es imprescindible que estas puedan de alguna manera, regular a través de políticas y disposiciones el rol que poseen los intermediarios en las empresas de exportaciones, de manera que se realicen gestiones en conjunto y de forma reglamentada, a fin de evitar excesos o situaciones que puedan afectar al mercado de exportación en Esmeraldas.
3. A los empresarios: Mejorar sus estructuras de trabajo, potenciando el capital humano, así como empleando procesos de marketing digital basado en estudios de mercados, y en el conocimiento de las condiciones que presenta el mercado internacional para que puedan tener mejor autonomía y con ello mayor rentabilidad.
4. Ampliar estos estudios constituye una necesidad, por lo que se sugiere a la universidad generar líneas de investigación relacionadas con el tema de las exportaciones y que puedan ser ampliadas las investigaciones en diversos rubros.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, A. L. (2017). *Canales de distribución*. Fundación Universitaria del Área andina. <https://core.ac.uk/download/pdf/326423549.pdf>
- Aduana Ecuador - SENA. (Mayo de 2018). *Resolución Nro. SENA-SENAE-2018-0115-RE*. <https://www.aduana.gob.ec/base-legal/>
- Aduana Ecuador SENA. (2017). *Resolución del SENA -SENAE – 2017-0693-RE, Norma que regula la actividad de los operadores económicos autorizados (OEA)*, Registro oficial N° 176
- Anaya, R. (13 de Octubre de 2010). Los 6 aspectos teóricos y prácticos del comercio internacional. <https://www.gestiopolis.com/6-aspectos-teoricos-practicos-comercio-internacional/>.
- Arias, J., & Vasquez, M. (2022). *Metodología de la investigación: El método ARIAS para realizar un proyecto de tesis*. Peru: Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C.
- Arispe, C., Yangali, J., Guerrero, M., Lozada, O., Acuña, L., & Arellano, C. (2020). *La investigación científica Una aproximación para los estudios de posgrado*. Guayaquil: Universidad Internacional del Ecuador.
- Arslandere, M., ADA, S., & Tuncer, I. (2020). The Effects of Using Internet-Based Export Marketing Information Sources on Export Market Growth Capability. *JOURNAL OF BUSINESS RESEARCH-TURK*, 12(4), 3333-3349. doi: [https://isarder.org/2020/vol.12\\_issue.4\\_article4.pdf](https://isarder.org/2020/vol.12_issue.4_article4.pdf)
- Avellaneda, L., Morante, P., & Dávila, J. (2022). *La investigación científica. Una aventura epistémica, creativa e intelectual*. Peru: Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú.
- Aviles, B. (Junio de 2023). *La intermediación comercial como estrategia para la comercialización de pimienta*. <http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/4135/T-ESPE-HC-001089.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Baena-Rojas, J. J. (2018). Barreras arancelarias y no arancelarias como restricciones al comercio internacional. *Revista Venezolana de Gerencia*, 543-562. <https://www.redalyc.org/journal/290/29058775003/html/>
- Baena-Rojas, J. J. (2019). *Las restricciones y los aranceles a las exportaciones de mercancía en el Derecho de la OMC ¿Barreras tradicionales o neoproteccionismo?* Universitat de Barcelona.
- Balaguer, E. P. (2014). *La intermediación en los contratos de consumo*. Universitat de Barcelona.
- Banco Central de Ecuador. (Junio de 2023). *Los Shocks exógenos y el crecimiento económico del Ecuador*.

- <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Memoria/1997/c8.htm>
- Banco Central del Ecuador. (2023). *El contexto económico internacional. Capítulo I*. <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Memoria/1997/c1.htm>
- Banco de Desarrollo de América Latina CAF. (2021). *Caminos para la integración. Facilitación del comercio, infraestructura y cadenas globales de valor*. Editor: CAF. [https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1823/RED%202021\\_Caminos%20para%20la%20integraci%C3%B3n\\_Facilitaci%C3%B3n%20del%20comercio%2C%20infraestructura%20y%20cadenas%20globales%20de%20valor.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1823/RED%202021_Caminos%20para%20la%20integraci%C3%B3n_Facilitaci%C3%B3n%20del%20comercio%2C%20infraestructura%20y%20cadenas%20globales%20de%20valor.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- BANCO MUNDIAL. (2021). Exportaciones de bienes y servicios (% del PIB). <https://datos.bancomundial.org/indicador/NE.EXP.GNFS.ZS>.
- Blanco, R. . (2011). Diferentes Teorías del comercio Internacional. *ICE, revista de economía*. [https://dlwqtxts1xzle7.cloudfront.net/37415691/Diferentes\\_teorias\\_del\\_comercio\\_internacional-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1641673155&Signature=HHHeXqjQjR356wvBOxDR-ib8o~HEXe69TV3-xIzCrVc9o~PgDuE2n0dgy~iY7Q8uaoS59](https://dlwqtxts1xzle7.cloudfront.net/37415691/Diferentes_teorias_del_comercio_internacional-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1641673155&Signature=HHHeXqjQjR356wvBOxDR-ib8o~HEXe69TV3-xIzCrVc9o~PgDuE2n0dgy~iY7Q8uaoS59).
- Borja-Abad, K. L., Cevallos, H. V., Garzón-Montealegre, V. J., & Carvajal-Romero, H. (2021). Análisis de las exportaciones del cacao ecuatoriano en grano en el periodo 2008-2018. *Revista metropolitana de ciencias aplicadas*, 4(1), 148-155.
- Bowersox, D., Closs, D., & Cooper, B. (2012). *Administración y logística en cadena de suministro*. Editorial Mc Graw Hill.
- Calderón, Á., Dini, M., & Stumpo, G. (2016). *Los desafíos del Ecuador para el cambio estructural con inclusión social*. CEPAL.
- Cardoso, P., Chavarro, A., & Ramirez, C. (2007). Teorías de la internacionalización. *Panorama*. <https://doi.org/10.15765/pnrm.v1i3.264>.
- Carpio-Cortéz, J. L. (2020). *Proceso de comercialización del cacao en asociación de productores agrícolas la revancha del recinto San José*. Universidad Técnica de Babahoyo.
- Castaño-Estrada, S., Guarín-Alzate, V., & Pineda, M. (2015). *Importación y exportación*. Fundación Universitaria Luis Amigó.
- Cazador, N. (2023). *Comercio en la hora más oscura de la guerra*. [https://www.wto.org/english/thewto\\_e/history\\_e/tradewardarkhour41\\_e.htm](https://www.wto.org/english/thewto_e/history_e/tradewardarkhour41_e.htm)
- CEPAL. (2018). *Estudio Económico de América Latina y el Caribe. Evolución de la inversión en América Latina y el Caribe: hechos esterilizados, determinantes y desafíos de política*. Publicación de las Naciones Unidas.

- CEPAL. (2019). *Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe. El adverso contexto mundial profundiza el rezago de la región*. Publicación de las Naciones Unidas.
- Cobeña-Sánchez, N. A. (2023). *Proceso de internacionalización de las MiPymes del sector camaronero exportador de la ciudad de Esmeraldas de acuerdo con la teoría del Modelo Uppsala*. Esmeraldas: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.  
<https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/3421/1/Nicole%20Abigail%20Cobe%c3%bl1a%20S%c3%a1nchez.pdf>
- Comex Latino. (2023). *Tipos de intermediarios y su influencia en las operaciones comerciales*. [https://comercioexterior.la/tipos-de-intermediarios/#Intermediarios\\_Comerciantes](https://comercioexterior.la/tipos-de-intermediarios/#Intermediarios_Comerciantes)
- Comisión Económica para América Latina (CEPAL). (2021). Comercio exterior de América Latina y el Caribe exhibe su peor desempeño desde crisis financiera mundial por causa de la pandemia. <https://www.cepal.org/es/comunicados/comercio-exterior-america-latina-caribe-exhibe-su-peor-desempeno-crisis-financiera>.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2016). Internacionalización de las Pymes, Innovación para exportar. [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40737/1/S1600442\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40737/1/S1600442_es.pdf).
- ConnectAmericas. (2015). *Consortios de exportación, ¿una solución práctica para exportar?* <https://connectamericas.com/es/content/consorcios-de-exportaci%C3%B3n-%C2%BFuna-soluci%C3%B3n-pr%C3%A1ctica-para-exportar>
- Corporación MUNDI. (1 de Diciembre de 2021). *Exportaciones indirectas o directas: ¿cuál es la mejor opción para llevar tus productos a otro país?* <https://mundi.io/exportacion/exportaciones-indirectas-o-directas/#:~:text=Un%20intermediario%20o%20agente%20comercial,conocidos%20como%20representantes%20o%20brokers>.
- Diccionario de Marketing cultural. (2004). Marketing y ventas. (10maEd).Editorial Cultural. Ediciones S.A.
- Dirección de Inteligencia Comercial, PRO ECUADOR . (2021). Monitoreo de las exportaciones. <https://www.proecuador.gob.ec/monitoreo-de-exportaciones/>.
- Dominguez-Mejías, M. G. (2018). *Estudio sobre la cadena de suministro del cacao: caso de Ecuador*. Universidad de Sevilla. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0306312719850628>
- El Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego del Perú . (Junio de 2023). *Formas de Exportación*. <https://www.midagri.gob.pe/portal/comercio-exterior/icomoeexportar/introduccion62/677-formas-de-exportacion>

- El Misionero. (Enero de 2023). Persepctivas del mercado para el 2023. *Periodico oficial de la Universidad Agraria del Ecuador*, 945, 1-12. [http://archivo.uagraria.edu.ec/web/el\\_misionero/2023/El-Misionero-945.pdf](http://archivo.uagraria.edu.ec/web/el_misionero/2023/El-Misionero-945.pdf)
- Escudero, M. J. (2017). *Gestión Logística y comercial*. [https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=zQv\\_AAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=capacidad+logistica+y+comercial&ots=NDBn8HQqgv&sig=OPveYWhhE2oBmxvyaX1-JBSDQOU#v=onepage&q=capacidad%20logistica%20y%20comercial&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=zQv_AAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=capacidad+logistica+y+comercial&ots=NDBn8HQqgv&sig=OPveYWhhE2oBmxvyaX1-JBSDQOU#v=onepage&q=capacidad%20logistica%20y%20comercial&f=false).
- Escuela de Negocios y Dirección. (2014 ). *Modelos de negocio en internet: basado en la intermediación*. <https://www.escueladenegociosydireccion.com/revista/business/marketing-ventas/negocio-internet-intermediacion/#:~:text=El%20modelo%20basado%20en%20la,en%20contacto%20oferta%20y%20demanda>
- European Forest Institute. (2021). *Diagnóstico de la cadena de valor del cacao, y mapeo de los indicadores y sistemas de información existentes. Resultado del diagnóstico participativo en Ecuador*. EUREDD - EFI-Alisos- Climate Focus.
- Feijóo-Arroyo, G. S. (2018). *Análisis del microentorno de un sistema de inteligencia de mercado en la empresa “DEPRODEMAR” de la provincia de Esmeraldas*. Esmeraldas: Pontificia Universidad Católica de Esmeraldas. <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1685/1/FEIJO%C3%93%20ARROYO%20%20GABRIELA%20STEPHANIE.pdf>
- García-Delgado, R. V. (2014). *Implementación de un intermediario de importación de repuestos para motores de maquinarias industriales y de construcción*. Guayaquil: Universidad Católica Santiago de Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2203/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-36.pdf>
- Gaudin, Y., & Padilla-Pérez, R. (2020). *Los intermediarios en cadenas de valor agropecuarias. Un análisis de la apropiación y generación de valor agregado*. CEPAL. En Estudios y Perspectivas. [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45796/1/S2000468\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45796/1/S2000468_es.pdf)
- GlobalNegotiator. (2023). *Exportación directa*. <https://www.globalnegotiator.com/comercio-internacional/diccionario/exportacion-directa/>
- Gobierno del Ecuador. (2006). *Ley de propiedad intelectual*. <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/2018/10/Ley-de-Propiedad-Intelectual.pdf>
- Hill, C., & Hult, G. (2018). *International Business – Competing in the Global Marketplace*. <https://www.mheducation.com/highered/product/international-business-competing-global-marketplace-hill/M9781260262582.html>

- Ignacio Orueta et al. (2017). *La financiación de las micro, pequeñas y medianas empresas a través de los mercados de capitales en Iberoamérica*. Fundación Instituto Iberoamericano de Mercados de Valores (IIMV).
- Jiménez, S. (2012). *Distribución comercial aplicada*. ESIC Editorial.
- Krugman, P., Obstfeld, M., & Melitz, M. (2021). *International Economics: Theory and Policy, Global Edition, 11th edition*. <https://www.pearson.com/en-gb/subject-catalog/p/international-economics-theory-and-policy-global-edition/P200000004681/9781292406329>
- LEXIS FINDER. (2004). *Ley de Régimen tributario interno LRTI*. <https://www.ces.gob.ec/lotaip/2018/Agosto/Anexos-literal-a2/LEY%20DE%20REGIMEN%20TRIBUTARIO%20INTERNO,%20LRTI.pdf>
- LEXIS FINDER. (2018). *Reglamento Ley para fomento productivo, atracción de inversiones*. [http://www.pge.gob.ec/images/documentos/LeyTransparencia/2020/mayo/a2/reglamento\\_para\\_la\\_aplicacion\\_de\\_la\\_ley\\_organica\\_para\\_el\\_fomento\\_productivo\\_atraccion\\_de\\_inversiones\\_generacion\\_de\\_empleo\\_y\\_estabilidad\\_y\\_equili.pdf](http://www.pge.gob.ec/images/documentos/LeyTransparencia/2020/mayo/a2/reglamento_para_la_aplicacion_de_la_ley_organica_para_el_fomento_productivo_atraccion_de_inversiones_generacion_de_empleo_y_estabilidad_y_equili.pdf)
- López, I. (2014). *Gestión del comercio exterior de la empresa* (3ra ed) Manual teórico y práctico. ESIC Editorial.
- Lucero, M. (2022). *La exportación indirecta, ventajas y desventajas*. <https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/la-exportacion-indirecta-ventajas-y-desventajas>
- Lucero-Espín, M. G. (Febrero de 2022). *La exportación indirecta a través de intermediarios ventajas y desventajas* <https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/la-exportacion-indirecta-ventajas-y-desventajas>
- Manzanares, O. (2023). *Negociación internacional: diferencias y tipos de negociaciones*. <https://www.globalnegotiator.com/files/negociacion-internacional-estrategias-diferencias-tipos-de-negociaciones.pdf>
- Martínez, D. C. (27 de Agosto de 2022). *Tipos de Exportaciones: cuáles son y qué ventajas ofrecen*. <https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/blog/tipos-de-exportaciones>
- Méndez-Pereda, B. A., Reyes-Pastor, G. E., Obando-Peralta, E. C., & Rodríguez-Balcázar, S. C. (2022). Barreras de exportación en la internacionalización de pymes: una revisión de la literatura científica 2011 – 2020. *Polo del conocimiento*, 64-78.
- Millet, M. (2001). *La regulación del comercio internacional del GATT a la OMC*. Colección de estudios económicos - La caixa.

- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2023). *Ecuador es el primer exportador de cacao en grano de América*. <https://www.agricultura.gob.ec/ecuador-es-el-primer-exportador-de-cacao-en-grano-de-america/>
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (Junio de 2023). *Se incrementa a cerca de \$62 millones la inversión del gobierno nacional para atender a las familias de Esmeraldas*. <https://www.inclusion.gob.ec/se-incrementa-a-cerca-de-62-millones-la-inversion-del-gobierno-nacional-para-atender-a-las-familias-de-esmeraldas/>
- Mondragón, V. (2021). Internacionalización y Exportación. *¿Cuándo la exportación directa o indirecta es una estrategia adecuada?*. <https://www.diariodelexportador.com/2021/12/cuando-la-exportacion-directa-o.html>.
- Mondragón, V. (2023). *Los intermediarios en los canales de distribución internacional*. *DIARIO DEL EXPORTADOR*. <https://www.diariodelexportador.com/2017/04/los-intermediarios-en-el-comercio.html>
- Morales-Intriago, F. L., Carrillo-Zenteno, M. D., Ferreira-Neto, J. A., Peña-Galeas, M. M., Briones-Caicedo, W. R., & Albán-Moyano, M. N. (2018). Cadena de comercialización del cacao nacional en la provincia de Los Ríos, Ecuador. *Ciencias Agrarias/Agricultural Science UTEQ*, 63-69 .
- Moreno, D. (2020). *CONTRATACIÓN EN NEGOCIOS INTERNACIONALES*. <https://www.linkedin.com/pulse/contrataci%C3%B3n-en-negocios-internacionales-rub%C3%A9n-dar%C3%ADo-moreno-novoa/?originalSubdomain=es>
- Moreno-Lobato, A., Hernández-Mogollón, J., & Di-Clemente, E. (2020). Análisis de la intermediación en la integración de la cadena de valor en la comercialización de itinerarios culturales basados en patrimonio militar e histórico. *Revista Espacios*, 200-214. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n31/a20v41n31p16.pdf>
- Nuño, P. (2023). *Tipos de intermediarios en la comercialización*. <https://emprendepyme.net/tipos-de-intermediarios-en-la-comercializacion.html>
- Oleas-Montalvo, J. (2017). Ecuador 1980-1990: crisis, ajuste y cambio de régimen de desarrollo. *América Latina en la historia económica*. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1405-22532017000100210](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-22532017000100210)
- OMC. (2015). *Los 20 años de la OMC. Una mirada retrospectiva*. [https://www.wto.org/spanish/res\\_s/booksp\\_s/20years\\_wto\\_s.pdf](https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/20years_wto_s.pdf)
- OMC. (Junio de 2023). *Historia del sistema multilateral de comercio*. [https://www.wto.org/spanish/thewto\\_s/history\\_s/history\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/thewto_s/history_s/history_s.htm)

- Organización de Estados Americanos (OAS). (Junio de 2023). *Capítulo III. El comercio exterior de América Latina y el Caribe*. <https://www.oas.org/dsd/publications/unit/oea33s/ch14.htm>
- Organización Mundial del Comercio (OMC). (2011). *Informe sobre el comercio mundial 2011*. OMC.
- Organización Mundial del Comercio. (2022). *Participación en el comercio de las pequeñas y medianas empresas manufactureras de las economías en desarrollo. MIPYME Nota de investigación 2*. Ginebra, Suiza: Organización Mundial del Comercio.  
[https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/msmes\\_s/ersd\\_research\\_note2\\_msmes\\_in\\_developed\\_economies.pdf](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/msmes_s/ersd_research_note2_msmes_in_developed_economies.pdf)
- Park, H., Urmeneta, R., & Mulder, N. (2019). *El desempeño de empresas exportadoras según su tamaño. Una guía de indicadores y resultados*. CEPAL.
- Proaño-Bastidas, S. C. (2013). *Estudio de exportación de Pitahaya ecuatoriana hacia el mercado europeo*. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador.  
<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/9327/Estudio%20de%20exportaci%C3%B3n%20de%20la%20pitahaya%20ecuatoriana%20hacia%20el%20mercado%20europeo.pdf?sequence=1>
- Quezada-Eugenio, D. K. (2022). *La intermediación en el sector agrícola ecuatoriano y su impacto en el comercio justo*. Guayaquil: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.
- Rivera-Zuñiga, F. M. (2021). *Barreras para la exportación en las empresas que exportan productos deshidratados de la región Junín*. Huancayo: Universidad Continental.
- Rojas-Aravena, F. (2000). *Multilateralismo: perspectivas latinoamericanas*. Editorial Sociedad. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/50798.pdf>
- Rueda-Pozo, V. J. (23 de Junio de 2018). *Clasificación de exportaciones ecuatorianas según sus particularidades*. <https://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/clasificaci-n-de-exportaciones-ecuatorianas-seg-n-sus#>
- Saltos, M., Capa, L., & Carchi, K. (2020). Análisis de riesgos ambientales en negocios de exportación. *Universidad y Sociedad*, 12(1), 330-336.  
<http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n1/2218-3620-rus-12-01-330.pdf>
- Salvatore, D. (2019). *International Economics, 13th Edition*. <https://www.wiley.com/en-jp/International+Economics%2C+13th+Edition-p-9781119554950>
- Sánchez, P. (2023). *Los contratos de intermediación comercial*. <https://vlex.com.co/vid/contratos-intermediacion-comercial-862647002>
- Segarra, C. D. (2012). *Exportación directa de camarón crudo congelado a Santiago de Chile por la empresa SEGAMAR*. Samborondón: Universidad Espíritu Santo.

- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (Febrero de 2018). *Ventanilla única ecuatoriana y operador económico autorizado como parte de la política de facilitación del comercio exterior*. [https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2018/03/Decreto\\_No.\\_312.pdf](https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2018/03/Decreto_No._312.pdf)
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (Junio de 2023). *Regímenes Aduaneros*. <https://www.aduana.gob.ec/regimenes-aduaneros/>
- Sistema de Información sobre Comercio Exterior SICE. (1997). *Ley de Comercio Exterior*. <https://www.uasb.edu.ec/observatorio-pyme/wp-content/uploads/sites/6/2022/02/Texto-Legal-N%C2%B08.pdf>
- Sozoranga-Sandoval, H. V. (2022). *Exportación de cacao ecuatoriano a los mercados internacionales*. Guayaquil: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.
- Taco-Lambert, L. E., & Pizarro-Romero, K. H. (Mayo-Agosto de 2023). Análisis comparativo de las exportaciones de camarón, cacao y banano del Ecuador de los años 2018 – 2022 y su incidencia en la balanza comercial. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 6(2), 116-126.
- Torres, M. (2004). *Cómo organizarse para la exportación*. Caracas: BANCOEX Banco de Comercio Exterior - Venezuela.
- Ugarte, C. (2018). Barreras invisibles al comercio, las medidas no arancelarias y capacidad exportadora de las empresas. *Estudios de la Gestión: revista internacional de administración*, 3, 167-172.
- Unión Europea. (2018). *Exportación e importación en la empresa*. Ginebra: Fondo Social Europeo dentro del Programa Operativo Lucha 2007 - 2013. Recuperado el Julio de 2023, de [https://www.accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/u.d.9\\_exportacion\\_importacion.pdf](https://www.accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/u.d.9_exportacion_importacion.pdf)
- Universidad Europea Miguel de Cervantes. (2014 ). *MODELOS DE NEGOCIO EN INTERNET: BASADO EN LA INTERMEDIACIÓN*. <https://www.escueladenegociosydireccion.com/revista/business/marketing-ventas/negocio-internet-intermediacion/>
- Vergara, S. (2021). El papel de las capacidades productivas y tecnológicas en la dinámica de las exportaciones de los países en desarrollo. *Revista de la CEPAL*, 133, 7-32. [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47075/1/RVE133\\_Vergara.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47075/1/RVE133_Vergara.pdf)
- Vicepresidencia de la República del Ecuador. (2015). Diagnóstico de la Cadena Productiva del Cacao en el Ecuador. *Secretaría Técnica del Comité Interinstitucional para el Cambio de la Matriz Productiva- Vicepresidencia del Ecuador*. 1-10.
- World Trade Organization. (2023). *Evolución del comercio mundial*. [https://www.wto.org/spanish/res\\_s/booksp\\_s/anrep\\_s/anrep02\\_chp2\\_s.pdf](https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/anrep_s/anrep02_chp2_s.pdf)



	Las razones por las que uso intermediarios en la exportación de productos son:	Debido a:							Interés de aliviar a la empresa de las gestiones operacionales de exportación para centrarse en sus productos
		No poseer los conocimientos necesarios en el tema de exportación	No poseer las habilidades y experiencias necesarias en el tema de exportación	No poseer recurso humano especializado en el tema de exportación	No contar con los recursos materiales	No contar con los recursos financieros	Situación geográfica (gran distancia del mercado)	No contar con el tiempo requerido	
1	Con ellos minimizo el número de contactos para llegar al consumidor extranjero								
2	Con ellos hago más viable la negociación, el cierre de contratos, al designarlos como mis representantes; facilitando la comunicación y la resolución de conflictos								
3	Con ellos reduzco los costes en las transacciones								
4	Con ellos ahorro tiempo en las transacciones que debo realizar								
5	Con ellos minimizo el número de transacciones que debo realizar								
6	Con ellos tengo quien asuma el riesgo por deterioro u obsolescencia del producto que exporto mientras es vendido.								
7	Con ellos tengo quien transforme el surtido de los productos que exporto en el surtido que desea el consumidor extranjero								
8	Con ellos tengo quien ajuste la oferta de los productos que exporto, fraccionando los grandes lotes de estos en unos más pequeños, adaptados a la venta y a la capacidad de demanda								
9	Con ellos tengo garantizadas las técnicas de gestión y logística de almacenamiento para								

	que el consumidor extranjero disponga de los productos en el tiempo y la cantidad que lo necesite								
10	Con ellos tengo garantizado el transporte y traslado físico del producto que exporto hacia sus lugares de consumo								
11	Con ellos tengo quien se encargue de las cotizaciones de transportación								
12	Con ellos organizo la documentación aduanera relativa a la transportación de los productos que exporto								
13	Con ellos hago seguimiento al envío de los productos que exporto								
14	Con ellos tengo garantizado asesoramiento en cuanto a normativas y regulaciones establecidas en los países hacia donde exporto productos (obtención de permisos y licencias de exportación; certificación de productos; gestión de aranceles, impuestos y restricciones comerciales)								
15	Con ellos garantizo información (asesoramiento) al consumidor final acerca de las características y cualidades de los productos que exporto								
16	Con ellos obtengo información (asesoramiento) acerca de las acciones de la competencia								
17	Con ellos garantizo acciones de marketing (publicidad y promoción), para posicionar los productos que exporto y estar en la búsqueda constante de clientes								
18	Al ellos conocer mejor el mercado al que están destinados los productos que exporto, con ellos puedo identificar oportunidades de mercado: evaluación de la demanda, la competencia, las tendencias del mercado y								

	las condiciones económicas en los países de destino								
19	Con ellos puedo realizar acciones y gestión de financiación de los productos que exporto								
20	Con ellos puedo garantizar la ejecución de servicios de postventa y atención al cliente una vez comprado el producto (instalación, garantía, mantenimiento)								

¡¡Muchas gracias por su colaboración!!!!

## Reporte de similitud Turnitin

### Turnitin Informe de Originalidad

Procesado el: 05-sept.-2023 22:30 -05

Identificador: 2158764572

Número de palabras: 16317

Entregado: 1

Tesis Danyelli Alcívar Rojas Por Danyelli Alcívar Rojas

	Similitud según fuente
Índice de similitud	
<b>3%</b>	Internet Sources: 3%
	Publicaciones: 0%
	Trabajos del estudiante: 2%

1% match (Internet desde 20-jul.-2020)

[https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio\\_exterior/Sites/Pecex/lecturas\\_complementarias/01\\_GUIA\\_DE\\_CAPACIDADES\\_GERENCIALES.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/Sites/Pecex/lecturas_complementarias/01_GUIA_DE_CAPACIDADES_GERENCIALES.pdf)

1% match (trabajos de los estudiantes desde 21-jun.-2021)

[Submitted to UNIBA on 2021-06-21](#)

1% match (Internet desde 11-dic.-2020)

<https://www.diariodelexportador.com/2017/04/los-intermediarios-en-el-comercio.html>

1% match (Internet desde 03-dic.-2022)

<https://definicion.edu.lat/economia/exportacion-indirecta.html>

1% match (Internet desde 25-feb.-2012)

<http://www.slideshare.net/angelC4id0/coca-cola>

RESUMEN El estudio tuvo como objetivo determinar las razones para el uso de intermediarios en las exportaciones de la ciudad de