



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA

CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

TEMA:

**Políticas restrictivas y su influencia en la internacionalización de empresas
exportadoras de mango ecuatoriano.**

AUTOR:

Sánchez Álvarez, Eduardo Augusto

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de licenciado en
COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

TUTOR:

Ing. Santillán Pesantes, Jaime Antonio Mgs.

Guayaquil, Ecuador

08 de febrero del 2023



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación fue realizado en su totalidad por **Sánchez Álvarez, Eduardo Augusto** como requerimiento para la obtención del título de Licenciado en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe.

TUTOR:



Ing. Santillan Pesantes, Jaime Antonio Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.

Guayaquil, a los 08 del mes de febrero del año 2023



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Sánchez Álvarez, Eduardo Augusto**

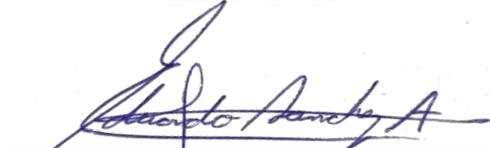
DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Políticas restrictivas y su influencia en la internacionalización de empresas exportadoras de mango ecuatoriano** previo a la obtención del título de **Licenciado en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 08 del mes de febrero del año 2023

EL AUTOR



Sánchez Álvarez, Eduardo Augusto



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

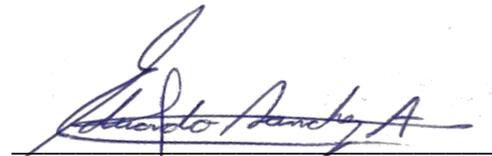
AUTORIZACIÓN

Yo, Sánchez Álvarez, Eduardo Augusto

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Políticas restrictivas y su influencia en la internacionalización de empresas exportadoras de mango ecuatoriano**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 08 del mes de febrero del año 2023

EL AUTOR



Sánchez Álvarez, Eduardo Augusto



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

Certificación de Antiplagio

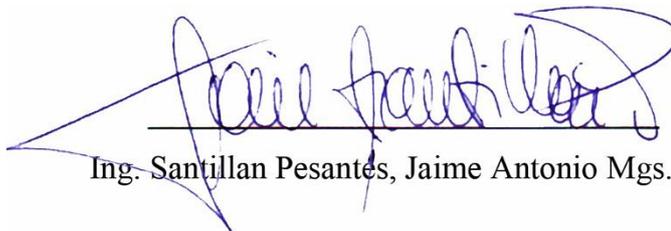
Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Políticas restrictivas y su influencia en la internacionalización de empresas exportadoras de mango ecuatoriano**, presentado por el estudiante **Sánchez Álvarez, Eduardo Augusto**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 0%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.



Document Information

| | |
|--------------------------|--|
| Analyzed document | eduardo.sanchez.doc.docx (D157479952) |
| Submitted | 1/31/2023 5:06:00 PM |
| Submitted by | |
| Submitter email | eduardo.sanchez01@cu.ucsg.edu.ec |
| Similarity | 0% |
| Analysis address | jaime.santillan.ucsg@analysis.urkund.com |

Sources included in the report



Ing. Santillan Pesantes, Jaime Antonio Mgs.

Agradecimiento

Quiero agradecer con especial énfasis a mi tutor de tesis Ing. Jaime Santillán por su apoyo y guía incondicional en el desarrollo de este trabajo de titulación, también agradecer a mis docentes por brindarme sus conocimientos los cuales fueron de vital ayuda para mí a lo largo de mi carrera en la universidad. Quiero agradecer con especial reconocimiento a la Ing. Jessica Ramírez ya que sus métodos y formas de impartir las materias que pude cursar con ella me hicieron reafirmar la correcta decisión que tomé al ingresar a esta carrera. También quiero agradecer a toda aquella persona que me brindó su apoyo en mi unidad de titulación en los momentos cuando me sentía confundido y desorientado.

DEDICATORIA

Este trabajo de titulación va dedicado en primer lugar a Dios por brindarme su guía, fuerzas y sabiduría para seguir adelante cada día y en segundo lugar a mi familia ya que gracias a su esfuerzo y amor incondicional he podido culminar con éxitos esta etapa de mi vida, siendo pilares fundamentales de mi vida personal y profesional guiándome por un camino de rectitud. Y con especial énfasis en mis padres Miguel y Julia que han sabido darme su voto de confianza en momentos de tribulación, También quiero dedicar este trabajo a mis amigos y a Dayana mi novia por su cariño incondicional y por siempre apoyarme en este camino largo pero lleno de experiencias vividas y enseñanzas aprendidas



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Santillán Pesantes, Jaime Antonio, Mgs.

TUTOR

Ing. Knezevich Pilay, Teresa Susana, PhD.
DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

Ing. Echeverria Bucheli, Mónica Patricia, Mgs.

COORDINADOR DEL ÁREA

Ing. Ulloa Armijos, Ana del Rosario

OPONENTE

Índice general

| | |
|--|-----------|
| Introducción..... | 2 |
| Generalidades de la investigación..... | 4 |
| Antecedentes..... | 4 |
| Justificación..... | 5 |
| Planteamiento del Problema..... | 7 |
| Formulación del Problema..... | 8 |
| Preguntas de Investigación..... | 8 |
| Objetivos..... | 8 |
| Objetivo General..... | 9 |
| Objetivos Específicos..... | 9 |
| Delimitación del Tema..... | 9 |
| Limitaciones del Trabajo..... | 9 |
| CAPÍTULO I: Marco Teórico y Conceptual..... | 10 |
| Marco Teórico..... | 10 |
| Teorías del Comercio Internacional..... | 10 |
| Teoría Mercantilista..... | 11 |
| Teoría Monetaria del Comercio Internacional..... | 12 |
| Modelo de la Ventaja Absoluta..... | 12 |
| Modelo de la Ventaja Comparativa..... | 13 |
| Modelo Heckscher-Ohlin..... | 14 |
| Modelo de la Competencia Monopolística..... | 15 |
| Nueva Teoría del Comercio Internacional..... | 16 |

| | |
|---|-----------|
| Teoría del Coste de Oportunidad de Haberler | 17 |
| Teoría de la Demanda Representativa | 17 |
| Ciclo de Vida del Producto..... | 18 |
| Teoría de Rybczynski | 19 |
| Teoría del Comercio Internacional de Linder | 20 |
| Teoría de Singer-Prebisch | 20 |
| Políticas Públicas..... | 21 |
| Internacionalización..... | 23 |
| Teoría de la Internacionalización de Coase | 23 |
| Teoría del Comportamiento Oligopólico | 23 |
| Teoría Eclética..... | 24 |
| Teoría de la Organización Industrial de Hymer | 24 |
| Marco Conceptual | 25 |
| CAPÍTULO II: Marco Metodológico..... | 28 |
| Marco Metodológico..... | 28 |
| Método | 28 |
| Tipo de Estudio..... | 28 |
| Enfoque | 29 |
| Fuentes de Información..... | 29 |
| Técnicas para Recolección y Análisis de Datos | 29 |
| Procedimiento..... | 30 |
| Población, Muestra y Muestreo | 30 |
| Instrumentos de Recopilación de Información | 31 |

| | |
|---|-----------|
| Herramientas y Procedimientos para Procesar Información Recopilada..... | 32 |
| CAPÍTULO III: Marco Legal de las Políticas Públicas en Ecuador | 34 |
| Constitución de la República del Ecuador | 34 |
| Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, (COPCI) | 34 |
| Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones | 36 |
| Políticas Públicas de Comercio Exterior para la Exportación de Mango..... | 37 |
| Medidas Administrativas y Burocráticas para la Salida de Mercancía de Ecuador | 40 |
| Normativa para la Exportación de Mango hacia Principales Destinos..... | 42 |
| CAPÍTULO IV: Resultados | 44 |
| Exportaciones no Petroleras de Ecuador | 44 |
| Exportaciones de Mango en Ecuador..... | 48 |
| Precio de Exportación de Mangos..... | 55 |
| Competidores de Mango Ecuatoriano..... | 56 |
| Requisitos para la Exportación de Mango. | 57 |
| Entrevistas | 58 |
| Análisis General | 66 |
| Discusión de Resultados..... | 67 |
| Conclusiones | 72 |
| Recomendaciones | 74 |
| Referencias | 75 |
| Apéndices..... | 92 |

Índice de Tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1 <i>Matriz de consistencia</i> | 31 |
| Tabla 2 <i>Perfil de los entrevistados</i> | 32 |
| Tabla 3 <i>Diseño de las preguntas</i> | 32 |
| Tabla 4 <i>Balanza comercial no petrolera según valor FOB en millones</i> | 45 |
| Tabla 5 <i>Exportaciones de fruta y participación en exportaciones no petroleras según valor FOB en millones</i> | 46 |
| Tabla 6 <i>Exportaciones de la subpartida 0804.50.20.10 (mangos)</i> | 48 |
| Tabla 7 <i>Principales exportadores en Guayas de la subpartida 0804.50.20.10 al 2022</i> | 49 |
| Tabla 8 <i>Exportación de la subpartida 0804.50.20.10 según país destino 2018-2022</i> | 51 |
| Tabla 9 <i>Exportaciones de mango según el número de cajas y kilogramos</i> | 55 |
| Tabla 10 <i>Precio promedio del mango de exportación para Estados Unidos 2022</i> ... | 55 |
| Tabla 11 <i>Países exportadores de mango</i> | 56 |
| Tabla 12 <i>Productores de mango autorizados para exportar a Estados Unidos</i> | 58 |

Índice de Figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1 <i>Exportaciones mensuales de frutas no tradicionales (valor FOB en millones)</i> | 47 |
| Figura 2 <i>Exportaciones de mango a Estados Unidos (toneladas métricas)</i> | 53 |
| Figura 3 <i>Exportaciones de mango a otros destinos (toneladas métricas)</i> | 54 |

Índice de Apéndices

| | |
|--|----|
| Apéndice A. Formato de entrevista..... | 92 |
|--|----|

RESUMEN

La investigación se llevó a cabo con el objetivo de determinar de qué manera las políticas públicas influyen en la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano para así contribuir al mejoramiento de las políticas gubernamentales en este ámbito. Como metodología, se aplicó tanto el método deductivo como el inductivo, así como se realizó una investigación no experimental y descriptiva bajo un enfoque cualitativo que permitió recabar información de cinco empresas exportadoras de mango. Como conclusión se indicó que las políticas públicas fomentan el crecimiento de las empresas y contribuyen al desarrollo económico del país. A pesar de que las empresas pueden mantenerse en una situación actual positiva, también se ha detectado que hay barreras que impiden la internacionalización de estas empresas, como la falta de financiamiento, los trámites burocráticos y regulatorios, los altos costos de logística y la burocracia. Por ello, para el cumplimiento de normas y estándares internacionales de calidad y seguridad alimentaria, los programas de éxito como Exportando para las MiPymes, permiten seguir impulsando el sector.

Palabras Clave: *Políticas comerciales, Empresas multinacionales, Competitividad, Globalización, Barreras*

ABSTRACT

The research was carried out with the objective of determining how public policies influence the internationalization of Ecuadorian mango exporting companies in order to contribute to the improvement of government policies in this area. As a methodology, both the deductive and inductive methods were applied, as well as a non-experimental and descriptive investigation under a qualitative approach that allowed collecting information from five mango exporting companies. As a conclusion, it was indicated that public policies promote the growth of companies and contribute to the economic development of the country. Despite the fact that companies can remain in a positive current situation, it has also been detected that there are barriers that prevent the internationalization of these companies, such as lack of financing, bureaucratic and regulatory procedures, high logistics costs and bureaucracy. For this reason, in order to comply with international norms and standards of quality and food safety, successful programs such as Exporting for MiPymes allow us to continue promoting the sector.

Keywords: *Trade policies, Multinational companies, Competitiveness, Globalization, Barriers*

Introducción

Las políticas públicas son las acciones que lleva a cabo el gobierno de un país con el objetivo de mejorar el bienestar de la población. En otras palabras, se trata de un conjunto de medidas realizadas para resolver los problemas sociales, económicos y ambientales de una nación. Asimismo, se refiere a una serie de acciones que realiza el Estado para optimizar la calidad de vida de la población, a través de la implementación de políticas sociales, económicas y ambientales (Orarrázaval et al., 2020).

Por otra parte, la internacionalización de las empresas es una estrategia de crecimiento que les permite disminuir el riesgo a la hora de diversificar mercados, ampliar la demanda y, en consecuencia, incrementar los ingresos. Esto se debe a que, al expandirse a nivel internacional, las organizaciones pueden llegar a mercados nuevos y con mayor potencial, además de alejarse de la competencia feroz que se da en los mercados domésticos (López et al., 2020).

Por ese motivo, se considera que la internacionalización de las empresas es un proceso complejo y costoso, que requiere de mucho trabajo, dedicación y esfuerzo por parte de los empresarios debido a los muchos retos a los que se enfrentan al expandirse a nuevos mercados. Estos incluyen el ajuste a diferentes entornos económicos, políticos y culturales, la adopción de nuevas formas de hacer negocios, las barreras al comercio, las grandes distancias geográficas, la toma de decisiones en un contexto de incertidumbre, entre otros. No obstante, si se realiza de manera correcta, las organizaciones pueden obtener mayores beneficios de ella, como el aumento de las ventas, el crecimiento de la empresa, la mejora de la imagen de la marca, entre otros (Pedraza et al., 2020).

En vista de los puntos antes tratados, el estudio tiene como objetivo determinar de qué manera las políticas públicas influyen en la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano para así contribuir al mejoramiento de las políticas públicas en este ámbito. Para lo cual, la investigación se desarrolla mediante cuatro apartados que proporcionan aspectos importantes y necesarios para su cumplimiento.

El primer capítulo corresponde las generalidades del trabajo donde se aborda los antecedentes del estudio, el planteamiento del problema, los objetivos, las preguntas generales y específicas, la delimitación del problema y justificación. En la sección dos se halla el marco teórico en el que se detalla las bases teóricas de las variables de estudio, acompañado del marco legal, metodológico y conceptual.

En el tercer apartado se presentan los resultados de forma gráfica por medio de tablas y diagramas con su análisis individual y general. En la cuarta sección se muestra la propuesta que presenta las diversas actividades a desarrollarse describiendo con claridad cada aspecto de estas, así como los materiales y recursos necesarios, las personas encargadas de cada una de ellas, al igual que los recursos financieros de manera general y su respectivo cronograma de trabajo.

Generalidades de la investigación

Antecedentes

En el ámbito mundial se han desarrollado diversos estudios acerca de la internacionalización de empresas exportadoras, pero existen muy pocos trabajos donde se aborde las políticas públicas sobre comercio exterior. En vista de lo antes mencionado, se presentan ciertos proyectos donde se aborda cada variable de manera individual.

En Perú, se efectuó un estudio realizado por Paisig (2018) que trata de un plan de negocio para una empresa que busca exportar mango a China. El trabajo se desarrolló por medio de un enfoque cuantitativo, prospectivo, alcance descriptivo, diseño no experimental y transversal, siendo la muestra cinco trabajadores de la organización de diversas áreas, la técnica fue la entrevista. Se obtuvo como resultados que las fortalezas de la empresa fueron el conocimiento y experiencia, la infraestructura adecuada y la capacidad de producción, ellos ya han vendido productos a otros países como Chile, en donde les gusta la fruta por su color, sabor, textura. Además, se constató que los indicadores de rentabilidad financiera del proyecto bajo el escenario optimista fueron un Valor Agregado Neto (VAN) de 1'578,431 soles, una Tasa Interna de Retorno (TIR) de 224% y un retorno de la inversión de 10 meses.

Asimismo, se llevó a cabo una investigación en Colombia por Blanco (2020), la que se trató acerca de un plan de negocio para exportar mango a Asia, se hizo un análisis situacional donde se determinó dentro del FODA como debilidad la poca flexibilidad de entrega al cliente y el mal estado de las vías. Dentro del análisis del mercado asiático se verificó que el principal país de destino que consumen su fruta fue Singapur encontrando que ellos importan dicho producto de Estados Unidos (26%) y Malasia (24%). Los estados financieros con el escenario optimista mostraron que el Valor Presente Neto (VPN) fue de 2,544,293,975.69 pesos colombianos y en el escenario esperado un VPN de 719'088,352.47 pesos colombianos.

Desde el contexto nacional, se cita el trabajo realizado por Andrade y Macías (2019) que trata de las políticas públicas de comercio exterior, en el que se aplicó un enfoque cualitativo, método inductivo, la investigación fue descriptiva y analítica. Siendo la técnica la entrevista y la muestra conformada por cuatro expertos sobre el

tema. Los hallazgos del trabajo fueron que las personas consideran que las políticas públicas favorecen al sector bananero (4), pero más al sector exportador que al agricultor mediante medidas arancelarias, aunque se requiere más apoyo de la aduana. Además, piensan que las políticas le han ayudado a posicionarse en el mercado internacional (2), aunque se han visto afectados por las leyes vigentes en cuestiones aduaneras, logísticas y de control. En cambio, se han visto beneficiados de estas en cuanto a la homogeneidad de la competencia y en protecciones como barreras. Por lo cual, creen que a las políticas les hace falta mayor inversión para el agricultor, que estas sean aplicables y permanentes en el tiempo.

El estudio de Rivas (2018) se refiere a las barreras para la internacionalización de empresas de productos orgánicos. Por ese motivo, se empleó como metodología la investigación exploratoria, descriptiva, de campo y como técnicas la revisión bibliográfica, la encuesta y entrevista. Los resultados principales fueron que los aspectos que consideran que permiten incrementar la internacionalización de las empresas son otros diferentes al apoyo técnico y económico (40.0%), siendo las barreras más influyentes para empezar dicho proceso la escasa información de la demanda (34.29%) y el bajo nivel de capital (22.86%). Por otro lado, piensan que en la ciudad de Machala hay organismos que apoyan este procedimiento (56.40%) y el 68.57% de los encuestados no conoce la demanda de los productos en el mercado europeo.

De acuerdo con el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca [MPCEIP] (2020) el Estado busca fortalecer las exportaciones agroalimentarias en el mercado internacional, para frutos como el mango para posicionarlos en el mercado asiático por medio del programa de cooperación internacional. Para esto, participaron en un evento donde se presentaron los resultados y recomendaciones del estudio de fortalecimiento institucional previsto para impulsar el comercio exterior.

Justificación

La internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano está influenciada por diversos factores, entre ellos las políticas públicas. Esta investigación busca analizar de qué manera las políticas públicas influyen en la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano. De esta

manera, se espera contribuir al mejoramiento de las políticas públicas en este ámbito, con el objetivo de facilitar y fomentar la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano. La necesidad de esta investigación surge debido a la importancia de conocer cuál es el impacto de las políticas públicas en la internacionalización de empresas exportadoras de mango ecuatoriano. En los últimos años, el Ecuador ha experimentado un crecimiento significativo en las exportaciones de mango, lo que ha generado un mayor interés en el estudio de este sector de la economía.

El presente trabajo dispone de justificación teórica porque, a partir de la revisión de la literatura, se pueden establecer y analizar las políticas públicas que se han ido implementando en Ecuador para la internacionalización de las empresas exportadoras de mango. En este sentido, se hace una revisión de la literatura existente sobre el tema en cuestión, con el objetivo de identificar los principales enfoques y aportes teóricos que permitan sustentar el análisis empírico que se realizará posteriormente. Además, el estudio tiene justificación metodológica que se basa en la revisión documental y la entrevista a exportadores de mango, mediante los cuales se pretende identificar la evolución de las exportaciones de este producto e identificar las políticas públicas concernientes a la internacionalización. De esta manera, los hallazgos que se logren recabar servirán de base para futuros trabajos dentro de la misma institución educativa e inclusive en otras que busquen ampliar la problemática.

La justificación práctica de la investigación se centra en la necesidad de comprender mejor cómo funcionan las políticas públicas y su influencia en la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano. En particular, se busca analizar si las políticas públicas están siendo eficaces en el fomento de las exportaciones de mango ecuatoriano y, en caso de que no lo sean, identificar qué aspectos que podrían mejorarse para impulsar el desarrollo de las entidades y mejorar su competitividad en el mercado internacional. Los beneficiarios directos de este trabajo son las empresas exportadoras de mango, ya que les permite acceder a los mercados internacionales, expandir su negocio, generar nuevos ingresos y plazas de empleo. Asimismo, se encuentran los trabajadores de las empresas exportadoras, quienes se benefician de ingresos superiores y mantienen su puesto de trabajo. En cambio, los adjudicatarios indirectos son los consumidores de mango

ecuatoriano, que pueden disfrutar de un producto de mayor calidad a un precio más competitivo.

Planteamiento del Problema

El mango ecuatoriano es uno de los frutos más populares en el mundo, y el país se ha convertido en uno de los principales exportadores de este producto. Sin embargo, el sector exportador de mangos ecuatorianos enfrenta ciertos desafíos, entre los que se encuentra la competencia de otros países exportadores, las fluctuaciones en el precio del mango y el impacto de las políticas públicas. En cuanto a la internacionalización, comúnmente, las empresas de distintos sectores productivos enfrentan el desafío de la falta de una estrategia clara y coordinada (Cando, 2021).

El comercio internacional de mangos se ha visto afectado por diversos problemas en los últimos años. Según un informe de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2021), el comercio mundial de mangos se redujo en 2020, debido principalmente a la crisis epidemiológica provocada por la Covid-19 y la contracción económica global. Además, el comercio de mangos se ha visto afectado por la competencia de otros productos, como el plátano, y por el impacto de las políticas públicas, como el aumento de los impuestos, que han encarecido el producto.

En el contexto de Las Américas, Guatemala ocupa el sexto puesto como proveedor de mango, durante el 2017 las ventas en Estados Unidos tuvieron un incremento que alcanzó los \$10.3 millones. No obstante, el mayor proveedor es México (61%), seguido de Perú y Ecuador (Ministerio de Economía de Guatemala, 2018). Asimismo, se cita lo publicado por ProEcuador en donde se especifica que el consumo de mangos durante el 2020 tuvo un récord en la nación de Estados Unidos logrando tener un alza de su demanda en un 12%. Para el 2021 se pronosticó un aumento en los volúmenes de envío en un 16%, debido a que el país cambió de proveedor (ProEcuador, 2021).

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD, 2021), el comercio mundial de mangos se estima en un valor de 2,3 millones de toneladas en 2020, y el Ecuador está entre los principales exportadores de mangos, con una participación del estimada del 9% del total de las exportaciones mundiales. El

país exportó mangos por un valor de US\$ 540 millones en 2018, lo que representa un aumento del 5% respecto al año anterior. Sin embargo, el sector exportador de mangos ecuatorianos enfrenta ciertos desafíos, entre los que se encuentra la competencia de otros países exportadores, las fluctuaciones en el precio del mango y el impacto de las políticas públicas.

La economía ecuatoriana se ha caracterizado en los últimos años por ser altamente dependiente de las exportaciones de petróleo, lo cual representa un gran riesgo para el país, ya que está expuesto a las fluctuaciones del precio del crudo en el mercado internacional (Carrillo, 2018). Por otra parte, las empresas exportadoras de mango ecuatoriano han enfrentado diversos problemas a nivel internacional, debido a la falta de políticas públicas adecuadas que promuevan y faciliten la internacionalización de este producto. Según datos de la Corporación Financiera Nacional (CFN, 2020), en el año 2019 las exportaciones de mango ecuatoriano disminuyeron 5%, mientras que el valor FOB de importación aumentó 171% en el mismo periodo respecto al año anterior. Esto se debe, en gran parte, a la falta de una estrategia clara y efectiva por parte del gobierno para promover el mango ecuatoriano en el mercado internacional.

Formulación del Problema

¿De qué manera las políticas públicas influyen en la internacionalización de empresas exportadoras de mango ecuatoriano?

Preguntas de Investigación

¿Cuáles son las bases científicas y teóricas acerca de las políticas públicas y la internacionalización de empresas exportadoras?

¿Cuál es la situación actual de las empresas exportadoras de mango de Guayaquil?

¿Cuáles son las políticas públicas de comercio exterior y cómo influyen en la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano?

Objetivos

Los objetivos que enmarcan las finalidades de este estudio se enuncian a continuación.

Objetivo General

Determinar de qué manera las políticas públicas influyen en la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano para así contribuir al mejoramiento de las políticas públicas en este ámbito.

Objetivos Específicos

- Revisar las bases científicas y teóricas acerca de las políticas públicas y la internacionalización de empresas exportadoras.
- Identificar la situación actual de las empresas exportadoras de mango de Guayaquil.
- Establecer las políticas públicas de comercio exterior y su influencia en la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano.

Delimitación del Tema

Espacial: Guayaquil-Ecuador

Temporal: Años 2018 a 2021

Objeto de estudio: Influencia de las políticas públicas en la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano.

Unidad de investigación: Administradores de empresas exportadoras de mango.

Limitaciones del Trabajo

La limitación más grande se presenta en la obtención de la información, debido a que muchas empresas no están dispuestas a facilitarla, pues consideran que es confidencial.

CAPÍTULO I: Marco Teórico y Conceptual

En este capítulo se exponen los principales conceptos que serán utilizados a lo largo de la investigación, se integran los preceptos teóricos relacionados al tema del estudio, se enumeran las hipótesis que se harán a lo largo de la investigación y se detallan los métodos de investigación que se utilizarán para la recopilación de la información necesaria.

Marco Teórico

Teorías del Comercio Internacional

El comercio internacional es la actividad que se encarga de intercambiar bienes entre países, lo que era conocido en la antigüedad como trueque. Dicha acción se basa en que una nación realiza un intercambio a partir de su producción y necesidades que no pueden producir ellos mismos, siendo así una parte importante de la economía mundial. Cabe destacar, que al ser un ejercicio de muchos años atrás, a medida que los seres humanos han ido colonizando nuevas áreas, han establecido contacto con otras culturas y varios expertos de la materia han indagado y dado su opinión acerca de lo que genera las actividades comerciales. El comercio internacional se ejecuta a través de una serie de canales, estos incluyen a los exportadores, importadores, agentes de aduanas, transportistas y otros intermediarios (Poncela, 2019).

A lo largo de la historia, el comercio internacional ha sido regulado por los gobiernos de diversas maneras, en las que se han establecido barreras comerciales para proteger a las industrias nacionales, mientras que en otras ocasiones se ha fomentado los intercambios de esta para aumentar la prosperidad. En la actualidad, el negocio exterior está regulado por una serie de organismos internacionales, como la Organización Mundial del Comercio (OMC), y por acuerdos multilaterales y bilaterales. Esto con la finalidad de supervisar el cumplimiento de las normas comerciales establecidas por sus miembros, de tal manera que facilite la negociación y aplicación las normas que proporcionen un marco capaz de resolver diferencias de forma justa y eficiente. Esta actividad económica ha tenido efectos negativos y positivos abarcados en varias teorías, por ese motivo es relevante mencionar los trabajos más destacados realizados por Adam Smith, David Ricardo, Eli Heckscher, Berlín Ohlin, entre otros (Guayasamín et al. 2019). Estos son utilizados por los

organismos mencionados con el objetivo de analizar el impacto de cada una de las reglas determinadas y predecir el comportamiento que puedan llegar a tener en el mercado exterior; de los cuales se detallarán a continuación.

Teoría Mercantilista

La teoría mercantilista se desarrolló en Europa durante el siglo XVI, basándose en la idea de que el comercio internacional es una competencia entre naciones en la que cada una intenta maximizar sus ganancias. Por lo que indica que las actividades comerciales que se llevan a cabo en el exterior son un juego de suma cero, en el que un país puede ganar solo si otro pierde. Por lo tanto, la clave para aumentar los beneficios de una nación es asegurarse de que el comercio esté balanceado a favor de ese territorio. Para lograr esto, debe exportar más bienes y servicios de los que importa, lo que significa que debe tener una balanza comercial positiva. Esto se logra aumentando las exportaciones y/o reduciendo las importaciones (Rache, 2020).

La teoría económica desarrollada en Europa durante el siglo XVI dominó el pensamiento económico hasta mediados del XVIII. Aunque el mercantilismo ha sido ampliamente criticado por los economistas modernos, todavía tiene algunos seguidores en el mundo actual por sus principales ventajas como su capacidad de fomentar el crecimiento financiero, de tal forma que promueve la competencia de los mercados internacionales, lo que resulta en mejores productos y precios más bajos para los consumidores. Consecuentemente, las empresas se ven en la necesidad de innovar y mejorar sus mercancías y procesos, dado que si no lo hacen las organizaciones competidoras aprovecharán el descuido para atraer clientes y posicionarse en la industria. A su vez, posibilita que territorios con recursos naturales abundantes exporten de esos a otras naciones y generen ingresos adicionales (Ramírez, 2019).

Por otro lado, también presenta ciertas desventajas relacionadas con fomentar el proteccionismo, lo que posibilita llevar a conflictos comerciales y a una disminución del comercio internacional. El mercantilismo puede dar lugar a una economía estancada, ya que los países están más preocupados por proteger sus propias industrias que por permitir que los flujos de negocio sean libres. Básicamente, suele ser perjudicial para los países con escasos recursos naturales, puesto que se encuentran

atrapados en la dependencia de importar estos productos de otros territorios (García et al. 2020).

La teoría mercantilista según David Hume tiene como punto débil el supuesto de que el comercio internacional es un juego de suma cero. Esta idea se basa en la premisa de que dicha actividad es una competencia entre naciones por el limitado suministro de oro y plata. Por lo cual un país puede incrementar su riqueza solo si otro país pierde la suya, por lo que el escocés argumentó que esta idea era falsa, dado que el mercado exterior es en realidad un juego de suma positiva. Esto significa que todos los territorios pueden beneficiarse del negocio, debido al aumento de sus respectivos suministros de bienes. Además, indicó que el mercantilismo no tenía en cuenta los efectos positivos en la economía nacional, en particular, el teorema no consideraba los factores favorables de la libre entrada y salida de capitales, así como la circulación de los productos, y la competencia dentro de la industria (Domingo, 2018).

Teoría Monetaria del Comercio Internacional

La teoría monetarista de David Hume se fundamenta en la idea de que el dinero es una mercancía más, y que su valor está determinado por la oferta y la demanda. En función de aquello, el aumento de la oferta de dinero en circulación tiene como resultado una devaluación de la moneda, lo que a su vez provoca un incremento de los precios. Siendo así, el motivo por el cual tiene lugar que los países tengan diferentes tasas de interés y de cambio. De la misma forma, se puede traducir como un factor beneficioso para las naciones, dado que, permite que estos obtengan una moneda extranjera a una tasa con mayor favorabilidad. Por lo que el autor supuso que los cambios en la oferta monetaria tendrían consecuencia sobre los costos y no en el producto y el trabajo (Del Rosal, 2020).

Modelo de la Ventaja Absoluta

Adam Smith introdujo el concepto en su libro "La riqueza de las naciones", dentro de este el autor indicó que un país tiene ventaja absoluta en la producción de un bien o servicio si es más eficiente en dicha actividad a comparación de otros países. Por lo que propuso el siguiente ejemplo, ninguna persona intentaría producir un hogar en el que el costo sea mayor a comprar dicho establecimiento. Es decir, esta teoría le permite a un territorio elaborar un producto a un precio menor que cualquier otro. Por

ello los costos de producción están determinados por la cantidad de factores de utilizados en el proceso de este, ya sea el trabajo, la tierra y el capital. En caso de que un territorio tenga abundancia de uno o más de estos elementos, podrá crear a un precio más bajo que otra nación. De esta forma, se puede maximizar la eficiencia y reducir los costos de producción, lo que se traduce en un incremento en el bienestar económico para todos (Boundi, 2019).

Si bien existe un mecanismo para esta teoría, hoy en día muchas personas creen que los exportadores deben tener un dominio absoluto sobre sus participantes extranjeros, lo cual es parcialmente cierto, pero esta opinión es superficial y engañosa. Si el comercio se basara en dicha idea, se llegaría a la conclusión equivocada de que un país debería producir ropa y alimentos y otra nación no tendría que elaborar nada. Algo que solo tiene sentido si existe libre circulación de mano de obra de una región a otra, sin embargo, al menos esto no es posible por el momento, asegurando que el producto del comercio internacional no dependa de la ventaja absoluta, más bien de una ventaja competitiva (Urgilés & Chávez, 2018).

La teoría de la ventaja absoluta y, generalmente, el modelo tradicional del negocio mundial supuso un ataque frontal a los planteamientos del mercantilismo, los cuales defendían una política nacional proteccionista, abogando por el impulso de las exportaciones por medio de subsidios y la restricción de las importaciones mediante aranceles. Sin embargo, muchos teóricos indicaron que este estudio presenta algunas desventajas, dado que al basarse en la idea de que un país puede producir un bien de forma más eficiente que otro puede conducir a una situación en la que el territorio se especialice netamente en un bien en particular, dependiendo fuertemente de lo que produzca la nación con la que mantiene alianzas comerciales para su desarrollo. Además de esto, no tiene en cuenta otros factores que pueden afectar a esta actividad como el requerimiento de la tecnología disponible, ni la calidad de estos; por ello, economistas como David Ricardo y Karl Marx señalaron que subestimó estos elementos (García et al. 2017).

Modelo de la Ventaja Comparativa

La ventaja comparativa se refiere a la capacidad de una economía para producir un bien o servicio de manera más eficiente que otras, debido a que algunas de estas

poseen una mayor disponibilidad de recursos, tecnología y eficiencia en la posibilidad productiva. Por lo tanto, este modelo puede ser utilizado para determinar qué países deberían exportar tales bienes y servicios. Para esto se toma como ejemplo que un territorio con una gran cantidad de tierra fértil y un clima templado podría producir trigo de manera más eficiente que una nación con condiciones climáticas menos favorables y un terreno no apto para la cosecha de esta vegetación. Es decir, quien produce mayores cantidades de trigo mantiene una ventaja comparativa en la producción, por lo que debería exportar de este en el mundo; beneficiando unos a otros (Vicard, 2017).

Ricardo sostenía que la ventaja comparativa era la base del comercio internacional y que era beneficioso para todos los países involucrados. En su opinión, permitía a las naciones aprovechar al máximo sus recursos y, por lo tanto, aumentar su bienestar económico. Además, indicó que esta actividad podría reducir significativamente el riesgo de guerras, ya que, los territorios que comercian entre sí tienen un interés compartido en mantener la paz. Como ya mencionado, el modelo de la ventaja absoluta de Adam Smith indicaba una situación en la que un país produce un bien o servicio con un costo relativo menor que otro territorio. Esto significa que la nación puede producir a un precio más bajo o con una mayor cantidad de producción en el mismo período de tiempo. En contraste con la teoría de la ventaja comparativa establecida por David Ricardo, quien basó su modelo en el término de costos comparativos de bienes, este motivó a que se especialice cada vez más en la construcción de aquel producto que mejor podía realizar. En consecuencia, esto hará que el costo de bien se equilibre entre ambos territorios y desaparezca la ventaja, equilibrando los valores (Caamal, 2018).

Modelo Heckscher-Ohlin

Heckscher-Ohlin es un modelo económico desarrollado por el economista sueco Eli Heckscher y el estadounidense Bertil Ohlin, dichos autores establecieron que el comercio internacional se debe al diferencial de los recursos endógenos de un país. En otras palabras, un territorio tiene una ventaja en el comercio porque es más abundantemente dotado de los medios necesarios para producir bienes. Por ejemplo, un territorio con una gran cantidad de minas de carbón y un clima frío tendrá una ventaja comparativa en la producción de energía. Al mencionar aquello se asocia

fuertemente con la teoría de David Ricardo, y es que el modelo Heckscher-Ohlin parte del teorema del inglés. Dicha idea se fundamenta en dos supuestos, existen productos diferenciados y los mercados están en equilibrio. Dado que los países se especializarán en producir los bienes de exportación que tienen en mayor abundancia los factores de productivos que requieren (Ruiz, 2020).

Sin embargo, tiene predicciones más realistas que el modelo de Ricardo, dado que, los países producen ambas mercancías, exportando aquella en la cual tienen ventaja comparativa e importando la otra. Además de esto, el comercio tiene efectos distributivos sobre la remuneración de los factores. El modelo Heckscher-Ohlin también se centra en la idea de que los mercados financieros son eficientes y capaces de asignar los recursos de la manera más eficaz posible, por lo que no tiene en cuenta los efectos de la intervención del gobierno, como los subsidios, mucho menos la capacidad de los territorios para producir bienes no tradicionales (Andrade et al. 2020).

Aunque la teoría es una simplificación del mundo real, sigue siendo una herramienta útil para comprender el comercio internacional y la forma en que los países se especializan en la producción de bienes. El modelo Heckscher-Ohlin permite analizar el comercio entre países y entender la determinación de los precios relativos de los bienes y los factores productivos. Sin embargo, tiene algunas limitaciones, en particular, supone que los factores para producir son perfectamente móviles entre los sectores y que las naciones tienen acceso a los mismos mercados, por lo que estas suposiciones no siempre se cumplen en la realidad (Ruiz, 2020).

Modelo de la Competencia Monopolística

La competencia monopolística de Paul Krugman es una teoría económica que se centra en el impacto de la disputa y el poder de mercado en los precios y la producción. El autor sostiene que la competencia perfecta es una ficción y que, en la vida real, el dominio de la industria es un factor importante que repercute en los valores y su capacidad productiva. En su teoría, analiza cómo los monopolios pueden afectar negativamente a las finanzas, y de qué forma la regulación puede ayudar a mitigar estos efectos (Ríos et al. 2019).

Dentro del comercio internacional se basa en el supuesto de que las empresas producen bienes o servicios que son diferentes de los de sus competidores y que tienen bajos costos de transporte. Esto permite a las compañías fijar precios distintos en varias industrias, lo que a su vez les posibilita obtener una mayor cuota de mercado. Sin embargo, debido a que sus productos son desiguales, las organizaciones no pueden establecer valores uniformes en todos los mercados y, por lo tanto, no pueden obtener una cuota de mercado total. En consecuencia, las organizaciones tienen que competir entre sí para obtener un incremento en este factor (Salazar et al. 2017).

Nueva Teoría del Comercio Internacional

En el presente teorema, se expone la naturaleza de la nueva investigación del comercio internacional que tiene como personajes principales a Paul Krugman, Brander Spencer y Avinash Dixit que desarrollaron un planteamiento sobre las incidencias del mercado. Para ello, al igual que Hecksher-Ohlin se basaron en el modelo ricardiano de las ventajas comparativas. Esta se construye sobre la base del modelo neoclásico del negocio exterior, pero se concentra en la forma en que las naciones se especializan en la producción de bienes y servicios. En particular, la nueva teoría del comercio se centra en la manera en que los países pueden mejorar su posición en el industria mundial mediante el establecimiento de ventajas comparativas en su actividad de producir (Bresser, 2017).

En función de lo mencionado, el modelo buscar corregir temas errados de teorías establecidas con el pasar de los años, en especial aquellos planteamientos de Ricardo y los elaborados por parte de los suecos Eli Heckscher y Bertil Ohlin. Paralelamente estos no fueron suficientes para describir la dominación progresiva del negocio mundial por territorios con condiciones similares y que transaban los mismos productos. Por lo que la nueva teoría del comercio formulada en 1979 permitió superar la descripción del ricardiano, vigente a partir de inicios del siglo XIX, que disminuía el negocio mundial a las diferencias entre territorios (Guayasamín et al. 2019).

En términos generales, Paul Krugman instauró su teoría en el concepto de las economías de escala que se refieren a las ventajas que tienen las empresas cuando producen en grandes cantidades. Esto se debe a que pueden obtener mejores precios de los proveedores, así como también tener acceso a tecnologías y maquinarias más

eficientes. Krugman argumenta que estas virtudes permiten ayudar a explicar por qué algunas empresas son mucho más grandes que otras. En general, se puede considerar un factor favorable por lo que ayudan a las organizaciones en la producción. Sin embargo, a su vez indica que estas suelen ser perjudiciales para la competitividad, puesto que dan lugar a una situación en la que unas pocas compañías controlen el mercado. Por su lado, el autor mencionó que cuanto mayores volúmenes productivos, menores precios, que paralelamente facilitan la oferta de productos, beneficiando a los clientes (García et al. 2020).

Teoría del Coste de Oportunidad de Haberler

Las teorías tradicionales del comercio internacional elaboradas por Adam Smith y David Ricardo provinieron de Gottfried Haberler en la década de 1930. De acuerdo con el austriaco, el negocio mundial descansa en la restrictiva teoría del valor-trabajo, razón por la que reformuló el modelo de los precios de posibilidad, un criterio estrictamente neoclásico. Esta se centra en los costes de oportunidad asociados a la toma de decisiones en relación con el tiempo, el dinero y otros recursos, por ejemplo, si una persona decide dedicar su tiempo a laborar en lugar de aprender, el coste de oportunidad de ese individuo es el salario perdido por no estudiar. Por lo que, siempre están buscando maximizar su utilidad y medirla en términos de dinero (Espinoza, 2020).

La teoría del coste de oportunidad de Haberler se ha utilizado para analizar una amplia variedad de temas económicos, incluyendo el consumo, la producción, el intercambio, la inversión, la economía del bienestar y laboral. Además de observar el impacto de la imposición de impuestos y cómo los seres humanos reaccionan ante cambios en los precios de los bienes y servicios (Suriaga & Hidalgo, 2021).

Teoría de la Demanda Representativa

La teoría de Linder (1961) supone que la demanda de un bien se deriva de la petición de los productos similares, así es como el autor estableció que esta es el resultado de la interacción entre tres factores, la preferencia del consumidor, la oferta de productos semejantes y la estructura del mercado. La preferencia del consumidor se determina por la utilidad esperada del bien, por su parte, la oferta de bienes similares

mantiene su relación con la competencia y la estructura del mercado se encuentra establecida por la regulación de la industria (Ureta & Chiriboga, 2021).

Según esta teoría, cuando la oferta de bienes similares aumenta, a su vez incrementa la demanda del producto en cuestión, esto se debe a que los consumidores tienen más opciones y, por lo tanto, pueden elegir entre todos cuál cree que mejor se adapte a sus preferencias. De la misma forma, es de suma relevancia en las actividades comerciales internacionales, porque establece una conexión directa entre la estructura de la demanda y el negocio exterior (Vaillant, 2018).

En comparación al teorema de los suecos Heckscher-Ohlin, mencionaba que el negocio estaba basado en la distinta dotación relativa de trabajo y capital y que, consecuentemente, el comercio se llevaría a cabo entre territorios bastante diferentes y en sectores muy diversos dependiendo de dicha dotación relativa. Sin embargo, Linder indicaba que la población de cada territorio es dependiente de su grado de ingresos, las naciones de niveles semejantes de renta per cápita tenderán a consumir los mismos tipos de bienes. Como los consumen, deben producirlos y aquí viene la conexión con el negocio mundial, por lo que terminan exportándolos. En función de esto, el modelo mantiene grandes ventajas para el estudio y comprensión del comercio internacional, dado que es extremadamente simple (Alonso, 2021).

Ciclo de Vida del Producto

El economista de Estados Unidos, Raymond Vernon se basa en la idea de que los bienes comercializados internacionalmente pasan por un ciclo de utilidad que se divide en tres etapas, estas son nacimiento, madurez y estandarización. El estadounidense argumentó que las diferencias en el ciclo de vida de los productos explican las desigualdades en el patrón de comercio internacional. Dado que, en la etapa introductoria de un producto, se produce principalmente en el país de origen y se exporta a los países en desarrollo. A medida que este crece y se establece en el mercado entra en fase de crecimiento o madurez, en esta comienzan a producirse versiones más baratas en otras naciones. Esto se debe a que los países en desarrollo tienen ventajas de mano de obra y costos para producir más bajos, a pesar de esto se importa y exporta en igual medida. Finalmente, en el periodo de declive, se finaliza la forma de producirse y se importa solo para satisfacer la demanda de los consumidores.

Vernon concluyó que el comercio internacional seguirá el patrón de que los países en desarrollo exportarán productos en las etapas introductorias y de crecimiento, mientras que los países desarrollados exportarán en las etapas madura y de declive (Robayo et al. 2020).

La teoría de este autor se usa comúnmente para explicar el comercio internacional de bienes manufacturados. Sin embargo, también se puede aplicar a otros sectores, como el comercio de servicios y con ello explicar las diferencias con los bienes primarios. Según Vernon, los bienes primarios se encuentran en la etapa de declive del ciclo de vida del producto, lo que significa que los países en desarrollo tienen una ventaja en su comercio. El modelo del comercio internacional, desde una prueba experimental, explica que el periodo de vida de la mayoría de los productos, este se inicia en un territorio industrializado una vez que una compañía diseña y fabrica un nuevo producto y empieza a exportarlo (Loaiza, 2018).

Teoría de Rybczynski

La teoría económica de Rybczynski se originó en la década de 1970, cuando el economista polaco escribió un artículo llamado "Comercio y producción en función del tiempo". Dentro de este, el autor explica cómo y por qué los mercados de tiempo afectan el comercio y la producción, basándose en la idea de que las actividades comerciales y la capacidad productiva se producen de acuerdo con la duración y no del espacio. Para el año 1990, el modelo se extendió más allá, y se utilizó para explicar cómo y por qué la industria de tiempo afecta el consumo, la inversión, el empleo y el crecimiento económico, lo que al final terminará alterando el bienestar financiero (Muñoz, 2021).

La teoría de Rybczynski es una de las teorías más importantes del comercio internacional, en la idea de que los países comercian para aprovechar sus ventajas comparativas. Por lo que los territorios que tienen un excedente de un determinado producto o recurso pueden comercializarlo con otros países para adquirir los bienes que necesite. El autor también señaló que el comercio internacional puede impulsar el crecimiento económico al permitir que las naciones comercien entre sí, se fomenta el intercambio de bienes y servicios, lo que a su vez puede mejorar la eficiencia y la productividad. En consideración de su relevancia, ha sido muy influyente en la forma

en que se comprende el negocio exterior, sin embargo, también se han planteado algunas críticas. Algunos economistas argumentan que no tiene en cuenta el papel de los factores macroeconómicos, como el tipo de cambio y sus asunciones simplistas que no se ajustan a la realidad (Alderir & Cabral, 2017).

Teoría del Comercio Internacional de Linder

Linder desarrolló una teoría económica que se centra en el papel del comercio en el desarrollo financiero de los países. De acuerdo con esto, las relaciones internacionales son de suma relevancia para el crecimiento económico, ya que permite a los territorios intercambiar bienes y servicios para mejorar su producción y competitividad. Además de esto, señala que puede ser una herramienta poderosa y aumentar la calidad de vida de las personas y reducir la pobreza (Gutiérrez, 2017).

Por lo tanto, los países comercian para obtener productos que no pueden producir ellos mismos, lo que hace que las naciones exporten aquellos en los que son relativamente más eficientes e importan aquellos en los que su proceso productivo sea más complicado. En otras palabras, mantiene una gran similitud con la teoría de la ventaja comparativa. Para eso, Linder sugiere que la diferenciación de los productos es la clave para entender las actividades comerciales (Ovando et al. 2017).

Teoría de Singer-Prebisch

La teoría de Singer-Prebisch señala que el proceso de cambio de precios relativos es el responsable de la creciente pobreza de los países en desarrollo, por lo que cada vez son más pobres en relación con los territorios con altas capacidades económicas. Esto se debe a que sus exportaciones están compuestas por bienes de consumo, mientras que sus importaciones se estructuran a raíz de bienes de capital. Por lo que los territorios en vías de desarrollo dependen de los ricos, y, por lo tanto, aumenta su vulnerabilidad a las fluctuaciones de los precios de los bienes de capital (Becerra & Bohórquez, 2018).

La teoría de Singer-Prebisch señala que el proceso de globalización ha exacerbado este problema, el comercio entre los países, lo que ha aumentado el poder de los territorios ricos para fijar los precios de los bienes de capital. Además, ha incrementado la competencia entre las naciones en desarrollo, por lo que, están cada

vez más dispuestos a aceptar salarios bajos y condiciones de trabajo precarias para atraer inversiones extranjeras. Por tal motivo, sugiere que los términos de trueque entre territorios con diferentes grados de industrialización tienden a caer en detrimento de los menos desarrollados, los cuales basaban la magnitud de sus exportaciones en productos primarios en dicha etapa (Armijos et al. 2017).

La tendencia del modelo teórico podría ser causada por diferentes fuerzas, como por ejemplo la elasticidad de ingreso, la retención de los aumentos de la productividad en las ocupaciones primarias, el cambio tecnológico y una más grande amplitud de los ciclos económicos en territorios menos desarrollados. Lo que llevó a cuestionar la teoría del negocio mundial por ventajas comparativas planteada por David Ricardo, y apostar por la participación estatal en un desarrollo industrial en las naciones periféricas, dando origen a la corriente de pensamiento estructuralista (Briceño & De Lombaerde, 2018).

Por otro lado, los efectos del aumento técnico acerca de la sustitución de bienes naturales por artificiales y sintéticos se añade a las elasticidades de ingresos que contribuyeron a la reducción de la demanda de bienes. Otro de los elementos que indicaron estos autores es sobre los términos de trueque, dado que la iniciativa elemental es que en los instantes de intensa extensión de la economía mundial, la demanda por materias primas y alimentos se dispara generando a corto plazo un crecimiento pronunciado de los costos. No obstante, al momento de revertirse, los valores de estos caen bruscamente, sin que existan mecanismos institucionales que logren frenar esta caída (Domínguez, 2021).

Políticas Públicas

Una política pública es un plan o conjunto de acciones diseñado para abordar un problema específico en un área específica de la sociedad, por lo que suelen estar implementadas y reguladas por el gobierno, y abordar temas como la educación, la salud, el medioambiente, la seguridad, la economía y el bienestar social. Estas pueden ser diseñadas para beneficiar a una gran magnitud de personas, o pueden estar enfocadas en un grupo específico que enfrentan un problema particular. Por ejemplo, una de estas podría establecer un programa de becas para estudiantes de bajos ingresos, o determinar un proyecto de subsidios para familias que no pueden pagar el cuidado

de sus hijos. Su creación dependerá de cada territorio, sin embargo, en diversas ocasiones entidades como la Organización de las Naciones Unidas (ONU) se discuten y debaten en foros públicos y privados antes de que sean implementadas, y pueden ser modificadas o eliminadas si no se consideran efectivas (Roth, 2021).

A continuación, se presentan algunos ejemplos de estas políticas de educación, salud, medioambiente, seguridad, sociedad y economía. En cuanto a las políticas de salud, establecen los programas y servicios sanitarios de un país, así como las regulaciones para garantizar la calidad de la atención médica. Si se menciona el medioambiente, su objetivo principal es proteger este mediante programas de mejora de la calidad, reduciendo la contaminación y proteger la biodiversidad. Por otro lado, las políticas de seguridad garantizan la protección de la sociedad y con ello sus pertenencias, ya sea en el lugar de trabajo, como el control de incendios y la formación en primeros auxilios. Dentro de los aspectos económicos, se busca establecer estrategias para fomentar el crecimiento financiero, reducir el desempleo y mejorar condiciones de los ciudadanos (Díaz, 2017).

En consideración de las variables de estudio, las políticas públicas en el comercio internacional tienen como objetivo regular la capacidad comercial entre los países y promover dicha actividad. Estas se establecen en el mundo por medio de acuerdos y tratados comerciales, y a nivel nacional por leyes y regulaciones. Además de esto puede incluir medidas para proteger los intereses locales, como las restricciones a las importaciones o las subvenciones a las exportaciones. Los países miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC) se comprometen a seguir ciertas normas y a no adoptar comportamientos discriminatorios al realizar esta. La OMC también tiene un mecanismo de solución de disputas comerciales que pueden utilizar los territorios para resolver sus diferencias (Gómez, 2017).

Las políticas públicas en el comercio internacional logran tener un impacto significativo en la economía de un país. Por ejemplo, que las restricciones a las importaciones redujeran el consumo de bienes y servicios, lo que a su vez puede reducir el PIB. Desde el comienzo de la OMC, en 1995 esta entidad establece un marco multilateral para la adopción y la aplicación de políticas comerciales, las más comunes son los aranceles, cuotas, subsidios, medidas de salvaguardia y de defensa comercial.

De la misma forma, establecen límites a los tipos de reglamentos que los países pueden adoptar, así como a los niveles de protección que se otorgan (Malagón et al. 2019).

Internacionalización

La internacionalización es el proceso de establecer una presencia comercial en un país extranjero, esto puede incluir abrir una nueva sucursal en el extranjero, establecer acuerdos de comercio con socios comerciales internacionales o simplemente comenzar a exportar productos y servicios a clientes en los mercados del mundo. Esto se lo puede traducir como una estrategia por muchas empresas para expandir sus operaciones más allá de sus fronteras nacionales y obtener un acceso más amplio a las industrias internacionales. Al establecer una presencia en otro país, las compañías pueden beneficiarse de un mayor número de consumidores potenciales, variedad de productos y servicios y exposición a las tendencias del planeta (Bojórquez & Valdez, 2017).

La internacionalización también puede presentar algunos desafíos, como el riesgo de la inestabilidad política y económica en el extranjero, el costo de establecer y mantener una operación comercial en otro país y la competencia de otras empresas que ya están establecidas en ese mercado. Aun así, es una estrategia comercial válida para muchas organizaciones que buscan expandirse más allá de sus fronteras nacionales (Mora & Norman, 2017).

Teoría de la Internacionalización de Coase

La teoría de la internacionalización de Coase se basa en la idea de que existe una relación inversa entre el costo de negociar y el tamaño de la transacción. En función de esto, las empresas tienden a seleccionar la ubicación de sus actividades en consideración de los costos de negociación, por lo que las organizaciones que presenten menores cantidades de este factor tienden a estar más internacionalizadas que aquellas con costos más altos (Camargo et al. 2017).

Teoría del Comportamiento Oligopólico

Es un modelo de la teoría económica que se basa en el análisis de los mercados en donde existen pocos vendedores, estos tienen una gran influencia sobre los precios

de los productos y servicios, lo que se traduce en una competencia imperfecta. El comportamiento oligopólico se puede analizar mediante el uso de varios modelos, incluyendo el modelo de los juegos, este analiza la interacción entre individuos en una situación de competencia o conflicto, estableciendo si sus decisiones son racionales o tratan de maximizar su propio beneficio. Asimismo, la forma en la que elaboran las estrategias para el bienestar de los demás integrantes y el funcionamiento de la industria (Méndez et al. 2021).

Por otro lado, uno de los modelos utilizados para analizar el comportamiento oligopólico es el de la curva de indiferencia, que mantiene relación con la premisa del párrafo anterior. Dado que, los vendedores no tienen en cuenta el margen de riesgo que pueden tener, su único objetivo es aumentar su beneficio. Mientras que, la elección racional permite conocer si estos individuos han tomado acciones de la forma más lógica, es decir, de acuerdo con un análisis de costes y beneficios. De tal forma que se permite establecer cómo los comerciantes en un mercado oligopólico deciden qué productos ofrecer y su respectivo precio (Morales et al. 2018).

Teoría Eclética

John Harry Dunning estableció que es una teoría de la inversión y el comercio internacional que combina elementos del modelo del mercado de divisas de Keynes con la de la inversión de Hayek. El objetivo del autor británico es ofrecer una explicación más completa de la inversión internacional que cualquiera de las teorías individuales. Por lo que señala que las empresas multinacionales se desarrollan a medida que se acumulan las ventajas de los países en términos de activos. Estas ventajas abarcan todo, desde la tecnología y los conocimientos especializados hasta la infraestructura y la mano de obra calificada. Las organizaciones de este tipo se forman cuando las compañías domésticas adquieren superioridad y las utilizan para competir en los mercados internacionales (Guerra, 2020).

Teoría de la Organización Industrial de Hymer

Hymer desarrolló la teoría de la organización industrial, que se centra en el papel de las empresas multinacionales en el proceso de desarrollo económico. Según el autor, las no solo se benefician del comercio internacional, sino que también son una fuerza impulsora del incremento financiero. Por lo que desempeñan un papel clave

en el proceso de creación y difusión de tecnología. Por lo tanto, sostiene que estas organizaciones tienden a concentrarse en los países en vías de desarrollo o en aquellos con mercados internos pequeños y poco desarrollados. Esto se debe a que estos territorios ofrecen un gran potencial de crecimiento para las organizaciones de este tipo. Sin embargo, el éxito de las estas no está garantizado, dado que pueden fracasar si no comprenden las necesidades y deseos de los consumidores de esas naciones (United Nations Economic Commission for Latin America and the Caribbean, 2017).

Marco Conceptual

Las políticas de desarrollo económico son aquellas que tienen como objetivo promover el crecimiento y el desarrollo económico de un país. Estas políticas pueden incluir inversiones en infraestructura, educación y capacitación, así como incentivos a la inversión privada (Valenzuela et al., 2021). Para el caso de estudio que ocupa esta investigación, el término relaciona de manera específica un campo de acción de las políticas públicas, que además del impulsar la internacionalización de empresas, su fin es promover el desarrollo de un sector y país.

Las políticas de promoción de las exportaciones son aquellas que tienen como objetivo facilitar y promover las exportaciones de un país. Estas pueden incluir el establecimiento de programas de crédito a la exportación, así como la participación en ferias y exposiciones internacionales (Chiatchoua et al., 2022). Durante la internacionalización de empresas, es importante tener en cuenta las alternativas que pueden derivarse de estas políticas, ya que pueden afectar significativamente el éxito o fracaso de una empresa en el mercado internacional.

Las exportaciones se refieren a la venta de bienes o servicios a otro país. Aunque se pueden realizar de forma directa o indirecta, la mayoría se realizan a través de empresas comerciales que fungen como agentes de exportación (Ramos et al., 2022). Dicho concepto es fundamental en la investigación, debido a que es una forma de internacionalización de empresas, y con ello se facilita el acceso a los mercados internacionales. Para el caso de estudio de esta investigación, las exportaciones se refieren específicamente a las exportaciones de mango ecuatoriano.

La balanza comercial es una medida de las importaciones y exportaciones de un país durante un período específico. Esta medida se puede utilizar para evaluar el

desempeño del comercio exterior de un país y la competitividad de su economía. La balanza comercial también para analizar el comportamiento de las importaciones y exportaciones en el crecimiento económico (Torres & Campuzano, 2021). La balanza comercial se relaciona específicamente con el rendimiento de las exportaciones del mango ecuatoriano; además porque incide en las políticas públicas, ya que se busca generar un saldo positivo en las exportaciones o superávit.

El superávit es un concepto económico que se refiere a un excedente de ingresos sobre egresos en una economía o sector específico. Un superávit puede ser un indicador de una economía saludable y en crecimiento, ya que indica que un país está generando más ingresos. No obstante, también puede ser un indicador de que un país está aumentando sus reservas de divisas y está en condiciones de hacer inversiones internacionales (Carrasco & Tovar, 2019). El superávit se relaciona específicamente con las exportaciones y, en específico, las políticas públicas de promoción de las exportaciones deben ser diseñadas de tal manera que se genere una balanza comercial positiva.

El nicho de mercado es una segmentación de un mercado en el que se presenta una demanda insatisfecha. Los nichos de mercado se pueden crear a partir de diferencias en las necesidades, intereses, comportamientos, actitudes, estilos de vida o ubicaciones de los clientes. (Chiatchoua et al., 2022). En cuanto al caso de estudio de esta investigación, el nicho de mercado es específicamente el mercado internacional para los mangos ecuatorianos. El hecho de que el mango ecuatoriano tenga un sabor y un aroma únicos lo convierte en un producto atractivo para los clientes de otros países. Un factor que se puede explotar con la ayuda de políticas públicas.

El mercado internacional es el conjunto de países que intercambian bienes y servicios entre sí, igualmente se puede definir como el conjunto de países que comparten una economía global. El mercado internacional está compuesto por una serie de instituciones, como los bancos centrales, las empresas multinacionales y los gobiernos (Freire et al., 2022). Es importante tener en cuenta que el mercado internacional es hacia donde se destinan las exportaciones, un factor fundamental para la internacionalización de empresas exportadoras de mango ecuatoriano.

La globalización es un proceso mediante el cual los países, las empresas y los individuos se están volviendo cada vez más interdependientes. La globalización se ha visto impulsada por la liberalización y apertura de los mercados, así como la privatización de las empresas (Raffo & Hernández, 2021). Respecto al tema de investigación, la globalización es el proceso mediante el cual el mango ecuatoriano está siendo cada vez más reconocido y demandado en el mercado internacional.

CAPÍTULO II: Marco Metodológico

Marco Metodológico

En el presente apartado se desarrolla la metodología empleada en la presente investigación, seguida de la estructura metodológica del proyecto.

Método

El método deductivo es el procedimiento lógico mediante el cual se pasa de la observación de una serie de hechos a la formulación de una ley o teoría que los explique (Hurtado, 2020). Por su parte, el método inductivo es el procedimiento lógico que consiste en pasar de la observación de una serie de hechos a la formulación de una ley o teoría que los explique (Jaramillo & Aguirre, 2021). Para el desarrollo de esta investigación se utilizó el método deductivo, pues se partió de la teoría para luego aplicarla a la realidad, específicamente a las empresas exportadoras de mango de la ciudad de Guayaquil y poder así, determinar de qué forma las políticas públicas influyen en la internacionalización de las mismas. En cambio, la metodología inductiva sirvió para la promulgación de políticas públicas de comercio exterior.

Tipo de Estudio

Una investigación no experimental es aquella en la que el investigador no tiene control sobre las variables del estudio, es decir, no puede manipularlas (Loayza, 2021). Este estudio se basó en el tipo no experimental, debido a que el fin de la investigación fue conocer la situación actual de la variable dependiente (internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano) en función de la variable independiente (políticas públicas, sin interferir en ellas).

La investigación descriptiva es aquella en la que se busca describir una realidad, caracterizar un fenómeno, proceso o situación, y generalmente se fundamenta en métodos como la observación y la encuesta (Ochoa & Yunkor, 2019). La presente investigación se fundamentó en un nivel descriptivo, ya que el objetivo fue describir la situación actual de las empresas exportadoras de mango de Guayaquil, y la influencia de las políticas públicas en su internacionalización.

El diseño transversal de una investigación se fundamenta en el tiempo, es decir, en un momento específico de la realidad que se estudia, mientras que el diseño

longitudinal se fundamenta en el espacio, pues se caracteriza por estudiar una realidad en un lugar específico (Cvetkovic et al., 2021). En el presente estudio se utilizó el diseño transversal, pues se tomó como objeto de estudio un momento específico de las empresas exportadoras de mango de Guayaquil.

Enfoque

El enfoque cualitativo es aquel en el que el investigador estudia la realidad de forma subjetiva, es decir, a partir de su punto de vista. Este enfoque se fundamenta en métodos como la observación y la entrevista (Sánchez, 2019). En el presente estudio se utilizó el enfoque cualitativo, pues el objetivo fue describir la influencia de las políticas públicas en la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano, a partir del punto de vista de los administradores de estas empresas.

Fuentes de Información

Las fuentes primarias de investigación son aquellas que se generan directamente por los sujetos de estudio, mientras que las secundarias son aquellas que se generan a partir de las fuentes primarias o documentos asociados (Vuotto et al., 2020). La información se fundamentó en fuentes primarias y secundarias. Las fuentes primarias se obtuvieron a partir de la aplicación de la entrevista a los cinco administradores de las empresas exportadoras de mango de Guayaquil, mientras que las fuentes secundarias se obtuvieron a partir de la revisión de documentos oficiales, tesis, artículos científicos y libros relacionados con el tema de estudio; así como páginas oficiales de organismos como Agrocalidad, Federación Ecuatoriana de Exportadores, FEDEXPOR, y el Banco Central de Ecuador (BCE).

Técnicas para Recolección y Análisis de Datos

La entrevista es una técnica de recolección de datos en la que el investigador aplica un cuestionario a un grupo de personas para recopilar información sobre un tema en particular (Alegre, 2022). En el presente estudio se aplicaron entrevistas a administradores de empresas exportadoras de mango de Guayaquil, con el objetivo de recopilar información sobre la influencia de las políticas públicas en la internacionalización de estas empresas.

El análisis de la información se fundamentó en el análisis de contenido, el cual se caracteriza por analizar el contenido de un texto para extraer conclusiones y/o generar nuevas ideas (García & Sánchez, 2020). En el documento actual se analizó el contenido de las entrevistas aplicadas a los administradores de las empresas exportadoras de mango de Guayaquil, con el objetivo de extraer conclusiones y/o generar nuevas ideas acerca de la influencia de las políticas públicas en la internacionalización de estas empresas.

Procedimiento

El procedimiento se fundamentó en las siguientes etapas: revisión de fuentes secundarias.; identificación de empresas exportadoras de mango de guayaquil; aplicación de la entrevista a los administradores de las empresas exportadoras de mango de guayaquil; análisis de la información; y conclusiones. Además, se presenta en la tabla 1 la matriz de consistencia.

Población, Muestra y Muestreo

La población es el conjunto de elementos (personas, objetos, etc.) sobre los que se va a realizar un estudio (Solíz, 2019). En el presente estudio la población estuvo conformada por los administradores de las empresas exportadoras de mango de Guayaquil.

La muestra es el subconjunto de la población sobre el cual se va a realizar un estudio (Hernández & Carpio, 2019). Una muestra no probabilística es aquella en la que el investigador no tiene control sobre la selección de la misma. En el presente estudio la muestra estuvo conformada por 5 administradores de empresas exportadoras de mango de Guayaquil. Se utilizó una muestra no probabilística de tipo intencional, debido a que el objetivo fue seleccionar a las empresas exportadoras de mango de Guayaquil que mejor representaran a la población.

Tabla 1*Matriz de consistencia*

| Problema | Objetivos | Variable | Metodología |
|---|---|---|---|
| Principal | General | | |
| ¿De qué manera las políticas públicas influyen en la internacionalización de empresas exportadoras de mango ecuatoriano? | Determinar de qué manera las políticas públicas influyen en la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano para así contribuir al mejoramiento de las políticas públicas en este ámbito. | Políticas públicas | Método: Deductivo e Inductivo. Tipo de Investigación: No experimental, descriptiva y transversal. |
| Secundarios | Específicos | Indicadores | Enfoque: Cualitativo Fuentes de información: Primaria y secundaria. Técnicas: Revisión documental y Entrevista. |
| ¿Cuáles son las bases científicas y teóricas acerca de las políticas públicas y la internacionalización de empresas exportadoras? | Revisar las bases científicas y teóricas acerca de las políticas públicas y la internacionalización de empresas exportadoras. | Tipos de políticas públicas Formas de internacionalización | Población: 5 empresas exportadoras de mango |
| ¿Cuál es la situación actual de las empresas exportadoras de mango de Guayaquil? | Identificar la situación actual de las empresas exportadoras de mango de Guayaquil. | Políticas públicas y desafíos | |
| Problema | Objetivos | Variable | Metodología |
| ¿Cuáles son las políticas públicas de comercio exterior y cómo influyen en la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano? | Establecer las políticas públicas de comercio exterior y su influencia en la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano. | Beneficios Competitividad del mango Balanza comercial | Muestra: 5 administradores de empresas Muestreo: Intencional. |

Instrumentos de Recopilación de Información

La técnica empleada en el presente estudio fue la entrevista, la cual se fundamentó en el cuestionario como instrumento de recolección de datos. En la Tabla 2, se muestra el perfil de los entrevistados que son los administradores de las empresas exportadoras de mango.

Tabla 2*Perfil de los entrevistados*

| Descripción del perfil del entrevistado | | | |
|--|---------------------|------------------------------------|--------------|
| Entrevistados | Cargo | Empresa | Lugar |
| Entrevistado 1 | Gerente | Durexporta S.A. | Guayaquil |
| Entrevistado 2 | Administrador | Compañía Agrícola Ganadera S.A. | Guayaquil |
| Entrevistado 3 | Jefe de exportación | Exofrut S.A. | Guayaquil |
| Entrevistado 4 | Administrador | Bresson S.A | Guayaquil |
| Entrevistado 5 | Administrador | Exporganic S.A. | Guayaquil |

Igualmente, en la Tabla 3 se presenta cómo está compuesto el instrumento para la entrevista.

Tabla 3*Diseño de las preguntas*

| Descripción del diseño de las preguntas | |
|--|---|
| VARIABLES | Políticas públicas y su influencia en la internacionalización |
| Cantidad de preguntas | 12 ítems |
| Tipo de preguntas | Abiertas |
| Tiempo de respuesta | 25 minutos |
| Hora de la entrevista | 12:00 am |
| Fecha de la entrevista | 15 de diciembre del 2022 |
| Lugar de la entrevista | |

Herramientas y Procedimientos para Procesar Información Recopilada

Los resultados de las entrevistas se tabularon y se analizaron mediante el análisis de contenido. El análisis de contenido consistió en la identificación, categorización y tabulación de las respuestas de los entrevistados. A partir de estos resultados se extrajeron conclusiones y se generaron nuevas ideas acerca de la

influencia de las políticas públicas en la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano.

El presente capítulo se fundamentó en el marco teórico, conceptual y metodológico. En primer lugar, se describieron las teorías del comercio internacional, como la teoría mercantilista, monetaria del comercio internacional, de la ventaja absoluta, el modelo Heckscher-Ohlin, teoría del coste de oportunidad y ciclo de vida del producto, con las cuales se delimitó el objeto de estudio. Por otro lado, en el marco metodológico se definió el alcance el cual se caracterizó por la revisión de fuentes secundarias, la identificación de empresas exportadoras de mango de Guayaquil, la aplicación de la entrevista a los administradores de estas empresas, el análisis de la información, y las conclusiones. Se utilizó un enfoque cualitativo, un diseño transversal, un nivel descriptivo, y una muestra no probabilística de tipo intencional.

CAPÍTULO III: Marco Legal de las Políticas Públicas en Ecuador

Constitución de la República del Ecuador

Dentro de este ámbito, se enfatiza lo expuesto en el artículo 261 de la Constitución del Ecuador, reconociendo que el Estado central quien tiene competencias en las relaciones internacionales, la planificación nacional, las políticas de endeudamiento y comercio exterior, económicas, arancelarias, aduaneras, monetaria, fiscales, tributarias, entre otras. Además, de realizar lo que corresponda ante el desarrollo de tratados internacionales (Asamblea Nacional Constituyente, 2021).

Por otro lado, se destaca el artículo 304 que implica que una política comercial debe cumplir con una serie de objetivos, tales como el fortalecer, dinamizar y desarrollar los mercados internos; promover, ejecutar y regular las acciones relacionadas con el impulso de la inserción estratégica nacional en la economía mundial; y, promover el desarrollo del comercio justo y la economía de escala (Asamblea Nacional Constituyente, 2021)

Adicional, se rescata la importancia del artículos 416 el cual determina que las relaciones que establezca el país con la comunidad internacional deben responder a los intereses de la población ecuatoriana. De los aspectos que se ajustan en el presente estudio, se integra el fomentar un sistema de inversión y comercio nuevo entre gobiernos, mismo que debe estar fundamentado en la solidaridad, justifica, desarrollo de mecanismos de control en el contexto internacional y la complementariedad. Además, de la adopción de un sistema internacional financiero equitativo, justo y transparente (Asamblea Nacional Constituyente, 2021).

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, (COPCI)

Con respecto al COPCI, esta ley rige a todas las personas jurídicas y naturales que desarrollan actividades productivas en el país, destacando dentro de sus finalidades el establecimiento de instrumentos y principios que fundamenten la articulación internacional de las políticas comerciales del Ecuador. En el artículo 5 se reconoce que el Estado tiene como rol mejorar la productividad de aquellos actores que conforman la economía popular y solidaria en conjunto con las medianas, pequeñas y microempresas, a fin de que estas participen en el mercado interno y gradualmente

desarrollen economías de escala que fomenten su internacionalización (Asamblea Nacional Constituyente, 2019).

En el artículo 71, se establece que el Comité de Comercio Exterior (COMEX) es el organismo encargado de aprobar las políticas públicas que se formulen a nivel nacional en materia del ámbito comercial, lo que involucra el tema de las exportaciones. Está compuesto por representantes del Ministerio rector de las políticas de comercio exterior, industrial, agrícola, la coordinación del desarrollo productivo, finanzas públicas, entre otros. Esta ley tiene como fin facilitar el comercio exterior, efectuar el control aduanero, la publicidad, aplicación de las buenas prácticas internacionales, la buena fe en conjunto con el intercambio y la cooperación de información (Asamblea Nacional Constituyente, 2019).

Con respecto a la facilitación aduanera para el comercio, se destaca el artículo 103 asociado con el ámbito de aplicación que indica que dicho título es el encargado de regular las relaciones de carácter jurídico entre el Estado y las personas jurídicas o naturales que desarrollan actividades que están directa o indirectamente asociadas con el tráfico de mercancías a nivel internacional. Dentro del marco aduanero, el término mercancía alude a todo tipo de bienes muebles cuya naturaleza es corporal (Asamblea Nacional Constituyente, 2019).

Por otro lado, en el artículo 104 se establecen los principios fundamentales de la norma, destacando la facilitación al comercio exterior cuyos procesos deben efectuarse con rapidez, de manera simplificada y electrónica, garantizando la cadena logística con la finalidad de incentivar la competitividad y la productividad nacional. Adicional, se destaca el control aduanero, la publicidad, la buena fe, la aplicación de buenas prácticas internacionales y el intercambio en conjunto con la cooperación de información procedente de entidades públicas y privadas (Asamblea Nacional Constituyente, 2019).

Referente a la exportación, en el artículo 93 se reconoce que el Estado debe fomentar la producción destinada a las exportaciones, lo cual logrará mediante un conjunto de mecanismos de aplicación directa y de orden general. Estos incluyen la accesibilidad a programas de preferencias arancelarias, el derecho de acogerse a los regímenes aduaneros especiales y la oportunidad de contemplar los incentivos hacia la inversión productiva. Asimismo, se destaca la asistencia en capacitación, desarrollo de

mercados, áreas de información, promoción externa, facilitación financiera y el derecho a la devolución parcial o total de los impuestos pagados por concepto de importación de materias primas o insumos que se integren en los productos de exportación (Asamblea Nacional Constituyente, 2019).

Dentro de este código también se reconocen tres regímenes de exportación, los cuales aluden a la exportación definitiva, temporal para la reimportación en el mismo Estado y la exportación temporal para el perfeccionamiento pasivo. El primero es el que posibilita la salida de las mercaderías de circulación libre fuera del área aduanera; el segundo régimen permite la salida de las mercancías de forma temporal con un plazo específico y un fin determinado, contemplando su reimportación sin ningún tipo de modificación. El tercer régimen indica que las mercancías que están en circulación libre pueden temporalmente ser exportadas y posteriormente reimportadas como artículos compensadores, integrando la exclusión de los tributos respectivos (Asamblea Nacional Constituyente, 2019).

Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

Referente a las operaciones aduaneras, en el artículo 27 se identifica que toda unidad de carga o medio de transporte que salga o ingrese del territorio aduanero nacional, al igual que las personas que transportan mercancías están sujetas a un control ejecutado por la Autoridad Aduanera. En el artículo 29 relacionado con el control de los medios de transporte se especifica que las autoridades a cargo del control de transporte terrestre, aéreo y marítimo deben proporcionar a la autoridad aduanera la información correspondiente para corroborar las autorizaciones otorgadas a los medios que operan dentro del tráfico internacional (Asamblea Nacional Constituyente, 2022).

En relación con el manifiesto de carga, en el artículo 31 se evidencia que el transportista debe otorgar este documento a la autoridad aduanera bajo la transferencia de datos electrónicos o en presentación física. Dentro de los elementos que se deben integrar en el manifiesto de carga, se incluyen la identificación del transportista y el medio de transporte, la fecha de llegada y salida de las mercancías, la identificación del lugar de destino y salida de las mercancías, información de las cartas de porte o guías aéreas. En casos de transporte marítimo, es fundamental el reconocimiento de la

unidad de carga, la cantidad de mercancía a granel, bultos o carga consolidada, la identificación y peso de las mercancías (Asamblea Nacional Constituyente, 2022).

Otro punto por destacar involucra los elementos que conforman el documento de transporte, mismo que debe incluir la fecha y lugar en que se celebra el acuerdo, la dirección y nombre del operador de transporte, del consignatario y embarcador. Asimismo, se destaca la fecha y lugar en que recibe la mercancía por parte del operador de transporte, y el área de destino donde se entregará. Además, se enfatiza el describir la carga, contemplar los intereses por demoras en la entrega, los costos de transporte, datos específicos e instrucciones de cada modalidad de transporte e instrucciones del embarcador (Asamblea Nacional Constituyente, 2022).

Políticas Públicas de Comercio Exterior para la Exportación de Mango

Dentro de las políticas que ha establecido el gobierno ecuatoriano en favor de la exportación de mango, se integra el Plan de Mejora Competitiva de la cadena de Mango, el cual involucra diferentes organismos como el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), el Ministerio de Finanzas y el Ministerio de Producción Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. Este plan se encuentra orientado al continuo mejoramiento del sector, cuyas estrategias buscan impulsar la producción del mango y promover sus exportaciones para alcanzar un posicionamiento adecuado en el mercado internacional (Apolinario et al., 2021).

El plan se fundamenta en cinco estrategias que aluden al control de la fruta con respecto a la plaga de la mosca, la diversificación y la promoción para acceder a los mercados internacionales, la mejora de la calidad y productividad, el fortalecimiento institucional de la cadena productiva, y el desarrollo de la demanda interna (Instituto para el Desarrollo Rural de Sudamérica, [IPDRS], 2016).

Para el control de la plaga de mosca en el mango, se destaca el Acuerdo sobre la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias de la Organización Mundial de Comercio. En función de este recurso, se han adoptado procesos que facilitan el cumplimiento de los requisitos fitosanitarios para la comercialización de los productos. En el caso del mango, se integra un sistema de vigilancia para monitorizar la plaga en las frutas, ya que es uno de los requisitos principales que se deben abordar para la exportación del mango. Dicho control es efectuado de modo conjunto entre la

Fundación Mango del Ecuador y la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario (Agrocalidad). Dentro de este programa se utilizan dos trampas, McPhail y Jackson, las cuales permiten el monitoreo de moscas (Agrocalidad, 2022; Agrocalidad, 2021).

Adicional, se incluye el protocolo sanitario con China, cuyas medidas determinadas tienen como finalidad garantizar la exportación de un producto fresco hacia este país, cumpliendo las leyes fitosanitarias y reglamentaciones establecidas por el gigante asiático y la Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena (AQSIQ) y el MAG. Una de las disposiciones más importantes de este protocolo involucra el hecho de que AGROCALIDAD realice una inspección al mango de forma cuarentenaria al igual que el contenedor de carga previo al envío de exportación para emitir un certificado que indique si califica o no, proceso que también será ejecutado por las autoridades aduaneras de China. De esta forma, se asegura la tenencia de productos aptos para la población en China, evitando consecuencias como la destrucción de la mercancía, el regreso de la misma y la suspensión de las exportaciones (Agrocalidad, 2020).

De igual forma, para potenciar la productividad y calidad del mango, Agrocalidad ha dispuesto la presencia de técnicos para el desarrollo de capacitaciones centradas en el manejo del producto, esto implica desde la recepción del mango, el embalaje, las certificaciones, el tratamiento hidrotérmico del productos y su despacho en contenedores para la exportación (Agrocalidad, 2022).

Por otro lado, para fomentar la producción del mango, se destaca la entrega de créditos, contemplando en el 2020 un valor de \$ 14,26 millones, del cual, el 97% procedió de la banca privada, y el 3% restante de instituciones financieras públicas (Corporación Financiera Nacional, [CFN], 2021). En el año 2021 se registró un monto de \$ 426 (miles de USD), donde el 59% se orientó a la provincia del Guayas, seguido del 29% para Imbabura (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2021).

Asimismo, el gobierno en el año 2019 ofreció una línea de créditos para promover la exportación agrícola, servicio que estuvo orientado a personas naturales o jurídicas cuya proyección de venta anual superaba los \$ 100,000 y buscaban la oportunidad de difundir y aumentar sus exportaciones en los mercados internacionales. Este impulso económico fue patentado por la CFN y la banca pública, beneficiando a los productos

de mango, dado que fue una de las frutas que formó parte del servicio crediticio (MAG, 2019; (CFN, 2019).

Es fundamental reconocer que hasta el 2020, el Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) vigente entre Ecuador y Estados Unidos beneficiaba significativamente al sector del mango, puesto que, este producto ingresaba al territorio internacional con un arancel del 0%. Sin embargo, debido a su vencimiento, el Ecuador a partir del primero de enero del 2021 tuvo una oferta exportable de 279 productos con un arancel que variaba entre el 3 y 18% (Grupo Alaire, 2021; Revista Gestión Digital, 2018).

Durante el año 2020, Ecuador y Estados Unidos firmaron un acuerdo de primera fase para generar la negociación y el pacto de un acuerdo comercial y con ello, no tener problemas en cuanto a la ausencia del SGP; cabe mencionar que, Ecuador es la única nación de los países bañados por el océano Pacífico que no dispone un acuerdo comercial con el gobierno estadounidense. A pesar de esto, Estados Unidos se reconoció como uno de los principales socios comerciales del país, al identificar que el 20% de las exportaciones no petroleras se destinados a dicho territorio, incluyendo el mango (Romero et al., 2022).

Ante dicho escenario, el gobierno ecuatoriano ha estado trabajando para reactivar el sistema de Preferencias Arancelarias entre Estados Unidos y Ecuador. Bajo este marco, se destaca que el país está realizando cambios en los requisitos de calidad para asegurar que los productos cumplan con los estándares establecidos por Estados Unidos. Cabe mencionar que, de no renovar el SGP, la producción de mango estaría destinada a fracasar ya que en el país se cultivan aproximadamente cinco mil hectáreas del producto para la exportación, donde el 85% se envía al territorio estadounidense (Rodríguez, 2021).

En la actualidad, la industria del mango ecuatoriano ha apostado a la internacionalización para evitar la dependencia exclusiva con el mercado norteamericano, considerando el vencimiento del SGP. Para esto, ha planeado la creación de un sello de calidad autóctono que mejore su posición comercial con el mercado europeo, dado que, dicho sello puede agregar valor al producto, exponiendo el cumplimiento adecuado y total de los requisitos básicos que se requieren para el alcance de un buen estatus. Esta política se prevé efectuar en un período de cinco años, cuyo desarrollo se hará por fases otorgando la libertad a los productores de participar

o no en este proceso. A través de este sello de calidad, se espera destinar entre el 10 al 12% de la producción de mango a Europa y mejorar el 5% que se consigna actualmente (Seva, 2021).

Medidas Administrativas y Burocráticas para la Salida de Mercancía de Ecuador

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador ha implementado una serie de medidas administrativas para las exportaciones. Estas medidas garantizan el cumplimiento de los requisitos legales para la salida de mercancías hacia el exterior, además de aportar seguridad y confianza a los clientes. Entre las medidas que el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) ejecuta para la exportación de productos desde el país se encuentran la adopción de procedimientos de clasificación arancelaria, inspecciones de despacho aduaneros y la certificación como Operador Económico Autorizado (OEA). Estas medidas están enmarcadas en el área operativa de la aduana como uno de los principales puntos de tránsito de mercancías.

Al respecto, la normativa interna a través de la Resolución del Comité de Comercio Exterior N°020-2017, el Estado ecuatoriano modificó el Arancel del Ecuador, que está basado en la Nomenclatura Común de los Países Miembros de la Comunidad Andina, NANDINA (COMEX, 2017). En el caso de las exportaciones, la clasificación arancelaria es un paso fundamental para la salida de mercancías hacia el exterior. De acuerdo con la Nomenclatura Arancelaria Ecuatoriana, el mango es clasificado bajo el código 0804.50.20.10, y la tarifa arancelaria que rige para el cálculo sobre el producto es a partir de los 25 kilogramos en unidades físicas.

No obstante, la información estadística sobre la exportación del mango es tratada en conjunto con los mangostanes, que dificulta la obtención de datos precisos. En el caso de la internacionalización de empresas exportadoras de mango ecuatoriano, esto representa un desafío para conocer el impacto económico que la salida de esta fruta genera al país y, por tanto, el apoyo económico que se le otorga desde el Estado.

Existen otros requerimientos para la exportación de productos desde el país que inciden en la internacionalización de las empresas, como el permiso de exportación, el cual debe ser solicitado al SENAE. El trámite debe ser realizado por el exportador y consta de diversos pasos, como el registro de la empresa, la solicitud del permiso, la presentación de la información relacionada a la mercancía a exportar y la

presentación de los documentos relacionados con la facturación de los bienes (SENAE, 2022). Lo bueno de esta normativa es que el trámite se puede realizar en línea, lo cual facilita el proceso.

Adicionalmente, el SENA E realiza inspecciones de despacho aduanero a los productos que se exportan, para verificar su estado, calidad y cantidad. Estas inspecciones se realizan con la finalidad de garantizar la seguridad de los productos y el cumplimiento de los requisitos legales para su salida del país. En el artículo 140 del COPCI, sobre el aforo, se establece que los productos que se exportan deben ser inspeccionados para garantizar su exactitud, lo que se traduce en una inspección previa al embarque (COPCI, 2010). Este procedimiento es trascendental en las exportaciones y, por ende, en la internacionalización de empresa debido a que pueden generarse costos adicionales y retrasos en la salida de los productos.

En este sentido, la autoridad aduanera ejerce distintos tipos de aforo como, ya sea electrónica, física o documental. La decisión de realizar uno u otro depende de la autoridad y de acuerdo con la información que ésta tenga de la mercancía a exportar. Esto se traduce en una burocracia que afecta directamente a las empresas exportadoras, debido a que deben cumplir con todos los trámites y requisitos establecidos por la ley. Además, de considerar un margen de pérdidas por el almacenaje de los productos, en caso de atrasos en los trámites aduaneros.

Por último, el SENA E ha establecido, un programa voluntario y gratuito, que consiste en obtener una certificación como Operador Económico Autorizado (OEA), con el cual se legitima que las empresas cumplen con normas de seguridad en su cadena logística. Esta certificación se encuentra normada en el capítulo XV de Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2011). Esta certificación es una garantía para la exportación de los productos, pues brinda seguridad a los clientes sobre la calidad y autenticidad de los mismos.

Con la certificación OEA, las empresas exportadoras de mango ecuatoriano se benefician al tener una legitimidad en el comercio internacional, lo cual les permite tener un mejor acceso a los mercados internacionales. Además, es una forma de lograr una mayor eficiencia en el proceso de exportación, ya que los productos cuentan con una mayor seguridad y rapidez en su tránsito hacia el destino final.

Normativa para la Exportación de Mango hacia Principales Destinos

La exportación de los principales productos a los destinos externos está regulada por la normativa específica a la que se encuentra sujeta cada destino. En el caso del mango ecuatoriano, destacan los Estados Unidos, China, la Unión Europea y Nueva Zelanda como los principales destinos y con planes de trabajo según estos destinos.

En el caso de los Estados Unidos, el plan de trabajo abarca aspectos para la certificación y exportación de mango ecuatoriano. Acordado el 2 de octubre de 2015, el documento establece que los Exportadores/Empacadores, deberán ser autorizados por las autoridades competentes para participar del programa de exportaciones. Además, se dictamina que los tratamientos y las actividades de vigilancia de la fruta se efectúan en Ecuador con base en las políticas y contextos del programa de certificación en origen y de la Unidad de Aseguramiento de la Calidad de Tratamientos en Estados Unidos (Agrocalidad, 2015).

Por otro lado, los exportadores deben contar con un plan de manejo de los riesgos y un sistema de monitoreo que incluye un control de calidad, una identificación de los lotes y un seguimiento de los embarques desde el origen hasta el destino. Las muestras de los lotes a exportar también deben ser sometidas a un análisis de laboratorio para verificar la presencia de residuos de agroquímicos. Las políticas estadounidenses implican además que, si se requiere un tratamiento hidrotérmico para la exportación del mango, este debe ser efectuado en Ecuador en una instalación autorizada y certificada por la autoridad fitosanitaria del Estado ecuatoriano. Con dicho plan, el Estado ecuatoriano establece que se cumplen los estándares internacionales de calidad, seguridad alimentaria y cumplimiento de requisitos fitosanitarios.

Asimismo, para el ingreso de mango ecuatoriano a China, la fruta debe ser originaria de huertos registrados en Agrocalidad y el órgano administrativo ministerial de sanidad de China. En cuanto al control de plagas, se exige que los exportadores implementen un programa de manejo integrado de plagas para asegurar que el producto final cumpla los estándares de calidad exigidos. Ante ello, el acuerdo entre ambos países permite realizar inspecciones a la fruta en los puertos de destino para verificar la ausencia de plagas (Agrocalidad, 2016). Este acuerdo no solo es útil para

el desarrollo y la exportación del mango ecuatoriano, sino también para otros productos agrícolas, dado que promueve el cumplimiento de los estándares internacionales de seguridad alimentaria.

CAPÍTULO IV: Resultados

En el presente capítulo se expone la información relacionada con el sector exportador de mango, estadísticas del comercio internacional en relación con este producto. También se presenta un análisis comparativo con los principales competidores de Ecuador en la exportación de la fruta y sus variedades, tanto en cifras de producción y comercialización, como requisitos de entrada en los principales mercados internacionales. Se presentan además los resultados de las entrevistas.

Exportaciones no Petroleras de Ecuador

La comercialización de productos generalmente se clasifica en bienes y servicios; no obstante, dentro del comercio exterior los datos se clasifican según el volumen y el valor de exportación e importación para medir la balanza comercial como índice macroeconómico de una economía. Es común también que los productos de exportación se subdividan en otras categorías conforme a la realidad nacional de un país. A saber, en Ecuador las exportaciones se dividen en exportaciones petroleras y no petroleras, debido a que el petróleo es principal producto generador de ingresos en la economía ecuatoriana y se diferencia de otros que provienen de la minería, agricultura, acuicultura, floricultura, entre otros.

A su vez, las exportaciones no petroleras se subdividen en exportaciones tradicionales y no tradicionales, las cuales diferencian los productos de mayor comercialización internacional, en relación con otros productos emergentes. Aquí es importante señalar que el mango se clasifica en el catálogo de exportación como un producto primario agrícola no tradicional, identificado en el arancel ecuatoriano con la subpartida 0804.50.20 dentro del capítulo de frutos comestibles. Por tanto, para dar contexto a las exportaciones que atañen a este fruto tropical, es preciso conocer el movimiento de la balanza comercial en los últimos años.

En la tabla 4 se presentan las exportaciones no petroleras y su balance comercial, en la cual se puede observar que el saldo general de dichos rubros es negativo, que en términos económicos se entiende como déficit comercial. Cabe mencionar que el monto negativo en millones de dólares ha ido disminuyendo, pasando de \$-4,936.6 en 2018 a \$-3,700.4 en 2019, mientras que en 2020 se registró un superávit de \$756.8 millones. Sin embargo, en 2021 la balanza comercial de

productos no petroleros fue negativa por \$-1,080.4 millones, un comportamiento que hasta agosto de 2022 sigue la misma tendencia de déficit.

Tabla 4

Balanza comercial no petrolera según valor FOB en millones

| | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | Ene - Sep 2022 |
|--------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------------------|
| Balanza comercial no petrolera | -4,936.6 | -3,700.4 | 756.8 | -1,080.4 | -1.205,0 |
| Exportaciones no petroleras | 12,826.2 | 13,649.8 | 15,105.0 | 18,091.9 | 15.855,2 |
| Importaciones no petroleras | 17,762.8 | 17,350.3 | 14,348.2 | 19,172.3 | 17.060,2 |

Nota: Tomado de “Evolución Balanza Comercial Principales Productos”, por Banco Central del Ecuador, 2022.

En Ecuador, las frutas que se exportan tradicionalmente como el banano, plátano, café y cacao, son analizadas junto con otros rubros como el camarón, atún y pescado, así como sus derivados. Mientras que el mango, que pertenece a los productos no tradicionales, se contabiliza en las exportaciones de fruta de forma general. Como se muestra en la tabla 5, este rubro ha tenido un incremento desde 2018, representando un valor FOB de \$125.6 millones al cierre de ese año, en 2019 este valor fue de \$160.1 millones, en 2020 subió hasta \$182.4 millones y en 2021 a \$203.1 millones. Sin embargo, hasta agosto de 2022, el valor FOB que representa la comercialización de las frutas no tradicionales es de 121.7%, lo que indica que se verá reflejada una disminución importante.

Por otro lado, según el análisis de las exportaciones de frutas no tradicionales en general, se puede inferir que han tenido una tendencia al alza en los últimos años, lo que indica un buen nivel de competitividad. Sin embargo, es importante señalar que este aumento no ha sido constante, ya que en 2020 y 2021 se registraron caídas, lo que podría deberse a la pandemia del COVID-19. No obstante, las exportaciones han logrado mantener su participación en el mercado con una media del 1%, lo que demuestra una buena capacidad de adaptación y resiliencia ante las adversidades.

Tabla 5

Exportaciones de fruta y participación en exportaciones no petroleras según valor FOB en millones

| | 2018 | | 2019 | | 2020 | | 2021 | | Ene - Ago 2022 | |
|------------------------------------|----------|------------------------|----------|------------------------|----------|------------------------|----------|------------------------|----------------|------------------------|
| | FOB | Participación en valor | FOB | Participación en valor |
| Fruta | 125.6 | 1.0% | 160.1 | 1.2% | 182.4 | 1.2% | 203.1 | 1.1% | 121.7 | 0.8% |
| Exportaciones tradicionales | 7,585.4 | 59.1% | 8,339.1 | 61.1% | 8,812.6 | 58.3% | 10,194.5 | 56.3% | 9,093.3 | 57.4% |
| Exportaciones no tradicionales | 5,240.8 | 40.9% | 5,310.7 | 38.9% | 6,292.4 | 41.7% 4 | 7,897.5 | 43.7% | 6,761.9 | 42.6% |
| Exportaciones no petroleras | 12,826.2 | 100% | 13,649.8 | 100% | 15,105.0 | 100% | 18,091.9 | 100% | 15.855,2 | 100% |

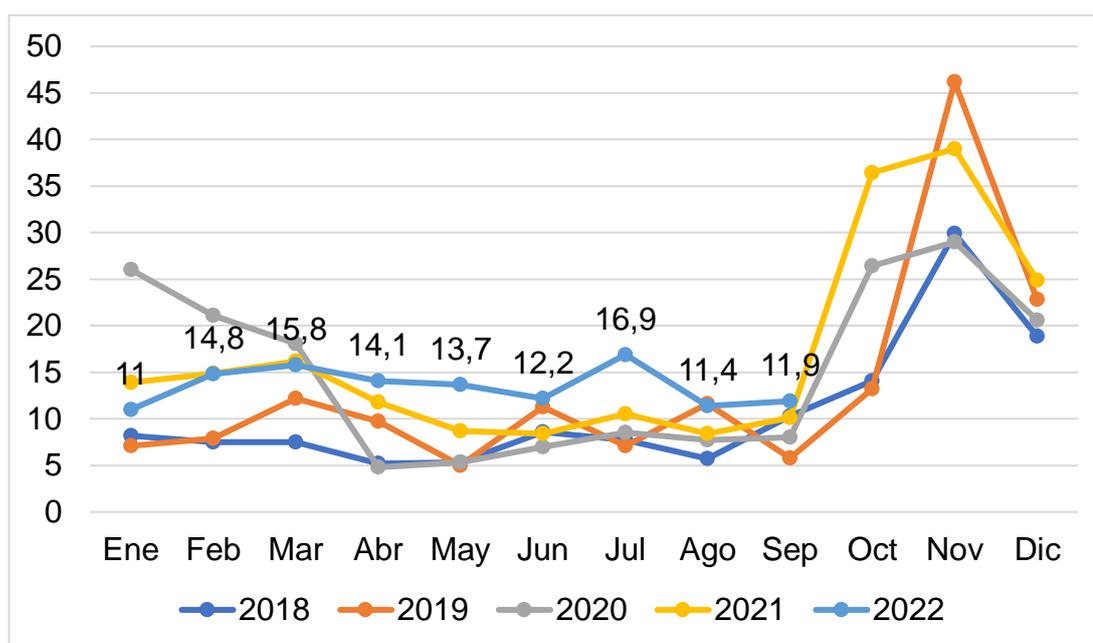
Nota: Adaptado de “Evolución Balanza Comercial Principales Productos”, por Banco Central del Ecuador, 2022.

Es importante destacar que los datos presentados permiten entender la incidencia de las políticas públicas en la internacionalización de las empresas exportadoras de mango, que en su mayoría se encuentran en la ciudad de Guayaquil. Este aspecto se debe a que las mismas se han orientado a impulsar el desarrollo de la cadena productiva de productos no tradicionales de exportación, generando condiciones favorables para que las empresas puedan competir en el mercado internacional. Desde otro punto de vista, los mismos datos sirven para interpretar el mercado y llegan a ser considerados como antecedentes para la creación de nuevas políticas y negociación de acuerdos comerciales.

Particularmente, el comportamiento de las exportaciones mensuales del sector de frutas no tradicionales se mantiene uniforme durante los primeros nueve meses del año. Por el contrario, se ha podido observar picos elevados durante el último trimestre de cada año, desde el 2018 hasta el 2019. Este comportamiento se puede justificar por la alta temporada cosecha de mangos que se experimenta en este tiempo.

Figura 1

Exportaciones mensuales de frutas no tradicionales (valor FOB en millones)



Nota: Banco Central del Ecuador, 2022.

Exportaciones de Mango en Ecuador

Respecto a las exportaciones de la subpartida 0804502010 (mangos), la tabla 7 muestra el comportamiento de las exportaciones para los años 2018 a 2021. Se observa un aumento general en las exportaciones de mangos durante este periodo, con un ligero aumento previsto para el año 2022. Individualmente, en 2018, se exportaron 59,830.7 toneladas de mangos con un valor FOB de 44,865.1 dólares, mientras que en 2021 se exportaron 62,676.0 toneladas, con un valor FOB de 49,198.5 dólares. En los tres primeros trimestres de 2022, las exportaciones llevan 3,930.5 toneladas y un valor FOB de 2,486.8 dólares; pero se podría esperar un ligero aumento para el cuarto trimestre ya que es temporada alta de mangos en Ecuador.

Tabla 6

Exportaciones de la subpartida 0804.50.20.10 (mangos)

| Año | TM (Peso Neto) | FOB |
|----------------|-----------------------|------------|
| 2018 | 59,830.7 | 44,865.1 |
| 2019 | 53,114.0 | 42,694.7 |
| 2020 | 60,101.9 | 44,121.5 |
| 2021 | 62,676.0 | 49,198.5 |
| Ene - Sep 2022 | 3,930.5 | 2,486.8 |

Nota: TM y valores en miles de USD. Banco Central del Ecuador, 2022.

Según lo mencionaron Apolinario et al. (2021) se puede encontrar aproximadamente 160 variedades de mango en el mundo y su cultivo se realiza en más de 90 países. Acorde a su nivel de comercialización mundial, en los mercados internacionales los mangos Keitt, Ken y Tommy Atkins son los más demandados por los consumidores. Sin embargo, otras variedades que se cultivan en Ecuador son Ataulfo, Haden, Manila Super, Nam Doc Mai; así como especies criollas de esta fruta entre las que se encuentran el mango de chupar, de Alfonso, Edward, Madame, Naomi, Osten, Palmer y Van Dyke (Mendoza et al., 2020). De los tipos de mangos mencionados, los más exportados desde Ecuador son Tommy Atkins, Haden, Kent, Keit y Ataulfo.

En la tabla 8 se presenta un listado actualizado de las empresas que han exportado mangos bajo la subpartida 0804.50.20.10 durante el 2022 hasta septiembre de ese año y que se encuentran domiciliados en la provincia de Guayas. De estas empresas exportadoras, todas tienen como destino principal a los Estados Unidos, excepto dos compañías que ejecutado ventas internacionales a Holanda y Canadá. Así mismo, todos los exportadores tienen en su catálogo de mangos la variedad Tommy Atkins y Ken, que convierten a Ecuador en un país especializado en dichas variedades.

Tabla 7

Principales exportadores en Guayas de la subpartida 0804.50.20.10 al 2022

| Empresa | Fecha Constitución | Ubicación | País destino | Tipos de mangos |
|---------------------------------------|-------------------------------|------------------|---|---|
| Bresson S.A. | 07/02/2000 | Guayaquil | Estados Unidos | Tommy Atkins Kent Keith Ataulfo |
| Compañía Agrícola Ganadera S.A. | 30/03/1962 | Guayaquil | Estados Unidos Países Bajos (Holanda) | Tommy Atkins Kent |
| Exportaciones Durexporta S.A. | 07/06/1991 | Guayaquil | Estados Unidos | Tommy Atkins Kent Haden Ataulfo |
| Jwfresh S.A. | 27/11/2015 | Guayaquil | Estados Unidos | Tommy Atkins Kent |
| Mangoland S. A. | 12/03/2020 | Nobol | Estados Unidos | Tommy Atkins Kent |

| | | | | |
|----------------|------------|-------------|---------|---------|
| | | | | Tommy |
| | | | | Atkins |
| | | | Estados | Kent |
| Refin S.A. | 29/05/1997 | Samborondón | Unidos | Haden |
| | | | Canadá | Ataulfo |
| | | | | Keith |
| Sembríos De | | | | Tommy |
| Exportacion | | | Estados | Atkins |
| Sembriexport | 13/09/1991 | Guayaquil | Unidos | Haden |
| S. A. | | | | Ataulfo |
| Sociedad | | | | Tommy |
| Agrícola Rinur | 04/05/1995 | Guayaquil | Estados | Atkins |
| S.A. Rinursa | | | Unidos | Kent |

Nota: Banco Central del Ecuador, 2022.

Respecto al destino de las exportaciones ecuatorianas de la subpartida 0804.50.20.10, en los últimos cinco años (2018 - noviembre 2022) ha habido variación de países compradores de esta fruta. A saber, en Argentina no ingresa mango ecuatoriano desde 2021, en cambio, a Guatemala ingresó a partir del 2020. En otros casos, se registró que hubo un cese de las importaciones del mango ecuatoriano por un periodo, tal es el caso de Alemania en 2019, Bélgica 2020 e Italia en 2019 y 2020.

A partir de la información de la tabla 8, se puede confirmar que el principal socio comercial en la exportación del mango es Estados Unidos con una tendencia fluctuante en las toneladas métricas de fruta exportada. El segundo país destino es Colombia, seguido de Canadá, con los cuales los valores registrados ascienden hasta cuatro dígitos de miles de dólares.

Tabla 8*Exportación de la subpartida 0804.50.20.10 según país destino 2018-2022*

| País Destino | 2018 | | 2019 | | 2020 | | 2021 | | Noviembre 2022 | |
|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------|
| | TM | FOB | TM | FOB | TM | FOB | TM | FOB | TM | FOB |
| Totales | 59,830.7 | 44,865.1 | 53,114.0 | 42,694.7 | 60,101.9 | 44,121.5 | 62,676.0 | 49,198.5 | 3,930.5 | 2,486.8 |
| Argentina | - | - | 22.4 | 17.4 | 44.8 | 34.7 | - | - | - | - |
| Australia | 8.1 | 112.9 | - | - | 8.4 | 104.8 | 14.8 | 175.2 | 7.8 | 94.3 |
| Bélgica | - | - | 44.4 | 44.9 | - | - | 75.0 | 736.0 | 12.0 | 37.7 |
| Canadá | 1,965.8 | 1,583.7 | 1,559.5 | 1,380.9 | 1,280.5 | 1,317.2 | 1,098.1 | 1,301.2 | 44.4 | 38.9 |
| Suiza | 5.0 | 3.7 | 1.2 | 0.6 | 0.5 | 0.6 | 2.4 | 4.0 | 0.7 | 0.8 |
| Chile | 502.6 | 406.0 | 162.7 | 138.5 | 0.8 | 6.0 | 46.5 | 56.4 | - | - |
| Colombia | 3,221.2 | 315.6 | 2,381.0 | 239.4 | 6,763.6 | 676.7 | 4,749.0 | 469.4 | 2,151.9 | 223.5 |
| Costa Rica | 38.1 | 29.5 | 19.0 | 16.7 | - | - | 76.2 | 65.7 | - | - |
| República Checa | 0.5 | 5.8 | 0.3 | 2.9 | - | - | 2.8 | 23.3 | - | - |
| Alemania | 0.8 | 10.4 | - | - | 4.4 | 33.1 | 7.2 | 60.7 | 8.0 | 70.0 |
| España | 81.3 | 71.3 | 90.0 | 86.4 | 2.8 | 11.9 | 6.3 | 27.7 | 1.4 | 9.7 |
| Francia | 23.1 | 47.3 | 30.2 | 44.2 | - | - | 0.0 | 0.3 | 0.1 | 1.1 |
| Reino Unido | 276.7 | 294.3 | 108.1 | 163.4 | 251.0 | 332.4 | 91.3 | 237.9 | 1.4 | 13.0 |

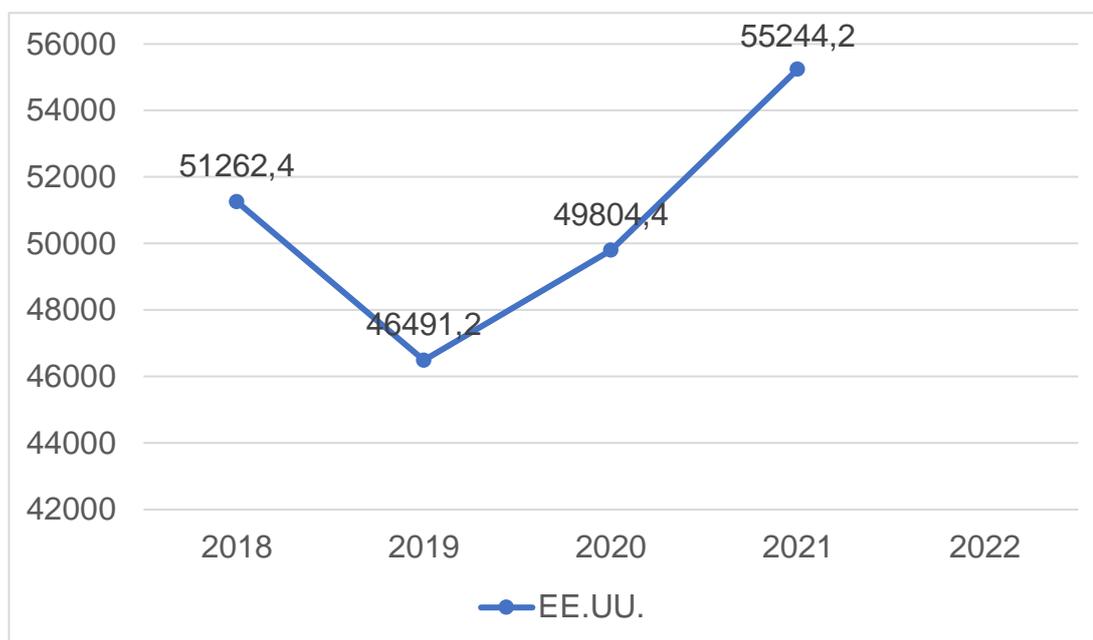
| | | | | | | | | | | |
|---------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|---------|---------|
| Guadalupe | 44.8 | 53.2 | 44.8 | 51.5 | 22.4 | 30.0 | 19.0 | 23.1 | - | - |
| Guatemala | - | - | - | - | 37.1 | 25.9 | 72.8 | 45.2 | - | - |
| Hong Kong | - | - | 0.6 | 2.9 | 1.0 | 0.0 | - | - | - | - |
| Honduras | 67.2 | 52.1 | 82.9 | 68.0 | 38.2 | 29.6 | 87.6 | 89.1 | - | - |
| Israel | - | - | - | - | - | - | 1.0 | 8.9 | 0.5 | 5.5 |
| Italia | 20.8 | 11.6 | - | - | - | - | 25.1 | 22.2 | - | - |
| Japón | 14.1 | 178.4 | 0.0 | 0.7 | 0.0 | 3.7 | 6.4 | 66.6 | 2.5 | 25.6 |
| México | 439.6 | 339.4 | 410.1 | 347.6 | 405.9 | 322.8 | 113.6 | 97.2 | - | - |
| Montenegro | - | - | - | - | - | - | 9.0 | 20.0 | - | - |
| Nicaragua | - | - | - | - | - | - | 21.1 | 100.0 | - | - |
| Países Bajos (Holanda) | 768.4 | 612.3 | 985.9 | 946.6 | 740.5 | 3,876.3 | 582.0 | 3,281.5 | 52.3 | 387.0 |
| Nueva Zelandia | 936.0 | 897.3 | 336.0 | 268.8 | 405.3 | 319.5 | 258.9 | 268.5 | - | - |
| Portugal | - | - | - | - | - | - | 0.3 | 1.9 | - | - |
| Rusia | 154.3 | 113.3 | 343.7 | 301.7 | 290.2 | 333.5 | 46.4 | 47.7 | - | - |
| El Salvador | - | - | - | - | - | - | 19.0 | 16.7 | - | - |
| Estados Unidos | 51,262.4 | 39,727.2 | 46,491.2 | 38,571.4 | 49,804.4 | 36,662.7 | 55,244.2 | 41,952.3 | 1,647.6 | 1,579.8 |

Nota: Banco Central del Ecuador , 2022

Como principal socio comercial, Estados Unidos compra, en promedio, alrededor del 80% de la cosecha de mango ecuatoriano. Sin embargo, en 2019, el total de toneladas métricas exportadas hacia ese destino fue el más bajo registrado en un periodo de cinco años.

Figura 2

Exportaciones de mango a Estados Unidos (toneladas métricas)



Nota: Banco Central del Ecuador, 2022

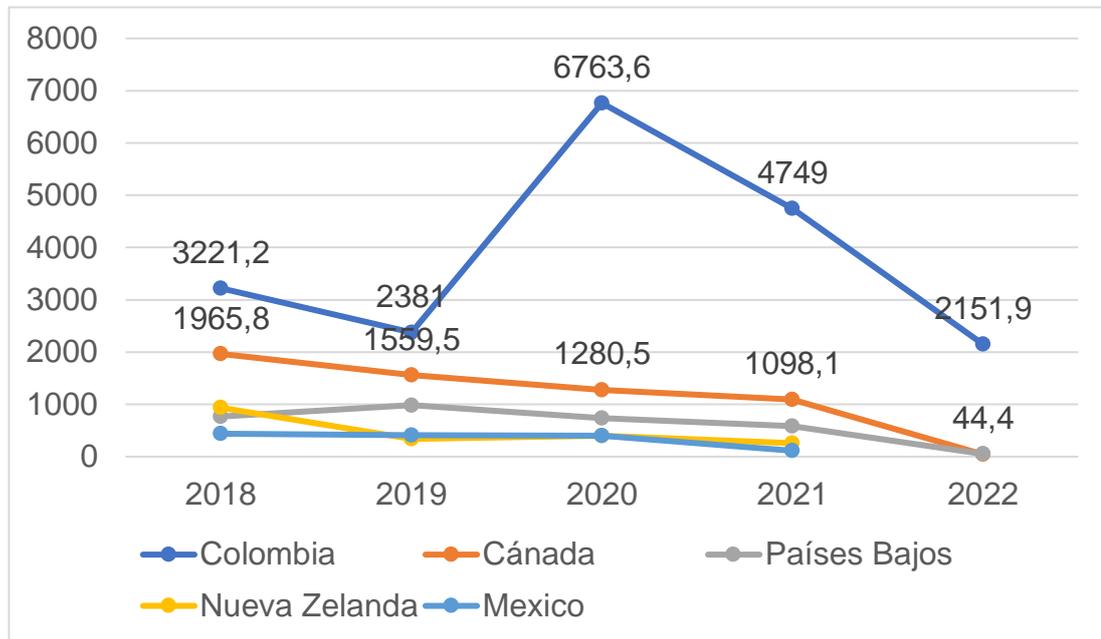
Con menor participación, pero significantes niveles de exportación, Colombia es el primer destino más importantes después de Estados Unidos. El nivel comercial de mangos con este país ha ido en aumento. En 2018, se exportaron 3,221.2 toneladas, en 2019 fueron 2381, en 2020 el valor ascendió a 6763.6, mientras que en 2021 fue de 4749 toneladas. Hasta septiembre de 2022 el valor de exportaciones alcanzaba 2151.9, debido a que no se registran aún las exportaciones durante la temporada alta de la fruta.

Por otro lado, Canadá ha demostrado también ser un socio importante para Ecuador, sin embargo, en los últimos años las exportaciones a ese país han ido disminuyendo. En 2018, para Canadá se registró 1,965.8 toneladas, en tanto que en 2021 únicamente se registraron 1,098.1. Para la elaboración de políticas públicas y la internacionalización de empresas, es importante tener en cuenta el nivel de exportaciones hacia los distintos destinos, dado que estas sirven de insumo para la

elaboración de estrategias de exportación. En el caso del mango ecuatoriano, su comprobada calidad y sanidad han permitido que el producto sea aceptado por varios países, por lo que conviene tener acuerdo y política para la facilitación comercial con ellos.

Figura 3

Exportaciones de mango a otros destinos (toneladas métricas)



Nota: Banco Central del Ecuador, 2022

Es preciso señalar que a Estados Unidos fueron exportadas más de doce millones de cajas en 2020, lo que representó una participación de 83.44% del total de exportaciones de mango; en cambio, en 2021 la cantidad de cajas aumentó a más de trece millones y la participación fue de 88.55%. En cambio, a Colombia se llevaron más de millón y medio de cajas, con una participación de 11.05% en 2020, mientras que en 2021 la cantidad de cajas exportadas fue inferior por 1.1 millones y lo que se reflejó en la participación, que bajó a 7.39%. Cabe destacar que los cambios en las exportaciones a Estados Unidos se debieron a la pandemia, ya que en 2020 hubo una caída de las ventas debido al cierre de los restaurantes y otros establecimientos de comida. No obstante, en 2021 las ventas volvieron a subir debido a las condiciones de mejora de la economía.

Tabla 9*Exportaciones de mango según el número de cajas y kilogramos*

| País | 2020 | | | 2021 | | |
|----------------|------------|------------|--------|------------|------------|--------|
| | KG | Cajas | % | KG | Cajas | % |
| Estados Unidos | 48'174,531 | 12'043,646 | 83.44% | 54'343,861 | 13'585,965 | 88.55% |
| Colombia | 6'382,324 | 1'595,581 | 11.05% | 4'536,700 | 1'134,175 | 7.39% |
| Canadá | 1'223,812 | 305,953 | 2.12% | 1'044,250 | 261,063 | 1.70% |
| Europa | 877,708 | 219,427 | 1.52% | 736,119 | 184,030 | 1.20% |
| Nueva Zelanda | 362,880 | 90,720 | 0.63% | 260,455 | 65,114 | 0.42% |
| México | 363,924 | 90,981 | 0.63% | 113,600 | 28,400 | 0.19% |

Nota: Tomado de “Estadísticas de exportación de mango”, por Agrocalidad, 2021.

Precio de Exportación de Mangos

La serie de precios de exportación de mango en Estados Unidos presenta una tendencia al alza para todas las variedades de mango, con un precio promedio de entre 1,57 y 3,42 dólares por kilogramo. En concreto, el comportamiento del mango Tommy Atkins es el más estable, con un precio promedio de entre 1,57 y 2,4 dólares por kilogramo, mientras que el mango Kent presenta los mayores precios, con un precio promedio de entre 1,86 y 2,18 dólares por kilogramo. El mango Ataulfo, por su parte, muestra una ligera tendencia a la baja en el precio promedio, con un valor de 3,23 dólares por kilogramo en enero y octubre de 3,33 dólares por kilogramo.

Esto se relaciona directamente con la internacionalización de empresas exportadoras de mango ecuatoriano, ya que un aumento en el precio de exportación de mangos puede significar un incremento en las ganancias y el éxito de estas empresas. Al respecto, las políticas públicas que fomenten la internacionalización de empresas exportadoras de mangos ecuatorianos pueden tener un impacto positivo en el éxito y las ganancias de estas empresas.

Tabla 10*Precio promedio del mango de exportación para Estados Unidos 2022*

| Mercado | Variedad | Período | Precio Promedio | Unidad |
|----------------|--------------|---------|-----------------|--------|
| Estados Unidos | Tommy Atkins | Enero | 1,57 | USD/kg |

| | | | |
|--------------|---------|------|--------|
| Tommy Atkins | Febrero | 2,4 | USD/kg |
| Tommy Atkins | Marzo | 2,34 | USD/kg |
| Kent | Enero | 1,86 | USD/kg |
| Kent | Febrero | 2,18 | USD/kg |
| Ataulfo | Enero | 3,23 | USD/kg |
| Ataulfo | Febrero | 3,42 | USD/kg |
| Ataulfo | Octubre | 3,33 | USD/kg |

Nota: Adaptado de “Sumario de precios para Mango”, por International Trade Centre, 2022.

Es necesario recalcar que la temporada de mangos es alta en el último trimestre del año, principalmente en los meses de septiembre, octubre y noviembre, lo cual se relaciona directamente con el incremento del precio en el mes de octubre en el Ataulfo. Dado que esta investigación se desarrolla durante esta temporada, los datos respectivos del año 2022 no están publicados, sin embargo, se espera que el precio de los mangos aumente aún más en los próximos meses.

Competidores de Mango Ecuatoriano

De acuerdo con las toneladas exportadas, Ecuador se encuentra entre los principales proveedores de mango a nivel mundial; aunque otros países tienen un mayor nivel de exportación. Tal es el caso de Burkina Faso, una nación africana que en 2021 exportó 505,040 toneladas de mangos. A nivel latinoamericano, el principal competidor de Ecuador es México con 429,391 toneladas, seguido de Brasil cuyas exportaciones en peso neto suman 273,071 toneladas y Perú con 253,042. La cantidad exportada por Ecuador fue de 65,722 en 2021, por tanto, queda un largo camino por recorrer.

Tabla 11

Países exportadores de mango

| Exportadores | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|---------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
|---------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|

| | TM | TM | TM | TM | TM |
|--------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Burkina Faso | 7,323 | 8,941 | 8,931 | 799,541 | 505,040 |
| México | 435,815 | 395,539 | 234,608 | 251,549 | 429,391 |
| Ghana | 9,352 | 10,340 | 9,405 | 254,905 | 378,955 |
| Tailandia | 244,481 | 260,003 | 479,616 | 391,280 | 325,905 |
| Brasil | 179,744 | 170,631 | 222,126 | 243,466 | 273,071 |
| Perú | 162,938 | 199,350 | 191,417 | 239,391 | 253,042 |
| Países Bajos | 154,209 | 182,809 | 192,740 | 205,521 | 221,983 |
| Pakistán | 35,616 | 70,786 | 97,091 | 107,196 | 189,690 |
| India | 172,441 | 153,284 | 147,242 | 128,026 | 170,212 |
| España | 41,393 | 61,580 | 47,207 | 59,491 | 65,722 |
| Ecuador | 58,996 | 59,831 | 53,117 | 60,135 | 62,779 |
| Malí | 19,729 | 13,402 | 17,377 | 70,949 | 47,470 |

Nota: Adaptado de Lista de los exportadores para el producto seleccionado Producto: 080450, por International Trade Centre, 2022.

Requisitos para la Exportación de Mango.

Para poder exportar mango a distintos países, los exportadores deben cumplir con las normativas que se impongan en cada destino. Al respecto, la Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario (Agrocalidad, 2022) establece que se debe cotejar los requerimientos de cada destino en un sistema de consulta e inscribirse en un sistema guía. En congruencia con lo mencionado, Pro Ecuador ha delimitado los requisitos para exportar productos agrícolas frescos o congelados, y ha establecido cinco pasos que se deben seguir.

El primero de ellos es verificar el estado fitosanitario actual del producto que se quiere exportar, ya que si el país destino tiene restricciones de ingreso a su mercado no se puede continuar con el proceso. El siguiente paso es el registro de Operador en el sistema Guía de Agrocalidad, seguido de la solicitud de registro Operador en la Ventanilla Única Ecuatoriana. Una vez ingresada la solicitud, un auditor de

Agrocalidad efectúa una inspección del lugar declarado, del cual el estado del informe de aprobación se da paso al certificado de registro como operador en Agrocalidad. Esto habilita al exportador registrado para cumplir con el quinto paso que es la solicitud de certificado sanitario, el cual se solicita únicamente cuando se va a realizar la exportación ya que tiene un límite de vigencia (Pro Ecuador, 2022).

Cabe mencionar que Agrocalidad tiene a su responsabilidad la evaluación de cada exportador/empacador y sus plantas de producción, así como tierras de cultivo, para lo cual deben estar registrados ante esta autoridad nacional. Por tanto, solo se puede exportar la producción de mango proveniente de fincas o haciendas autorizadas por Agrocalidad utilizando las etiquetas de trazabilidad. Dado que el principal destino de exportación son los Estados Unidos, en la tabla 12 se presenta el número de haciendas y la cantidad de hectáreas que dispone cada exportador autorizado de acuerdo con la variedad de mango sembrado.

Entrevistas

Se realizaron cinco entrevistas a administradores o gerentes de empresas exportadoras de mango. Las empresas entrevistadas fueron: Durexporta S.A., Compañía Agrícola Ganadera S.A., Exofrut S.A., Bresson S.A., y, Exporganic S.A. Los resultados de las entrevistas se detallan a continuación:

Tabla 12

Productores de mango autorizados para exportar a Estados Unidos

| Razón Social Productor | Nombre Hacienda | Variedad | Total Ha. |
|-------------------------------|------------------------|--|------------------|
| Bresson S.A | Pivano 1 | Tommy Keitt | 98,69 |
| Bresson S.A. | Pivano 2 | Nam Doc Mai Tommy Reinjertado Kent Keitt | 205,26 |
| Bresson S.A. | Pivano 3 | Keitt Tommy Kent | 191,08 |
| Bresson S.A. | San Isidro 1 | Tommy Keitt Kent Tommy | 70,11 |

| | | | |
|--|-----------------------|--|---------------|
| | | Ataulfo | |
| Sembriexport S.A. | Bejucal | Ataulfo Madame Francis Keitt | 38,05 |
| Durexporta | Gran Chaparral | Tommy Haden | 42,83 |
| Sembriexport S.A. | Sembriexport 1 | Tommy Haden Ataulfo Naomi Kent | 73,92 |
| Sembriexport S.A. | Sembriexport 2 | Ataulfo Kent Tommy Palmer Naomi Keitt | 33,54 |
| Bresson S.A. | Aguila De Plata | Tommy Keitt Kent Ataulfo | 68,40 |
| Bresson S.A. | Caridad | Ataulfo Kent Tommy | 81,70 |
| Sembriexport S.A. | Maria Laura | Tommy Haden Ataulfo | 66,03 |
| Sembriexport S.A. | Maria Laura 2 | Kent Tommy | 25,73 |
| Sembriexport S.A. | Nelly | Tommy Haden Keitt | 10,81 |
| Sembriexport S.A. | Bendición | Ataulfo Keitt | 32,39 |
| Bresson S.A. | Estancia De La Virgen | Kent Tommy Haden | 24,84 |
| Bresson S.A. | Rapallo | Tommy Kent Ataulfo | 111,96 |
| Compañía Agrícola Ganadera S.A. | Chaparral | Tommy Keitt Kent | 233,75 |
| Sembriexport S.A. | Los Panchos | Kent | 12,65 |
| Sociedad Agrícola Rinur S.A./ Rinur S.A. | <i>Bonanza</i> | Tommy Kent Ataulfo | 147,39 |

| | | | |
|--|-------------------|--|----------------------|
| Sociedad Agrícola Rinur S.A./ Rinur S.A. | <i>Cuba</i> | Kent Tommy Ataulfo Reinjertado Ataulfo | Con 119,72 |
| Sociedad Agrícola Rinur S.A./ Rinur S.A. | <i>San Lazaro</i> | Ataulfo Keitt Tommy Kent Ataulfo Nam Doc Mai | 103,14 |
| Bresson S.A. | <i>La Fortuna</i> | Ataulfo Tommy Kent Keitt Nam Doc Mai Osteen (1,40 Ha) | 146,69 |

Nota: Adaptado de “Listado oficial de productores de mango autorizados para exportar a Estados Unidos 2022-2023, por Agrocalidad, 2022.

Pregunta 1. Desde su perspectiva, ¿Cuál es la situación actual de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano?

Entrevistado 1: La empresa se mantiene en el mismo mercado, pero encontró nuevos clientes para aumentar la cantidad de cajas comercializadas.

Entrevistado 2: Aumento de las ventas en los mercados existentes y se busca ampliar a otros países.

Entrevistado 3: Las empresas han crecido gracias al aumento de la demanda de mango, que está mejor posicionado.

Entrevistado 4: Ha aumentado la demanda del producto, lo cual ha hecho que se tomen medidas para incrementar la producción del mango.

Entrevistado 5: La empresa ha mejorado su tecnología a razón del aumento de la demanda de la fruta, lo cual ha generado un incremento del precio del mango.

Pregunta 2. ¿Cuáles considera usted que son las barreras que afectan la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano?

Entrevistado 1: Las barreras arancelarias y financieras.

Entrevistado 2: La falta de financiamiento y los largos trámites para la exportación del producto a otros mercados.

Entrevistado 3: Los trámites burocráticos y regulatorios.

Entrevistado 4: El financiamiento para tecnología y barreras legales.

Entrevistado 5: Los altos costos de logística y la burocracia.

Pregunta 3. ¿Qué políticas públicas de comercio exterior establecidas en el Ecuador considera que han favorecido a las empresas exportadoras de mango ecuatoriano?

Entrevistado 1: En parte ha ayudado el acceso a financiamiento, pero se requiere de otras políticas para lograr mayor competitividad en el mercado internacional.

Entrevistado 2: El acceso a crédito con tasa de interés baja.

Entrevistado 3: Considero que ha ayudado el brindar financiamiento.

Entrevistado 4: La creación del programa Exportando para las MiPymes.

Entrevistado 5: El financiamiento.

Pregunta 4. ¿Cómo cree usted que las políticas públicas pueden mejorar la internacionalización de las empresas exportadoras de mango?

Entrevistado 1: Proporcionando apoyo financiero a través de programas de préstamos, exenciones de impuestos, subvenciones y asistencia técnica.

Entrevistado 2: Brindando incentivos fiscales para la exportación de productos, así como ayudas financieras para mejorar la infraestructura

Entrevistado 3: Diseñando políticas en donde se promueva la colaboración entre empresas y organizaciones locales con entidades extranjeras.

Entrevistado 4: Promoviendo el comercio internacional al reducir los aranceles, facilitar el acceso a los mercados extranjeros y crear incentivos para que se expandan las empresas exportadoras de mango.

Entrevistado 5: Brindando asistencia técnica, estableciendo incentivos fiscales para las entidades que inviertan en nuevas tecnologías y procesos de mejora de calidad.

Pregunta 5. ¿Considera usted que las políticas actuales de comercio exterior han permitido a las empresas exportadoras de mango ecuatoriano posicionarse en el mercado internacional?

Entrevistado 1: Por supuesto que no, ciertas empresas se han enfrentado a barreras comerciales como los requisitos de calidad y tarifas, entre otros.

Entrevistado 2: No, las políticas actuales han creado algunas barreras para las empresas exportadoras de mango ecuatoriano, como los aranceles a la importación y la falta de incentivos para la exportación.

Entrevistado 3: Es claro que no, ya que existen tasas arancelarias altas, falta de financiamiento e incentivos para las empresas exportadoras.

Entrevistado 4: No, lo cual se debe principalmente al mercado internacional que es altamente competitivo, por lo cual las empresas necesitan una estrategia sólida para posicionarse.

Entrevistado 5: No, porque hay una falta de apoyo del gobierno para promover las exportaciones de mango, siendo las barreras frecuentes los altos aranceles y la competencia desleal entre productores.

Pregunta 6. ¿Qué beneficios considera que generan las políticas públicas de comercio exterior en las empresas exportadoras de mango ecuatoriano?

Entrevistado 1: Establecen una mayor transparencia del comercio internacional, incrementan la demanda del producto y reduce costos de envío.

Entrevistado 2: Las políticas públicas suelen dar como beneficio un estímulo a la competitividad.

Entrevistado 3: Tienden a reducir los costos de envío.

Entrevistado 4: Ayudan a incrementar la demanda internacional y disminuye los costos logísticos.

Entrevistado 5: Fomentan la competitividad, disminuyen los costos logísticos y proporcionan una mayor presencia internacional.

Pregunta 7. ¿Cree usted que el gobierno está haciendo lo suficiente para apoyar a las empresas exportadoras de mango ecuatoriano?

Entrevistado 1: Consideró sí, ya que el Estado ha proporcionado protocolos técnicos, de logística y seguridad para la exportación de mangos, lo cual sirve de guía a las empresas para que logren internacionalizarse en el mercado exterior.

Entrevistado 2: Creó que no del todo, ya que los productores necesitan incentivos para mejorar sus procesos y se reduzcan los impuestos y regulaciones del producto.

Entrevistado 3: Sí, ya que el gobierno ha logrado acuerdos bilaterales con Estados Unidos y la Unión Europea, programas de financiamiento a tasas bajas y simplificación de trámites burocráticos.

Entrevistado 4: En parte, ya que aún existen algunos inconvenientes.

Entrevistado 5: Evidentemente, es muy poco, puesto que el Estado debería proporcionar asesoramiento y capacitación a los exportadores para que puedan aprovechar al máximo el potencial de sus negocios.

Pregunta 8. ¿Considera usted que la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano debe representar una prioridad para el gobierno?

Entrevistado 1: Sí, por ser el mango uno de los productos agrícolas más importantes del país y su exportación puede generar ingresos significativos para el gobierno.

Entrevistado 2: Desde luego que sí, ya que la internacionalización de estas empresas permitiría a los agricultores acceder a los mercados de otros países, lo que contribuiría a mejorar sus condiciones económicas.

Entrevistado 3: Por supuesto que sí, debido a que la exportación de mangos ecuatorianos a nivel internacional puede generar una gran cantidad de ingresos para el país.

Entrevistado 4: Claro que sí, porque contribuiría al desarrollo económico y social de Ecuador, al aumentar el empleo y mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

Entrevistado 5: Obviamente que sí, favorece al Estado con mayores ingresos y a los productores y exportadores al conseguir ingresos adicionales.

Pregunta 9. Bajo su perspectiva ¿Qué hace falta establecer en las políticas públicas de comercio exterior para fomentar el desarrollo y la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano?

Entrevistado 1: Es necesario mejorar la capacitación y la educación en el ámbito de la exportación en los empresarios ecuatorianos, y la simplificación de los procesos de certificación.

Entrevistado 2: Se debe establecer incentivos fiscales a las empresas exportadoras para promover la innovación y la mejora de la calidad en sus productos.

Entrevistado 3: Capacitar sobre los trámites de exportación y certificación, así como brindar incentivos fiscales.

Entrevistado 4: Establecer políticas de promoción donde se ayude a la participación en ferias y eventos comerciales relevantes, así como programas de asistencia técnica para las empresas exportadoras.

Entrevistado 5: Es importante que se establezcan programas de capacitación y formación de los trabajadores para mejorar los procesos de producción y exportación.

Pregunta 10. ¿Considera usted que las políticas públicas de comercio exterior han influido en la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano? ¿De qué forma?

Entrevistado 1: Sí, ya que el acuerdo de primera fase entre Estados Unidos y Ecuador proporciona facilidades para el comercio internacional, el fortalecimiento de la coordinación interinstitucional, las facilidades de negociación de las Mipymes y la eliminación de la corrupción.

Entrevistado 2: En parte sí, dado que firmaron el acuerdo de primera fase con Estados Unidos, que es el principal importador de mango. Esto ha permitido reducir la

tramitología, simplificar los procesos aduaneros, reducción de costos por no pago de aranceles y el acceso a intercambio justo, seguro y verdadero.

Entrevistado 3: Sí, esto fue posible gracias al programa ejecutado por FEDEXPOR conocido como Internacionalízate MiPymes, lo que le permitió crear nuevos exportadores hacia el mercado de Latinoamérica y de la Unión Europea.

Entrevistado 4: Por supuesto que sí, dado que el Ecuador ha logrado aumentar sus relaciones bilaterales con Estados Unidos y la Unión Europea, lo que ha permitido incrementar las ventas a estas naciones.

Entrevistado 5: Sí, debido a que dichas políticas estuvieron orientadas a mejorar las relaciones bilaterales con Estados Unidos y los países de la Unión Europea, lo que facilitó la reducción de los aranceles, eliminación de barreras arancelarias y de trabajas burocráticas.

Pregunta 11. En general, ¿Cómo calificaría el impacto de las políticas públicas en la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano?

Entrevistado 1: El impacto ha sido positivo, pero se requiere seguir trabajando.

Entrevistado 2: Es positivo, aunque no significa que no haya cuestiones aún por resolver.

Entrevistado 3: Lo calificaría como intermedio, puesto que existen temas que aún se deben mejorar.

Entrevistado 4: Considero que es positivo.

Entrevistado 5: Creó es positivo en cierta parte, dado que aún hay falencias por solucionar.

Pregunta 12. Finalmente, ¿Qué políticas públicas considera que se deberían establecer o modificar para lograr la internacionalización total de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano?

Entrevistado 1: Políticas de promoción y apoyo a la exportación donde se brinden incentivos fiscales y se capacite a los empresarios.

Entrevistado 2: Establecer un fondo de desarrollo para apoyar el desarrollo de infraestructura necesaria como centros de acondicionamiento y almacenamiento, y mejorar la asistencia técnica a los productores y exportadores de mango.

Entrevistado 3: Proporcionar ayuda para la certificación del producto y asistencia técnica durante la internacionalización.

Entrevistado 4: Políticas centradas en establecer alianzas con compradores internacionales, para establecer una red de distribución de mango ecuatoriano.

Entrevistado 5: Establecer programas de capacitación para las empresas exportadoras de mango y ofrecer incentivos fiscales para estimular la internacionalización.

Análisis General

La situación actual de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano es positiva, ya que lograron aumentar sus ventas y mejoraron su tecnología para satisfacer la creciente demanda de sus productos, permitiendo con ello, el aumento del precio de los mangos, la ampliación de los mercados a otros países, y por ende obtener mayores beneficios económicos y mejor reputación en el mercado internacional. No obstante, las barreras que afectan la internacionalización suelen ser las arancelarias, financieras y de trámites burocráticos. Aunque, existen algunas políticas públicas que han favorecido a las empresas exportadoras de mango, siendo estas el acceso a créditos con tasas bajas y el programa exportando para las MiPymes. A pesar de esto, es importante que se desarrollen más programas para mejorar su internacionalización, incluyendo los de cooperación entre entidades nacionales y extranjeras, proporcionando incentivos fiscales, al igual que asistencia técnica durante todo el proceso.

Por otro lado, es claro que las políticas actuales de comercio exterior no han permitido a las empresas exportadoras de mango ecuatoriano posicionarse en el mercado internacional debido a la falta de incentivos, aranceles altos, competencia desleal, entre otros. A pesar de ello, han facilitado ciertos beneficios en dichas organizaciones como aumentar la demanda del mango, disminuir los costos logísticos y proporcionar una mayor presencia internacional. Se considera que, el gobierno está haciendo lo mínimo necesario para apoyar a las entidades exportadoras, ya que ha logrado acuerdos bilaterales, programas de financiamiento y simplificación de

trámites burocráticos, pero aún existen algunos inconvenientes que deberían solucionarse para mejorar el apoyo ofrecido a estas organizaciones.

Cabe señalar que, la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano debe ser una prioridad para el gobierno, ya que aumentaría los ingresos del país, mejoraría las condiciones económicas de los agricultores y contribuiría al desarrollo económico y social del Ecuador. Sin embargo, es necesario que se establezcan en las políticas públicas algunos aspectos importantes como crear campañas de capacitación sobre comercio exterior, programas de asistencia técnica para las entidades exportadoras, simplificación de los procesos de certificación, el establecimiento de incentivos fiscales y establecer políticas de promoción.

Los entrevistados consideraron que las políticas públicas han influido en la internacionalización de las empresas de varias formas, especialmente en el acceso a un intercambio justo y seguro. A esto se suma, la simplificación de los procesos aduaneros, reducción de costos de exportación, el aumento de las relaciones bilaterales con Estados Unidos que es el mayor cliente y con la Unión Europea. En vista de ello, dichas políticas han generado un impacto parcialmente positivo en la internacionalización de las entidades exportadoras de mango, debido a que existen aún falencias que se deben corregir y mejorar. Por lo cual, se plantearon algunas alternativas que deberían implementarse para lograr la internacionalización, tales como programas de capacitación, determinar políticas de apoyo y asistencia técnica.

Discusión de Resultados

Los principales hallazgos de la investigación revelan que la situación actual de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano es positiva, con un aumento en las ventas y una mejor posición en el mercado. Sin embargo, también se mencionan barreras como aranceles, trámites burocráticos y falta de financiamiento como obstáculos para la internacionalización de las empresas. Las políticas públicas de comercio exterior que han favorecido a las empresas son el acceso a financiamiento y programas como Exportando para las MiPymes. En este sentido, los gerentes sugieren políticas adicionales como incentivos fiscales, asistencia técnica y reducción de aranceles para mejorar la internacionalización de las empresas exportadoras de mango.

En general, las políticas actuales de comercio exterior han permitido a las empresas exportadoras de mango ecuatoriano posicionarse en el mercado internacional.

Estos resultados se relacionan directamente con el objetivo de la investigación, ya que proporcionan información sobre cómo las políticas públicas actuales están influyendo en la internacionalización de las empresas. La información es valiosa para contribuir al mejoramiento de las políticas públicas en este ámbito, ya que se proporciona una visión general de las fortalezas y debilidades de las políticas actuales y se sugieren medidas para mejorar la situación.

En relación con estudios previos, los resultados contrastan con los antecedentes mencionados en varios aspectos. En primer lugar, los resultados de las entrevistas indican que las políticas públicas actuales han favorecido a las empresas exportadoras de mango ecuatoriano, lo que se asume como fortaleza del caso de empresas ecuatorianas. Esto difiere del estudio de Paisig (2018) quién habló de fortalezas específicas de las empresas relacionadas con el conocimiento y experiencia, la infraestructura y la capacidad de producción. Aun así, ambos resultados ofrecen un marco de acción que buscan dinamizar el flujo del negocio, contrariamente a lo que afirmaron García et al. (2020) sobre que los países se preocupan por proteger sus propias industrias antes que permitir que los flujos de negocio sean libres.

En este sentido, estas fortalezas no se relacionan con el mercantilismo (que se basa en la idea de que el comercio internacional debe ser regulado por el Estado), ya que esta teoría se enfoca en la regulación del comercio y en la acumulación de riqueza en el país, mientras que las fortalezas de la empresa se enfocan en la competitividad en el mercado internacional. Por otro lado, el análisis de Boundi (2019) guarda relación con políticas y fortalezas como factores de crecimiento, que con base en la Teoría de la Ventaja Absoluta, cada país tiene una ventaja natural en la producción de ciertos bienes debido a factores como el clima, la mano de obra o los recursos naturales. En este sentido, las fortalezas mencionadas podrían ser indicativas de una ventaja absoluta de las empresas en comparación con otras en el mercado, lo que le permitiría ser competitivo en el mercado internacional y especializarse en la producción y exportación de mango.

En segundo lugar, los resultados de las entrevistas señalan barreras como aranceles, trámites burocráticos y falta de financiamiento como obstáculos para la

internacionalización de las empresas. Algo similar a los resultados expuestos en Blanco (2020) quién mencionó debilidades específicas durante la internacionalización como poca flexibilidad de entrega al cliente y mal estado de las vías. Es decir, los resultados presentados sugieren que los obstáculos encontrados por las empresas para la internacionalización son variados. Esto destaca la necesidad de una mejor preparación y preparación empresarial para enfrentar los desafíos.

Al respecto, la Teoría de la demanda representativa es una teoría económica que sostiene que el precio de un bien es determinado por la demanda agregada de todos los bienes similares en una economía (Ureta & Chiriboga, 2021). Por tanto, una barrera de internacionalización relacionada con esta teoría es la falta de conocimiento sobre la demanda de los productos en los mercados extranjeros. La Teoría del coste de oportunidad de Haberler, por otro lado, sostiene que el precio de un bien es determinado por los costos de producción y los beneficios perdidos de no producir otro bien (Suriaga & Hidalgo, 2021). La debilidad de las empresas relacionada con esta teoría es el alto costo de logística y la burocracia, por cuanto implica un alto costo de oportunidad para producir en mercados extranjeros.

Asimismo, las empresas pueden tener dificultades para predecir los cambios en el entorno internacional, lo cual puede afectar la demanda de sus productos. Estas barreras pueden ser superadas mediante el establecimiento de acuerdos comerciales, la reducción de los costos de producción y la inversión en investigación para predecir la demanda. En pocas palabras, son teorías que se enfocan en el precio de los productos y la producción, sin dejar de lado que las debilidades y barreras de internacionalización se refieren a los obstáculos para las empresas exportadoras de mango ecuatoriano para expandirse en el mercado internacional.

Por otro lado, los resultados de las entrevistas sugieren medidas para mejorar la situación, como incentivos fiscales, asistencia técnica y reducción de aranceles, algo en lo que Andrade y Macías (2019) concuerdan dada la necesidad de mayor inversión para el agricultor, que las políticas sean aplicables y permanentes en el tiempo, y la escasa información sobre la demanda en el mercado europeo. Esto significa que el sector agropecuario debe ser responsable de su desarrollo, ya que está vinculado a la producción, distribución y comercialización de los productos agropecuarios, lo que incluye a productores y exportadores de mango.

Las medidas para mejorar la situación, como incentivos fiscales, asistencia técnica y reducción de aranceles se relacionan con la Teoría de la organización industrial de Hymer. Esta teoría se enfoca en el análisis de las estrategias de las empresas y los factores que influyen en su capacidad para competir en el mercado internacional. Es decir, se sostiene que las empresas buscan expandirse en el mercado internacional para obtener ventajas competitivas, como reducir los costos y aumentar las ganancias. Las medidas que se derivaron de los resultados buscan ayudar a las empresas a competir mejor en el mercado internacional al reducir los costos y facilitar el acceso a los mercados extranjeros.

Finalmente, a pesar de que las políticas públicas actuales han favorecido a las empresas exportadoras de mango ecuatoriano, todavía existen barreras significativas para la internacionalización de las empresas, como aranceles, trámites burocráticos y falta de financiamiento. Es importante que las políticas públicas aborden estas barreras para ayudar a las empresas a expandirse en el mercado internacional.

Los resultados indican que las empresas están buscando expandirse en nuevos mercados, aumentar la producción y mejorar la tecnología para aumentar la competitividad en el mercado internacional. Esto sugiere que las empresas están conscientes de la importancia de la internacionalización para su crecimiento y éxito a largo plazo. Los resultados también indican que las políticas públicas actuales no han abordado completamente las debilidades y barreras de internacionalización, ya que las empresas mencionan que necesitan más apoyo en áreas como la tecnología y el financiamiento para mejorar su competitividad en el mercado internacional. Lo que ratifica la necesidad de seguir desarrollando políticas públicas para abordar estas debilidades y barreras para ayudar a las empresas a expandirse en el mercado internacional.

Es interesante notar que los resultados de las entrevistas mencionan que las empresas han encontrado nuevos clientes para aumentar la cantidad de cajas comercializadas, lo que sugiere que las empresas están buscando diversificar sus mercados y no depender de un solo mercado. Esto podría ser una estrategia inteligente para reducir el riesgo y aumentar la estabilidad de los ingresos.

En general, los resultados sugieren que las políticas públicas actuales han ayudado a las empresas exportadoras de mango ecuatoriano a posicionarse en el

mercado internacional, pero todavía existen áreas en las que se pueden mejorar. Independientemente de cuáles se implementen, se debe monitorizar los resultados de las políticas públicas y adaptarlas según sea necesario para ayudar a las empresas exportadoras de mango ecuatoriano a crecer y prosperar en el mercado internacional.

Conclusiones

Los resultados obtenidos en la presente investigación demuestran que las políticas públicas tienen una influencia significativa en la internacionalización de empresas exportadoras de mango ecuatoriano. Estas políticas, de naturaleza fiscal, monetaria, comercial, tecnológica, laboral, de inversión, de promoción de exportaciones y de mejora de infraestructura, fomentan el crecimiento de las empresas multinacionales en el proceso de desarrollo económico. Independientemente del modelo que se decida seguir, estas políticas pueden influir en la forma en que las empresas se internacionalizan, así como en los resultados de esta internacionalización. Por lo tanto, el Estado ecuatoriano debe establecer políticas claras y estables que permitan a las empresas exportadoras de mango ecuatoriano desarrollar sus actividades de manera exitosa.

Ecuador enfrenta una fuerte competencia por parte de otros países productores de mango, como México, Perú, Tailandia y Brasil, quienes manejan el 49% de las exportaciones mundiales, por lo que debe seguir desarrollando políticas públicas para mantenerse como uno de los principales proveedores de mango de la región. Actualmente, los precios de exportación de mango muestran una tendencia al alza, lo que representa un aumento en las ganancias y el éxito de estas empresas. Esto conduce a una situación positiva para las empresas exportadoras de mango ecuatoriano, ya que han registrado un aumento en sus ventas. Sin embargo, también se ha detectado que hay barreras que impiden la internacionalización de estas empresas, como la falta de financiamiento, los trámites burocráticos y regulatorios, los altos costos de logística, entre otros. Es decir que los programas de financiamiento, como el programa Exportando para las MiPymes, han sido una de las políticas públicas que han favorecido a las empresas exportadoras de mango ecuatoriano.

Por otro lado, el gobierno ecuatoriano ha aplicado una variedad de políticas públicas de comercio exterior para potencializar la exportación de mango, logrando una mayor inserción internacional del producto. Estas políticas abarcan desde el control de la plaga de mosca en el mango, el fortalecimiento institucional de la cadena productiva, y el desarrollo de la demanda interna, así como la entrega de créditos a los exportadores, hasta el desarrollo de un sello de calidad autóctono para mejorar la competitividad en el mercado europeo. Asimismo, la implementación de normativas

para la exportación de mango hacia destinos específicos, como Estados Unidos y China, ha impulsado el cumplimiento de normas y estándares internacionales de calidad y seguridad alimentaria; así como a mejorar la comercialización de los productos ecuatorianos, lo que favorece la internacionalización de las empresas exportadoras de mango y el crecimiento económico del país.

Recomendaciones

Para futuros trabajos de investigación, se recomienda profundizar en el estudio de las barreras que impiden la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano. Esto podría incluir preguntas sobre financiamiento, trámites burocráticos, y logística. Además de investigar las estrategias de marketing utilizadas para mejorar su posicionamiento en el mercado internacional.

Por otro lado, es necesario que, desde acciones del Gobierno, fortalecer las medidas de control de plagas para garantizar la calidad del producto y mejorar la competitividad en el mercado internacional. Asimismo, se debe continuar desarrollando políticas públicas que fomenten el crecimiento de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano, como programas de financiamiento y reducción de trámites burocráticos.

Con orientación al gremio de exportadoras, se recomienda fomentar la colaboración entre las empresas exportadoras de mango ecuatoriano, por medio de la creación de un foro para discutir problemas comunes, compartir información y colaborar en iniciativas comunes, tales como la tecnificación de las áreas de cultivo que pudieran incrementar la productividad del cultivo.

Referencias

- Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario. (2021, noviembre 19). *Estadísticas de exportación de mango*. AGROCALIDAD. <https://www.agrocalidad.gob.ec/estadisticas-de-exportacion-de-mango/>
- Agencia de Regulación y Control Fito y Zoosanitario. (2022). *Información para la exportación de mango*. AGROCALIDAD. <https://www.agrocalidad.gob.ec/informacion-para-la-exportacion-de-mango/>
- Agrocalidad. (2015). *Plan de trabajo operativo para el tratamiento con agua caliente y certificación del mango ecuatoriano*.
- Agrocalidad. (2016). *Protocolo entre la Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena de la República Popular de China y el Ministerios de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca de la República de Ecuador de los requisitos fitosanitarios para exportar mangos de Ecuador a China*.
- Agrocalidad. (2020). *Protocolo entre la administración general de supervisión de calidad, inspección y cuarentena de la República Popular de China y el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca de la República de Ecuador de los requisitos fitosanitarios para exportar mangos de Ecuador a China*. <https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/mango5.pdf>
- Agrocalidad. (2021). *Procedimiento para el monitoreo y control de la mosca de la fruta en mango de exportación durante la campaña fitosanitaria*.

https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2021/08/Manual_campo_Final_14-02-2020.pdf

Agrocalidad. (2022). *Boletín informativo exportaciones de mango ecuatoriano*.

<https://www.agrocalidad.gob.ec/wp-content/uploads/2022/01/Boletin-informativo-exportaciones-de-mango-ecuatoriano.pdf>

Alderir, J., & Cabral, A. (2017). Teorias do Comércio Internacional, Estrutura Produtiva e Crescimento Econômico. *Economia-Ensaios, Uberlândia*, 32(1), 30.

Alegre, M. Á. (2022). Aspectos relevantes en las técnicas e instrumentos de recolección de datos en la investigación cualitativa. Una reflexión conceptual. *Población y Desarrollo*, 28(54), 93-100. <https://doi.org/10.18004/pdfce/2076-054x/2022.028.54.093>

Alonso, V. (2021). El comercio internacional de armamento y las ventajas comparativas. *RESI: Revista de estudios en seguridad internacional*, 7(2), 83-104.

Andrade, A., & Macias, M. (2019). *Análisis de las políticas públicas de comercio exterior y su relación con el desarrollo del sector exportador de la zona 5* [Grado, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/45704/1/TESIS%20-%20ANDRADE%20VILLAMAR%20y%20MACIAS%20MELGAR.pdf>

Andrade, F., Villamar, M., Aguilar, B., & Méndez, E. (2020). Comercio intraindustrial y equilibrio integrador: Modelo hecksher-ohlin. *3c Empresa: investigación y pensamiento crítico*, 9(2), 17-39.

Apolinario, R. E., Rodríguez, M. G., & Zambrano, L. M. (2021). La Cadena De Valor Del Mango Ecuatoriano Y Su Competitividad Internacional. *Compendium*, 24(47). <https://www.redalyc.org/journal/880/88069714002/html/>

Apolinario, R., Rodríguez, M., & Zambrano, L. (2021). La cadena de valor del mango ecuatoriano y su competitividad internacional. *Compendium*, 24(47), 1-14.

Armijos, Y., Ludeña, X., & Ramos, A. (2017). El rol de las exportaciones en el crecimiento: Una comparación entre países primario-exportadores y manufacturero-exportadores. *Revista Económica*, 2(1), Art. 1.

Asamblea Nacional Constituyente. (2019). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI*. <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-04/CODIGO%20ORGANICO%20DE%20LA%20PRODUCCION%2C%20COMERCIO%20E%20INVERSIONES%20COPCI.pdf>

Asamblea Nacional Constituyente. (2021). *Constitución de la República del Ecuador*. https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf

Banco Central del Ecuador. (2022). *Evolución Balanza Comercial Principales Productos*. <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorExterno/BalanzaPagos/balanzaComercial/indicepp.htm>

- Becerra, J., & Bohórquez, D. (2018). Análisis de los Términos de Intercambio para Colombia 2010-2017 Análise dos Termos de Troca para a Colômbia 2010—2017. *Revista Gestión y Finanzas*, 2(3), Art. 3.
- Blanco, J. (2020). *Plan de negocio para la exportación de Mango, Uchuva y Pitahaya al continente asiático* [Grado, Universidad de los Andes]. <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/48728/u833301.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bojórquez, M., & Valdez, O. (2017). El comercio electrónico como estrategia de internacionalización de las PYMES. *Revista de Investigación en Tecnologías de la Información: RITI*, 5(10), 110-115.
- Boundi, F. (2019). Tipo de cambio real y ventaja absoluta de costo: España, 2000-2014. *Investigación económica*, 78(307), Art. 307. <https://doi.org/10.22201/fe.01851667p.2019.307.68448>
- Bresser, L. (2017). La nueva teoría desarrollista: Una síntesis. *Economía UNAM*, 14(40), 48-66.
- Briceño, J., & De Lombaerde, P. (2018). Regionalismo latino-americano: Produção de saber e criação e importação de teoria. *Civitas - Revista de Ciências Sociais*, 18(2), 262-284. <https://doi.org/10.15448/1984-7289.2018.2.29593>
- Caamal, I. (2018). Ventaja comparativa revelada de la fresa (*Fragaria* spp.) Mexicana en los mercados importadores. *Agro Productividad*, 11(1), Art. 1.
- Camargo, D., Cardona, O., & Mira, G. (2017). Institucionalismo económico e internacionalización de empresas: Una revisión de literatura. *Económicas CUC*, 38(1), 185-206.

- Cando, J. L. (2021). Desafíos para la Internacionalización de las Empresas Transnacionales. Caso: IKEA. *Revista de Investigación , Formación y Desarrollo: Generando Productividad Institucional*, 9(3), Art. 3. <https://doi.org/10.34070/rif.v9i3.292>
- Carrasco, C. A., & Tovar, E. D. (2019). Determinantes del balance comercial bilateral de México: Ingreso, tipo de cambio y composición de las exportaciones. *Revista Finanzas y Política Económica*, 11(2), 259-276. <https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.2019.11.2.3>
- Carrillo, D. R. (2018). Política económica en Ecuador y su capacidad de impacto en el desarrollo: Entrevista a Carlos de la Torre. *Estudios de la Gestión: Revista Internacional de Administración*, 4, Art. 4. <https://doi.org/10.32719/25506641.2018.4.7>
- CFN. (2019, marzo 18). *CFN y MAG respaldan la diversificación de exportaciones agrícolas*. CFN. <https://www.cfn.fin.ec/cfn-y-mag-respaldan-la-diversificacion-de-exportaciones-agricolas/>
- Chiatchoua, C., García, V. F., & Neme, O. (2022). Contribución de las exportaciones en la reducción de la pobreza en México, 2008-2018. *Análisis económico*, 37(96), 61-77. <https://doi.org/10.24275/uam/azc/dcsh/ae/2022v37n96/chiatchoua>
- Código Orgánico De La Producción, Comercio E Inversiones, (2010). <https://www.aduana.gob.ec/gacnorm/data/CODIGO-ORGANICO-DE-LA-PRODUCCION-COMERCIO-E-INVERSIONES.pdf>

RESOLUCIÓN-COMEX-020-2017, (2017). <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/06/RESOLUCI%C3%93N-COMEX-020-2017.pdf>

Corporación Financiera Nacional. (2020). *Ficha Sectorial: Cultivo De Mangos*. <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2020/ficha-sectorial-4-trimestre-2020/FS-Cultivo-de-mango-4T2020.pdf>

Corporación Financiera Nacional. (2021). *Ficha sectorial. Cultivo de mangos*. <https://www.cfn.fin.ec/wp-content/uploads/downloads/biblioteca/2021/fichas-sectoriales-4-trimestre/Ficha-Sectorial-Cultivo-de-Mango.pdf>

Cvetkovic, A., Maguiña, J. L., Soto, A., Lama, J., & Correa, L. E. (2021). Estudios transversales. *Revista de la Facultad de Medicina Humana*, 21(1), 179-185. <https://doi.org/10.25176/rfmh.v21i1.3069>

Del Rosal, M. (2020). *La gran revelación: De cómo la Teoría Monetaria «Moderna» pretende salvarnos del capitalismo salvando el capitalismo*. ECOBOOK. <https://books.google.com.ec/books?id=qG8rEAAAQBAJ&lpg=PT9&ots=AiiOjQTQRF&dq=teor%C3%ADa%20mercantilista%20del%20comercio%20internacional&lr&hl=es&pg=PT2#v=onepage&q&f=false>

Díaz, A. (2017). Participación ciudadana en la gestión y en las políticas públicas. *Gestión y política pública*, 26(2), 341-379.

Domingo, L. (2018). Comercio Internacional y Competitividad de la Producción Ganadera en Paraguay. *Población y Desarrollo*, 24(46), Art. 46.

- Domínguez, R. (2021). América Latina y la maldición de los recursos: El debate en la larga duración. *El trimestre económico*, 88(351), 769-806. <https://doi.org/10.20430/ete.v88i351.1239>
- Espinoza, V. (2020). Análisis del flujo comercial en América Latina y el Caribe. *Apuntes de economía y sociedad*, 1(1), Art. 1. <https://doi.org/10.5377/aes.v1i1.11438>
- Freire, C. E., Carrera, F. M., Hurtado, G. E., & Matute, J. S. (2022). Análisis de las relaciones internacionales del Ecuador con la Comunidad Andina de Naciones (CAN) para determinar su efecto en el flujo del comercio internacional de la región. *Información tecnológica*, 33(1), 25-34. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642022000100025>
- García, J., León, J., & Nuño, J. (2017). Propuesta de un modelo de medición de la competitividad mediante análisis factorial. *Contaduría y Administración*, 62(3), 775-791. <https://doi.org/10.1016/j.cya.2017.04.003>
- García, J. R., & Sánchez, P. A. (2020). Theoretical design of research: Methodological instructions for the development of scientific research proposals and projects. *Información tecnológica*, 31(6), 159-170. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000600159>
- García, L., Manrique, M., Medina, F., & Silva, L. (2020a). *Aproximación a la teoría del comercio internacional desde el enfoque de la integración*. Universidad Piloto de Colombia. <https://books.google.com.ec/books?id=qG8rEAAAQBAJ&lpg=PT9&ots=Aii>

OjQTQRF&dq=teor%C3%ADa%20mercantilista%20del%20comercio%20in
ternacional&lr&hl=es&pg=PT2#v=onepage&q&f=false

García, L., Manrique, M., Medina, F., & Silva, L. (2020b). *Aproximación a la teoría del comercio internacional desde el enfoque de la integración*. Universidad Piloto de Colombia. <https://books.google.com.ec/books?id=qG8rEAAAQBAJ&lpg=PT9&ots=AiiOkHWNRH&dq=comercio%20internacional%20paul%20krugman&lr&hl=es&pg=PT9#v=onepage&q=comercio%20internacional%20paul%20krugman&f=false>

Gómez, M. (2017). Panorama del sistema educativo mexicano desde la perspectiva de las políticas públicas. *Innovación educativa (México, DF)*, 17(74), 143-163.

Grupo Alaire. (2021, enero 11). Ecuador espera renovación de beneficios por parte de Estados Unidos. *Grupo Alaire*. <https://grupoalaire.com/comercio-exterior/ecuador-espera-renovacion-de-beneficios-por-parte-de-estados-unidos/>

Guayasamin, C., Machado, F., & Guayasamin, W. (2019). Teorías del comercio internacional: Líderes mundiales a nivel comercial – 2018. *Revista Publicando*, 6(22 (October-November-December)), 50-62.

Guayasamín, C., Machado, F., & Guyasamín, W. (2019). Teorías del comercio internacional: Líderes mundiales a nivel comercial – 2018. *Revista Publicando*, 6(22 (October-November-December)), 50-62.

Guerra, J. (2020). El constructivismo en la educación y el aporte de la teoría sociocultural de Vygotsky para comprender la construcción del conocimiento

en el ser humano. *Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 2, 21. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v32i1.2033>

Gutierrez, R. G. (2017). Un análisis empírico de la dinámica comercial y el comercio intraindustrial norte-sur en el período de alta integración. *Revista Nicolaita de Estudios Económicos*, 12(1), Art. 1.

Hernández, C., & Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Revista Científica del Instituto Nacional de Salud*, 2(1), 75-79. <https://doi.org/10.5377/alerta.v2i1.7535>

Hurtado, F. J. (2020). Fundamentos Metodológicos de la Investigación: El Génesis del Nuevo Conocimiento. *Revista Scientific*, 5(16), 99-119.

Instituto para el Desarrollo Rural de Sudamérica. (2016). *Ecuador trabaja en un plan público y privado para mejorar la producción del mango*. <https://www.ipdrs.org/index.php/noticias/que-pasa/10-ecuador/4500-ecuador-trabaja-en-un-plan-publico-y-privado-para-mejorar-la-produccion-del-mango>

International Trade Centre. (2022). *Lista de los exportadores para el producto seleccionado Producto: 080450 Guayabas, mangos y mangostanes, frescos o secos*. Trade Map. <https://www.trademap.org/Index.aspx>

Jaramillo, L. G., & Aguirre, J. C. (2021). Critical issues about the method in educational research. *Cinta de moebio*, 71, 150-163. <https://doi.org/10.4067/s0717-554x2021000200150>

Loaiza, J. (2018). Del ciclo de vida del producto al ciclo de vida del cliente: Una aproximación hacia una construcción teórica del ciclo de vida del cliente. *Revista Investigación y Negocios*, 11(18), 100-110.

- Loayza, J. (2021). Actitudes hacia la investigación científica y estadística en estudiantes de Psicología. *Academo (Asunción)*, 8(2), 67-76.
<https://doi.org/10.30545/academo.2021.jul-dic.6>
- López, C., Castro, L., Quito, K., & Bocanegra, L. (2020). Beneficios y oportunidades de mejoramiento para la internacionalización de empresas comercializadoras de lulo en Colombia. *Revista Economía y Política, julio-diciembre(52)*, 55-71.
<https://doi.org/10.25097/rep.n32.2020.03>
- MAG. (2019). *Gobierno ofrece línea de crédito para impulsar la exportación agrícola*. <https://www.agricultura.gob.ec/gobierno-ofrece-linea-de-credito-para-impulsar-la-exportacion-agricola/>
- Malagón, L., Rodríguez, L., & Machado, D. (2019). Políticas Públicas Educativas y aseguramiento de la calidad en la Educación Superior. *Revista Historia de la Educación Latinoamericana*, 21(32), 273-290.
<https://doi.org/10.19053/01227238.4999>
- Méndez, L., Venegas, F., & Linthon, D. (2021). Competencia en el mercado de crédito entre los bancos dominantes en México. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas Nueva Época REMEF*, 16(0), Art. 0.
<https://doi.org/10.21919/remef.v16i0.699>
- Mendoza, C., Rosas, R., Vázquez, A., & Gálvez, D. (2020). Retos y controversias del mango Ataulfo. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 11(7), 1633-1645.
<https://doi.org/10.29312/remexca.v11i7.2199>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2021). *Boletín Situacional Mango 2021*.
<https://online.fliphtml5.com/ijia/xbhw/>

- Ministerio de Economía de Guatemala. (2018). *Mango*.
<https://www.mineco.gob.gt/sites/default/files/mango.pdf>
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2020). *Ecuador busca fortalecer las exportaciones agroalimentarias a Corea*.
<https://www.produccion.gob.ec/ecuador-busca-fortalecer-las-exportaciones-agroalimentarias-a-corea/>
- Mora, A., & Norman, E. (2017). Revisión sistemática de literatura sobre la internacionalización de la empresa PYME en Colombia. *Revista ESPACIOS*, 38(39), 10.
- Morales, L., Córdova, A., & Altamirano, L. (2018). ¿Son rentables las empresas concentradas? El caso del sector de curtido de pieles en el Ecuador. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 8(15), 153-166.
- Muñoz, J. (2021). Teorías clásicas del comercio internacional y sus antecedentes: De Aristóteles a Rybczynski. *Revista Compás Empresarial*, 12(33), Art. 33.
<https://doi.org/10.52428/20758960.v11i33.155>
- Ochoa, J., & Yunkor, Y. (2019). El estudio descriptivo en la investigación científica. *ACTA JURÍDICA PERUANA*, 2(2), Art. 2.
<http://revistas.autonoma.edu.pe/index.php/AJP/article/view/224>
- Orarrázaval, I., Larrañaga, O., Rodríguez, J., Silva, E., & Valdés, R. (2020). Propuestas para una mejor calidad del gasto y las políticas públicas en Chile. *Centro de Políticas Públicas UC*, 15(120), 3-26.

- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2021). *OCDE-FAO Perspectivas Agrícolas 2021-2030*. https://www.oecd-ilibrary.org/agriculture-and-food/ocde-fao-perspectivas-agricolas-2021-2030_47a9fa44-es
- Ovando, W., Canales, R., & Munguía, G. (2017). Comercio interregional de bienes manufacturados en los países de la Alianza del Pacífico desde la Teoría de Linder. *Desafíos*, 29(2), 169-197. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/desafios/a.4876>
- Paisig, L. (2018). *Plan de negocio para la exportación de mango al mercado de China en la empresa Seleyvi Trading SAC, 2017-2022* [Grado, Universidad Señor de Sipán]. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/5186/Paisig%20Tarrillo,%20Leidy%20Mar%C3%ADa.pdf?sequence=1>
- Pedraza, C., Cantillo, N., García, J., & Paz, A. (s. f.). Estrategias de marketing para la internacionalización de PYMES comerciales de Riohacha. *Revista Espacios*, 41(21), 352-363.
- Poncela, M. (2019). Impacto de las tecnologías digitales en la transformación del comercio internacional. *Cuadernos de Información económica*, 268, 65-76.
- Pro Ecuador. (2022). *Requisitos para exportar productos de origen vegetal frescos y congelados*. <https://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2021/10/Flyer-Origen-Vegetal-2021.pdf>
- ProEcuador. (2021). *Consumo de mango en EEUU – PRO ECUADOR*. <https://www.proecuador.gob.ec/consumo-de-mango-en-eeuu/>

- Rache, B. (2020). Mercantilismo y fisiocracia. *Catálogo editorial*, 1(190), 26-45.
<https://doi.org/10.15765/poli.v1i190.2224>
- Raffo, L., & Hernández, E. A. (2021). Comercio internacional, prosperidad y desigualdad en la globalización. *Apuntes del Cenes*, 40(71), 133-164.
<https://doi.org/10.19053/01203053.v40.n71.2021.11736>
- Ramírez, D. (2019). El Tratado de Libre Comercio de América del Norte 2.0. *A&H Revista de Artes, Humanidades y Ciencias Sociales*, 10, Art. 10.
- Ramos, M. E., Guajardo, A. V., López, D. C., Puente, D., & González, L. (2022). Estrategias para las exportaciones de empresas mexicanas en la industria alimentaria frente a la COVID-19. *The Anáhuac journal*, 22(1), 66-97.
<https://doi.org/10.36105/theanahuacjour.2022v22n1.03>
- Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, (2011).
<https://www.aduana.gob.ec/gacnorm/data/CODIGO-ORGANICO-DE-LA-PRODUCCION-COMERCIO-E-INVERSIONES.pdf>
- Revista Gestión Digital. (2018). *Mangos, flores, madera, bananos y malanga, los más beneficiados con el SGP*. <https://www.revistagestion.ec/index.php/economia-y-finanzas-analisis/mangos-flores-madera-bananos-y-malanga-los-mas-beneficiados-con-el-sgp>
- Ríos, E., Contreras, I., & González, J. (2019). KIA Motors México: Caso exitoso de estrategia competitiva en un mercado de competencia monopolística, 2015-2018. *Nova scientia*, 11(23). <https://doi.org/10.21640/ns.v11i23.1839>

- Rivas, K. (2018). Barreras para la Internacionalización de Empresas de Productos Alimenticios Orgánicosno Tradicionales desde el cantón Machala hacia el Mercado Exterior. *Revista científica Ciencia y Tecnología*, 18(19), 211-219.
- Robayo, A., Valverde, J., & Castro, J. (2020). El modelo del ciclo de vida del producto desde una perspectiva en las ventas del periodo 2016 – 2018 en el sector calzado de la ciudad de Ambato. *Revista Economía y Política*, 32, 133-154.
- Rodríguez, C. (2021). *Ecuador: Productores de mango preocupados por pago de aranceles en esta nueva cosecha* / *Noticias Agropecuarias*.
<https://elproductor.com/2021/10/ecuador-productores-de-mango-preocupados-por-pago-de-aranceles-en-esta-nueva-cosecha/>
- Romero, R., Toapanta, S., Rivera, M., Caucha, L., Baño, M., Maciel, M., & Orizaga, J. (2022). Sistema generalizado de preferencias con Estados Unidos y su incidencia en las exportaciones ecuatorianas. *CONNECTIVIDAD*, 3(1), Art. 1.
<https://doi.org/10.37431/conectividad.v3i1.29>
- Roth, A. (2021). *Enfoques para el análisis de políticas públicas*. Universidad Nacional de Colombia.
<https://books.google.com.ec/books?id=Y3wcEAAAQBAJ&lpg=PT6&ots=G06PoDWWCs&dq=politicass%20publicas&lr&hl=es&pg=PT13#v=onepage&q&f=false>
- Ruiz, P. (2020a). El teorema Heckscher-Ohlin y la economía mexicana. Una visión crítica de la economía neoliberal. *El trimestre económico*, 87(345), 99-131.
<https://doi.org/10.20430/ete.v87i345.929>

- Ruiz, P. (2020b). The Heckscher-Ohlin theorem and the Mexican economy. A critical view of neoliberal economics. *El Trimestre Económico*, 87(345), 99-131. <https://doi.org/10.20430/ete.v87i345.929>
- Salazar, G., Silva, L., Henao, S., & López, V. (2017). Estructura de mercado en competencia monopolística y determinación del punto de equilibrio Caso empresa No. 1. Espíritu urbano E.U. *Revista Grañas*, 37, 61-69.
- Sánchez, F. A. (2019). Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. *Revista Digital de Investigación en Docencia Universitaria*, 101-122. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2022). *Para Exportar*. <https://www.aduana.gob.ec/para-exportar/>
- Seva, F. (2021, junio 3). *Ecuador planea incrementar internacionalización del mango y crear sello de calidad autóctono*. PortalFruticola.com. <https://www.portalfruticola.com/noticias/2021/06/03/ecuador-planea-incrementar-internacionalizacion-del-mango-y-crear-sello-de-calidad-autoctono/>
- Solíz, D. (2019). *Cómo Hacer Un Perfil Proyecto De Investigación Científica*. Palibrio.
- Suriaga, M., & Hidalgo, W. (2021). Pinceladas del Comercio Internacional. *E-IDEA Journal of Business Sciences*, 3(13), Art. 13. <https://doi.org/10.53734/eidea.vol3.id142>

- Torres, M., & Campuzano, J. A. (2021). Impacto de la Balanza Comercial en el crecimiento económico ecuatoriano, período 1990-2019. *Revista Científica y Tecnológica UPSE*, 8(1), Art. 1. <https://doi.org/10.26423/rctu.v8i1.554>
- United Nations Economic Commission for Latin America and the Caribbean. (2017). *Revista de la CEPAL No.121, Abril 2017*. United Nations. <https://books.google.com.ec/books?id=ATHLDwAAQBAJ&lpg=PA185&ots=UMR-zlZEGR&dq=organizaci%C3%B3n%20industrial%20de%20Hymer&lr&hl=es&pg=PA185#v=onepage&q=organizaci%C3%B3n%20industrial%20de%20Hymer&f=false>
- Ureta, M., & Chiriboga, D. (2021). Análisis de competitividad en la asociación de cacao san plácido, Portoviejo, Ecuador. *ECA Sinergia*, 12(3), 50-66.
- Urgilés, G., & Chávez, K. (2018). Ecuador y el comercio con Estados Unidos: Evolución, composición y tendencias. *SATHIRI*, 13(1), Art. 1. <https://doi.org/10.32645/13906925.507>
- Vaillant, M. (2018). Servicios y bienes intensivos en recursos naturales en Sudamérica: Nuevas oportunidades de transformación productiva. *Estado & comunes, revista de políticas y problemas públicos*, 2(7), 25-57. https://doi.org/10.37228/estado_comunes.v2.n7.2018.80
- Valenzuela, B., 'Shee, D., Valenzuela, I., & Urrutia, A. (2021). Desarrollo económico sostenido en Latinoamérica en tiempos de crisis. *Revista de Economía del Caribe*, 27, 25-40.

Vicard, V. (2017). ¿Cuáles son los determinantes de la ventaja comparativa en el siglo XXI? *Regards croisés sur l'économie*, 21(2), Art. 2.

Vuotto, A., Di Césare, V., & Pallotta, N. (2020). Fortalezas y debilidades de las principales bases de datos de información científica desde una perspectiva bibliométrica. *Palabra clave*, 10(1), 101-101.

Apéndices

Apéndice A. Formato de entrevista



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES

Tema: Políticas públicas y su influencia en la internacionalización de empresas exportadoras de mango ecuatoriano.

Objetivo: La presente entrevista se desarrolla con la finalidad de determinar de qué manera las políticas públicas influyen en la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano para así contribuir al mejoramiento de las políticas públicas en este ámbito. La información recabada será empleada con fines académicos, además, se garantiza la confidencialidad de la información y los datos del entrevistado.

Preguntas

1. Desde su perspectiva, ¿Cuál es la situación actual de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano?
2. ¿Cuáles considera usted que son las barreras que afectan la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano?
3. ¿Qué políticas públicas de comercio exterior establecidas en el Ecuador considera que han favorecido a las empresas exportadoras de mango ecuatoriano?
4. ¿Cómo cree usted que las políticas públicas pueden mejorar la internacionalización de las empresas exportadoras de mango?
5. ¿Considera usted que las políticas actuales de comercio exterior han permitido a las empresas exportadoras de mango ecuatoriano posicionarse en el mercado internacional?
6. ¿Qué beneficios considera que generan las políticas públicas de comercio exterior en las empresas exportadoras de mango ecuatoriano?

7. ¿Cree usted que el gobierno está haciendo lo suficiente para apoyar a las empresas exportadoras de mango ecuatoriano?
8. ¿Considera usted que la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano debe representar una prioridad para el gobierno?
9. Bajo su perspectiva ¿Qué hace falta establecer en las políticas públicas de comercio exterior para fomentar el desarrollo y la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano?
10. ¿Considera usted que las políticas públicas de comercio exterior han influido en la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano? ¿De qué forma?
11. En general, ¿Cómo calificaría el impacto de las políticas públicas en la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano?
12. Finalmente, ¿Qué políticas públicas considera que se deberían establecer o modificar para lograr la internacionalización total de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano?



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Sánchez Álvarez, Eduardo Augusto** con C.C: # **0930500202** autor del trabajo de titulación: **Políticas restrictivas y su influencia en la internacionalización de empresas exportadoras de mango ecuatoriano** previo a la obtención del título de **Licenciado en comercio y finanzas internacionales bilingüe** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, a los 8 del mes de febrero del año 2023

Nombre: Sánchez Álvarez, Eduardo Augusto

C.C: 0930500202



| REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA | | | |
|---|--|---|----|
| FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN | | | |
| TEMA Y SUBTEMA: | Políticas restrictivas y su influencia en la internacionalización de empresas exportadoras de mango ecuatoriano. | | |
| AUTOR: | Sánchez Álvarez, Eduardo Augusto | | |
| REVISOR/TUTOR: | Ing. Santillán Pesantes, Jaime Antonio Mgs. | | |
| INSTITUCIÓN: | Universidad Católica de Santiago de Guayaquil | | |
| FACULTAD: | Economía Y Empresa | | |
| CARRERA: | Comercio y Finanzas Internacionales bilingüe | | |
| TÍTULO OBTENIDO: | Licenciado en Comercio y Finanzas Internacionales bilingüe | | |
| FECHA DE PUBLICACIÓN: | 08 de febrero del 2023 | No. DE PÁGINAS: | 92 |
| ÁREAS TEMÁTICAS: | Organización y Dirección de Empresas, Internacionalización y Globalización de las Organizaciones, Exportación | | |
| PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS: | Mango, Exportación, Política, Internacional, Normas, Empresas. | | |
| RESUMEN/ABSTRACT: | <p>La investigación se llevó a cabo con el objetivo de determinar de qué manera las políticas públicas influyen en la internacionalización de las empresas exportadoras de mango ecuatoriano para así contribuir al mejoramiento de las políticas gubernamentales en este ámbito. Como metodología, se aplicó tanto el método deductivo como el inductivo, así como se realizó una investigación no experimental y descriptiva bajo un enfoque cualitativo que permitió recabar información de cinco empresas exportadoras de mango. Como conclusión se indicó que las políticas públicas fomentan el crecimiento de las empresas y contribuyen al desarrollo económico del país. A pesar de que las empresas pueden mantenerse en una situación actual positiva, también se ha detectado que hay barreras que impiden la internacionalización de estas empresas, como la falta de financiamiento, los trámites burocráticos y regulatorios, los altos costos de logística y la burocracia. Por ello, para el cumplimiento de normas y estándares internacionales de calidad y seguridad alimentaria, los programas de éxito como Exportando para las MiPymes, permiten seguir impulsando el sector.</p> | | |
| ADJUNTO PDF: | <input checked="" type="checkbox"/> SI | <input type="checkbox"/> NO | |
| CONTACTO CON AUTOR/ES: | Teléfono: +593999388051 | E-mail: eduardo_sanchez_al@yahoo.es | |
| CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN | Nombre: Ing. Mónica Echeverría Bucheli, Mgs. | | |
| | Teléfono: PBX: 043804600 | | |
| | call center: 2222024, 2222025 ext. 5021, 5129 | | |
| | E-mail: monica.echeverria@cu.ucsg.edu.ec | | |
| SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA | | | |
| Nº. DE REGISTRO (en base a datos): | | | |
| Nº. DE CLASIFICACIÓN: | | | |
| DIRECCIÓN URL (tesis en la web): | | | |