



UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO.

ÁREA EMPRESARIAL

CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES.

TRABAJO DE TITULACIÓN

PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

INGENIERO EN FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES.

TEMA:

Proceso de internacionalización y su incidencia en los recursos financieros de
la empresa EMIPULP S.A

AUTORES:

Katherin Liceth Zambrano Loor

Jackson Iván Urriola Robinzon

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN:

Eco. Alex Hugo Ramos Mendoza

Portoviejo – Manabí – Ecuador

2021

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

ECO. ALEX HUGO RAMOS MENDOZA, CATEDRÁTICO DE LA CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES DE LA UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO.

CERTIFICA

Que los egresados: KATHERIN LICETH ZAMBRANO LOOR y JACKSON IVÁN URRIOLOA ROBINZON, han realizado su Trabajo de Titulación que tiene por tema: “PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LOS RECURSOS FINANCIEROS DE LA EMPRESA EMIPULP S.A.”, previo a la obtención del título de Ingenieros en Finanzas y Relaciones Comerciales, bajo mi dirección y supervisión, la misma que se encuentra concluida en su totalidad para que pueda continuar con los trámites que la Universidad así lo exige.

Eco. Alex Hugo Ramos Mendoza

TUTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR

El trabajo de titulación “PROCESO DE INTERNACIONALIZACIÓN Y SU INCIDENCIA EN LOS RECURSOS FINANCIEROS DE LA EMPRESA EMIPULP S.A.”, presentado por los egresados: KATHERIN LICETH ZAMBRANO LOOR Y JACKSON IVÁN URRIOLA ROBINZON, después de ser analizado por los señores miembros del tribunal como requisito previo a la obtención del título de ingenieros en finanzas y relaciones comerciales, en el cumplimiento de lo que establece la ley se da por aprobado.

Ing. Mercedes Intriago Cedeño

Coordinadora de la carrera

Ec. Alex Ramos Mendoza

Tutor de trabajo de investigación

Ec. Julio Silva Ruiz

Miembro del tribunal

Ec. Francisco Verduga Vélez

Miembro del tribunal

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Nosotros, Katherin Liceth Zambrano Loor Y Jackson Iván Urriola Robinzon, voluntariamente declaramos que el presente trabajo de titulación sobre El proceso de internacionalización y su incidencia en los recursos financieros de la empresa EMIPULP S.A, es de nuestra autoría, por lo que no ha sido presentado antes bajo ningún concepto.

Los contenidos, criterios, análisis, conclusiones que han sido emitidos en este trabajo son responsabilidad exclusiva de los autores, debido a que la información obtenida en este documento es la contribución intelectual de los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera universitaria.

Katherin Liceth Zambrano Loor

AUTORA

Jackson Iván Urriola Robinzon

AUTOR

DEDICATORIA

La presente tesis está dedicada a mi madre Ing. Katherine Loor Franco quien creyó en mí desde el primer momento, acompañándome en cada uno de mis pasos y decisiones, enseñándome que con esfuerzo y dedicación puedo obtener todo lo que me proponga, dándome siempre ese apoyo y amor incondicional, encaminándome a Dios a creer que él es mi guía y mi fortaleza, así mismo a mis abuelos maternos, Lic. Rita Franco Espinoza y Ec. Alfredo Loor Mejía quienes fortalecieron cada uno de mis pasos en este trayecto de mi vida, brindándome su amor su tolerancia y sus consejos diarios para ser de mí una persona recta con valores.

A mi abuela paterna Gloria Sofía Cedeño por darme su amor y apoyo incondicional y por esas palabras de aliento en cada fin de semana.

A mi tía Ángela y mi padre Ab. Ángel Serafín Zambrano Cedeño que de una u otra manera estuvieron dándome su apoyo.

A mi hermana Anyelina Zambrano por ser mi mejor amiga, confidente y la niña de mis ojos.

A mis tíos Ing. Marcela Elizabeth y Dr. Alfredo Xavier Loor Franco por ser un ejemplo y cuidar de mí en todo momento.

A mi primo Juan Carlos Farfán por ser mi cómplice en todo momento, y a mis demás familiares por brindarme todas sus buenas vibras y consejos.

Katherin Liceth Zambrano Loor

DEDICATORIA

Les dedicó el presente trabajo a mis padres sobre todo a mi madre, a mis familiares, a mi pareja y en especial a mi abuelo Fausto por haber creído en mí, y por todos los que estuvieron ahí dándome ánimos, como también para celebrar mis pequeños logros que también son de ustedes porque sin ustedes no lo hubiera logrado

Jackson Iván Urriola Robinzon

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento especial a la Universidad San Gregorio de Portoviejo de la provincia de Manabí, quién me abrió sus puertas para ingresar y continuar mis estudios en la carrera de Finanzas y Relaciones Comerciales, y a todos mis docentes que me guiaron a lo largo de mi carrera universitaria impartiendo todos sus conocimientos, apoyo y confianza.

Con mucho amor, quiero hacer mi agradecimiento a Dios por la vida y salud para poder obtener la meta deseada, a mis padres y mis abuelos por ser mi motor y siempre apoyarme en mis decisiones a lo largo de mi vida, a mi familia por consejos valiosos los cuales he puesto en práctica, impulsándome cada día a ser mejor.

Katherin Liceth Zambrano Loor

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a mis padres, a mis tías y abuelitos por haberme apoyado e impulsado a estudiar mi carrera universitaria, de igualmente le agradezco a mis docentes especial mente los de la carrera de finanzas por ser un pilar valioso dentro de la universidad y siempre estar pendiente de sus estudiantes.

Jackson Iván Urriola Robinzon

UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES

Proceso de internacionalización y su incidencia en los recursos financieros de la empresa EMIPULP S.A.

AUTORES

Katherin Liceth Zambrano Loor

Jackson Iván Urriola Robinzon

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio se buscó establecer procesos para la internacionalización de la empresa Emipulp S.A la cual produce pulpa de frutas congeladas sin conservantes ni preservantes, es decir su fórmula es 100% natural con una variedad de sabores. El objetivo de la investigación es analizar la incidencia del proceso de internacionalización en los recursos financieros de la empresa Emipulp S.A. de la ciudad de Calceta. La metodología que se utilizó fue de carácter bibliográfico para identificar factores que intervienen en el desarrollo del proceso de internacionalización de la empresa y descriptiva para relatar la situación actual de la empresa, con respecto al proceso de internacionalización y su incidencia en los recursos financiero. Los resultados que se obtuvieron fueron la estabilidad de la empresa en cuanto a ventas a nivel nacional destacando que se sienten preparados para la internacionalización. Se concluye que la empresa Emipulp S.A. está en constante crecimiento y desarrollo sostenible innovando sus productos y con dirección a lograr exportar sus productos a otro país. Se recomienda que la empresa conste un plan de contingencia ante la elaboración de un nuevo proyecto como es el proceso de internacionalización de la pulpa de fruta.

Palabras claves: procesos de internacionalización, pulpa de fruta, empresa, recursos financieros

UNIVERSIDAD SAN GREGORIO DE PORTOVIEJO

CARRERA DE FINANZAS Y RELACIONES COMERCIALES

Proceso de internacionalización y su incidencia en los recursos financieros de la empresa EMIPULP S.A.

ABSTRACT

The present study sought to establish processes for the internationalization of the company Emipulp S.A., which produces frozen fruit pulp without preservatives or preservatives, i.e. its formula is 100% natural with a variety of flavors. The objective of the research is to analyze the impact of the internationalization process on the financial resources of the company Emipulp S.A. of the city of Calceta. The methodology used was bibliographic to identify factors involved in the development of the company's internationalization process and descriptive to describe the current situation of the company with respect to the internationalization process and its impact on financial resources. The results obtained were the stability of the company in terms of sales at national level, highlighting that they feel prepared for internationalization. It is concluded that Emipulp S.A. is in constant growth and sustainable development, innovating its products and aiming to export its products to other countries. It is recommended that the company establishes a contingency plan for the development of a new project such as the process of internationalization of fruit pulp.

Key words: internationalization process, fruit pulp, company, financial resources.

INDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN	II
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL EXAMINADOR	III
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO.....	VII
RESUMEN EJECUTIVO	IX
ABSTRACT	X
INDICE GENERAL.....	XI
INDICE DE TABLAS	XVI
CAPÍTULO I.....	3
1. ASPECTOS GENERALES	3
1.1 TEMA.	3
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.	3
1.3 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	3
1.3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	3
1.3.2 CONTEXTUALIZACIÓN HISTÓRICO SOCIAL DEL PROBLEMA....	4
1.4. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	6
1.5. OBJETIVOS	6
1.5.1 OBJETIVO GENERAL.....	6
1.5.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	6
1.6. JUSTIFICACIÓN	7
CAPÍTULO II	9
2. MARCO TEÓRICO.....	9
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	9
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	12

2.3. MARCO CONCEPTUAL	14
2.4. FUNDAMENTACIÓN LEGAL	16
2.5 HIPÓTESIS	19
2.5.1 HIPÓTESIS LÓGICA	19
2.5.2 HIPÓTESIS NULA	19
2.5.3 HIPÓTESIS ESTADÍSTICA.....	19
2.6 SEÑALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	20
2.6.1 VARIABLE INDEPENDIENTE.....	20
2.6.2 VARIABLE DEPENDIENTE.....	20
2.7 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	21
2.7.1 VARIABLE INDEPENDIENTE.....	21
2.7.2 VARIABLE DEPENDIENTE.....	22
CAPÍTULO III.....	23
3. MARCO METODOLÓGICO	23
3.1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	23
3.2. MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN	23
3.3. MÉTODO Y TÉCNICAS	23
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	24
3.4.1 TIPO DE MUESTRA	24
3.5 RECURSOS	24
3.5.1. TALENTO HUMANO	24
3.5.2. MATERIALES	25
3.5.3. TECNOLÓGICOS.....	25

3.5.4. RECURSOS ECONÓMICOS	25
3.6. FUENTES Y PROCEDIMIENTOS DE LA INFORMACIÓN.....	25
3.7. PRESUPUESTO.....	26
CAPITULO IV	27
4. PROCESOS DE INTERNACIONALIZACIÓN	27
4.1 EFECTO DEL COVID 19 EN LAS EMPRESAS.	29
4.1.1 CRISIS ECONÓMICA.....	29
4.1.2 CRISIS SANITARIA	31
4.1.3 MEDIDAS ECONÓMICAS.....	32
4.2 CAPACITACIÓN DEL PERSONAL PARA LA	
INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	33
4.2.1 EXPECTATIVA DEL CRECIMIENTO.....	35
4.2.2 NUEVOS MÉTODOS DE TRABAJO QUE SE ESTÁN APLICANDO.	35
4.3 ESTUDIO DE MERCADO.....	35
4.3.1 DECISIÓN FINANCIERA.....	35
4.3.2 ESTRUCTURA DE MERCADO	36
4.3.3 TAMAÑO DE MERCADO.....	37
4.4 PLAN ESTRATÉGICO	37
4.4.1 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	37
4.4.2 METAS ESTRATÉGICAS	38
4.4.3 MATRIZ DEL PLANTEAMIENTO.....	38
CAPÍTULO V	39
5. RECURSOS FINANCIEROS.....	39

5.1 CRISIS SOCIOECONÓMICA	39
5.1.1 CRISIS ECONÓMICA.....	39
5.1.2 COVID-19	41
5.1.3 CRISIS SOCIAL.....	42
5.2 MERCADO INTERNACIONAL	42
5.2.1 COMERCIO INTERNACIONAL.....	42
5.2.2 GLOBALIZACIÓN	44
5.2.3 FINANCIAMIENTO INTERNACIONAL	45
5.3 ANÁLISIS FINANCIERO	46
5.3.1 INCIDENCIAS	46
5.3.2 RESULTADOS FINANCIEROS	46
5.3.3 GESTIÓN FINANCIERA	47
5.4 PROBABILIDAD DE INCIDENCIA EN LAS NEGOCIACIONES INTERNACIONALES	49
5.4.1 BENEFICIOS	49
5.4.2 FINANCIAMIENTO.....	50
5.4.3 NEGOCIOS A FUTURO	50
CONCLUSIONES	51
CAPÍTULO VI.....	52
6. PROPUESTA.....	52
6.1. TITULO DE LA PROPUESTA.....	52
6.2. OBJETIVOS.....	52
6.2.1. OBJETIVO GENERAL	52

6.2.2. OBJETIVO ESPECÍFICO	52
6.3. BENEFICIARIOS	52
6.5 ELABORACIÓN DE DIAGNÓSTICO EN EL MERCADO	55
6.5.1 OBJETIVOS	55
6.5.2 ACTIVIDADES.....	56
6.6 SOCIALIZACIÓN DE LOS DIRECTIVOS Y EMPLEADORES	56
6.6.1 OBJETIVOS	56
6.6.2 ACTIVIDADES.....	56
6.7 OBJETIVOS DE LA EMPRESA.....	57
6.7.1 OBJETIVOS	57
6.7.2 ACTIVIDADES.....	57
6.8 PROCESO PARA SELECCIONAR EL PRINCIPAL MERCADO INTERNACIONAL	57
6.8.1 OBJETIVOS	58
6.8.2 ACTIVIDADES.....	58
6.9 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL MERCADO	58
6.9.1 OBJETIVOS	59
6.9.2 ACTIVIDADES.....	59
6.10 EJECUCIÓN DEL TRABAJO	59
6.10.1 OBJETIVOS	59
6.10.2 ACTIVIDADES.....	59
6.11 MONITOREO Y CONTROL	59

6.11.1 OBJETIVOS	60
6.11.2 ACTIVIDADES.....	60
APÉNDICE	66

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Proceso de internacionalización	21
Tabla 2 Recursos financieros	22
Tabla 3 Presupuesto.....	26
Tabla 4 Matriz del planteamiento.....	38
Tabla 5 Estrategias para el proceso de internacionalización	66

INDRODUCCION

En la presente investigación se ha desarrollado con el propósito de analizar los procesos de internacionalización y su incidencia en los recursos financieros en la empresa EMIPULP S.A. en la ciudad de Calceta.

El proceso de internacionalización está representado en el hecho de buscar un país de destino en el cual una necesidad del mercado pueda ser satisfecha con un producto que se fabrica y comercializar por parte de la compañía en el entorno local. Esto implica que la demanda del producto debe ser atractiva en términos de nuevos ingresos para la compañía y el fortalecimiento en el mercado. Por lo cual, se ejecutó un estudio dentro de la empresa tratando de conocer y determinar la verdadera problemática de la empresa.

En el primer capítulo, se describe la dificultad latente del problema considerando el tema planteado y las delimitaciones del mismo.

En el segundo capítulo, se evidencia la narración de trabajos investigativos realizados en años anteriores por estudiantes o investigadores, que analizaron en el ámbito nacional e internacional.

El tercer capítulo, presenta la metodología utilizada en el proceso investigativo, así como las técnicas y tipo de investigación a desarrollar; de igual forma, se planteó la población a quien fue dirigido el estudio.

En el cuarto capítulo, se exhibe las definiciones de los puntos más relevantes en las variables que permiten analizar científicamente la variable independiente, integrando la investigación de campo que permitió comprobar la variable indicada.

En el quinto capítulo, se presentan definiciones conceptuales sobre la variable dependiente, así como los cuadros y gráficos correspondientes que validen el trabajo realizado. Por último, en el sexto capítulo, se diseña una propuesta que permita el

fortalecimiento de las estrategias para la internacionalización de la empresa EMUPULP S.A., a fin de contribuir en la introducción del producto hacia mercado extranjero que proporcione un crecimiento sostenido y desarrollo económico.

CAPÍTULO I

1. ASPECTOS GENERALES

1.1 TEMA.

Proceso de internacionalización y su incidencia en los recursos financieros de la empresa EMIPULP S.A.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente se plantea la deficiencia en el proceso de internacionalización de la empresa EMIPULP S.A. de la ciudad de Calceta.

1.3 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

1.3.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

A nivel internacional en los últimos diez años, la internacionalización de una empresa significa que se ha incorporado a los mercados exteriores, la cual se puede realizar siguiendo diversas estrategias de entrada. Así, puede optar por introducirse en el mercado exterior mediante la exportación de sus productos (internacionalización comercial), la puesta en marcha de acuerdos contractuales con empresas extranjeras, o la realización de inversión directa en otro país con el establecimiento de un centro de producción. Cada una de estas estrategias de entrada implica distintos grados de compromiso, pero también distintos beneficios potenciales (Sánchez, 2018).

Ecuador es un país rico en materia prima, lo cual le permite abrir mercados extranjeros. Funjul (2017) señala que las empresas que abordan un proceso de internacionalización se enfrentan a una serie de posibles obstáculos y dificultades, las empresas deben ser consciente de la existencia de estas barreras, y de la necesidad de

prepararse para afrontarlas y, como primer paso, de contar con los medios necesarios para ello, son muchos casos de empresas que se lanzan a los mercados internacionales sin haberse preparado adecuadamente, animadas muchas veces por los mensajes, poco meditados, que se lanzan desde instituciones diversas del estilo de “la internacionalización, una necesidad irreversible para la Pymes”, o “la internacionalización, imprescindible para la supervivencia de la empresa”. Se anima así de una forma un tanto ligera a las empresas a que salgan a los mercados internacionales sin una preparación y recursos adecuados.

En base a la información expuesta se puede resaltar la pertinencia e importancia que tiene llevar a cabo el proceso de internacionalización y su incidencia más aun en los recursos financieros de una empresa. Esto le ha permitido a la empresa EMIPULP S.A. abrir un mercado fijo y significativo dentro del país, ofreciendo 9 sabores paradisiacos, y direccionándose al crecimiento y expansión comercial, es por la interrogante principal se estructura pensando en ¿Qué factibilidad tendrían estos productos al internacionalizarse en un mercado, midiendo el grado de incidencia que pueden afectar con posibles obstáculos y dificultades en los recursos financieros de la empresa?

1.3.2 CONTEXTUALIZACIÓN HISTÓRICO SOCIAL DEL PROBLEMA

A nivel mundial el mundo empresarial actual de acuerdo con Lara (2020) puede girar casi tan deprisa como lo hace el planeta Tierra. Con el avance en el siglo XXI de las nuevas tecnologías y cambios en la mentalidad de la población, organizaciones de todo tipo han visto modificada su forma de ser y hacer. Acciones planteadas hace años como imposibles por sus integrantes, ahora han visto la luz y han crecido hasta horizontes jamás emprendidos, un claro ejemplo de ello es la internacionalización de las empresas a nivel mundial. Las organizaciones han llevado sus actividades hacia

nuevas fronteras y regiones, lo cual les ha hecho crecer en todas sus dimensiones. Sin embargo, no todas ellas han podido tener el privilegio de expandirse, bien por falta de recursos, malas condiciones de mercado o estrategias de negocio no afectas a la expansión territorial, entre otras muchas causas.

Es importante resaltar que este estudio tiene relación directa con el pproceso de internacionalización a realizarse por sus referencias bibliográficas y base teórica fundamentada en la temática y factores intervinientes.

De acuerdo con el criterio de Spencer (2018) en su trabajo investigativo “Síntesis de teorías sobre la internacionalización de empresas, estudio en base a empresas de países desarrollados y emergentes” en el mundo actual las empresas pueden expandir sus acciones fuera de su país de origen con gran facilidad la globalización permite a los emprendedores por pequeños que sean, llevar su negocio a cualquier parte del mundo, por ello, la internacionalización empresarial se ha convertido en uno de los aspectos clave a considerar y a estudiar.

Es importante denotar que, se tomarán en consideración los resultados obtenidos y la problemática presentada en este estudio como base teórica y antecedente, enfatizando la Superintendencia de Compañías como ente regulador y de control de auditorías internas.

EMIPULP S.A. es una empresa que produce pulpas de frutas congeladas, está ubicada en la ciudad de Calceta de la provincia de Manabí, la evolución en sus ventas a nivel nacional han ido aumentando en los últimos años, es una empresa pymes que cuenta con una amplia cartera de sabores en cuanto a su producto que es la pulpa de fruta congelada cuenta con tres presentaciones que son de 300 gr, 1 kg y 11gr, cuenta con una línea de producto de 9 variedades que son: frutilla, mora, naranjilla, coco, piña, tamarindo, mango, guanábana, maracuyá. Cuenta con 4 sabores combinados los

cuales son: maracuyá- frutilla, piña- coco, mango-piña, mango-maracuyá, actualmente la empresa cuenta con nuevas pulpas de frutas llamativas para el consumidor internacional como nacional que son: Pitajaya y fruta del dragón.

1.4. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Campo: Finanzas y relaciones comerciales.

Área: Procesos de internacionalización.

Aspecto: Recursos financieros.

Problema: Deficiencia en el proceso de internacionalización de la empresa EMIPULP S.A. de la ciudad de Calceta.

Tema: Proceso de internacionalización y su incidencia en los recursos financieros de la empresa EMIPULP S.A.

Delimitación Espacial

Esta investigación se desarrollará en la empresa de EMIPULP S.A. Ubicadas en Calceta provincia de Manabí.

Delimitación temporal

Los datos que se usarán para el trabajo de investigación estarán considerados dentro del período de abril a septiembre del año 2021.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar la incidencia del proceso de internacionalización en los recursos financieros de la empresa EMIPULP S.A. de la ciudad de Calceta.

1.5.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Establecer la incidencia del covid 19 en la crisis socioeconómico internacional.

- Determinar el nivel de capacitación del personal directivo de la empresa relacionándolo con las expectativas de crecimiento en el mercado internacional.
- Analizar el mercado en función de las decisiones financieras a tomar.
- Investigar un plan estratégico para la internacionalización de la empresa considerando los rendimientos financieros.
- Diseñar una propuesta para la solución del problema.

1.6. JUSTIFICACIÓN

Desde la posición social, esta investigación y los resultados en cuanto al área de productividad en el mercado internacional, y en sus procesos financieros dentro de la empresa objeto de estudio, son de beneficio, tanto para la organización y sus trabajadores y dueños de la misma. Además, será de gran utilidad para empresas del sector privado, en agricultura, la industria agroquímica, la industria cartonera, transporte, de enlatados ya que tiene como objetivo el estudio socioeconómico orientado a fuentes de trabajo, en el ámbito público mejoras en el aporte al tributario del estado.

De acuerdo con los objetivos planteados en esta investigación, los resultados permitirán identificar fortalezas y debilidades y plantear posibles alternativas de solución, respecto a identificar las fases del proceso de internacionalización e incidencia en los recursos financieros de la empresa EMIPULP S.A, ubicadas en la provincia de Manabí del Cantón calceta.

A través de esta investigación podremos conocer de qué manera influyen los recursos financieros en el proceso antes mencionado y conocer los resultados esperados por toda empresa que visiona sus porcentajes económicos de rentabilidad favorables.

Lógicamente, una de las mayores ventajas de la internacionalización es que se aumentan las ventas, ya que con la apertura a nuevos mercados se amplía la cartera de clientes y, por tanto, aumentan las posibilidades de tener más pedidos y una mayor facturación. Los beneficiados en este trabajo investigativo son las empresas privadas, el Estado, y la población siendo este un aporte para la sociedad que desarrollará trabajo y empleo a los ciudadanos de la ciudad de Calceta en la provincia de Manabí. El soporte que se adquiere sobre el material que se desplegará permanece únicamente para la investigación.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Un estudio publicado en la revista Tec Empresarial titulado “Motivos para la internacionalización y resultados de la empresa de base tecnológica: Construyendo una agenda de apoyo institucional” realizado por Cabrera & García (2020) dio como resultado que las “EBT internacionalizadas alcanzan mejores resultados que las no internacionalizadas en términos de ingresos de explotación y resultados ordinarios; los motivos ofensivos que impulsan a los directivos de la EBT a acometer la internacionalización resultan ser más relevantes en la adopción de esta decisión que los defensivos; y la decisión de internacionalización adoptada por motivos ofensivos se asocia a mayores ingresos de explotación o resultados ordinarios de la EBT, mientras que la adoptada por motivos defensivos se asocia a menor rentabilidad económica de la empresa. Estos resultados son de utilidad en la construcción de una agenda de apoyo institucional a la internacionalización de la EBT.”

Un estudio realizado por Navarrete (2016) publicado en la revista “Estudios internacionales (Santiago)” y este tuvo como conclusión que a pesar de las duras medidas contra la crisis que adoptó el gobierno de Rajoy, la prima de riesgo no mejoró. Aunque indudablemente dichas medidas ayudaron, la descomunal presión que existía sobre la solvencia de la deuda de España (y de otros países de la Eurozona), mejoró gracias a las prodigiosas palabras del presidente Mario Draghi sobre la futura actuación del BCE, comprando deuda soberana. Fue Draghi quien evitó el seguro colapso de España, cortando de raíz el imparable crecimiento de la prima de riesgo. La crisis se ha debido, sobre todo, al endeudamiento que ha originado la burbuja inmobiliaria y al descontrol de las cajas de ahorros, lo que ha afectado gravemente la

solvencia y credibilidad internacional de España. Una de las principales consecuencias de la misma ha sido el reparto de sus costes, que ha repercutido fundamentalmente en las clases sociales más débiles: la crisis la están pagando quienes no la han originado.

Además, Rosales (2019) señala que en una investigación realizada por la Pontificia Universidad Católica de Chile publicada en “Estudios internacionales (Santiago)” titulada “El conflicto US-China: nueva fase de la globalización, donde se concluyó que “es importante no perder de vista que la “guerra comercial” no es más que una fase inicial de un conflicto de mayor duración. Lo que realmente está en juego es la hegemonía tecnológica en el resto del siglo XXI. Entramos a una nueva fase de la globalización, marcada por esta pugna tecno-económica entre EE.UU. y China por el control de las tecnologías del siglo XXI: IA, Iot, Big Data, robotización, etc., todos ámbitos en los que China viene desplegando importantes esfuerzos.”.

En una investigación publicada en *Journal of technology management & innovation* dispuesta por Poblete & Amorós (2013) donde se investigó el tema: “Determinantes en la Estrategia de Internacionalización para las Pymes: el Caso de Chile” llegaron a la conclusión de que se sugiere que la política pública deba enfocarse más en fortalecer el capital humano de los individuos emprendedores, que en netamente aspectos institucionales.

Otra investigación realizada en la Universidad de Autónoma de Manizales realizada por Villa (2019) llegó a la conclusión de que, aunque la mayor parte de las pymes industriales exportadoras del Eje Cafetero han logrado abrirse a los mercados internacionales gracias al desarrollo competitivo que han tenido inicialmente a nivel regional, debe mejorarse el perfil de los directivos del área internacional e incrementarse las estrategias de promoción y distribución para lograr y mantener ventajas competitivas.

Un estudio publicado en la revista “Sociologías, Porto Alegre” en una investigación realizada por Sharpe & Perrotta (2019) concluyó que un aspecto a destacar es la falta de indicadores e información, en general, de la dimensión de internacionalización. La ausencia de datos que permitan generar diagnósticos impide la elaboración de políticas públicas (nacionales y regionales). Un proceso que ya lleva más de dos décadas requiere potenciar esfuerzos y asumir la responsabilidad (política) para generar consensos en términos de indicadores (más allá de los bibliométricos de producción) que provean información certera sobre estas tendencias cada vez más intensas.

En el Ecuador un estudio realizado por Chan *et al.*, (2018) en la revista “Revista Universidad y Sociedad” donde se publicó un estudio llamado “Análisis de la capacidad de internacionalización de los negocios emprendedores en la ciudad de Guayaquil” donde se concluyó que el comportamiento de precios del producto manufacturado en Ecuador es mayor al internacional en el contexto de este estudio. Además, la capacidad de internacionalización se ve afectada por altos costos de materia prima que deben cubrir los negocios emprendedores.

Otro estudio publicado en la revista “Polo del conocimiento” realizado por Rodríguez y Martínez (2020) llegó a la conclusión de que “las exportaciones de camarón se incrementaron y tienen ciclos para los diferentes mercados internacionales, la asociatividad es un factor condicionante para exportar. Las condiciones de exportación de la provincia de Manabí y las estrategias de los gobiernos locales para la exportación hacen que la cadena de valor del camarón forme parte del eje estratégico de desarrollo de la Zonal IV y de los objetivos nacionales del plan de desarrollo.”

Además, un estudio publicado en el repositorio de la Universidad San Gregorio realizado por Córdova & Macías (2020) concluyó que “que la competencia de

productos derivados del maní es alta, ya que en su gran mayoría (80%) conocen empresas que oferten los mismos productos, sin embargo, la segmentación de clientes se basa en comercios que compran al por mayor para luego distribuir los productos al consumidor final, teniendo así clientes que se han fidelizado con la empresa.”

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

La internacionalización abarca varias estrategias adecuadas al sistema que posee la empresa.

En este sentido, para poder ingresar al mercado global es indispensable que la dinámica participativa de la misma aproveche sus recursos internos y externos. Bajo este criterio es primordial que se incluyan pensamientos económicos y administrativos en la inserción de este mercado al que quiere dirigirse la empresa. Es importante tomar en cuenta las bases dichas Cardona & Vargas (2019) que mencionan que de manera individual los países tienen diversos protocolos económicos y teorías sobre el comercio internacional que ayudan a lograr caracterizar la cobertura a nivel global y regional. Es vital mencionar que en este proceso existen medidas que se encuentran inmersas que conllevan relaciones bilaterales, cooperación económica propiciada por medio de organismos económicos internacionales y la integración económica entre países mediante la eliminación o disminución de barreras arancelarias y no arancelarias. Estas medidas son buscadas por los diferentes países con la finalidad alcanzar mayores niveles de riqueza, bienestar y crecimiento.

Para Bausch y Krist (2007) efectos de este apartado es importante tener en consideración que existe poco consenso en la literatura sobre negocios internacionales, específicamente en el efecto que tiene la internacionalización en los resultados empresariales. Cabrera y García (2020) señalan que varios estudios demuestran que la internacionalización afecta positivamente a los resultados de una empresa siempre y

cuando ésta posea los costos de coordinación, un adecuado estudio de mercado y un estudio socioeconómico viable para poder dirigir la actividad empresarial de forma efectiva ya que muchas veces cuando se dirige a países muy distantes, geográfica e institucionalmente, puede afectar negativamente a los resultados previstos.

Bajo esta misma línea, Cardona & Vargas (2019) expresan que la globalización de mercados es impulsada por la liberación comercial de la economía mundial, es decir que, esto permitió abrir paso a la conquista de mercados internacionales o externos mediante procesos de integración económica como es el know-how que adquirieron algunos países, adicional se basaron en los esfuerzos y desempeños de competitividad y profundización de compromisos basados en el aprovechamiento de las ventajas comparativas que poseen los países integrantes adaptando reglas para obtener una especialización en los diferentes procesos de la producción y acuerdos comerciales.

Por otra parte, para fundamentar estos criterios descritos es necesario plantear las diferentes teorías del comercio internacional teniendo como bases su historia y factores asociados a la temática en torno a su evolución.

La principal teoría contiene principios que inician con el pensamiento mercantilista al realizar recomendaciones a los monarcas para enriquecer las naciones, mediante la acumulación de tesoros provenientes del comercio exterior, (Salvatore, 1998), uno de los actores más importantes y principales del pensamiento mercantilista estableció que si bien una nación o reino puede aumentar sus riquezas mediante tributos recaudados o mediante las adquisiciones de productos fortuitos llevado a cabo por ciertos países; pero si los países desean aumentar sus riquezas y tesoros, es el comercio exterior y en sus relaciones que se ha divisado en la presente normativa: comercializar más al mercado extranjero anualmente con referencia al consumo que se ha dado de su producto. Y es por ello que, Salvatore (1998) establece que es un material propio de

las reservas del país que no regresan al lugar de origen sino como tesoro.

Dentro de la investigación llevada a cabo por Adam Smith en torno a la naturaleza y orígenes del caudal de los diferentes países, afirmó que las naciones que poseen una tienen un aforo inconstante para crear bienes y al dominar enteramente la elaboración de aquellos productos en los que son mayormente eficaces, para finalmente intercambiarlos por otros bienes que se dan eficacia en otra nación, dichos momentos fructuosos producen ventajas absolutas en las ambas partes. (Hill, 2007). En consecuencia, es necesario que un país se especialice dentro de la elaboración de productos con beneficios absolutos para así poder mercantilizarlos en el área comercial del exterior.

Cardona & Vargas (2019) han establecido nuevas teorías que expresan que a nivel internacional éstas se ocupan de exponer el funcionamiento de los mercados tanto imperfectos como competitivos. Una de las teorías reconocidas es la de ordenación industrial misma que se basa en los apócrifos para que de esta forma sean inexistentes las barreras arancelarias, exponiendo diversos modeladores que permiten entender la variedad de los fenómenos. El problema de las barreras de entrada a determinada industria, la inversión en I+D, los rendimientos crecientes, el papel del Estado en la política industrial en mercados imperfectamente competitivos, y la diferenciación de producto en mercados de competencia monopolísticas.

2.3. MARCO CONCEPTUAL

- Internacionalización: Es un proceso, no es normalmente algo estático, un paso o cambio que se produce en un momento dado, sino que se va desarrollando a lo largo del tiempo, evolucionando por diversas fases.
- Recursos financieros: Activos que tienen algún grado de liquidez. El dinero en efectivo, los créditos, los depósitos en entidades financieras, las divisas y las tenencias

de acciones y bonos.

- **Sistematización:** Es aquella interpretación crítica de una o varias experiencias que, a partir de su ordenamiento y reconstrucción, descubre o explicita la lógica del proceso vivido, los factores que han intervenido en dicho proceso, cómo se han relacionado entre sí, y por qué lo han hecho de ese modo.

- **Exportación:** En el ámbito de la economía, exportación se define como el envío de un producto o servicio a un país extranjero con fines comerciales. Estos envíos se encuentran regulados por una serie de disposiciones legales y controles impositivos que actúan como marco contextual de las relaciones comerciales entre países.

- **Pulpa de frutas congeladas:** Es la parte comestible de las frutas o el producto obtenido de la separación de las partes comestibles carnosas de estas mediante procesos tecnológicos adecuados. Además, es el producto pastoso, no diluido, ni concentrado, ni fermentado, obtenido por la desintegración y tamizado de la fracción comestible de frutas frescas, sanas, maduras y limpias.

- **Factibilidad:** Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.

- **Productos naturales:** es un compuesto químico producido por un organismo vivo en la naturaleza. En un sentido amplio, los productos naturales incluyen cualquier sustancia producida por la vida.

- **Tendencia:** Es un patrón de comportamiento de los elementos de un entorno particular durante un período.

- **Perfil del Consumidor:** Un perfil del consumidor es el conjunto de características que, con base en el análisis de las variables de un mercado, describe al cliente meta.

- Estudio de mercado: Estudio de mercado es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado (Target (demanda) y proveedores, competencia (oferta)) ante un producto o servicio.

2.4. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

La pulpa de fruta puede ser exportada a diversos países, sin embargo, uno de los países con mayor demanda es Estados Unidos constituido como una república constitucional, democrática y representativa, El gobierno está regulado por un sistema de controles y equilibrios, definidos por la Constitución, que sirve como el documento legal supremo del país. En el sistema federalista 13 estadounidense, los ciudadanos están generalmente sujetos a tres niveles de gobierno: federal, estatal y local; los deberes del gobierno local comúnmente se dividen entre los gobiernos de los condados y municipios. En casi todos los casos, los funcionarios del poder ejecutivo y legislativo son elegidos por sufragio directo de los ciudadanos del distrito.

Todas las leyes y los procedimientos gubernamentales están sujetas a revisión judicial, y se anula cualquier ley que esté en contra de la Constitución. El sistema legal del país se basa en un sistema de tribunales federales influenciado por el derecho consuetudinario inglés y por las revisiones judiciales de varios actos legislativos. Cada estado posee su propio sistema legal con un tribunal supremo. Se puede apelar un caso desde un tribunal supremo estatal al Tribunal Supremo federal sólo si se encuentra relacionado con asuntos federales como la Constitución de Estados Unidos o leyes/tratados de Estados Unidos. Estados Unidos es uno de los países más estrictos en cuanto a requerimientos y certificaciones. Todo producto alimenticio debe tener registro sanitario, certificado HACCP (en Estados Unidos de América para productos del mar, pulpas y jugos de fruta).

Para fundamentar este punto en referencia a la investigación el SICE (1997)

(Sistema de Información sobre el Comercio Exterior) dispone los siguientes artículos:

Art. 3.- Se considera de prioridad nacional al comercio exterior y en especial al fomento de las exportaciones e inversiones.

El Estado diseñará y ejecutará sus políticas en esta materia conforme a los siguientes lineamientos:

a) Asegurar la libertad para el desenvolvimiento de las actividades de exportación e importación y para facilitar la gestión de los agentes económicos en esta materia;

b) Impulsar la internacionalización de la economía ecuatoriana para lograr un ritmo creciente y sostenido de desarrollo;

c) Aprovechar las oportunidades que brinda el comercio mundial de tecnología y servicios para beneficio de la producción exportable del País;

d) (SIC) Impulsar la modernización y la eficiencia de la producción local, para satisfacer adecuadamente la demanda interna y externa, para mejorar su competitividad internacional y satisfacer las necesidades del consumidor, tomando en consideración las exigencias del comercio mundial en lo que respecta a la preservación del medio ambiente;

e) Promover el crecimiento y diversificación de las exportaciones de bienes, servicios y tecnología;

f) Asegurar que la producción nacional compita en el ámbito internacional conforme a prácticas leales y equitativas de libertad de comercio. Para el efecto, el Gobierno Nacional adoptará acciones concretas que aseguren una efectiva defensa, en concordancia con los convenios y acuerdos internacionales de comercio de los cuales el País es signatario;

g) Impulsar el fortalecimiento y desarrollo de los mecanismos de fomento de las exportaciones e inversiones;

h) Promover mediante estímulos e incentivos la inversión directa, nacional y extranjera, los procesos de integración y los acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales que amplíen la inversión y faciliten las transacciones externas del País;

i) Prevenir y contrarrestar los efectos negativos que ocasionen a la producción nacional, la aplicación de prácticas desleales de comercio.

Art. 4.- El Estado asegurará la necesaria coherencia entre las políticas de comercio exterior y las políticas fiscal, arancelaria, monetaria, crediticia, cambiaria y de desarrollo económico - social y los correspondientes regímenes normativos.

Art. 5.- Se consagra el principio de neutralidad fiscal, para asegurar transparencia en el desenvolvimiento de las actividades de exportación, importación e inversión.

Art. 6.- Se prohíbe cualquier práctica o disposición administrativa o económica que limite la libre competencia o impida el desarrollo del comercio externo e interno y la producción de bienes y servicios, sin perjuicio de las prohibiciones o limitaciones que se impongan de manera excepcional, en virtud de la dispuesto en el literal i) del artículo 12 de esta Ley y en el artículo 63 de la Ley de Régimen Monetaria y Banco del Estado. No obstante, podrán aplicarse medidas correctivas en los casos contemplados en la normativa de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Art. 7.- El Estado dentro de las normas de la Constitución y de los acuerdos internacionales que sean suscritos y aprobados, garantizará la libre competencia en los servicios de transporte internacional de pasajeros y carga y contribuirá a su eficiencia con acciones que faciliten su desarrollo.

Art. 8.- Las exportaciones están exoneradas de todo impuesto, salvo las de hidrocarburos. Las importaciones no estarán gravadas con más impuestos que los derechos arancelarios, en caso de ser exigibles, el impuesto al valor agregado, el impuesto a los consumos especiales, los derechos compensatorios o antidumping o la

aplicación de medidas de salvaguardia que con carácter temporal se adopten para prevenir prácticas comerciales desleales en el marco de las normas de la OMC, según corresponda y las tasas por servicios efectivamente prestados.

Art. 9.- La presunción de veracidad de lo declarado en las transacciones de exportación, será la base para cualquier trámite ante los organismos y entidades del sector público.

Para la determinación del valor declarado en las exportaciones de productos ecuatorianos no sujetos a la fijación de precios mínimos referenciales FOB se observará la normativa que contempla la OMC a este respecto. El registro de las operaciones de Comercio Exterior en el Banco Central del Ecuador tendrá fines exclusivamente estadísticos. Nota: Artículo reformado por Art. 127 No. 3 de Ley No. 99, publicada en Registro Oficial 359 de 13 de Julio de 1998.

2.5 HIPÓTESIS

2.5.1 HIPÓTESIS LÓGICA

Los procesos de internacionalización inciden significativamente en los recursos financieros de la empresa EMIPULP S.A

2.5.2 HIPÓTESIS NULA

Los procesos de internacionalización no inciden insignificativamente en los recursos financieros de la empresa EMIPULP S.A

2.5.3 HIPÓTESIS ESTADÍSTICA

$$H_1 = A > B$$

$$H_0 = A \leq B$$

Donde:

A = Procesos de internacionalización

B = Recursos Financieros

H₁ = Hipótesis lógica

H₀ = Hipótesis nula

2.6 SEÑALIZACIÓN DE LAS VARIABLES**2.6.1 VARIABLE INDEPENDIENTE**

Procesos de internacionalización.

2.6.2 VARIABLE DEPENDIENTE

Recursos financieros.

2.7 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

2.7.1 VARIABLE INDEPENDIENTE

Tabla 1 Proceso de internacionalización

Conceptualización	Categoría	Indicadores	Ítems básicos técnicas o instrumentos	Ítems básicos técnicas o instrumentos
De acuerdo a Dámazo (2017) señala que la internalización involucra que la compañía tenga una adhesión vertical, debido a que iría atrayendo novedosas operaciones y ocupaciones, anteriormente al mando de intermediarios, de regreso a la administración de la compañía; más todavía cuando los mercados de los que se obtenían dichos servicios son ineficientes o no hay. La internalización de las operaciones que van más allá de las fronteras nacionales conduce a la construcción de la compañía transnacional.	Covid-19	Crisis económica Crisis sanitaria Medidas económicas y sanitarias	¿Cuáles son los indicadores de la crisis económica?	Entrevista.
	Capacitación del personal	Expectativa de crecimiento Introducción de nuevos métodos de trabajo. Personal capacitado	¿Cuáles son las expectativas del crecimiento en la empresa?	Entrevista.
	Estudio de mercado	Decisiones financieras Estructura del mercado Tamaño del mercado	¿Cuáles son las decisiones financieras que mejor se acoplan a la internacionalización?	Entrevista.
	Plan estratégico	Objetivos estratégicos Metas estratégicas Matriz de planeamiento.	¿Cuál sería el plan estratégico para la internacionalización de la empresa?	Entrevista.

Elaboración: Propia de los autores

2.7.2 VARIABLE DEPENDIENTE

Tabla 2 Recursos financieros

Conceptualización	Categoría	Indicadores	Ítems básicos técnicas o instrumentos	Ítems básicos técnicas o instrumentos
De acuerdo con Cabrera (2017) los recursos financieros se refieren a indicadores que se expresan como liquidez, solvencia, eficiencia operativa, endeudamiento, rendimiento y rentabilidad de una empresa.	Crisis socioeconómica	Crisis económica	¿Qué medida se necesita para la combatir la crisis?	Entrevista.
		Covid-19		
	Mercado internacional	Crisis social	¿Cuál será su visión hacia el mercado intencional?	Entrevista.
		Comercio internacional		
Análisis financiero		Globalización	¿Cuál es situación financiera de la empresa?	Entrevista.
		Financiamiento internacional		
		Incidencias		
Probabilidad de incidencia en las negociaciones internacionales.		Resultados Financieros	¿Cuál es la probabilidad de incidencia en las negociaciones internacionales?	Entrevista.
		Gestión financiera		
		Beneficios		
		Financiamientos		
		Negocios a Futuro		

Elaboración: Propia de los autores.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación a emplear en este trabajo será, bibliográfico y descriptivo. Con la investigación bibliográfica se caracterizará información del mercado internacional, para identificar factores que intervienen en el desarrollo del proceso de internacionalización de la empresa. Puesto que este tipo de investigación permite indagar sobre las distintas fuentes de información, para obtener datos relevantes al objeto de estudio.

Con la investigación descriptiva se podrá describir la situación actual de la empresa, con respecto al proceso de internacionalización y su incidencia en los recursos financieros, debido a que este tipo de investigación se basa en exhibir el conocimiento de la realidad tal como se presenta en una situación de espacio y de tiempo dado, se describe el fenómeno sin introducir modificaciones.

3.2. MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN

En la presente investigación se aplicó fuentes de información la cual se ha empleado en el trabajo, construyéndose por medio de la práctica y teoría, respecto a la modalidad de práctica se establecerá a través una encuesta dirigida a sus consumidores de la ciudad de Calceta, asimismo la modalidad teórica se refleja en la bibliográfica por medio del soporte teórico y marco legal del objeto de estudio.

3.3. MÉTODO Y TÉCNICAS

El método que se estableció en la investigación es deductivo debido a estrategias empleadas para deducir conclusiones lógicas a partir de una serie de hechos concretos,

de la misma forma la investigación deductiva que es la encargada de observar y analizar, la cual está asociada con el método cualitativo, asimismo se realizó la investigación analítica la cual consiste en la desmembración de los elementos de la investigación para observar cada una de sus causas y efectos en el objeto de estudio.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

Se realizará en el trabajo investigativo a través de encuestas dirigidas al gerente de la empresa Emipulp S.A, con el propósito de ejecutar preguntas referentes a los recursos financieros, estrategias, con la finalidad de mejorar los procesos y características en referencia a la encuesta elaborada.

3.4.1 TIPO DE MUESTRA

En la presente investigación no se consideró el tipo de muestra ya que se realizará una entrevista semiestructura al gerente de la empresa Emipulp S.A para conocer las estrategias con las que consta la empresa

3.5 RECURSOS

Los recursos utilizados en la investigación fueron adquiridos por medio de fuentes bibliográficas y documentales, asimismo se utilizaron fuentes primarias obtenidas por medio de la empresa y fuente secundarias a través de libros, revistas, artículos científicos, tesis de investigación, entre otros.

3.5.1. TALENTO HUMANO

Investigadores

Tutor de la investigación

Director de la empresa

Empleados de la empresa

3.5.2. MATERIALES

Materiales de oficina

Hojas A4

Bolígrafos

3.5.3. TECNOLÓGICOS

Computadoras

Copiadoras

Internet

Memoria flash

3.5.4. RECURSOS ECONÓMICOS

El costo del trabajo asciende a \$204,00 dólares americanos, los mismos que son financiados en su totalidad por las autoras de esta investigación.

3.6. FUENTES Y PROCEDIMIENTOS DE LA INFORMACIÓN

La presente investigación se realizó en base a los datos recopilados de las fuentes primarias y secundarias, la cual proporcionó información veraz al momento de describir los acontecimientos y procedimientos ejecutados por la compañía. La empresa EMIPULP otorgó información con la que se consiguió desplegar de manera concisa referente a datos no publicados en los sitios web, libros, revistas, entre otros, para ayudar al desarrollo de la investigación y comprobar si el estudio cumple con sus objetivos propuestos para la compañía.

3.7. PRESUPUESTO

Tabla 3 Presupuesto

Requerimientos	Cantidad	Valor	Costo
		unitario	subtotal
Materiales de oficina	1	17,00	17,00
Resma de papel bond	2	5,00	10,00
Juego de tinta	1	32,00	32,00
Servicios varios	5	20,00	100,00
Viaticos	3	15,00	45,00
Total		89,00	204,00

Elaboración: Propia de los autores.

CAPITULO IV

4. PROCESOS DE INTERNACIONALIZACIÓN

Según Rueda (2008) el proceso de internacionalización para una empresa se podría generalizar mediante 4 etapas, tomando en cuenta que esto depende únicamente de las condiciones e intenciones de mercado, ya que, el orden puede llegar a variar, a continuación, se detallara las etapas de comercialización.

Primera fase: Se destaca cual es la forma en la que se desarrolla la empresa para iniciar sus procesos de internacionalización, la cual esta direccionada en indagar y explorar cual es el país o destino para el producto con el objetivo de satisfacer las necesidades del mercado mediante los recursos que les brinda la compañía. Esto implica a que el producto debe ser atractivo y tener una demanda para obtener nuevos ingresos y ahí fortalecerse en el mercado en el que se está posicionando.

Segunda etapa: Está conformada con el proceso de internacionalización mediante las oportunidades de negocios, establecida por alguna condición especial en el mercado (impuestos, aranceles, etc.), pero con la dificultad de que los productos en el mercado local no logran satisfacer al usuario. Es aquí cuando la empresa comienza a rediseñar su línea de producto para poder satisfacer las necesidades de sus clientes extranjeros.

Tercera fase: En esta fase la empresa puede observar los comportamientos de la demanda, los beneficios que le puede traer y generar ingresos, esto determina la toma de decisiones de comprar o construir instalaciones propias en el país extranjero donde se esté comercializando el producto para desarrollar sus procesos de fabricación.

Cuarta fase: En esta fase en los procesos de internacionalización se pueden desarrollar nuevos cambios como el hecho de querer eliminar algunos o todos los procesos de fabricación en la matriz y desplazarse parcial o totalmente a un destino

extranjero y poder empezar con nuevas líneas de productos abasteciendo nuevos mercados.

Tabares (2012) comenta que los procesos de internacionales se comprenden en diferentes etapas la cual las empresas logren incrementar gradualmente sus actividades, compromiso, productividad y los negocios internacionales, es decir, que tienen el propósito de propagarse de forma creciente en las actividades comerciales más allá de los límites nacionales.

El presente trabajo está determinado en proporcionar información para impulsar y comercializar a nivel internacional la pulpa de fruta congelada ecuatoriana, al mercado de Estados Unidos en la ciudad de Miami, la mayoría de los productos que se exportan al país antes mencionado son frutas que cuentan con excelentes estándares de calidad, además son productos cuya demanda y rentabilidad generan grandes ingresos a los productores.

Los beneficiarios para el proceso de internacionalización del producto son principalmente los productores, agricultores manabitas y ecuatorianos que siembran diversas frutas y estas pueden ser entregadas a la empresa EMIPULP, al fomentar un trato digno y equitativo en cuanto al pago por los productos ofrecidos.

El estudio realizado por PROECUADOR (2015) determinó que los países que más proveen de pulpas de frutas congeladas a Estados Unidos son; China, México, Tailandia, Canadá, Korea, Ecuador, Costa Rica y Brasil, todos estos países abarcan el 71% de las importaciones de Estados Unidos, el comercio de pulpa de fruta en Ecuador se deriva principalmente de la pulpa de maracuyá ya que esta representa el 98.5% del total de exportaciones de pulpa de fruta y es uno de los productos agrícolas con mayor crecimiento del mundo.

Para el proceso de exportación se van a necesitar una serie de documentos que se desplegará a continuación:

- DAE: Declaración Aduanera de Exportación
- Factura Comercial Original
- Lista de Empaque
- Certificados de Origen
- B/L
- Certificado Fitosanitarios: las pulpas de frutas tropicales congeladas requieren para su ingreso a los EE UU, un certificado fitosanitario del país de origen, inspección visual en el puerto de entrada y permiso de importación de la parte del importador.
- Certificaciones HACCP

Según lo expuesto por el gerente para el proceso de internacionalización se estableció su propia línea de productos para ello, la empresa Emipulp S.A tomaron en cuenta las futas de mayor de consumo para la agilización al poder preparar el producto ya sea este en jugos, batidos, entre otros, se pensó en la pulpa de fruta ya que existen personas que no constan del tiempo suficiente para realizar el despulpado de la fruta y así disfrutar de los beneficios del mismo, por ello, el gerente selecciono todas las opciones ya que son fundamentales para la introducción de este al mercado.

4.1 EFECTO DEL COVID 19 EN LAS EMPRESAS.

4.1.1 CRISIS ECONÓMICA

La CEPAL (2020) informa que la enfermedad del coronavirus conocida también como Covid-19 generó un impacto en los países de América Latina y el Caribe al golpear y debilitar una estructura productiva y empresarial que se han originado a lo

largo del tiempo. De la misma forma señala que la mayoría de las empresas han registrado caída en sus ingresos y presentan dificultades para conservar a flote su compañía al no poder producir liquidez suficiente para cumplir con sus obligaciones salariales y financieras. Asimismo, manifiesta que el impacto ante la crisis financiera vivida actualmente será mucho mayor para las microempresas, ya que, por su peso en la estructura empresarial de la región, se traduce a cierres y pérdida de plazas de trabajo. En base a la situación de las MiPymes la CEPAL estima que más de 2,7 millones de empresas formales, con una pérdida de 8,5 millones de puestos de trabajo, sin incluir las reducciones de empleos que realicen las empresas que seguirán en funcionamiento.

Johnson *et al.*, (2020) señalan que Ecuador enfrenta un efecto externo en el 2020 a raíz de la emergencia sanitaria Covid-19, padecimiento que nace de un grupo de virus denominados coronavirus con afectación al sistema respiratorio al producir neumonías mortales en algunos pacientes, originado en la ciudad de Wuhan-China a finales del 2019 y se extendió por todos los continentes al iniciar por Asia, Europa y América, declarada como pandemia por la Organización Mundial de Salud el 11 de marzo del 2020.

Jumbo *et al.*, (2020) manifiestan que en Ecuador en el transcurso del tiempo ha pasado por varias crisis económicas que han incidido en aspectos políticos, ambientales, sociales y culturales. A través de los años el país se introdujo al comercio internacional con una escasa diversidad productiva, es decir, como una región de exportaciones de materia prima que, a lo largo del tiempo, ha atravesado varias crisis socioeconómicas y que se ha visto perjudicado los recursos tales como los ingresos petroleros y no petroleros.

En los últimos años (2018 y 2019) las exportaciones del país fluctuaron un

incremento, uno de los productos con mayor crecimiento económico fue el sector petrolero con el 30%, mientras que el sector no petrolero se incrementó en el 5%. Los principales destinos de las exportaciones no petroleras fueron la Unión Europea, seguido de Estados Unidos, Vietnam, China y Rusia. Para el año 2020 y en la actualidad el país enfrenta una nueva dificultad, la crisis del Covid-19, que redujo el intercambio de divisas comerciales en el mundo al igual que la disminución de las exportaciones petroleras.

4.1.2 CRISIS SANITARIA

La crisis del coronavirus ha golpeado a la sociedad en general, mediante la pérdida de seres queridos como el desbalance de la economía y cierres de microempresas o negocios informales. Acosta (2020) señala que la crisis sanitaria global que perdura pone en evidencia que la normalidad como se la conoce tendrá un destino trágico si no se colabora en respetar las medidas impuesta por las diferentes autoridades. La gravedad de la crisis sanitaria en Ecuador se explica por los brutales e irresponsables recortes de inversión en el ámbito de la salud pública por parte del gobierno anterior, al existir un decrecimiento de 353 millones en el 2017 a 186 millones en el 2019, una caída agarbada por la incapacidad de ejecutar un monto del presupuesto asignado repercutiendo en la falta de insumos que refleja en los hospitales frente a la emergencia sanitaria que preexiste en la actualidad.

Schulmann (2020) representante de la UNESCO señala que aún es prematuro establecer conclusiones definitivas de las consecuencias que causó la pandemia, pero aun así se pueden apreciar que existen algunas tendencias que se han esbozado y que, sin ser producto dinero de la crisis generado por la crisis, ha cobrado números significativos y mayores. Las sociedades, los sistemas de gobernanzas, las empresas y la ciudadanía ha estado atada de manos y no ha podido reaccionar de manera adecuada

ante la situación que se vive en la actualidad.

La crisis sanitaria que está azotando al mundo entero ha descifrado que los gobiernos no pueden más, hoy en día, dejar libre a una epidemia como lo es el covid 19 no está en los objetivos de ningún país, hacen y utilizan los medios necesarios para lograr prevenir el virus y preservar la vida de los seres humanos.

4.1.3 MEDIDAS ECONÓMICAS

González y Trelles (2021) manifiestan que el gobierno del Ecuador, como jurisdicción imputada dentro de sus cargos descritos en el artículo 3 numeral 5 de la Constitución, el cual relata a los deberes primordiales del Estado: “Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir” y otros, que facultan a la presidencia la posibilidad de emisión de leyes que promuevan el desarrollo se propuso la denominada “Ley de Apoyo Humanitario para combatir la crisis sanitaria derivada del Covid-19”; misma que el 19 de junio del 2020 fue aprobada con 116 votos a favor, por el pleno de la Asamblea Nacional, y se encuentra vigente desde su registro Oficial N° 229, del 22 de junio de 2020. Esta ley, cuya justificación radica en la necesidad de la reactivación de los sectores económicos del país, en recesión por la emergencia sanitaria en función de evitar contagios masivos; busca entre otros aspectos, brindar opciones que atiendan a la continuidad de los trabajadores en sus actividades laborales, así como admitir a las empresas flexibilidad en cuanto a los pagos, al garantizar así la continuidad mediante acuerdos bilaterales entre empleados y empleador.

En un informe (2017) de la Presidencia de la República de Ecuador comunicó que las medidas económicas aplicadas en el anterior gobierno para la reactivación de

producción fue la eliminación del anticipo de Impuesto a la Renta a las empresas cuyas ventas anuales no superen los 300 mil dólares, en pocas palabras, más del 82% de las industrias en Ecuador. De la misma forma, las microempresas que estén registradas no pagaran Impuestos a la Renta por sus primeros 11 mil dólares que obtienen de utilidad, logrando beneficiara más de 36 mil microempresarios y por otro lado, los micro emprendedores no pararan Impuesto a la Renta durante los dos primeros años creado su emprendimiento. Retomando el caso de las empresas que registran más de 300 mil dólares anuales, se buscará el reembolso gradual del impuesto imperceptible del anticipo al Impuesto a la Renta. El asunto inicia con 50% durante el año 2018, estableciendo que se cumpla con el compromiso de mantener o incrementar el empleo.

Además, el mandatario de la república del Ecuador del anterior gobierno manifestó que se eliminará el Impuesto a las Tierras Rurales para dinamizar al sector agrícola y a quienes retornen sus capitales productivos en los próximos 12 meses al país, se les exonerará del Impuesto a la Renta hasta por cinco años.

4.2 CAPACITACIÓN DEL PERSONAL PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA.

Tovar (2019) señala que algunas empresas están caracterizadas por no invertir en su personal al poder realizar capacitaciones en temas muy mecánicos y repetitivos entran en una etapa de baja productividad al momento de orientar sus procesos para el desarrollo de la misma , la importancia de poder invertir en programas de capacitación a sus empleados es vital para la formación del trabajador, el fin común es aumentar su capacidad de productividad y sobre todo la formación de los empleados; que al mismo tiempo generan ventajas que lleven a la empresa a escalar y posicionarse en un gran mercado.

Dentro de los programas de capacitación de personal se encuentra el desarrollo a nivel personal que atienden las necesidades del mercado que basa todo en potencializar a los trabajadores para que surjan ideas que aporten a las empresas, para poder explorar su conocimiento y formación de habilidades, el área de recursos humanos atiende a este llamado que es necesario en una etapa de desarrollo tanto como a nivel personal como para el bien común de las empresas. Posteriormente, si las empresas tienen más oportunidades de seguir creciendo, buscar su internacionalización sería el camino correcto para poder lograr objetivos como empleados profesionalmente capacitados, calidad, productividad y muchas más 3 características que puedan asegurar el éxito y reconocimiento. De esta forma su valor agregado sería mayor y las proyectaría a un mercado internacional.

Es por ello por lo que la empresa EMIPULP S.A direccionará que el personal obtenga una la capacitación adecuada para el despulpamiento, manejo de máquinas, empaque, entre otras actividades que se realiza para vender la pulpa de fruta al mercado y que este sea degustado por el consumidor final, por ello, se desarrollará capacitaciones por áreas en diferentes días, con el estimado de dos horas, con el objetivo de que la planta procesadora siga en funcionamiento con la producción de pulpas de frutas.

Se puede deducir e interpretar a través de la entrevista, dada al gerente que los trabajadores de los diferentes departamentos de la empresa Emipulp S.A constan de conocimiento para desarrollar las ventas a los diferentes usuarios a nivel nacional, pero carecen de optimismo para aprender mediante capacitaciones acerca de los procesos de internacionalización, de esta manera se emparará más del tema para generar resultados fructíferos en la venta y reconocimiento del mismo.

4.2.1 EXPECTATIVA DEL CRECIMIENTO

La empresa EMIPULP S.A pretende tener un crecimiento en Estados Unidos favorable para la pulpa de fruta, al obtener una rentabilidad establece desde el primer año y abarcar en el transcurso de los envíos del producto un ingreso superior a los anteriores, para ganar estabilidad y demanda en la ciudad de Miami mediante su la calidad, variedad y precios accesible al bolsillo del consumidor.

Según lo expuesto en la entrevista realizada al gerente de Emipulp S.A señala que la empresa se encuentra en una buena posición para lograr la internacionalización del producto, ya que, obtiene ingresos seguros por parte de otras empresas que adquieren su producto como lo es el supermercado Supermaxi, por ello, sus expectativas son positivas para lograr establecer su producto en otros países mediante el previo estudio de mercado y estudio financiero, para constatar si es factible introducir la pulpa de fruta en el país escogido.

4.2.2 NUEVOS MÉTODOS DE TRABAJO QUE SE ESTÁN APLICANDO.

La empresa ha determinado por aplicar nuevos estándares de calidad en cuanto al proceso y el control de calidad, al seguir el esquema de las normas ISO 9001 para establecer parámetros como la inspección de la fruta, peso, lavado, corte, extracción, envasado, esterilización, etiquetado, conjunto a las buenas prácticas de manufacturas por parte del personal de producción en la planta de procesamiento de alimentos.

4.3 ESTUDIO DE MERCADO

4.3.1 DECISIÓN FINANCIERA.

Se puede determinar que para el inicio del funcionamiento de la

internacionalización del producto de pulpa de frutas se requiere invertir \$57 997,87, financiado a través de préstamos bancarios, este monto de inversión se subdivide en tres rubros importantes para realizar el funcionamiento del proyecto y son: inversión de activos fijos, inversión de activos intangibles y la operatividad de un capital de trabajo.

4.3.2 ESTRUCTURA DE MERCADO

El producto de pulpa de frutas según su naturaleza se clasifica en un mercado perecedero debido a que el producto tiene un tiempo de vida prolongado, ubicado en el grupo de productos alimenticios.

En cuanto a la estructura del mercado es una competencia ardua con otras empresas, ya que, existen varios ofertantes en Estados Unidos, en la actualidad ya son varios los países que incursionan en la realización de productos de pulpa de frutas, al igual que existe una demanda alta en Estados Unidos en el área Metropolitana de Miami con un consumo creciente de productos saludables como son las frutas. La diferencia del producto EMIPULP a otros está en la calidad, precio y la aplicabilidad de un producto amigable con el medio ambiente.

El gerente de la empresa expresó que la aceptación el mercado extranjero, estudio de la ciudad donde se desea establecer el producto, buscar las necesidades a satisfacer del cliente, estudiar a la competencia directa, entre otros son relevante ante el proceso de internacionalización, debido a juegan papeles importantes para indagar cual es el mercado más factible a la introducción el producto, conjunto a la satisfacción del usuario, derivar un precio cómodo y accesible monetariamente para todo tipo de consumidor, ya que es un producto que se consume para todo tipo de edad.

4.3.3 TAMAÑO DE MERCADO.

El tamaño de mercado se concentra en el área de metropolitana de Miami, donde esta inmersos los condados de Miami-Dade, Broward y Palm Beach que consta con una población alrededor de 5,4 millones de habitantes, siendo la cuarta mayor en el Estados Unidos mientras que la ciudad de Miami según el censo 2010 cuenta con 399 457 personas en la localidad (Balmaseda, 2011). El tamaño medio del hogar es de 2,61 individuos, y el promedio de tamaño de la familia es 3,25. La distribución por edad fue el 8,8% de 18 a 24; un 30,3% de 25 a 44; el 22,1% de 45 a 64; y el 17,0% fueron de 65 años de edad o más. La media de edad existente es de 38 años. Por cada 100 mujeres existen 98,9 hombres. Por cada 100 mujeres mayores de 18 años, hay 97,3 hombres.

Los ingresos medios por hogar en Miami según Jara (2013) son 23.483\$ anuales, y por familia, 27.225\$. Los hombres tienen un ingreso medio aprox. de 24.090\$ frente a los 20.115\$ de las mujeres. La renta per cápita en la ciudad es de 15.128\$. Alrededor del 23,5% de las familias y el 28,5% de la población se encontraba bajo el umbral de la pobreza, al incluir un 38,2% de los cuales era menor de edad y el 29,3% son personas mayores de 65 años.

4.4 PLAN ESTRATÉGICO

4.4.1 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

- Diseñar estrategias que permitan el proceso de internacionalización y comercialización de la pulpa de fruta congelada de EMIPULP S.A en el mercado de Estados Unidos - Miami.
- Analizar el macroentorno y su conjunto de factores en el mercado de Estados

Unidos - Miami.

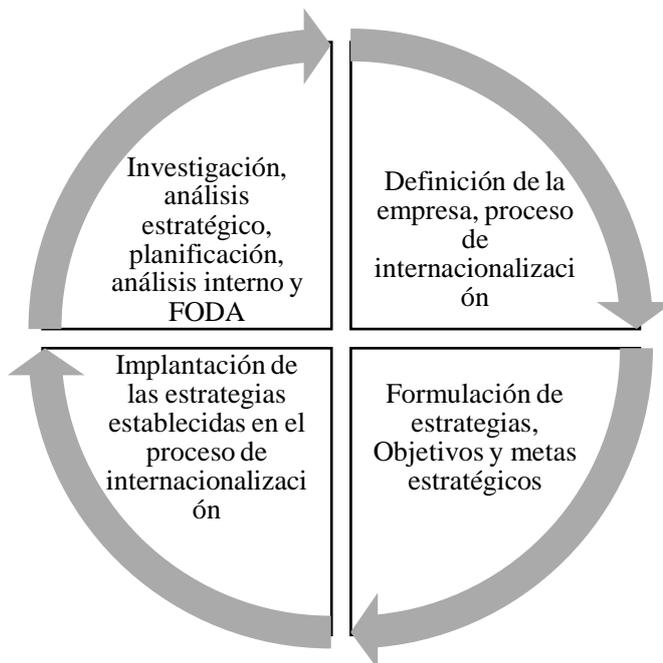
- Establecer un FODA en la empresa en dirección a la internacionalización.

4.4.2 METAS ESTRATÉGICAS

- Lograr la rentabilidad en los productos y de la empresa.
- Incrementar la capacidad productiva de la planta extractora de pulpa de frutas.
- Desarrollar una nueva línea de productos a base de pulpa de frutas.
- Ampliar la cartera de clientes y proveedores.

4.4.3 MATRIZ DEL PLANTEAMIENTO

Tabla 4 Matriz del planteamiento



Elaboración: Propia de los autores

CAPÍTULO V

5. RECURSOS FINANCIEROS

Espín (2014) comenta que los recursos financieros tienen un arduo proceso y planificación en el flujo de fondos, con el objetivo que se eviten situaciones en las que no se puedan financiar las actividades productivas de la empresa, con el propósito de asegurar que los egresos de fondos puedan ser financiados sin problemas y de esta forma evitar elevados costos de financiamiento, es importante mencionar que el control de presupuesto es primordial en este aspecto, debido a que permite tener una opción de entrada y salida del efectivo en un periodo futuro con la finalidad de establecer un periodo para realizar un control sobre el mismo.

Según la entrevista realizada al gerente de la empresa manifiesta que se encuentra en una situación estable, pero no cuenta con los instrumentos o herramientas necesarias para logra el proceso de internacionalización por lo que se debe generar préstamos en entidades bancarias mediante el proceso de préstamos de Pymes ya que la empresa consta dentro de esta agrupación, siendo factible para lograr internacionalizar el producto.

5.1 CRISIS SOCIOECONÓMICA

5.1.1 CRISIS ECONÓMICA

Rapoport y Brenta (2010) indican el término crisis referencia en una economía de mercado a la cuestión de los ciclos o fluctuaciones económicas. No son factores externos al sistema, como los desastres climáticos o las guerras, los que originan las crisis, aunque pueden coadyuvar a ellas, sino elementos endógenos al mismo. En particular, lo que caracteriza el periodo de contracción o recesión, cuya fase más aguda llamamos crisis, es la disminución general de la actividad económica, reflejada en la

baja de la producción de bienes y servicios y del empleo, acompañada por una reducción general del nivel de beneficios, precios y salarios.

Las crisis económicas mundiales expresan las tensiones del régimen de acumulación imposibles de resolver según el funcionamiento ordinario del sistema. A la gran crisis de 1929 siguió una depresión superada definitivamente al enorme costo de la II Guerra Mundial. Luego de la expansión de posguerra, la crisis de los años setenta marcó una inflexión. Desde entonces sucesivas crisis se repitieron periódicamente en las cuatro décadas siguientes, con lapsos cortos de recuperación, hasta el estallido de 2007.

Acosta y Serrano (2009) comentan que la situación económica en Ecuador ha sufrido algunos efectos de crisis, se detalla que en el Banco Central de Ecuador estimó un crecimiento para el año 2009 del 3,15% del Producto Interno Bruto (PIB). El gobierno revisó esa cifra al corregir que solo creció un 2.3%. El fondo monetario internacional (FMI) en el 2009 estimó que el país tendría una evolución negativa del -2% para el año 2010.

Vera *et al.*, (2020) indican que es evidente que cuando crisis en un país se encuentra en precipitación, las exportaciones e importaciones, el gasto público, las inversiones y el consumo privado empobrecen en consecuencia con la producción de la nación. El Producto Interno Bruto (PIB) ha entrado en un proceso de declive en el transcurso de la crisis económica, sanitaria y social que se está viviendo en el Ecuador, debido a estos factores, el PIB decayó -7,4% ubicándose en el cuarto puesto, por debajo de México, Brasil y Perú.

Ecuador ha sufrido crisis económica en el transcurso de su historia empezando desde sus gobiernos que han dejado de ahorrar e incrementaron el gasto público, producto de esto se acrecentó el déficit fiscal y la deuda pública, aquella que ha tenido

una ampliación inadmisibles. Actualmente esta deuda es de 59.250 millones de dólares, se ha incrementado en 10 mil millones en un año, rodeando ya los 60 mil millones de dólares. En el transcurso de la pandemia del año 2020, el financiamiento externo llegó a 1.800 millones de dólares; no obstante, las medidas aplicadas por parte del gobierno no han sido estratégicamente las adecuadas para erradicar la crisis económica del país.

La economía ecuatoriana se encuentra en una situación de inestabilidad, con altas tasas de desempleo, incremento en su índice de pobreza y una baja producción, que se torna preocupante. La crisis fiscal del 2019 sumando el escenario del año 2020 que incluye la baja de los precios del crudo, los efectos de casi seis meses de confinamiento, paralización parcial de buena parte de las actividades productivas y comerciales, y reducción de la demanda de productos ecuatorianos en el exterior, muestran un panorama complejo para el sector empresarial, especialmente en las microempresas.

5.1.2 COVID-19

La crisis del COVID-19 está teniendo un fuerte impacto sobre las condiciones de vida de los ciudadanos de Ecuador, según el informe de OCDE (2020) manifiesta de forma muy directa, la pérdida de vidas humanas que golpea al país, con una incidencia muy especial en provincias como Guayas, Pichincha, Manabí y Los Ríos. Además, las debilidades estructurales del sistema sanitario pueden llevar a que el impacto sea mayor.

Si bien la prioridad está centrada en limitar la pérdida de vidas humanas y en reducir el efecto negativo sobre la salud pública, esta crisis afecta también de manera significativa a otros aspectos fundamentales para el bienestar de las personas, como los ingresos, el empleo, el acceso a la educación, o el desarrollo humano y el estado emocional, elementos que también son objeto prioritario de las políticas públicas.

Según lo expuesto en la entrevista se puede interpretar que las condiciones económicas de la región donde se ubica la empresa Emipulp S.A. tiene ingresos estables por lo que está considerando internacionalizarse, pese a la emergencia sanitaria del Covid 19, el país donde se tiene la mira a introducir el producto se ha ido recuperándose y generando crecimiento económico mediante diferentes actividades, por lo tanto, es una oportunidad para la empresa de crecer económicamente como en el reconocimiento de su marca.

5.1.3 CRISIS SOCIAL

Espinosa (2012) señala que la crisis social se entiende como el deterioro de los principales indicadores sociales en cuanto a las condiciones de vida y de trabajo de sectores proporcionalmente mayoritarios en la población.

Es de dominio público que en América Latina y el Caribe las políticas sociales impactan vigorosamente sobre las circunstancias de vida de los sectores mayoritarios de la población que tienen que ver con salud, educación y empleo, algo que no se revela con la medida de las transferencias monetarias ni con la medida del ingreso. Si bien las transferencias monetarias tranquilizan de inmediato las condiciones de vida de los sectores poblacionales secularmente excluidos, habría que decir que no resultan suficientes por él aquello de “dar el pescado y/o enseñar a pescar.”

5.2 MERCADO INTERNACIONAL

5.2.1 COMERCIO INTERNACIONAL

Para lograr entender el comercio internacional es necesario establecer una definición de lo que figura, por ello, Sampa (2009) señala que *“El comercio internacional es el conjunto de transacciones comerciales realizadas entre empresas*

privadas, residentes en distintos países.” En comparación del comercio interior, donde las transacciones comerciales se efectúan dentro de un espacio económico, monetario y jurídico relativamente homogéneo, las transacciones comerciales internacionales se realizan entre operadores comerciales privados situados en diferentes ordenamientos jurídicos y con acentuadas diferencias económicas y sociales.

Huesca (2012) manifiesta que el Comercio Internacional recubre una gran importancia debido al movimiento que genera dentro de la economía local, regional y mundial; por cada transacción que se realice un sector se ve beneficiado, al generar un resultado positivo desde la producción, la comercialización, el traslado, el aseguramiento de mercancías, la nacionalización de las mismas, y un sinnúmero de actores económicos involucrados. Desde otra perspectiva, el comercio internacional, permite contar con avances tecnológicos, que de otra manera muchos países no serían capaces de generar en el corto plazo, o que incluso por su situación geográfica o económica donde no podrían producirlos. Por otra parte, para los productores de bienes, el campo de comercialización se expande, conduciendo a una competencia, donde, el consumidor final se ve beneficiado al contar con una suma de alternativas para satisfacer sus necesidades.

Por otro lado, Romero (2015) indica que la participación de los productos manufacturados en el comercio mundial ha mantenido, en general, una tendencia creciente. Para que se tenga una idea de lo anterior: si las manufacturas representaban solo el 40 % del intercambio internacional en el año 1900, su participación aumentó al 70 % en 1990 y al 75 % del total de las transacciones comerciales fronterizas en 2000, para luego retroceder al 65 % en 2011. En contraposición, la parte correspondiente a la participación de los productos agropecuarios se redujo de forma

constante: de un 57 % a principios del siglo pasado al 12 % en 1990 y al 9 % en 2011.

Según la entrevista realizada el gerente señaló que una de las oportunidades que tiene la empresa Emipulp S.A. en el comercio internacional es por medio de ferias internacionales que realiza el Ministerio de Agricultura, ganadería y Pesca pueden explotar los beneficios que trae consigo su producto, esto les permitirá a que otros países, como menciona el gerente, logren expandir la línea de producto de pulpa de fruta y a través de estas ferias se buscan diferentes asesorías para la comercialización del producto, el cual tiene que estar basado en experiencia y conocimientos de los diferentes mercados, especialmente el norteamericano.

5.2.2 GLOBALIZACIÓN

Cruz (2021) comenta que la globalización es un proceso que ha nutrido constantemente al neoliberalismo, la democracia propietaria estadounidense y la tecnología que relaciona las categorías de tiempo y espacio al servicio de un mercado universal que atenúa el libre flujo de mercancías, servicios capitales y empresas, determinando unidades y beneficios a agentes económicos privados.

Una de las aristas central de la globalización económica es la desterritorialización de las compañías y mercados nacionales, con el propósito de reemplazar las regulaciones mediante proyectos multi-locales y plurinacionales, los intereses nacionales conocidos comúnmente son diluidos en intereses transnacionales desregulados y privados.

Por otro lado, López (1997) se señala que la globalización de la economía es entendida como etapas donde la interrelación es compleja entre mercados, esto se da generalmente por medio de conducto de agentes privados y cuyo objetivo fundamental consiste en aumentar su escala de ganancias por las ventas de los productos o servicios ofertados en el mercado con la finalidad de reducir costos o de competir con otros

mercados.

La globalización obtenido un crecimiento constante y a la interdependencia de la economía mundial, la internacionalización de empresas se ha transformado en un fenómeno que ha llamado la atención para Tabares (2012), de este modo, se expresa que al final de los años 70 la expansión de las actividades comerciales y económicas a través de las fronteras nacionales refleja un progresivo aumento en el mercado mundial, al mostrar que los procesos de internacionalización ganan más importancia en la economía internacional.

Además, menciona que las empresas se ven motivadas a la expansión internacional, la globalización emprende a conectar más economías, mientras las diferencias entre naciones se mantienen. Por esto, en la esfera internacional, donde convergen empresas, consumidores, trabajadores, instituciones financieras y gobiernos, se enlazan entornos de negocios nacionales en todo el mundo, generando un conducto por el cual las fuerzas externas de un país afectan a las empresas de otra nación.

5.2.3 FINANCIAMIENTO INTERNACIONAL

Cano *et al.*, (2010) señalan que el financiamiento internacional es una actividad donde el exportador atraviesa en ocasiones un sinnúmero de necesidades y muchas veces se ven en la obligación de otorgar facilidades financieras el importador. Estas labores requieren de especial relevancia en un mercado cada vez más competitivo, en el cual la concesión de un aplazamiento de pago es atractiva para el cliente, donde él puede elegir la obtención de un contrato o no.

5.3 ANÁLISIS FINANCIERO

5.3.1 INCIDENCIAS

La empresa EMIPULP exportará por primera vez su producto, por ello, es indispensable y obligatorio contar con todos los documentos legales en cuanto al transporte y exportación, de la misma forma al ser una pequeña empresa se establece un control de inventario eficaz que facilite conocer el stock que se posee, lo que permitirá cubrir sus pedidos de manera oportuna.

El financiamiento debe estar ligado a la buena gestión en los procesos de producción y administración en la planta procesadora como en las oficinas de la empresa, por tanto, si se cumple con las obligaciones no existirá pérdida en la empresa en conjunto con los procesos de internacionalización que se pretende realizar.

El gerente en la entrevista expuesta manifiesto que, todos los departamentos son importantes y relevantes para el proceso de internacionalización ya que el trabajo se distribuye en cada uno de ellos y son indispensables, es por ello, que el gerente manifiesta que todos van de la mano, dirigido por el departamento financiero debido a que él toma la decisión de logra o no internacionalizar el producto o adquirir prestamos en entidades financieras para posteriormente lanzar el producto a mercado extranjero.

5.3.2 RESULTADOS FINANCIEROS

Nava (2009) señala que el resultado financiero es gestionado en empresas, grandes, medias y pequeñas indistintamente de la actividad comercial que realicen, estas empresas pueden ser comerciales, petroleras, industriales, turísticas, agropecuarias, entre otras, cualquiera de ellas tiene el propósito de constituir una medida de eficiencia

operativa que permita evaluar el rendimiento de una empresa.

La empresa EMIPULP no cuenta con liquidez suficiente para realizar un proceso de internacionalización de su línea de producto, es por ello que, para lograr la internacionalización del producto es necesario que una entidad bancaria otorgue un préstamo a la empresa, el valor que se requiere a invertir es de \$57.997,87, mediante una tasa de interés del 11,43%, este interés es otorgado a los préstamos productivos para las pequeñas y medias empresas, por ende, la empresa entra dentro de los estándares establecidos para la prestación crediticia, y así lograr exportar el producto a la ciudad de Miami – Estados Unidos.

El monto de inversión se dividirá en tres importantes rubos para iniciar el funcionamiento del proceso e internacionalización del producto el cual son en activos fijos otorgándole un valor \$25.100,00, el área de activos intangibles con un valor de \$7.450,00 y como último punto para comenzar la operatividad un capital de trabajo de \$25.447,85 obteniendo como suma el valor establecido anteriormente.

Una vez realizado los estudios necesarios para la exportación del producto se determina que el flujo de fondos ha podido establecer que la rentabilidad del proceso de internacionalización ha logrado como resultado una TIR de 25% con un VAN de \$81.972,10 mostrando que los valores superan la inversión inicial, cabe recalcar que para el cuarto año se ha recuperado toda la inversión expuesta y se obtendrán futuros beneficios.

5.3.3 GESTIÓN FINANCIERA

La gestión se establece como la acción y la administración de una actividad, según Fajardo y Soto (2018) la gestión es el conjunto de acciones que una persona efectúa con el fin de administrar un negocio o una empresa hacia un fin y a su vez, la gestión empresarial da lugar a las actividades que se realizan en las empresas luego del

planeamiento, convirtiendo en realidad los propósitos consignados en dichas organizaciones.

La gestión financiera es el conjunto de actividades que se realiza para que exista una buena administración en las actividades principales y en la comercialización del producto que se ofrece en el mercado, por ello, se presentará la logística que se realiza dentro de la empresa EMIPULP S.A.

Logística de entrada: Se mantiene una relación directa con los proveedores locales de la provincia, pero a diferencia de las frutas provenientes de la sierra se debe mejorar los acuerdos de transportación de la materia prima. El transporte de los insumos que provienen fuera de la provincia es contratado, mientras que la materia prima que se compra en la provincia es transportada por la empresa.

Logística de operaciones: Una vez que el producto llega a la empresa pasa por 5 etapas importantes para su transformación las cuales se han mencionado anteriormente. Las áreas están debidamente separadas para que cuando el producto entre al despulpado esté debidamente limpio y desinfectado.

Logística de salida: La empresa trabaja con dos modalidades: bajo pedido y ofreciendo el producto que tiene en stock. Cuando el pedido es realizado el producto en esta etapa se envasa y empaca para ser transportado en coolers o camiones refrigerados, en el caso de los clientes del Supermercado “Supermaxi”, el producto es entregado en el lugar convenido para posteriormente ser distribuido a las sucursales del país.

Marketing y Ventas: Al ser una microempresa, la inversión en marketing no es tan grande, se utilizan métodos de ventas door to door (puerta a puerta), y la nueva tendencia que es el internet.

Servicio: Se ofrece un servicio de entrega del producto en las puertas del cliente,

también se les da crédito a 30 y 45 días.

Recursos Humanos: EMIPULP realiza contrataciones por días, cuando existe una producción más elevada, por lo general son obreros y ya tienen práctica en las funciones.

Financieros: EMIPULP cuenta con los créditos necesarios para invertir en los proyectos que permitan ampliar su actividad comercial.

Tecnológicos: EMIPULP es una pyme que busca el crecimiento a través de la innovación, cuenta con cuatro máquinas y una cámara frigorífica.

Físicos: La empresa está en crecimiento, así como su infraestructura; actualmente sus oficinas en Portoviejo son de 6x18 metros de largo, y se están construyendo más oficinas. La Planta es de 8x24 metros, con construcciones de cámaras de refrigeración en proceso. Cuenta con un vehículo de la empresa.

5.4 PROBABILIDAD DE INCIDENCIA EN LAS NEGOCIACIONES INTERNACIONALES

5.4.1 BENEFICIOS

Se beneficiaría principalmente a los productores, agricultores manabitas y ecuatorianos de las diversas frutas que se utilizan para la elaboración los productos de EMIPULP, por medio de un comercio justo darles un trato más digno y equitativo en cuanto al pago permitiendo así, mejorar su estilo de vida.

Otro de los beneficiarios potenciales es los pobladores de Calceta al estar ubicada la fábrica en este cantón permitirá crear más plazas de trabajo a las familias en su entorno, activando la economía direccionada a mejorar la calidad de vida de las familias que ahí residen. Pero este proyecto no solo beneficia al cantón sino también al País que obtendrá un crecimiento en sus exportaciones y el desarrollo de nuevos

ingresos. Finalmente, EMIPULP S.A. quiere beneficiar a sus clientes brindándoles un producto de calidad, 100% natural y fácil de preparar, que hará que los paladares extranjeros disfruten de la variedad de frutas ecuatorianas.

5.4.2 FINANCIAMIENTO

El financiamiento es la obtención de recursos de fuentes internas o externas, caracterizado por establecerse en corto, mediano, y largo plazo, que requiere para su operacionalización eficiente de una empresa u organización pública, privada, social o mixta.

Para las empresas medias y pequeñas obtener financiamiento no esta tarea fácil, pero es necesaria para lograr incrementar la capital de trabajo, para ampliar la estructura de la empresa, renovar artículos tecnológicos, darle mantenimiento a los mismos, financiarse para sus ventas que realiza a créditos al igual que para la internacionalización de su producto.

La empresa EMIPULP S.A. cuenta con los créditos necesarios para invertir en los proyectos que permitan ampliar su actividad comercial, como el proceso de internacionalización y comprar nuevas tecnologías para la producción y abastecimiento en otras empresas del producto de pulpa de frutas.

5.4.3 NEGOCIOS A FUTURO

La empresa está incursionando en la investigación de frutas combinadas, para que el sabor de esta sea aún más agradable para el paladar del consumidor, al combinar dos de sus frutas preferidas.

Mediante los residuos obtenidos de la pulpa de fruta se puede implementar productos como son; los aceites esenciales llamados comúnmente así, estos se pueden lograr extraer de las semillas de frutas, hojas, raíces entre otros derivados de la fruta,

asimismo se puede crear abono orgánico no perjudicial para las tierras en los sembríos.

CONCLUSIONES

- Se logra concluir que la empresa Emipulp S.A esta encaminada a los procesos de internacionalización de su línea de producto en la ciudad de Miami – Estados Unidos, ya que cuenta con bases sólidas y estrategias para el buen desarrollo de la misma, mediante préstamos en entidades bancarias que dará la pauta al desarrollo del proyecto ya que es factible a realizar, debido a que la inversión se recuperara en tiempo estima de 5 años fiscales obteniendo resultados positivos en la comercialización del producto.

- Debido a la situación de emergencia sanitaria como el covid 19 los estándares de calidad para la exportación de productos han aumentado su nivel de sanitización, siendo así, de manera primordial se denota establecer estándares de higiene más exigentes en la línea de productos y tener en consideración todas las medidas de bioseguridad para evitar posibles contagios.

- En base a los datos recopilados mediante la entrevista se determina que la empresa tiene la disponibilidad de producir su producto con altos estándares de calidad y con precios competitivos, ya que cuentan con personal altamente competente en los procesos a realizar para la internacionalización, estableciendo estrategias eficientes para el reconocimiento de la marca.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA

6.1. TITULO DE LA PROPUESTA

Estrategias para la internacionalización de la empresa EMIPULP S.A.

6.2. OBJETIVOS

6.2.1. OBJETIVO GENERAL

Establecer estrategias para el proceso de internacionalización de la empresa EMIPULP S.A.

6.2.2. OBJETIVO ESPECÍFICO

- Establecer un plan de negocio para la empresa EMIPULP S.A.
- Diseñar una estrategia para la introducción del producto en mercado extranjero.

6.3. BENEFICIARIOS

Los beneficiarios directos por medio de la propuesta es la empresa “EMIPULP S.A.”, debido a que a través de las estrategias de fortalecimiento se impulsaran por el camino de la internacionalización del producto, conjunto a un mayor volumen de venta, tanto nacional como en mercado extranjero, estableciendo plazas de trabajo en las ciudades aledañas donde se encuentra la planta fabricadora.

Los beneficiarios indirectos se encuentran en las personas que están alrededor de esta actividad comercial, así como las autoras del presente trabajo y la Universidad Particular San Gregorio de Portoviejo, debido a que la presente indagación puede servir de fuente de información para futuros investigadores sin distinción de carrera u universidad, es decir, será público para personas que estén interesados en realizar la internacionalización de su producto en un mercado deseado.

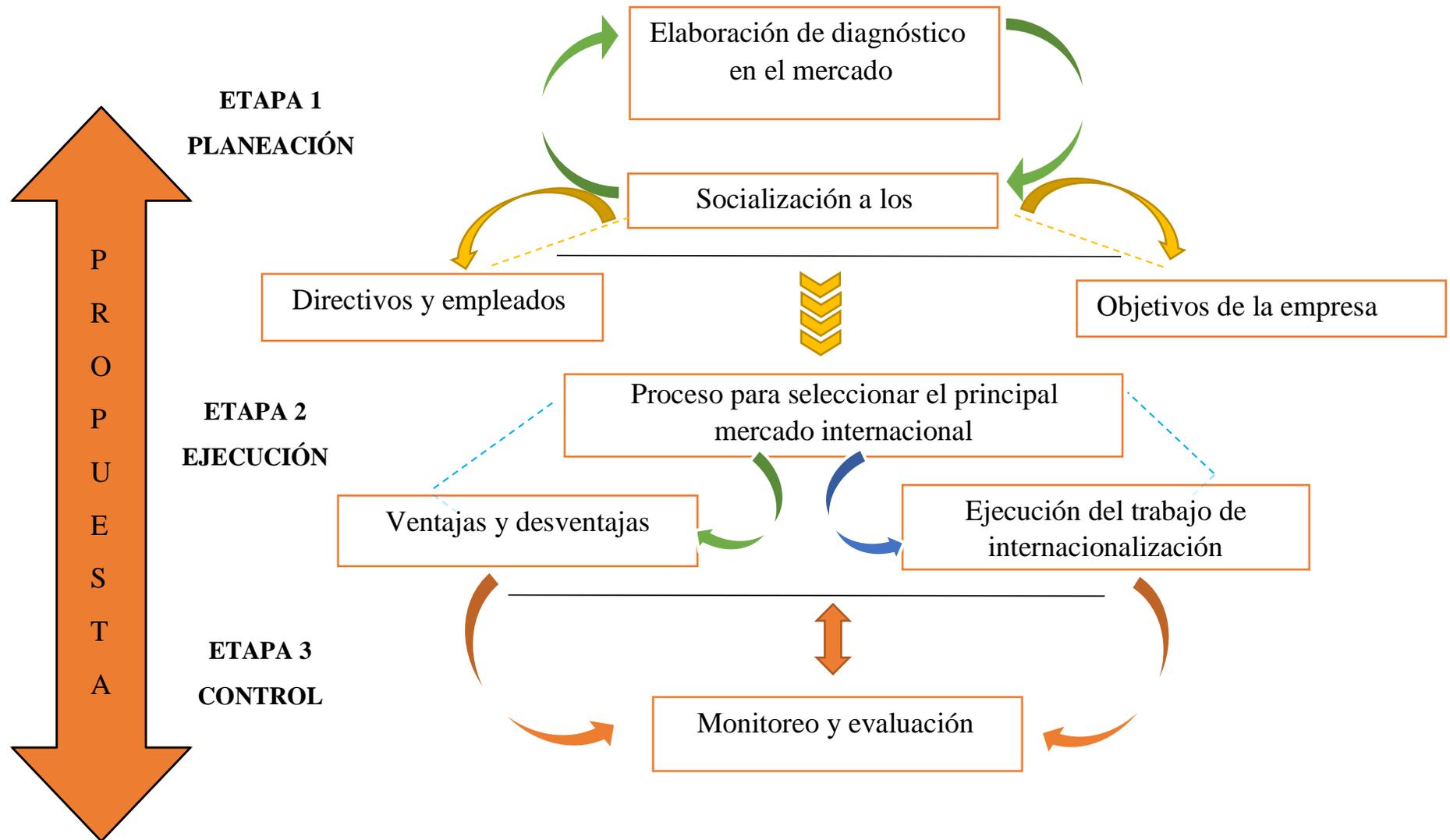
6.4 JUSTIFICACIÓN

De acuerdo en la presente propuesta, se pretende contribuir en las actividades que se desarrollan en la empresa EMIPULP S.A. mediante estrategias de fortalecimiento que permitan progresar las actividades que desean emprender como es la internacionalización mediante herramientas de negociación y estudios de mercado previos para saber en qué país poder introducir el producto y obtener futuros ingresos.

Es trascendental para la empresa lograr el funcionamiento óptimo de este proceso de internacionalización ya que esto aumentará los niveles de ventas en la empresa y la producción, logrando captar más cliente, posicionar la marca del producto, mediante la calidad y brindando los beneficios adecuados al consumir el mismo.

ESQUEMA GRÁFICO DE LA PROPUESTA

Tabla 5 Estrategias para el proceso de internacionalización



Elaboración: Propia de los autores

6.5 ELABORACIÓN DE DIAGNÓSTICO EN EL MERCADO

Toro (2016) menciona que actualmente las empresas del mundo, se encuentran en un avance de innovación acelerado, permitiendo llevar a su competencia una ventaja, es importante que las compañías que están en el mercado o que apenas se encuentren iniciando estén a la vanguardia de todos los avances que a diario está teniendo el mundo, para esto es importante el análisis del mercado. El posicionamiento, es uno de los temas más importante que debe de tener una empresa que tiene contacto directamente con los clientes, este permite dar a conocer cuáles son las percepciones que tiene el consumidor frente a la compañía, el posicionamiento permite que la empresa elija que atributos quiere que su cliente reconozca. Es importante qué antes de lanzarse al mercado la empresa tenga claro que es lo que quiere, a que segmento se quiere enfocar, cuáles son las empresas que actualmente se encuentran en ese segmento de mercado y empezar analizar la forma en que ellos llegaron a ese nicho de personas.

La competencia es un tema muy importante a evaluar, ya que se necesita conocer a que empresas se están enfrentando, según su posicionamiento y su economía. Se necesita que estos conceptos estén bien claros para poder empezar a realizar un plan estratégico que organice de una forma adecuada el manejo interno y externo de la compañía.

6.5.1 OBJETIVOS

- Establecer una planeación del diagnóstico del mercado como plan estratégico relacionado a la internacionalización.
- Diseñar un plan de negocios para el desarrollo del producto.
- Elaborar un FODA para establecer las posibles ventajas y desventajas de la

empresa Emipulp S.A.

6.5.2 ACTIVIDADES

- El diagnóstico como estrategia efectúa las siguientes actividades.
- Socialización a los directivos y empleados.
- Generar nuevos objetivos de la empresa.
- Estudiar el mercado internacional.
- Monitoreo y ejecución del diagnóstico.

6.6 SOCIALIZACIÓN DE LOS DIRECTIVOS Y EMPLEADORES

La socialización es la base primordial en una empresa, ya que permite distribuir información con las partes interesadas sobre los beneficios que pueden obtener mediante el buen manejo de los recursos necesarios que se utilicen en la producción de la mercadería, donde los ingresos económicos favorezcan al crecimiento de la empresa. Por medio del proceso de socialización se logran adquirir nuevos conocimientos que los directivos como empleados pueden desconocer para luego tomar decisiones al momento de transformar los recursos en productos.

6.6.1 OBJETIVOS

- Establecer una cultura de confianza y comunicación asertiva por parte de los directivos y empleados.
- Realizar reportes con indecencias en la jornada laboral en el sector de producción.

6.6.2 ACTIVIDADES

- Uso de herramientas de comunicación.

- Realización de seminarios referente a la comunicación asertiva.

6.7 OBJETIVOS DE LA EMPRESA

Las empresas deben establecer objetivos de largo, mediano y corto plazo, con la finalidad que estos se cumplan en el tiempo que determinen los altos directivos, ya que, toda empresa tiene la obligación de generar objetivos para que el empleador se sienta motivado y tenga una dirección acertada a donde dirigirse con su labor conjunto a la de sus compañeros, además, sirve de fortaleza en la compañía a que esta crezca tanto a nivel económico como del posicionamiento en el mercado ante la competencia directa.

6.7.1 OBJETIVOS

- Establecer nuevos objetivos de internacionalización.
- Identificar el equipo encargado de lograr los objetivos propuestos.

6.7.2 ACTIVIDADES

- Realizar un diagnóstico para determinar y seleccionar el equipo.
- Fomentar motivación para que se cumplan los objetivos.
- Impulsar a los empleados a que desarrollen conocimiento en su ámbito laboral.

6.8 PROCESO PARA SELECCIONAR EL PRINCIPAL MERCADO INTERNACIONAL

Para lograr seleccionar un país al cual introducir el producto es importante analizar que la información que se realice en el estudio de mercado sea confiable, veraz y precisa. Uno de los factores que interviene dentro de la internacionalización son los aspectos legales y culturales del país seleccionado, ya que existen tendencias fiscales

como son: los impuestos, aranceles, utilidades de impuesto, entre otros procesos, asimismo, es importante tomar en cuenta los canales de distribución que se establecerán para el arribo del producto a mercado extranjero, al igual que el estudio demográfico previo para la selección de consumidores del producto.

6.8.1 OBJETIVOS

- Determinar estrategias de comercialización.
- Establecer un plan de marketing para la salida del producto en mercado extranjero.
- Realizar un estudio previo al destino que se exportará el producto.

6.8.2 ACTIVIDADES

- Realizar un estudio sobre los consumidores de la localidad donde se establecerá el producto.
- Mantener comunicación con los posibles distribuidores del mercado.

6.9 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL MERCADO

El ser un producto que tiene competencia directa e indirecta existen posibles ventajas y desventajas, en primer lugar, las ventajas que se establecen son para la empresa, ya que será potencialmente reconocida en un país extranjero por la elaboración de su producto y la calidad del mismo, de igual forma se abrirán muchas oportunidades en este mercado, si los procesos realizados resultan de forma óptima. Las desventajas que pueden ocurrir es que no sea haya realizado de forma correcta el estudio de mercado previo a la introducción del producto hacia la internacionalización, ya que este causaría una pérdida económica alta.

6.9.1 OBJETIVOS

- Realizar un análisis interno para la aplicabilidad de la internacionalización.
- Establecer un plan de contingencia hasta posibles fracasos.

6.9.2 ACTIVIDADES

- Reuniones con directivos.
- Ejecución de un análisis interno.
- Examinar si se consta con el financiamiento necesario.

6.10 EJECUCIÓN DEL TRABAJO

El esfuerzo se lleva a cabo para establecer un proceso de internacionalización es arduo, se debe constar con las bases necesarias y estar completamente seguro del estudio previo para poder ejecutarlo, ya que si no resulta como se espera, puede ser una pérdida monetaria para la empresa, es por ello, que se requiere de información y datos específicos para la realización del mismo.

6.10.1 OBJETIVOS

- Ejecutar de forma correcta el proceso de internacionalización.
- Constar con información preliminar en el mercado extranjero.

6.10.2 ACTIVIDADES

- Realizar los pasos del proceso de internacionalización.
- Establecer actividades a los diferentes de departamentos de la empresa.

6.11 MONITOREO Y CONTROL

Son instrumentos esenciales para el alcance de los resultados de un proyecto a

realizar, de esta forma se logra medir los niveles de progreso en relación a los objetivos y metas planteadas por la empresa. El control permitirá a que la ejecución del proyecto y la compañía se encuentre en óptimas condiciones financieramente al igual que productivas generando mayores resultados en la producción.

6.11.1 OBJETIVOS

- Establecer instrumentos que permita el monitoreo y control del proceso de internacionalización.
- Determinar un equilibrio empresarial.

6.11.2 ACTIVIDADES

- Diseño de instrumentos de monitoreo y control.
- Monitoreo de los procesos de internacionalización.
- Control en los departamentos de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

Abanto, L. (agosto de 2018). Análisis financiero y su incidencia en la gestión financiera de la empresa Representaciones y Servicios Fernández E.I.R.L. provincia de Lima año 2017. *Universidad Nacional de Trujillo*.

Acosta, A. (2020). EL CORONAVIRUS EN LOS TIEMPOS DEL ECUADOR . *ANÁLISIS CAROLINA* , 1-11.

Acosta, A., & Serrano, A. (2009). Ecuador frente a la crisis económica internacional: un reto de múltiples aristas. *FLACSO*.

Balmaseda, B. (2011). MIGRACIÓN HISPANA O LATINA HACIA ESTADOS UNIDOS, FLORIDA Y MIAMI. CHILENOS EN MIAMI. *Universidad de Chile*, 32-33.

Bausch, A., & Krist, .. (2007). The effect of context-related moderators on the internationalization-performance he e□ect of context-related moderators on the internationalization-performance. *Management International Review*.

Cabrera, A., & García, M. (2020). Motivos para la internacionalización y resultados de la empresa de base tecnológica: Construyendo una agenda de apoyo institucional. *Tec Empresarial*.

Cabrera, C., Fuentes, M., & Cerezo, G. (2017). La gestión financiera aplicada a las organizaciones. *Revista científica dominio de las ciencias*.

Cadena, P., Rendón, R., Aguilar, J., Salinas, E., Cruz, F., & Sangerman, D. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales*. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*.

Cano, M., Beñoga, B., & Jaime, A. (2010). Financiacion Internacional. *Escuela de organizacion industrial*, 2-3.

Cardona, A., & Vargas, C. (2019). Proceso de internacionalización. *Revista de cooperación* .

Cardona, F., & Vargas, J. (2019). Estrategias de Internacionalización de Fruta Tropical Fresca para el Mercado Alemán. División de Ciencias Económicas y Administrativas. *Universidad Santo Tomás*, 62.

Castiblanco, F., & Bolívar, J. (2016). Plan de internacionalización de la empresa CAV ingenieros para la comercialización de celdas robóticas en costa rica. *Universidad libre, facultad de posgrado de ingeniería*.

CEPAL. (2020). Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y

reactivación. *Repositorio CEPAL*, 1-7.

Chan, T., Bustamente, S., & Ordoñez, M. (2018). Análisis de la capacidad de internacionalización de los negocios emprendedores en la ciudad de Guayaquil. *Revista Universidad y Sociedad*.

Colovic, A. (2021). Leadership and business model innovation in late internationalizing SMEs. *Long Range Planning*.

Córdova, B., & Macías, M. (2020). Estudio de pre factibilidad para comercializar los productos de la empresa “Eber Macías” de la parroquia calderón del cantón Portoviejo. *Universidad San Gregorio de Portoviejo*.

Cruz, R. (2021). *El comercio internacional y la integracion economica. Desarrollo historico y reglamentacion juridica*. Mexico: UNAM.

Dámazo, J. (2017). La Internacionalización y su relación con la Competitividad de las Agencias de Carga Internacional. *Universidad San Ignacio Loyola*.

Diez de Castro, E. (2004). *Administración de ventas*. . México. : Editorial Limusa.

Espín, A. (2014). LA GESTIÓN DE LOS RECURSOS FINANCIEROS Y EL RETORNO DE LA INVERSIÓN EN LA EMPRESA SOLINFOTECH. *Universidad Tecnica de Ambato*, 35-36.

Espinosa, E. (2012). Los ciclos, las crisis, los cambios y los escenarios de conflictos en la América Latina y el Caribe. *Universidad de Málaga* .

Fajardo, M., & Soto, C. (2018). Gestion Financiera Empresarial. *Ediciones UTMACH*, 45.

Fanjul, E. (2017). Principales barreras a la internacionalización de la empresa. *Escuela de Comercio Exterior*.

García, A., & García, M. (2020). Motivos para la internacionalización y resultados de la empresa de base tecnológica: construyendo una agenda de apoyo institucional. . *Tec. Empresarial*, 38-53.

García, I. (2017). La definición de internacionalización. *Economía simple*.

González, C., & Treles, D. (2021). Análisis de la “Ley Orgánica de Apoyo Humanitario para combatir la crisis sanitaria derivada del Covid-19” y su posible vulneración a los derechos laborales. *FIPCAEC*, 137-156.

Hill, C. (2007). Negocios internacionales: competencia en el mercado global. *McGraw Hill*.

Huesca, C. (2012). Comercio Internacional. *RED TERCER MILENIO S.C*, 15.

INEC. (2015). Poblacion en Calceta. *INEC*.

Jara, A. (2013). DETERMINACIÓN DEL CONSUMO APARENTE PARA LAS HAMBURGUESAS DE CARNE DE CAMARÓN PARA LA EXPORTACIÓN A LA CIUDAD DE MIAMI – FLORIDA (USA) EN EL 2013. *Universidad Internacional SEK*, 43-45.

Johnson, M., Saleti, L., & Tumas, L. (2020). Emociones, preocupaciones y reflexiones frente a la pandemia del COVID-19 en Argentina. *Ciencia e Saude Coletiva*, 2447-2456.

Jumbo, D., Campuzano, J., Vega, F., & Luna, A. (2020). Crisis económicas y covid-19 en Ecuador: impacto en las exportaciones. *Revista Universidad y Sociedad*, 13.

Lara, E. (2020). La expansión internacional de las empresas españolas: ¿Cómo afecta la propiedad y la gestión familiar? *Espacios*.

Linstrand, A., & Hanell, S. (2017). International and market-specific social capital effects on international opportunity exploitation in the internationalization process. *Journal of World Business*, 653-663.

López, V. (1997). Globalización y regionalismo desigual . 13.

Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca . (05 de 02 de 2020). <https://www.agricultura.gob.ec/ecuador-presenta-su-patrimonio-agricola-en-la-inauguracion-de-la-feria-fruit-logistica-2020-en-berlin/>.

Mosteiro, M., & Porto, A. (2017). La investigación en educación. Notas teórico-metodológicas de pesquisas em educação: concepções e trajetórias. Ilhéus.

Nava, M. (2009). Analisis financiero: una herramienta clave para una gestion financiera eficiente. *Revista Venezolana de Gerencia*, 48.

Navarrete, F. (2016). Estudios Internacionales. *Universidad de Chile*.

OCDE. (2020). IMPACTO SOCIAL DEL COVID-19 EN ECUADOR: DESAFÍOS Y RESPUESTAS. *Centro de Desarrollo de la OCDE*. , 4.

Poblete, C., & Amorós, J. (2013). Determinantes en la Estrategia de Internacionalización para las Pymes: el Caso de Chile. *Journal of technology management & innovation*.

Polo. (2018). Las exportaciones del camarón se incrementan . *Polo del conocimiento* .

Presidencia de la Republica de Ecuador. (2017). *Medidas económicas apuntan a reactivar la producción y fortalecer la dolarización sin paquetazos*. Quito.

PROECUADOR. (2015). <https://docplayer.es/42435065-Pro-ecuador-pulpa-de->

frutas-en-estados-unidos-parte-uno-informacion-del-mercado.html.

Rapoport, M., & Brenta, N. (2010). La crisis económica mundial: ¿El desenlace de cuarenta años de inestabilidad? *Problemas del desarrollo*.

Rodríguez, A., & Martínez, C. (2020). Sinergias del productor para la exportación de camarón como una estrategia de desarrollo rural en Manabí, Ecuador. *Polo del conocimiento*.

Romero, A. (2015). El comercio internacional actual y la inserción externa de países en desarrollo: desafíos para la economía cubana. *Economía y Desarrollo*, 190-207.

Rosales, O. (2019). El conflicto US-China: nueva fase de la globalización. *Estudios internacionales (Santiago)*.

Rueda. (2008). LOS PROCESOS DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA EMPRESA: CAUSAS Y ESTRATEGIAS QUE LO PROMUEVEN. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 51-57.

Salvatore, D. (1998). Economía Internacional. *Prentice Hall*.

Sampa, G. (2009). El arbitraje internacional. Cuestiones de actualidad. *JM Bosh Editor*, 24.

Sánchez, V. (2018). Análisis de los factores que influyen en la Internacionalización de las pymes que utilizan la herramienta exporta fácil caso, YANAPI S.A. *Universidad Católica del Ecuador*.

Schulmann, E. (2020). Revelaciones de la crisis sanitaria. *UNESCO*.

Sharpe, A. P. (2019). Sociologías, Porto Alegre. *Política exterior y procesos de internacionalización del sistema científico y universitario. Argentina y Brasil* .

SICE. (1997). Ley de comercio exterior e inversiones .

Spencer, E. (2018). Síntesis de teorías sobre la internacionalización de empresas, estudio en base a empresas de países desarrollados y emergentes. *Universidad de Chile*.

Tabares, S. (2012). Revisión analítica de los procesos de Internacionalización de las PYMES. *Pensamiento & Gestión*.

Toro, F. (2016). DIAGNÓSTICO Y PLAN DE ESTRATEGIAS A IMPLEMENTAR EN EL ÁREA DE MERCADEO PARA LA EMPRESA JLA MUZIK EN EL 2014. *UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE*.

Tovar, V. (2019). CAPACITACION DEL PERSONAL COMO FACTOR DE INTERNACIONALIZACION DE LAS EMPRESAS FABRICANTES DE

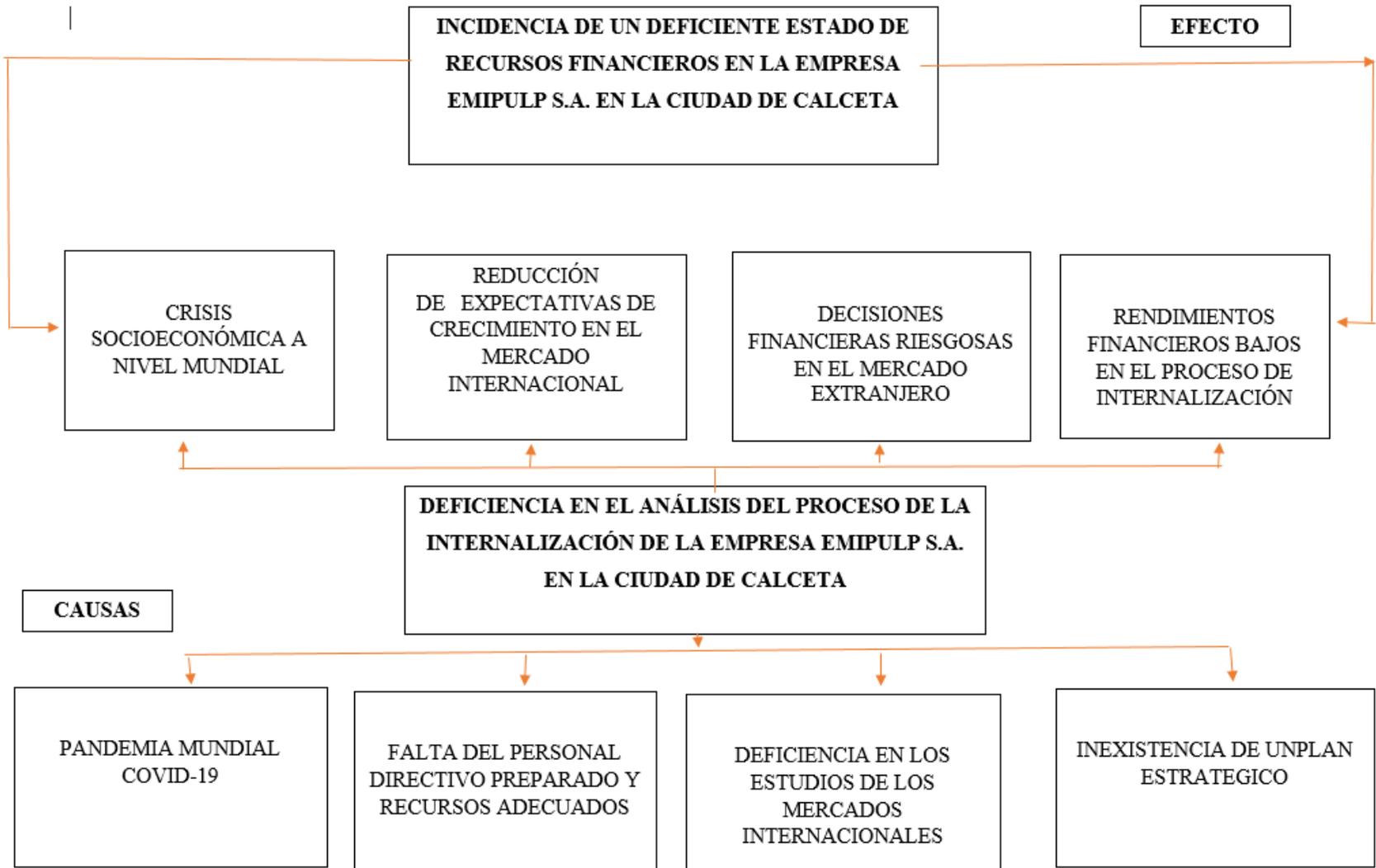
BOCADILLO EN LA REGION DE BARBOSA. *Universidad Santo Tomás*, 1-5.

Vera, J., Vera, A., & Parrales, M. (2020). CRISIS ECONÓMICA DEL ECUADOR: UNA MIRADA AL SECTOR MICROEMPRESARIAL POST COVID-19. *Revista Científica Multidisciplinaria*, 1-14.

Villa, O. (2019). Factores que impulsan la internacionalización en las pymes industriales del Eje Cafetero colombiano: estudio de caso. . *Entramado*.

APÉNDICE

APENDICE 1



APENDICE 2

ENTREVISTA A LA EMPRESA EMIPULP S.A

¿Cuáles son las expectativas que tiene la empresa Emipulp S.A para el crecimiento en el mercado internacional?

¿Cuáles son las estrategias comerciales de la empresa Emipulp S.A para la internacionalización de la pulpa de fruta?

¿Considera que la emergencia sanitaria del covid 19 es un interviniente para el crecimiento económico internacional de la empresa?

¿Considera usted que su equipo de trabajo está totalmente capacitado para realizar ventas internacionales y poder exportar el producto?

¿Para realizar el lanzamiento de su línea de producto cuales fueron aristas que tomo en cuenta?

Beneficios de la fruta

Facilidad al momento de preparar el producto

Fácil entrada al mercado

Frutas de mayor consumo

Otros

¿Para el proceso de internacionalización de su producto cuales son los departamentos que se tomarán en cuenta?

Departamento financiero

Gerencia

Departamento Marketing

Departamento de Talento humano

Operadores

¿La empresa Emipulp S.A cuenta con los suficientes recursos financieros para lograr internacionalizar su producto?

¿Cuáles son los factores a considerar ante la internacionalización de la pulpa de fruta?

Aceptación el mercado extranjero

Estudio de la ciudad donde se desea establecer el producto

Buscar las necesidades a satisfacer del cliente

Estudiar a la competencia directa

Otros

ENTREVISTA REALIZADA

En el siguiente apartado se conocerá cuáles son las estrategias, funciones, procesos, que implementa la empresa Emipulp S.A en cuanto a al proceso de internacionalización, la entrevista semi estructurada será basada las respuestas expuestas por el gerente.

Pregunta1: ¿Cuáles son las expectativas que tiene la empresa Emipulp SA para el crecimiento en el mercado internacional?

La empresa cuenta con clientes frecuentes a nivel nacional, por lo tanto, son ingresos establecidos y seguros con los que se cuenta, las expectativas para el crecimiento en el mercado internacional son positivas debido a que previamente a internacionalizar el producto de debe realizar un estudio de mercado, estudio financiero y auditoría en los precios del producto, ya que este llevaría mayor costo por los diferentes pagos arancelarios, transporte, entre otros.

Según lo expuesto por el gerente de Emipulp S.A señala que la empresa se encuentra en una buena posición para lograr la internacionalización del producto, ya que, obtiene ingresos seguros por parte de otras empresas que adquieren su producto

como lo es el supermercado Supermaxi, por ello, sus expectativas son positivas para lograr establecer su producto en otros países mediante el previo estudio de mercado y estudio financiero, para constatar si es factible introducir la pulpa de fruta en el país escogido.

Pregunta 2: ¿Cuáles son las estrategias comerciales de la empresa Emipulp S.A para la internacionalización de la pulpa de fruta?

Se lo lograría por medio de ferias internacionales y eventos relacionados con la industria de alimentos, bebidas y productos congelados que se realizan en diferentes países como España, Alemania, USA y Holanda, de esta forma se podrá dar un gran impulso a la marca.

Una de las oportunidades que tiene la empresa Emipulp S.A. es por medio de ferias internacionales que realiza el Ministerio de Agricultura, ganadería y Pesca pueden explotar los beneficios que trae consigo su producto, esto les permitirá a que otros países, como menciona el gerente, logren expandir la línea de producto de pulpa de fruta y a través de estas ferias se buscar diferentes asesorías para la comercialización del producto, el cual tiene que estar basado en experiencia y conocimientos de los diferentes mercados, especialmente el norteamericano.

Pregunta 3: ¿Considera que la emergencia sanitaria del covid 19 es un interviniente para el crecimiento económico internacional de la empresa?

Actualmente existe un periodo de crisis en la mayoría de los países causado por la pandemia Covid-19, a pesar de todo aquellos algunos países entre ellos Estados Unidos parecen estar recuperándose, esto puede ser traducido en oportunidad para el crecimiento económico de la empresa.

Según lo expuesto se puede interpretar que las condiciones económicas de la región donde se ubica la empresa Emipulp S.A. tiene ingresos estables por lo que está

considerando internacionalizarse, pese a la emergencia sanitaria del Covid 19, el país donde se tiene la mira a introducir el producto se ha ido recuperándose y generando crecimiento económico mediante diferentes actividades, por lo tanto, es una oportunidad para la empresa de crecer económicamente como en el reconocimiento de su marca.

Pregunta 4: ¿Considera usted que su equipo de trabajo está totalmente capacitado para realizar ventas internacionales y poder exportar el producto?

El equipo de la empresa consta de conocimiento en cada una de sus áreas para realizar las ventas y distribución a los consumidores de la línea del producto, para la internacionalización se puede considerar establecer capacitaciones para realizar un mejor desarrollo de capacidades en cuanto a esos procesos.

Se puede deducir e interpretar a través de la respuesta expuesta por el gerente que los trabajadores de los diferentes departamentos de la empresa Emipulp S.A constan de conocimiento para desarrollar las ventas a los diferentes usuarios a nivel nacional, pero carecen de optimismo para aprender mediante capacitaciones acerca de los procesos de internacionalización, de esta manera se emparará más del tema para generar resultados fructíferos en la venta y reconocimiento del mismo.

Pregunta 5: ¿Para realizar el lanzamiento de su línea de producto cuales fueron aristas que tomo en cuenta?

Beneficios de la fruta

Facilidad al momento de preparar el producto

Fácil entrada al mercado

Frutas de mayor consumo

Otros

Se establece que la empresa Emipulp S.A para el lanzamiento de su línea de

producto tomaron en cuenta las futas de mayor de consumo para la agilización al poder preparar el producto ya sea este en jugos, batidos, entre otros, se pensó en la pulpa de fruta ya que existen personas que no constan del tiempo suficiente para realizar el despulpado de la fruta y así disfrutar de los beneficios del mismo, por ello, el gerente selecciono todas las opciones ya que son fundamentales para la introducción de este al mercado.

Pregunta 6: ¿Para el proceso de internacionalización de su producto cuales son los departamentos que se tomarán en cuenta?

Departamento financiero

Gerencia

Departamento Marketing

Departamento de Talento humano

Operadores

Todos los departamentos son importantes y relevantes para el proceso de internacionalización ya que el trabajo se distribuye en cada uno de ellos y son indispensables, es por ello, que el gerente manifiesta que todos van de la mano, dirigido por el departamento financiero debido a que él toma la decisión de logra o no internacionalizar el producto o adquirir prestamos en entidades financieras para posteriormente lazar el producto a mercado extranjero.

Pregunta 7: ¿La empresa Emipulp S.A cuenta con los suficientes recursos financieros para lograr internacionalizar su producto?

La empresa se cuenta un punto establece, pero no cuenta con los recursos financieros óptimos para la generación de un proceso de internacionalización, para realizarlo se debe generar un préstamo a una entidad bancario para lograr desarrollarlo.

Según lo desarrollado anteriormente la empresa se encuentra en una situación estable, pero no cuenta con los instrumentos o herramientas necesarias para lograr el proceso de internacionalización por lo que se debe generar préstamos en entidades bancarias mediante el proceso de préstamos de Pymes ya que la empresa consta dentro de esta agrupación, siendo factible para lograr internacionalizar el producto.

Pregunta 8: ¿Cuáles son los factores a considerar ante la internacionalización de la pulpa de fruta?

Aceptación el mercado extranjero

Estudio de la ciudad donde se desea establecer el producto

Buscar las necesidades a satisfacer del cliente

Estudiar a la competencia directa

Otros

Como se logra observar todos los factores son relevante ante el proceso de internacionalización, debido a juegan papeles importantes para indagar cual es el mercado más factible a la introducción el producto, conjunto a la satisfacción del usuario, derivar un precio cómodo y accesible monetariamente para todo tipo de consumidor, ya que es un producto que se consume para todo tipo de edad.