

ARTÍCULO

Caracterización de pequeñas y medianas empresas exportadoras. Un estudio exploratorio para el caso ecuatoriano

Characterization of small and medium-sized exporters. Exploratory study for the Ecuadorian case

Recepción: 06/04/2016

Aceptación: 12/05/2016

Publicación: 18/06/2016

Resumen

El propósito de esta investigación es determinar la incidencia de la caracterización de las pequeñas y medianas empresas exportadoras ubicadas en la provincia del Guayas en Ecuador, mediante un análisis del estado actual.

Se empleó el método Mixto al combinar el análisis de contenidos de documentos provenientes de fuentes oficiales y el tratamiento estadístico con data dura y otra proveniente de un cuestionario. La muestra fue tomada en base un muestreo probabilístico en tres etapas distintas de muestreo para cubrir el tamaño de la muestra requerida.

Se logró determinar la situación actual de las pequeñas y medianas empresas exportadoras a través del cálculo de una aproximación al Índice de Desempeño Exportador y el resultado fue un desempeño regular para las empresas estudiadas. Se obtuvo un estudio de situación actual para la provincia del Guayas como primera medida para una posterior investigación a nivel nacional.

Palabras clave: pequeña y mediana empresa, caracterización, desempeño, exportación.

Abstract

The primary purpose of this study is to determine the incidence of the characterization of small and medium sized exporting companies located in the province of Guayas in Ecuador. This work was developed through an analysis of the current situation.

A mixed method was applied; consequently, data for this study was obtained from the combination of content analysis of official sources and statistical treatment both from hard data from a survey. The sample was selected from a probability sampling in three different stages to cover the required size. Hence, the current situation of small and medium-sized exporters was determined by the calculation of the export performance index.

The result suggests that the companies studied in this investigation have an average performance. Therefore, an approximation to the Trade Performance Index was developed to the sample studied in this investigation.

Key words: small and médium-sized enterprise, characterization, performance, export.

Introducción

Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) se enfrentan a los mismos desafíos que las empresas grandes. Esto es, acceso a fuentes de financiamiento, conocimiento, tecnología y a



Econ. David Coello Cazar, Mgs.

Economista, UCSG

Es economista con grado de magister en administración de empresas y actualmente doctorando de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Se desempeña como profesor a tiempo completo de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

E-mail: david.coello@cu.ucsg.edu.ec

mercados externos. Sin embargo, las primeras tienen más barreras para acceder a los cuatro factores antes mencionados.

Las pymes son –por su contribución a la generación de empleo– actores importantes en el desarrollo productivo de América Latina (CEPAL, 2010) y en esta investigación se busca determinar las características de este segmento del sector privado que demanda de constante información y recursos para sostenerse en el tiempo.

Se pretende: a) entender cómo es una PYME exportadora para caracterizarla y clasificarla según su sostenibilidad, b) estudiar el éxito o fracaso al momento de la internacionalización, c) identificar sus razones de éxito y/o fracaso en la sostenibilidad de las exportaciones y d) deducir el proceso de soporte que brinda el gobierno a través de sus diferentes entidades pública a favor de las pymes exportadoras.

Desde el punto de vista de la academia, se busca determinar ciertas recomendaciones que podrían ser aplicadas tanto por el sector privado sujeto de estudio, como por el estado ecuatoriano para que las políticas y acciones tengan un efecto mucho más contundente al momento de brindar el apoyo a las pymes exportadoras para lograr su internacionalización sostenida y diversificada.

La postura del gobierno ecuatoriano por otra parte pretende fomentar la producción y las exportaciones de las pymes ecuatorianas. Por tal motivo, entre otras acciones, creó el Instituto de Promoción de las Exportaciones e Inversiones Ecuatorianas (PROECUADOR) en diciembre 2010 y el Ministerio de Comercio Exterior mediante decreto No. 25 el 12 de junio de 2013.

Uno de los objetivos del gobierno es lograr la triple diversificación. Esto es: (a) diversificación de productos, (b) diversificación de empresas y (c) diversificación de destinos de las exportaciones ecuatorianas. Todo esto con el fin de evitar la concentración en los lugares de destino, concretar el ingreso de nuevos actores a las exportaciones, principalmente de Pymes y finalmente aumentar la oferta exportable del país, en concordancia con el cambio de matriz productiva que el gobierno plantea en su plan Nacional Para el Buen Vivir en sus objetivos 8 y 9 (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013).

Las empresas, como actoras principales, se enfrentan diariamente al desafío de maximizar sus beneficios. Para aquellas empresas que exportan, dicha maximización depende, entre otras cosas, de la sostenibilidad en el tiempo de su actividad exportadora.

Se debe comprender la presente investigación como un análisis de la situación actual explique la realidad de las Pymes exportadoras en la provincia del Guayas. Se conoce que la mayor parte de la producción de las PYMES es para consumo

interno (CEPAL, 2010) y se cree que esto ocurre debido a las restricciones de acceso a conocimiento, capital y tecnología que sí tiene el sector corporativo (grandes empresas).

Se espera que la investigación contribuya a llenar un vacío de información para luego generar información comparable con otras ciudades del país. En los diferentes trabajos realizados al respecto de las pymes se nota la falta de datos, la inconsistencia de los mismos y la dificultad de comparar dichos datos entre países (CEPAL, 2009).

Marco Teórico

Quizás el fundamento teórico más antiguo sea el propuesto por Adam Smith (1776) que postuló que las ganancias del comercio exterior guardaban relación con la especialización del trabajo, el acceso a mercados más grandes y la correcta asignación y utilización de recursos. Si bien desde aquel se han desarrollado varias teorías, se puede afirmar que los tres aspectos siguen teniendo vigencia hasta la actualidad. Es de esperar incluso que ciertas empresas que logran exportar por primera vez, luego de un cierto periodo de tiempo no pueden sostenerse en el tiempo y terminan por desistir de las actividades de comercio exterior (Álvarez, 2004). Esto quiere decir que la orientación hacia el mercado como estrategia juega un rol fundamental para las empresas. En este sentido Alpkan, Yilmaz, & Kaya (2007) encontraron una relación positiva entre la orientación hacia el mercado y el desempeño de las empresas.

Spillan, Li, Totten, & Antúnez de Mayolo (2009) reforzaron lo dicho por Alpkan et al. (2007) ya que reconocieron que la literatura sugiere que las empresas orientadas al mercado con mayor frecuencia utilizan la construcción de relaciones a largo plazo con sus clientes, mientras que las que no más bien empujaron estrategias de supervivencia. Sobre esta postura, se espera en esta investigación contrastar en con la realidad ecuatoriana la orientación hacia el mercado de las empresas a través de la determinación de los mercados a los que atiende actualmente la PYME exportadora.

Hasta la actualidad, los estudios de PYMES ecuatorianas son insuficientes. La Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) tiene algunas publicaciones al respecto (ALADI, 2012; Barrera, 2001) que se analizan a continuación.

Por ejemplo, en septiembre del 2001 se presenta información de Ecuador en un seminario-taller realizado en Uruguay los días 13 y 14. Es una ponencia realizada por Marco Barrera de la Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha (CAPEIPI) con el nombre de “Situación y Desempeño de las PYMES de Ecuador en el mercado internacional”. Se afirmó que el 77 % de las pymes se encuentran concentradas en dos ciudades que son Quito y Guayaquil. Asimismo, se resume la situación de las PYMES en que tienen bajo acceso a procesos tecnológico, dificultad en el acceso a crédito, mano de obra no calificada

entre otros puntos (Barrera, 2001). Se puede destacar también en dicho documento que el interés de fortalecer las PYMES es que: son una fuente permanente de empleo, exigen menores costos de inversión, pueden acceder a nichos específicos de mercado y puede abastecer a la gran empresa a manera de subcontratación.

El documento de soporte que más se acerca a lo que se pretende en la presente investigación es donde se afirma que en Ecuador, el 36 % de las empresas registradas en la Superintendencia de Compañías son PYMES. Se utiliza la definición de PYME de la Comunidad Andina de Naciones (CAN) que la cataloga como una empresa con empleados que van desde diez hasta 99, ventas desde cien mil hasta menos de cinco millones de dólares y activos desde cien mil hasta menos de cuatro millones de dólares (ALADI, 2012). Información más reciente se encuentra de las pymes menciona la intención de orientarse hacia mercados externos:

Yendo al espacio específico de la tendencia hacia la internacionalización de los productos generados por las PyME ecuatoriana, según el Censo Nacional Económico, se puede observar que el 2,2 % y 5,1 % de las pequeñas y medianas empresas, respectivamente, señalan buscar mercados de otros países a la hora de comercializar los bienes y/o servicios que son generados en territorio ecuatoriano (...). (Araque & Argüello, 2015, p. 3)

En cuanto a la información disponible en Sudamérica, se ha caracterizado a las PYMES exportadoras uruguayas y se han encontrado que existe una correlación positiva entre tamaño de la empresa y el éxito en el desempeño en sus exportaciones (Uruguay XXI, 2012). En este trabajo se clasifico a las empresas de la base de datos general y se separó a las que exportan regularmente de las que no para filtrar a las pequeñas y medianas empresas del total. Lucio Fernández, Mínguez Fuentes, & Álvarez Álvarez (2007) afirmaron que en una economía con moneda única y una constante internalización, es cada vez más importante conocer los fundamentos microeconómicos de las relaciones comerciales con el resto del mundo. Es decir, que se convierte en un pre-requisito conocer el comportamiento individual de la empresa como tal en su relación y adaptación con el medio externo.

Por otra parte, se debe tener en cuenta que el trabajo que se pretende realizar para la provincia del Guayas, no implica que todas las pequeñas y medianas empresas estén listas para la internalización. Sólo las empresas que tienen los recursos y capacidades que le proporcionen una ventaja competitiva sobre los demás países podrán exportar e ingresar en el mundo de las empresas exportadoras (Fernández & Nieto, 2002).

Para la década de los noventa la CEPAL estudiaba casos de fortalecimiento de pequeñas y medianas empresas. Como afirmaron Yoguel & Boscherini (1996), las pequeñas y medianas empresas hacen sus ajustes tecnológicos de manera

informal y que existe una correlación positiva entre el tamaño de las firmas y su nivel de innovación. Esto es, que las empresas de menor tamaño se ajustan de una forma más lenta que las demás, o no se ajustan. Lo que se pretende en el presente proyecto es determinar aquellos requerimientos que debe tener la PYME ecuatoriana para consolidarse como una exportadora que se mantenga de forma competitiva en el tiempo.

Como semejanza al caso ecuatoriano, las empresas chilenas han crecido sostenidamente en la última década. Sin embargo, las exportaciones siguen concentradas en pocos productos y mercados (Álvarez, 2004). A pesar de que el propósito de la presente investigación no es diversificar la oferta exportable, la caracterización de la empresa exportadora puede contribuir a incrementar las exportaciones tanto tradicionales como no tradicionales a los mismos mercados e incluso a mercados nuevos.

Uno de los problemas que enfrenta la pequeña y mediana empresa es la irregularidad en las exportaciones, puesto que en ciertos periodos se manejan grandes volúmenes y en otros no. Bueno & Fadinger (2012) mostraron estadísticamente que en el campo del comercio exterior, se presenta mucha volatilidad año a años dentro de una misma empresa en su comportamiento con el mercado externo. Este es quizás uno de los trabajos sustentados con bases más firmes, al emplear la econometría para analizar el comportamiento de las exportaciones en una serie anual. Se cita en esta publicación otros documentos de orden más descriptivos como los realizados por Eaton, Eslava, Kugler, & Tybout (2008) acerca de las exportaciones colombianas hacia el resto del mundo.

Se ha tomado el segmento de pequeñas y medianas empresas por cuanto son dos grupos que guardan algunas similitudes y diferencias. En cuanto a las diferencias entre PYMES, se pretende probar dos hipótesis para establecer si existe divergencia de criterios entre ambos segmentos estudiados. Otros trabajos han abordado el tema de similitudes y diferencias entre pequeñas y medias empresas. Por ejemplo, se ha probado que existen diferencias significativas entre pequeña y mediana empresa en términos de intención emprendedora, la orientación hacia el aprendizaje y las competencias hacia las Tecnologías de Información (Pett & Wolff, 2012) pero no se ha testeado si existen diferencias entre segmentos en cuanto a la percepción de sus dueños y el entorno en el que se desenvuelven.

Con respecto a la primera hipótesis, se quiere probar que tanto empresas pequeñas como medianas tienen estadísticamente el mismo criterio en cuanto a los esfuerzos que el estado ha hecho para que las PYMES puedan exportar.

Hipótesis 1 (H1): No existen diferencias en la percepción acerca del estado y sus esfuerzos en cuanto al tamaño de la empresa ya sea pequeña o mediana.

Con respecto a la segunda, quiere decir que se está probando la hipótesis de que todos los criterios para que una PYME pueda exportar son igual de importante para las empresas encuestadas.

Hipótesis 2 (H2): No existen diferencias entre criterios para que una PYME pueda exportar.

Método

Población, Muestra y Muestreo

La población para la presente investigación la conformaron las pequeñas y medianas empresas exportadoras ubicadas en la provincia del Guayas. Para obtener el número de empresas, se trabajó con 4 bases de datos provenientes todas de fuentes oficiales como: Aduana del Ecuador (SENAE), Instituto de Promoción de las Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR), Superintendencia de Compañías y Servicio de Acreditación Ecuatoriano (SAE) y se determinó que en la provincia del Guayas existe un total de 234 pequeñas y medianas empresas exportadoras que se encuentran en calidad de activas.

Se calculó el tamaño de muestra con población finita según (Bernal, 2010). El tamaño de la muestra calculado fue de 146 para un nivel de confianza del 95 %. Luego del muestreo (siguiente apartado) se obtuvieron 136 encuestas, de las cuales 121 fueron válidas. Esto representa casi el 83 % de la muestra total esperada y equivale a trabajar con un error esperado del 6,24 % manteniendo el mismo nivel de confiabilidad.

Se empleó un muestro aleatorio probabilístico (Lind, Marchal, & Wathen, 2008) en tres fases para garantizar la aleatoriedad en la muestra y evitar el sesgo de selección: a) La primera fase se realizó desde el 1 de febrero hasta el 2 de marzo y se obtuvieron 23 encuestas b) del 9 al 27 de marzo, se obtuvieron 8 encuestas y c) del 1 al 13 de mayo, se encuestaron a 105 empresas.

Alcance y Diseño de la Investigación

El alcance es Exploratorio. En cuanto al diseño de la investigación, es del tipo No Experimental (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2001) puesto que no se han manipulado las variables sujeto de estudio.

Materiales/ Equipos

Para procesar la información, se empleó el software estadístico SPSS versión 20 así como la hoja de cálculo Excel de Microsoft Office versión 2013. Ningún otro software fue empleado adicionalmente.

Métodos y técnicas de recopilación de datos

Para realizar la investigación, se procesó tanto información de fuentes primarias como secundarias. Debido al enfoque

Mixto, la información cualitativa fue obtenido de los reportes de instituciones oficiales estatales y otras Organizaciones No Gubernamentales (ONG). Dicha información fue luego procesada a través del Análisis de Contenidos, mientras que la información cuantitativa fue obtenida mediante un cuestionario de preguntas cerradas de opción múltiple y de escala de Likert de cinco puntos. Posteriormente dicha información fue procesada por el software mencionado en el apartado anterior (Materiales/Equipos).

Resultados

Caracterización de las PYMES

La primera característica de las empresas es la diferenciación en cuanto a su constitución legal. Se pudo determinar apreciar que más del 91 % son empresas de sociedad anónima y el restante se divide entre compañías de responsabilidad limitada y otras categorías. La segunda clasificación resultante del procesamiento de información muestra que la mayoría de empresas están catalogadas como Medianas, puesto que el 67 % de empresas son medianas y el resto son pequeñas.

Según la rama de actividad o sector al que pertenecen, se empleó la clasificación de sectores de la economía del Banco Central del Ecuador. Se corroboró la mayor presencia dedicada a la agricultura, seguida por aquellas dedicadas a la industria y manufactura y en tercer lugar aquellas dedicadas al comercio. En menor proporción se describen las demás actividades. El 26 % de las empresas reportó ventas de exportaciones por más de un millón de dólares seguido por el 23 % que reportó ventas menores a doscientos cincuenta mil dólares.

Si bien la base de datos con la que se trabajó fue filtrada de tal forma que la población estuviera conformada por pequeñas y medianas empresas exportadoras, se preguntó si en el periodo en el que se levantó la muestra se encontraban realizando dicha actividad. Los resultados demuestran que existe un 14 % de empresas que en ese momento no estaban exportando por distintas razones. En la tabla 1 se muestran las diferencias entre las que actualmente exportan y las que no.

Tabla 1. Situación de la exportación actual

	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Sí lo hace	104	86%
No lo hace	17	14%
Total	121	100%

Nota: Tomado de "Informe segundo producto proyecto Incidencia de la caracterización de las PYMES ubicadas en la provincia del Guayas en la triple diversificación (actores, productos y mercados) para elaborar una guía denominada Fomento a la Exportación" por D. Coello, 2015, SINDE.

Entre las razones por las que actualmente las empresas no exportan (pregunta abierta), se manifestó principalmente que no alcanzan a cubrir el cupo que el importador les solicita y no cumplen con los requerimientos exigidos por el importador. Otro grupo mostró inconformidad con las normas y procedimientos establecidos por las autoridades nacionales en términos de trámites, permisos y registros.

Al preguntar desde hace cuánto tiempo lleva en la actividad exportadora, se presentaron respuestas variadas. La empresa con menos tiempo en la actividad reportó un año de haber

estado exportando mientras que la más antigua dijo hacerlo desde hace sesenta y cinco años. En promedio, el tiempo que llevan exportando es de 9,9 años con una desviación estándar de 10,348 años. Como se mencionó anteriormente, las empresas en su mayoría se dedican a la agricultura y como consecuencia, la mayor proporción exporta bienes perecibles.

Se encontró que la mayor proporción lo hace de forma mensual, seguida de una frecuencia semanal y trimestral. En menor proporción se exporta semestral o anualmente (ver figura 1).

Figura 1. Frecuencia de exportación



Tomado de "Informe segundo producto proyecto Incidencia de la caracterización de las PYMES ubicadas en la provincia del Guayas en la triple diversificación (actores, productos y mercados) para elaborar una guía denominada Fomento a la Exportación" por D. Coello, 2015, SINDE.

En la misma línea, se determinó que la mitad de las empresas ha exportado en los últimos cinco años de forma continua y el 25 % lo ha hecho entre los últimos tres y cuatro años. Apenas 5 % ha exportado en el último año de forma continua.

Se determinó que el tiempo promedio fue de un año y 7 meses y con respecto de los mercados de destino de las exportaciones de las pequeñas y medianas empresas y se mantiene el predominio de mercados comunes de América del Sur, seguidos por América del Norte, Unión Europea, América Central, Asia, África y Oceanía, en ese orden. Además se mostró el primer mercado que las empresas alcanzaron con sus exportaciones y coincidió que para la mayoría de empresas (36 %) fue América del Sur.

En lo que a capacitación se refiere, existe un porcentaje

considerable en la muestra (29 %) que no ha recibido capacitación alguna en temas de comercio exterior, frente a un 67 que si lo ha hecho (4 % no contestó).

Otro punto que se analizó fue el financiamiento que han tenido las empresas. El 36 % de ellas no ha recibido financiamiento alguno sus actividades ni de la banca privada ni de la banca estatal. Por otra parte, el 23 % ha obtenido financiamiento por las dos vías.

En la parte final del cuestionario suministrado, se preguntó sobre la percepción y el criterio con respecto a la gestión del gobierno y el macro entorno. Los datos resumidos se presentan en las tablas 2 y 3, donde los resultados se presentan en valores relativos.

Tabla 2. Percepción sobre la gestión del estado

	Total Acuerdo	Acuerdo	Indiferente	Desacuerdo	Total Desacuerdo
Los esfuerzos del estado han planteado las condiciones para que las PYMES puedan exportar	18%	36%	23%	17%	6%

Tomado de "Informe segundo producto proyecto Incidencia de la caracterización de las PYMES ubicadas en la provincia del Guayas en la triple diversificación (actores, productos y mercados) para elaborar una guía denominada Fomento a la Exportación" por D. Coello, 2015, SINDE.

En esta tabla 2 se puede resaltar que más de la mitad de los encuestados mencionan estar de acuerdo o totalmente de

acuerdo con que los esfuerzos del estado han planteado las condiciones para exportar.

Tabla 3. Otros aspectos que se requieren para que una PYME pueda exportar

	Total Acuerdo	Acuerdo	Indiferente	Desacuerdo	Total Desacuerdo
Estabilidad económica y política	37%	42%	17%	2%	1%
Trámites menos completos	43%	33%	15%	3%	6%
Apertura a nuevos mercados	40%	43%	15%	2%	0%
Mayor acceso a fuentes de financiamiento	44%	45%	7%	3%	1%
Capacitación continua	44%	42%	12%	1%	1%

Tomado de "Informe segundo producto proyecto Incidencia de la caracterización de las PYMES ubicadas en la provincia del Guayas en la triple diversificación (actores, productos y mercados) para elaborar una guía denominada Fomento a la Exportación" por D. Coello, 2015, SINDE.

76 % o más de las empresas pequeñas y medianas están de acuerdo o totalmente de acuerdo con que la estabilidad económica y política; trámites menos complejos; apertura a nuevos mercados; mayor acceso a fuentes de financiamiento y capacitación continua se requiere para poder exportar. Sobre el último criterio denominado "capacitación", se profundizó en el tipo de capacitaciones que necesitan las empresas para exportar, siendo la más elegida la de logística y trámites aduaneros.

Prueba de Hipótesis

Prueba de hipótesis para H1:

Para probar la hipótesis nula, se planteó una prueba Chi Cuadrado con un alfa de 0,05 con cuatro grados de libertad (gl=4).

Chi cuadrado crítico	9,487729
Chi cuadrado calculado	2,892429
p value	0,58

Se concluye que la hipótesis uno no puede ser rechazada. Esto significa que, dada la evidencia empírica, se puede afirmar que no existen diferencias en la percepción acerca del estado y sus esfuerzos en cuanto al tamaño de la empresa ya sea pequeña o mediana.

Prueba de hipótesis para H2:

Para probar la hipótesis nula, se planteó una prueba Chi Cuadrado con un alfa de 0,05 con dieciséis grados de libertad (gl = 16).

Chi cuadrado crítico	26,29623
Chi cuadrado calculado	26,56661
p value	0,0466

Se concluye que la hipótesis dos se rechaza. Esto es, dada la evidencia empírica, se puede afirmar que no todos los criterios para que una PYME pueda exportar son igual de importantes para las empresas encuestadas. En otras palabras, existen algunos criterios que son más importantes que otros.

Limitaciones del estudio

Si bien en la provincia del Guayas se concentra el 33 % del total de empresas del país (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC, 2014), debido a que la toma de la muestra fue exclusivamente en la mencionada provincia, los datos no se pueden generalizar a nivel de país. El estudio tiene alcance exploratorio por cuanto no se contó con información fiable en el periodo que se realizó el estudio (2014-2015).

Conclusiones, discusión de resultados y futuras investigaciones

Se logró caracterizar a las pequeñas y medianas empresas en la provincia del Guayas a través de un estudio exploratorio y se estableció una línea base para futuros trabajos con mayor alcance investigativo (Correlacional y Explicativo) y en demografía. No se encontraron diferencias significativas en cuanto a pequeñas y medianas empresas en cuanto a la percepción de las acciones del gobierno para fomentar las exportaciones en este segmento de empresas.

Se encontraron diferencias significativas en cuanto a los factores de éxito que pueden hacer que una pyme pueda tener éxito en las exportaciones. Acceso a fuentes de financiamiento y capacitación continua son los dos factores que pueden lograr este propósito.

Se recomienda trabajar en futuras investigaciones sobre la misma línea para poder generalizar los datos a nivel de país. De esta forma se pueden comparar información con otras realidades de países de la región del Pacífico como Colombia, Perú y Chile. Nuevas investigaciones pueden surgir en torno a la identificación de los factores de éxito que necesita una pyme exportadora ecuatoriana ya que, si bien se lo preguntó en esta investigación, no se realizó el tratamiento estadístico a través de Análisis de Componentes Principales o Análisis Factorial Exploratorio para su determinación debido al alcance Exploratorio de la investigación.

Listado de Referencias

- ALADI. (Mayo de 2012). *Caracterización y Situación Actual de Pymes Exportadoras Ecuatorianas en los mercados de ALADI. Programa de Cooperación a favor de Ecuador*(31). Montevideo, Uruguay: DAPMER. Obtenido de [http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/d61ca4566182909a032574a30051e5ba/dd21209967c297f503257a0c004eb811/\\$FILE/PMDER_031_2012_EC.pdf](http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/d61ca4566182909a032574a30051e5ba/dd21209967c297f503257a0c004eb811/$FILE/PMDER_031_2012_EC.pdf)
- Alpan, L., Yilmaz, C., & Kaya, N. (2007). Market orientation and planning flexibility in SMEs. *International Small Business Journal*, 25(2), 152-172. doi:10.1177/0266242607074518
- Álvarez, R. E. (Agosto de 2004). Desempeño exportador de las empresas chilenas: algunos casos estilizados. *Revista de la CEPAL*(83), 121-134.
- Araque Jaramillo, W., & Argüello Salazar, A. (2015). *Caracterización del proceso de internacionalización de las PyME ecuatorianas. I Congreso Iberoamericano de Investigación sobre MIPyME. Quito: Red Ecuatoriana de Investigación en MIPyME - Red Iberoamericana de Investigadores.*
- Barrera, M. (2001). *Situación y Desempeño de las PYMES de Ecuador en el Mercado Internacional.* Montevideo, Uruguay.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación. Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales (Tercera ed.)*. Bogotá: Pearson.
- Buono, I., & Fadinger, H. (Septiembre de 2012). *The micro dynamics of exporting: evidence from French firms.* Roma, Italia: BANCA D'ITALIA. EUROSISTEMA.
- CEPAL. (Diciembre de 2009). *Manual de la Micro, Pequeña y Mediana empresa. Antiguo Cuscatlán, El Salvador: Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (gtz).*
- CEPAL. (Julio de 2010). *Políticas de apoyo a las pymes en América Latina.*
- Entre avances innovadores y desafíos institucionales. (G. Ferraro, & G. Stumpo, Recopiladores) Santiago de Chile, Chile: CEPAL.
- Eaton, J., Eslava, M., Kugler, M., & Tybout, J. (Abril de 2008). *Borradores de Economía. Export Dynamics in Colombia: Transactions Level Evidence*(522). Bogotá, Colombia. Obtenido de <http://www.banrep.org/docum/ftp/borra522.pdf>
- Fernández, Z., & Nieto, M. J. (Diciembre de 2002). *La Estrategia de Internacionalización de la Pequeña Empresa Familiar.* Madrid, España: Universidad Carlos III de Madrid.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2001). *Metodología de la investigación (Segunda ed.)*. México D.F.: Mc Graw Hill.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC. (2014). *Ecuador en Cifras.* Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/DirectorioEmpresas/Empresas_2014/Principales_Resultados_DIEE_2014.pdf
- Lind, D., Marchal, W., & Wathen, S. (2008). *Estadística Aplicada a los negocios y la economía (Décimo tercera ed.)*. (J. Yescas, & J. León Cárdenas, Trads.) México D.F.: Mc Graw Hill.
- Lucio Fernández, J., Minguez Fuentes, R., & Álvarez Álvarez, D. (2007). *El tamaño de la empresa exportadora e importadora española.* *Revistas ICE*(2908), 13-30.
- Pett, T. L., & Wolff, J. A. (2012). *SME Identity and Homogeneity – Are There Meaningful Differences Between Micro, Small, and Medium-Sized Enterprises?* *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 6(2), 48-59. *Real Academia Española. (Septiembre de 2015). Diccionario de la lengua española.* Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=7OpEEFy>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (24 de Junio de 2013). *Plan Nacional del Buen Vivir: Quito, Ecuador.*
- Smith, A. (1776). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations.* London, UK & USA: W. Strahan and T. Cadell.
- Spillan, J. E., Li, X., Totten, J. W., & Antúnez de Mayolo, C. (Diciembre de 2009). *An Exploratory Analysis of Market Orientation of Small and Medium-Sized Businesses (SMEs) in Peru.* *Panorama Socioeconómico*(39), 136-149.
- Uruguay XXI. (Abril de 2012). *Caracterización de las empresas exportadoras uruguayas.* Montevideo, Uruguay: Uruguay XXI. Promoción de Inversiones y Exportaciones.
- Yoguel, G., & Boscherini, F. (Agosto de 1996). *La Capacidad Innovativa y el Fortalecimiento de la Competitividad de las firmas: el Caso de las Pymes Exportadoras Argentinas.* Buenos Aires, Argentina: CEPAL.



FACULTAD DE
ESPECIALIDADES EMPRESARIALES



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL



CARRERA DE
MARKETING
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN
DE VENTAS
Gestores del desarrollo del País



ENTREPRENEURSHIP
CARRERA DE DESARROLLO DE
NEGOCIOS BILINGÜE



Certificado No CTS-2014631

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES 1ER. PISO
Pbx: 2209207 - 2200804 EXT. 5039 - 5014 - 5021 - 5009 - 5025 -5029
AV. CARLOS JULIO AROSEMENA KM 1 1/2

www.ucsg.edu.ec