DIVISIÓN DE POSTGRADO

Título del trabajo:

EL IMPACTO DE LAS MYPIMES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA EN EL COMERCIO EXTERIOR ECUATORIANO PERÍODO 2015-2018.

Línea de Investigación:

EMPRENDIMIENTO Y DESARROLLO EMPRESARIAL

Modalidad de titulación:

PROYECTO DE DESARROLLO

Programa de Maestría

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN EN SOSTENIBILIDAD EN SECTORES

Título a obtener:

MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN EN SOSTENIBILIDAD EN SECTORES

Autor (a):

DÁMARIS SARA MERINO GARCÍA

Tutor (a):

GUILLERMO GRANJA CAÑIZARES, MAE

GUAYAQUIL – ECUADOR

2019

Universidad Ecotec

DIVISIÓN DE POSTGRADO

CERTIFICACION DE REVISION FINAL

QUE EL PRESENTE PROYECTO DE DESARROLLO TITULADO:

EL IMPACTO DE LAS MYPIMES DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA EN EL COMERCIO EXTERIOR ECUATORIANO PERIODO 2015-2018

ACOGIÓ E INCORPORÓ TODAS LAS OBSERVACIONES REALIZADAS POR LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL ASIGNADO Y CUMPLE CON LA CALIDAD EXIGIDA PARA UN TRABAJO DE TITULACIÓN DE POSTGRADO, POR LO QUE SE AUTORIZA A: DAMARIS SARA MERINO GARCÍA, QUE PROCEDA A SU PRESENTACION.

Samborondón 7 de noviembre del 2019

Samborondón, 7-11-2019

Mgs. Guillermo Granja Cañizares

TUTOR

DIVISIÓN DE POSGRADO
PROCESO DE TITULACIÓN
CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS

Habiendo sido nombrado Guillermo Granja Cañizares, tutor del trabajo de titulación "EL IMPACTO DE LAS MYPIMES DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA EN EL COMERCIO EXTERIOR ECUATORIANO PERIODO 2015-2018 elaborado por DAMARIS SARA MERINO GARCÍA, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON MENCIÓN EN SOSTNIBILIDAD DE SECTORES.

Se informa que el mismo ha resultado tener un porcentaje de coincidencias 4% mismo que se puede verificar en el siguiente link https://secure.urkund.com/old/view/55510156-496126-836903#q1bKLVaviiQMdQxBBJAOkiHSMdYxOTHXMdCxzJWR6k4MzOvMvOzOTEvOVXJvkDPwNiU1MzM0NTY0AxNzM2kwWAA== Adicional se adjunta print de pantalla de dicho resultado.



Guillermo Granja Cañizares, MAE

Guillermo Granja Cañizares
PROFESOR TUTOR

DEDICATORIA

A mi amada familia por ser ese motor que me inspira a cada día ser mejor persona bajo la dirección de Dios.

Quiero dedicar esta investigación a todos aquellos que tienen espíritu de emprendedor y quieren alcanzar sus sueños de posicionar una marca no sólo en nuestro País, sino romper barreras y poder internacionalizarse.

A todas las Mipymes y organizaciones de Economía Popular y Solidaria y Comercio Justo, por el reconocimiento que merece su actividad corporativa y exportadora.

Al personal de PRO ECUADOR por haber sido una Institución preocupada por impulsar y promocionar a las organizaciones de EPS y lograr concretar negocios en el exterior.

RESUMEN

El presente trabajo investigativo pretende determinar cuáles son los factores que incidieron durante el periodo 2015 al 2018 en las Mipymes de la Economía Popular y Solidaria EPS del Ecuador para que no contribuyan en el Comercio Exterior Ecuatoriano. La EPS es parte de otro sistema económico en construcción en el cual conviven las economías pública y privada para formar un único modelo económico social y solidario. Se impulsa la inclusión en economías solidarias como una alternativa diferente a la corriente capitalista, y de esta manera se reconoce los emprendimientos de tipos económicos y populares. Mediante una metodología de estudio, se analizaron las variables implicadas con la finalidad de desarrollar una propuesta orientada a la exportación para las MIPYMES de la EPS donde se beneficie al sector privado y público, debido a que el crecimiento de estas organizaciones fomentará la contratación de personal en los ámbitos de producción, comercialización y exportación, generando una reducción considerable del desempleo en el país. Además de fomentar el crecimiento individual y colectivo de las MIPYMES de la EPS, debido a que generará mejores ingresos para su crecimiento corporativo, dándole un impulso al financiamiento para cubrir la planificación de sus estrategias a corto y largo plazo.

Palabras claves: MIPYMES, Economía Popular y Solidaria, exportación, comercio exterior

ABSTRACT

The present research work tries to determine what are the factors that influenced during the period 2015 to 2018 in the MSMEs of the Popular and Solidarity Economy EPS of Ecuador so that they do not contribute in the Ecuadorian Foreign Trade. The EPS is part of another economic system under construction in which public and private economies coexist to form a single social and solidarity economic model. Inclusion in solidarity economies is promoted as a different alternative to the capitalist trend, and in this way the ventures of economic and popular types are recognized. Through a study methodology, the variables involved were analyzed in order to develop an export-oriented proposal for the MSMEs of the EPS where the private and public sector benefits, because the growth of these organizations will encourage the hiring of personnel in the fields of production, marketing and export, generating a considerable reduction of unemployment in the country. In addition to promoting the individual and collective growth of the MSMEs of the EPS, because it will generate better revenues for their corporate growth, giving a boost to financing to cover the planning of their short and long term strategies.

Keywords: MSMEs, Popular and Solidarity Economy, export, foreign trade

ÍNDICE GENERAL

1. INTRODUCCIÓN 1

1.1. Problema de Investigación 2

1.2. Objetivo General 3

1.3. Objetivos Específicos 3

1.4. Justificación de la Investigación 3

2. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN 7

2.1. Marco Teórico 7

2.1.1. Teorías del Comercio Exterior 7

2.1.2. Teorías de la Administración 14

2.1.3. Teorías de las Finanzas 17

2.1.4. Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria 18

2.1.5 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI 20

2.2. Metodología 24

2.3. Resultados 28

2.3.1. Variable Dependiente: Sector Comercio Exterior Ecuatoriano 28

2.3.2. Variable Independiente: Mipymes EPS. 39

2.3.3. Análisis general de los resultados 44

2.4 Propuesta 45

2.4.1 Presentación de la propuesta 45

2.4.2 Objetivo de la propuesta 46

2.4.3. Estrategias aplicadas como solución a la problemática planteada..... 47

2.4.4. Beneficiarios de la propuesta..... 51

2.4.5. Validación de la propuesta..... 52

CONCLUSIONES..... 53

RECOMEDACIONES..... 55

ANEXOS..... 59

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Participación de las Empresas en las Exportaciones según su tamaño, Año 2015. 21

Tabla 2: Cuadro de operacionalización de las variables de investigación 27

Tabla 3: Exportaciones anuales del Ecuador 28

Tabla 4: Evolución de la Balanza Comercial del Ecuador 2015-2018 31

Tabla 5: Balanza de Pagos 2015-2018 (millones USD) 34

Tabla 6: Inversión Extranjera Directa por modalidad de Inversión (en millones USD) periodo 2015 - 2018 35

Tabla 7: Inversión Extranjera Directa por Rama de Actividad Económica (en millones USD) periodo 2015 - 2018 36

Tabla 8: Inversión Extranjera Directa por País de Origen (en millones USD) periodo 2015 - 2018 37

Tabla 9: Ventas de las Mipymes de la EPS periodo 2015-208 39

Tabla 10: Principales productos exportados Economía Popular y Solidaria período 2017-2018 39

Tabla 11: Número de empresas de las Mipymes de la EPS por sectores 42

Tabla 12: Directorio de empresas 2015 - 2017 42

Tabla 13: Empresas exportadoras y no exportadoras de la EPS 43

Tabla 14: Planificación de las estrategias 48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Importaciones no petroleras del Ecuador 29

Figura 2: Exportaciones no petroleras del Ecuador 30

Figura 3: Deuda externa del Ecuador 38

Figura 4: Principales destinos de exportación de la EPS ecuatorianas 41

Figura 5: Productores de la EPS vinculados a la exportación 44

1. INTRODUCCIÓN

En el año 2008 en el marco jurídico del Ecuador reconoce al sistema económico como un régimen solidario y social, en donde el objetivo y componente principal es el ser humano, promoviendo relaciones económicas, equilibradas y respetuosas con el medio ambiente relacionándolas con el principio ancestral de Sumak Kawsay (Buen vivir) y otras definiciones así como la transformación de la matriz productiva.

En el año 2011 se concreta la creación de la Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario (LOEPS), dando así institucionalidad, reconocimiento legal y jurídico a este tipo de organización económica social y solidaria, la cual agrupó, fortaleció, administró y fiscalizó instituciones como asociaciones, cajas comunales, el comercio comunitario y las cooperativas de ahorro y crédito.

El Estado es el ente encargado de la promoción de las EPS en el comercio exterior, desde el año 2011 se originaron planes y políticas para poder insertar a las EPS al sector exportador, según datos de PROECUADOR (2011).

En el año 2014 se crea el área de comercio inclusivo dentro de la Dirección de Balcón de servicios en PROECUADOR, la misma que tiene la responsabilidad de desarrollar los programas direccionados al sector de la economía popular y solidaria y comercio justo, de acuerdo a las políticas comerciales de promoción de exportaciones.

En el Ecuador, la Economía Popular y Solidaria EPS es parte de otro sistema económico en construcción en el cual conviven las economías pública y privada para formar un único modelo económico social y solidario. Se impulsa la inclusión en

economías solidarias como una alternativa diferente a la corriente capitalista, y de esta manera se reconoce los emprendimientos de tipos económicos y populares.

El Ecuador, según datos del 2016 del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), está constituido por 843.745 empresas, el 99.5% del total de empresas que se encuentran registradas son Mipymes.

1.1. Problema de Investigación

Por medio de la presente investigación se pretende determinar cuáles son los factores que incidieron durante el periodo 2015 al 2018 en las Mipymes de la Economía Popular y Solidaria- EPS del Ecuador para que no contribuyan en el Comercio Exterior Ecuatoriano.

En una economía dinámica y saludable, las Mipymes son una parte fundamental, su incremento y crecimiento fortalecen el panorama emprendedor y aumentan la competencia. Pero está claro que las ganas de abarcar y ganar nuevos mercados muchas veces se ven truncadas por el desconocimiento de lo que viene después.

Una vez definida la problemática se presentan las preguntas de investigación

- ¿A qué se dedican las Mipymes de EPS del Ecuador?
- ¿Dónde está la mayor concentración de Mipymes de Economía Popular y Solidaria (EPS) y que antigüedad tienen estas empresas?
- ¿Cuál es el ingreso que generan las Mipymes de EPS al comercio exterior ecuatoriano?

Bajo el contexto anterior, el problema de investigación es:

¿Qué factores no permiten que las MYPIMES de la EPS puedan contribuir al comercio exterior del Ecuador durante el período 2015-2018?

La idea a defender es la siguiente:

¿Qué deben hacer las MYPIMES de la EPS para poder exportar y contribuir al desarrollo del sector de comercio exterior del Ecuador?

A continuación, se presentan los objetivos de la investigación:

1.2. Objetivo General

Analizar cómo han impactado las MYPIMES de la EPS en el comercio exterior ecuatoriano. Período 2015-2018.

1.3. Objetivos Específicos

- Construir un marco teórico que defina las principales teorías del Comercio Exterior, Administración Estratégica y Finanzas, además la Normativa vigente de Economía Popular y Solidaria y Ley de Compañías, Código Orgánico de Producción e Inversiones COPCI.
- Diagnosticar como se encuentra el sector de la Economía Popular y Solidaria del Ecuador respecto a las MIPYMES.
- Identificar que empresas de la EPS tienen la capacidad de exportar.
- Desarrollar una propuesta orientada a la exportación para las MIPYMES de la EPS.

1.4. Justificación de la Investigación

Desde la visión de la administración es importante para este estudio conocer como impactan las MYPIMES de Economía Popular y solidaria-EPS al comercio exterior ecuatoriano. En esta investigación, se desarrollará propuestas de implementación para las MYPIMES de EPS con la finalidad de incrementar el comercio exterior ecuatoriano.

Cabe indicar que, se emplea en varios países de América Latina el término de Economía Popular y Solidara (EPS) para referirse al tema en mención. Bertucci y

Marinho (Bertucci & Marinho, 2011)afirman que, precisamente, es con Cáritas de Brasil que nace la utilización de este término, entendida como iniciativas populares de generación de trabajo y renta, basadas en la libre asociación de trabajadores y en los principios de autogestión y cooperación.

Por lo tanto, la EPS es una economía colectiva, una economía asociativa, construida por y para grupos humanos. El término más grande y de mayor importancia es quizás la organización colectiva, en un sistema económico.

Ecuador al igual que otros países Latinoamericanos, establece que "el sistema económico es popular y solidario […]. Propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado […] y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el Buen Vivir" (Constitución del Ecuador , 2008) art. 183.

> Además, se contempla a la economía popular y solidaria como:
> La forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, privilegiando al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por sobre la apropiación, el lucro y la acumulación de capital. (Coraggio, 2011)

En Ecuador, a partir de 2008 legalmente existen tres tipos de economía:

a) La primera es la pública, que parte del accionar del Estado con sus instituciones y servicios; la segunda es la privada, formada por empresas grandes, medianas y pequeñas cuya finalidad principal es la obtención de lucro;

b) por último, tenemos a la economía popular y solidaria, representada por aquellos actores sociales informales que realizan un sin número de actividades económicas populares y que contribuyen significativamente a la economía del país.

Es necesario reconocer que, desde que esta última se incluyó como el tercer sector de la economía nacional, el gobierno ha trabajado en aras de dar cumplimiento a la inclusión de los sectores socioeconómicos más vulnerados, creando instituciones que consideran el frente económico y social para tomar decisiones respecto a la economía popular y solidaria, así como instituciones que implementan una política pública especializada en esta economía particular.

Coraggio (2008) considera que la economía solidaria es:

> *Aquella que está basada en valores humanos y principios de solidaridad, que propugnan el reconocimiento de la otra persona como fundamento de la acción humana y eje de la renovación de la política, la economía y la sociedad […] incluye al conjunto de actividades y organizaciones de carácter comunitario, asociativo, cooperativo, mutualista y demás formas colectivas, creadas para responder a las necesidades de empleo y de bienestar de los pueblos, así como a movimientos ciudadanos orientados a democratizar y transformar la economía* Coraggio (2008),pg. 3.

La economía solidaria busca construir relaciones de producción, distribución, consumo y financiación basada en los principios de justicia, reciprocidad, cooperación y ayuda mutua, esto quiere decir, que predomina y tiene mayor importancia el ser humano sobre el modo capitalista y se cree que el mercado es solo un instrumento para satisfacer necesidades. Se puede concluir la gran relevancia o importancia que tiene tanto la economía social como la economía solidaria, es la cooperación asociativa del ser humano en el sistema y los beneficios que puede

conseguir para satisfacer sus necesidades sin la dependencia de otros modos capitalistas. Pérez de Mendigure, (2009), pg. 13.

De la misma manera que ocurre en el Ecuador, en países como Chile, Bolivia, México, Perú, Argentina y Uruguay en su mayoría solo se involucran a los actores de la sociedad civil, pero con frecuencia se efectúa el diálogo abierto con el régimen político. Mientras que en la mayoría de los países de Centroamérica, Venezuela y Colombia si existen organizaciones de promoción de economía popular y solidaria, sin embargo, aún no se ha constituido alguna coordinación.

El estudio nos permite conocer que al impulsar de manera óptima y Efectiva a las Mipymes de Economía Popular y Solidaria, incidirá de manera positiva en todo el comercio exterior ecuatoriano, considerando que el Ecuador está constituido por 843.745 empresas, y de éstas las Mipymes constituyen aproximadamente al 99.5% de todas las empresas registradas.

Economía Popular y Solidaria (EPS) es un concepto que existe hace décadas y que tiene presencia en algunos países alrededor del mundo como representación al crecimiento del proceso de producción; la EPS contiene al sector asociativo, comunitario y cooperativista con personas para reconocer una propiedad colectiva.

Este paradigma nuevo, de desarrollo económico se fundamenta en los ejes de: trabajo asociativo, democracia interna e igualitaria, equidad, cooperación y solidaridad, el valor al conocimiento ancestral y el respeto a la naturaleza.

Las Mipymes, es decir las micro, pequeñas y medianas empresas que existen en el Ecuador, son las responsables del crecimiento y dinamismo de la producción, la generación de empleo, y también la innovación.

Es importante mencionar que las cifras demuestran que está incrementando cada año el consumo de productos de Mipymes de EPS, por ende, su incursión en el

comercio exterior va en aumento; eso justifica que en la actualidad estos productos ya no son solo reconocidos en países del hemisferio norte sino en todo el mundo.

Considerando los aspectos antes citados, esta investigación aborda el impacto de las Mipymes de EPS en el comercio exterior ecuatoriano desde el período 2015; a manera concisa los inicios de este nuevo modelo económico, un diagnóstico del comercio exterior de las Mipymes de EPS y finalmente se plantea una propuesta para fortalecer las exportaciones de las Mipymes de EPS en el exterior.

2. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Marco Teórico

2.1.1. Teorías del Comercio Exterior

TEORIA MARXISTA SOBRE EL COMERCIO INTERNACIONAL.

A Carlos Marx se considera como principal precursor, o primer vocero sobre comercio, podría llegar a convocar un gran debate, con mayor razón si tiene que ver con el comercio internacional, pero es imposible negar que la aparición del comercio exterior consigue constituir uno de los temas de mayor importancia para que surja el capitalismo. Con el surgimiento de nuevos estilos o formas de vida burguesa que existían protegidas bajo otras, y con la nueva forma de considerar a la economía se le denomina como capitalismo; que representa a las clases sociales más altas, así también como su vida.

Surgen preocupaciones nuevas con el capitalismo, y es justamente a través algunas técnicas abordadas y estudiadas por Marx que se busca solamente la manera de obtener crecimiento y progreso. Y es precisamente el libre comercio, uno de ellos.

En la época en que escribió Marx el capitalismo había surgido en Inglaterra; esta nueva forma de concebir a la economía brotó durante el siglo XVIII, y con el surgimiento del capitalismo se dio un mayor desarrollo sobre todo en la maquinaria y en el transporte de vapor lo cual permitió un mayor auge a la producción industrial. En esa época predominaba ciertamente la burguesía inglesa, la misma que se sustentaba por un régimen de aranceles proteccionistas además de las inquebrantables guerras mantenidas con varios países por ganar mercados.

Sin embargo, en el período 1820, comenzó el régimen capitalista a inclinarse al libre comercio, puesto que el sistema de la burguesía industrial conseguía dominar a sus competidores (otros países) y dejó de ser ayuda los aranceles proteccionistas, y más bien se volvieron algo dañino, considerando que los impuestos establecidos a las materias primas incrementaban el precio de las mercancías producían por los ingleses.

Frente a dicha situación, la teoría de Marx declara que, aun considerando al libre comercio como una estrategia del sistema capitalista, hay razones para que exista apoyo de la clase obrera a ésta y no al proteccionismo. El justificativo del apoyo al libre comercio se establece porque viabiliza un mejor desarrollo del capitalismo y de esta forma también se favorece el desarrollo de la clase obrera. En resumen, para la Teoría marxista, se cree que el libre comercio es una revolución social y considerando que existe una revolución de esta índole, la duración del sistema capitalista es inestable. Pero, no establecer las barreras arancelarias no significa la disolución de la explotación obrera, al contrario, las discrepancias tanto entre explotados como explotadores continuaban igual.

Es evidente por lo antes citado que Marx no estaba de acuerdo ni con el libre comercio en su totalidad ni al proteccionismo, porque lo establecía como “un instrumento artificial para incautar a los trabajadores independientes y para disminuir coactivamente la trasformación del régimen medieval hacia un modelo moderno de producción.”

TEORIA DE LA VENTAJA COMPARATIVA.

Adam Smith aborda la ventaja absoluta, en la que manifiesta y establece que una nación enviará un artículo si es el productor de más bajo costo del mundo, pero David Ricardo llega a depurar la teoría, hasta plantear la teoría de la ventaja comparativa, la misma que establece que las fuerzas del mercado determinarán los recursos de un estado a aquellos sectores donde sea relativamente más productivo. Lo que quiere decir que un estado podría importar un bien que podría ser el producto de más bajo costo, si aún es más productiva en la producción de otros bienes.

Es así que, los países podrán exportar aquellos otros que su trabajo produce de forma relativamente más eficiente e importarán los bienes que su trabajo produce de forma relativamente más ineficiente. Finalmente, esta teoría se fundamenta en las diferencias entre la productividad de la mano de obra entre unos y otros estados, lo que permite beneficiar a varios sectores.

Para esta teoría, el único factor de producción es el trabajo y en algunas industrias sólo difieren en la productividad del trabajo. Por medio de esta teoría, se trata de demostrar que el comercio beneficia a un país en la siguiente forma:

Esta teoría señala que el comercio aumenta los medios de consumo de un país lo que se traduce para el comercio en incremento de las ganancias.

A través de teoría se ha desatado una cadena de conclusiones que usualmente se admiten y que podrían ser falsas según el criterio que se posea sobre el comercio exterior. Es así, que se gana con el comercio, incluso si se tiene poca productividad que sus socios comerciales en todas las industrias. Pero esto quizás no resultaba tan falso, si consideramos que existen países como para citar de ejemplo Japón que en sus inicios no tenía los recursos necesarios para obtener una productividad mayor en sus empresas comparadas con los socios comerciales, no obstante, sí obtuvieron del comercio exterior ganancias. Dichas ganancias fueron conseguidas por la ingeniosidad de la producción que por la mayor productividad frente a los países con los que comercia.

Contrastando con el resto de las teorías mencionadas, se podría señalar que ésta es la que más se acerca a la forma de comercio que muchos países ejecutan, considerando que los países logran exportar los productos en los que poseen mayor productividad o a su vez en los que resultan ser más eficientes, y por otro lado realizan importaciones de un bien en el que no son eficientes o que su producción se traduzca en mayores costos que importar.

TEORÍAS SOBRE EL ORIGEN DEL INTERCAMBIO DESIGUAL

Existen oposiciones innegables sobre los medios y recursos con que cuenta cada economía para la producción de un bien o de varios bienes.

Las diferencias se aplican en la forma de producir de cada país y al haber este tipo de diferencias, en cuanto a recursos naturales, capital, tecnología, etc., habrá diferente contenido de valor en cada bien producido, lo que hace que algunos bienes al ser importados o exportados lleven más o menos valor en sí mismos. Así se provoca un intercambio inequitativo entre países, a este tipo de transacción se le

conoce como la teoría del Intercambio desigual. Se puede decir que este intercambio desigual, ha tenido como punto característico el saqueo (por supuesto que de manera amable) de más valor del usual en cada productor.

Los términos de intercambio (que es la relación entre valor unitario de las exportaciones de los países subdesarrollados y el valor unitario medio de sus importaciones) cada día son más negativos para las economías en desarrollo. Si se considera que un país en desarrollo exporta en su mayoría materias primas; mientras que los países desarrollados exportan a estos países productos manufacturados, ello hace una evidente desventaja en el intercambio ya que el precio de las materias primas cada vez se desvaloriza más, mientras que el precio de los productos terminados se incrementa constantemente.

Por otra parte, se tienen aranceles que los países desarrollados imponen a la entrada, lo que hace aún más difícil el intercambio equitativo, no permitiendo la competencia igualitaria de los países del tercer mundo con el primer mundo. Por qué existe un intercambio desigual ha sido una pregunta sin una única respuesta ya que existen diferentes teorías del porqué de las tendencias asimétricas de este comercio, mismas que se podrían considerar no justificables si se toma en cuenta que el objetivo original del comercio es satisfacer de manera igualitaria las necesidades de cada país por medio del intercambio de productos.

Es decir que este intercambio desigual sólo se dará dependiendo del país y aunque este adopte un tipo de producción, estará condenado a recibir menos en sus importaciones y siempre dará más en sus exportaciones involuntariamente, esto debido a las diferencias en salarios entre países.

TEORIA CLÁSICA DE LA VENTAJA ABSOLUTA.

La teoría de la ventaja absoluta planteada por Adam Smith destaca la importancia del libre comercio para que la riqueza de las naciones se incremente, basándose en el ejemplo de que ningún jefe de familia trataría de producir en casa un bien que incurriera en un costo mayor que comprarlo. Si se aplicara este ejemplo concretamente a un país extranjero "A", se llegaría a la conclusión de que "A" podría proveer a otro país "B" de un bien más barato de lo que el país "B" pudiera producirlo.

De esta manera se puede definir a la ventaja absoluta como la capacidad de producir un bien a un costo absolutamente menor medido en términos de unidades de trabajo. Adam Smith aclara su teoría por medio de un ejemplo sencillo, considerando a dos países, Estados Unidos e Inglaterra, los cuales están dotados de trabajo homogéneo y dedicados a la producción de dos bienes que son alimentos y tela. Para el caso de Estados Unidos se parte del supuesto de que se requiere de ocho unidades de trabajo para producir una unidad de alimento, y de cuatro unidades de trabajo por cada unidad de tela que se produzca.

Para el caso de Inglaterra, necesita de diez unidades de trabajo por cada unidad de alimento y dos unidades de trabajo por cada unidad de tela que se produzca. De esta manera se hace notorio que Estados Unidos es más eficiente en la producción de alimentos, mientras que Inglaterra lo es en la producción de telas; dicho en otras palabras, Estados Unidos tiene una ventaja absoluta en la producción de alimentos e Inglaterra la tiene en la producción de tela. De esta manera Adam Smith afirma que el comercio internacional entre ambos países es rentable, ya que una ventaja absoluta implica necesariamente una especialización en aquel bien en el que se tenga mayor

eficiencia, dando como resultado un aumento en la producción mundial de todos los bienes.

A pesar del planteamiento tan preciso que hace esta teoría, hoy en día mucha gente considera que los exportadores deben tener una ventaja absoluta sobre sus competidores extranjeros, y aunque hasta cierto punto es cierto, esta teoría llega a ser superficial y engañosa. Si el comercio se basara en esta teoría se llegaría a la absurda conclusión de que Estados Unidos debería producir tanto tela como alimentos, e Inglaterra por su parte no debería producir nada; cosa que solo tendría sentido si existiera libre movilidad del trabajo de un país a otro, pero esto no es posible por lo menos en la actualidad, por lo que se puede afirmar que la rentabilidad del comercio internacional no depende de una ventaja absoluta, sino más bien de una ventaja competitiva.

TEORIA DE COMERCIO JUSTO

Resulta una orientación alternativa al comercio internacional tradicional y una manera diferente de relacionarse entre productores con poca ventaja o en desventaja y consumidores comprometidos, disminuyendo el vínculo con terceros o intermediarios.

El comercio justo es determinado por (Cyrille & Benoít, 2013), citando a (Gendron, Torres A, & Bisaillon, 2009) como una asociación comercial, fundada sobre el diálogo, la transparencia y el respeto, y cuyo objetivo es lograr una mayor equidad en el comercio mundial.

Se precisa identificar en el productor la capacidad de ser responsable tanto de su desarrollo social pero también económico en coherencia con el bienestar comunitario y en armonía con la naturaleza.

Querer separar o excluir a la Economía Solidaria del Comercio Justo, resulta una idea o concepto equivocado. Porque tanto la distribución como el comercio forman parte de la economía. Es así que, en la Economía Solidaria se lo denomina comercio justo.

2.1.2. Teorías de la Administración

La visión, misión y los valores de una empresa son su ADN o identidad corporativa, lo que le da coherencia, autenticidad y originalidad como marca.

Actualmente, se tiene demasiada prisa en el proceso de constitución de una empresa o negocio y no se considera la definición o el establecimiento de estos conceptos primordiales y esenciales.

La misión de una empresa resulta ser el elemento indispensable para la ejecución de la planificación estratégica.

La Misión de una empresa describe la actividad, dicha identidad es clave en la organización para el logro de su Visión, que son las metas o logros que constituyen la razón de ser de la empresa. Se trata de la razón fundamental de un negocio y el objetivo que tiene siempre visto a largo plazo.

El concepto de Misión es fundamental y debe estar en total consonancia con la visión de futuro que queremos conseguir.

La visión de una empresa determina las metas que se quieren alcanzar en el futuro. Dichas metas planteadas se deben caracterizar por guardar dos principios ser alcanzables y objetivas, así como la propuesta de visión debe poseer carácter motivador e inspirador. Las siguientes preguntas podrían ayudar a definir la visión de una empresa: ¿qué deseo alcanzar?, ¿dónde quiero estar en el futuro?, ¿para quién lo realizaré?

Por otra parte, los valores de una empresa son principios éticos sobre los que se funda la cultura de la empresa y permite crear patrones de comportamiento. Los valores son la personalidad de la empresa y no pueden convertirse en una expresión de deseos de los dirigentes, sino que tienen que plasmar la realidad. No es recomendable formular más de 6-7valores, si no, se pierde credibilidad. Responder a las siguientes preguntas nos ayudara, a definir nuestros valores corporativos: ¿cómo somos?,¿en que creemos?

Resulta muy beneficioso para toda organización tomarse su tiempo para definir bien estos tres elementos, ellos van a reflejar: quien somos, donde vamos y con qué cultura empresarial vamos a afrontar ese camino. Consigue que la misión, visión y valores corporativos sean capaces de generar la imagen más completa de tu empresa.

En el marco empresarial, y en concreto en la definición de sus estrategias de competitividad, conseguir la máxima coherencia entre lo que se dice y lo que se hace es fundamental para conseguir la credibilidad de las relaciones profesionales, el compromiso de las personas y la confianza. En definitiva, se trata de la orientación de todos los recursos hacia la consecución de sus objetivos y de la supervivencia de la empresa a medio y largo plazo.

En la revisión del concepto de "cultura" empresarial nos detendremos en primer lugar en la etimología de la palabra. La palabra cultura proviene de "cultus, colere", término agrario que significa cultivar, cuidar. Así, como acepción, una persona de "gran cultura" es el equivalente a una persona muy cultivada. Existe otras acepciones, pero, en este sentido, las más importantes son aquellas que podríamos denominar "definiciones antropológicas de cultura".

Thévenet (1992) en su libro "Auditoría de la cultura empresarial" (1992), ya con una aproximación de carácter organizacional, la define como:

> *"la cultura es un conjunto de creencias e hipótesis fundamentales compartidas por los miembros de una organización que, operado de forma inconsciente, han permitido resolver problemas y aún los están resolviendo y deben ser transmitidas a los nuevos".*

Ahora bien, otro concepto en la administración que resulta de gran importancia en el desarrollo de una empresa es la planificación estratégica, puesto que es el paso de lo abstracto a lo específico, como en principio podría ser considerada la Misión y Visión de una empresa. La planificación estratégica constituye aquel instrumento dónde se recoge lo que la empresa quiere conseguir a corto y medio plazo, se establece los objetivos y estrategias, así como también se asigna personas responsables de ejecutar y dar seguimiento a cada uno de los objetivos o proyectos programados.

Significa también, el marco dónde la empresa tiene que ubicar sus recursos, con lo que impedirán ineficiencias de los mismos, como sucedería si no se dispone de procedimientos que resuman los objetivos que se quieren obtener y las estrategias que se van a desarrollar para conseguirlos.

2.1.3. Teorías de las Finanzas

La rentabilidad financiera es simple pero cuestionable, es el resultado de un estado de naturaleza contable que considera la utilidad neta y excluye los flujos de caja.

Rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en u determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo. Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori.

La rentabilidad económica o de la inversión es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos. De aquí que, según la opinión más extendida, la rentabilidad económica sea considerada como una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor con independencia de cómo han sido financiados, lo que permite la comparación de la rentabilidad entre empresas sin que la diferencia en las distintas estructuras financieras, puesta de manifiesto en el pago de intereses, afecte al valor de la rentabilidad.

La rentabilidad económica se constituye como un indicador para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, pues es precisamente el comportamiento de los activos, con independencia de su financiación, el que determina con carácter general que una empresa sea o no rentable en términos económicos. Además, el no tener en cuenta la forma en que han sido financiados los activos permitirá determinar si una empresa no rentable lo es por problemas en el desarrollo de su actividad económica o por una deficiente política de financiación.

La rentabilidad financiera abreviada ROE, es un instrumento alusivo a un explícito periodo de tiempo, del beneficio conseguido por esos capitales propios, habitualmente con autonomía de la distribución del resultado. La rentabilidad financiera puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica, y de ahí que teóricamente, y según la opinión más extendida, sea el indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar en interés de los propietarios. Además, una rentabilidad financiera insuficiente supone una limitación por dos vías en el acceso a nuevos fondos propios.

2.1.4. Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria

La economía popular y solidaria está integrada por las organizaciones conformadas en los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

Sector Cooperativo

Es el conjunto de cooperativas entendidas como sociedades de personas que se han unido en forma voluntaria para satisfacer sus necesidades económicas, sociales y culturales en común, mediante una empresa de propiedad conjunta y de gestión

democrática, con personalidad jurídica de derecho privado e interés social. Las cooperativas, según la actividad principal que desarrollen, pertenecerán a uno solo de los siguientes grupos: producción, consumo, vivienda, ahorro y crédito y servicios. **Artículo 21.-** Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario.

Sector Asociativo

Es el conjunto de asociaciones constituidas por personas naturales con actividades económicas productivas similares o complementarias, con el objeto de producir, comercializar y consumir bienes y servicios lícitos y socialmente necesarios, auto abastecerse de materia prima, insumos, herramientas, tecnología, equipos y otros bienes, o comercializar su producción en forma solidaria y auto gestionada. **Artículo 18.-** Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario.

Sector Comunitario

Es el conjunto de organizaciones, vinculadas por relaciones de territorio, familiares, identidades étnicas, culturales, de género, de cuidado de la naturaleza, urbanas o rurales; o, de comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades que, mediante el trabajo conjunto, tienen por objeto la producción, comercialización, distribución y consumo de bienes o servicios lícitos y socialmente necesarios, en forma solidaria y auto gestionada. **Artículo 15.-** Ley Orgánica de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario.

2.1.5 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI

Según el COPCI en el Capítulo I Del Fomento y Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) Art. 53 indica:

> "*Definición y Clasificación de las MIPYMES. - La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código".*

Se establece como Mipymes, a las micro, pequeñas y medianas empresas cuya naturaleza se determina por su orden jurídico (sociedades) o no jurídico (personas naturales); volumen de ventas, capital social, número de trabajadores y su nivel de activos, es así que son:

Microempresa: Aquella unidad productiva que tiene entre 1 a 9 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales iguales o menores de cien mil (US S 100.000,00) dólares de los Estados Unidos de América.

Pequeña empresa: Es aquella unidad de producción que tiene de 10 a 49 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre cien mil uno (US $ 100.001,00) y un millón (US S 1000.000,00) de dólares de los Estados Unidos de América.

Mediana empresa: Cuya unidad de producción que tiene de 50 a 199 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre millón uno (USD 1'000.001,00) y cinco millones (USD 5'000.000,00) dólares de los Estados Unidos de América.)

Además, en el Capítulo II De los Órganos de Regulación de las MIPYMES Art. 54, se aborda sobre la coordinación de las mipymes:

"Institucionalidad y Competencias establece que "El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias".

En el período 2015, si bien las MIPYMES ecuatorianas que exportaron algún producto fueron numerosas en comparación con las grandes empresas, apenas significaron el 12% del total de las exportaciones no petroleras del Ecuador.

Tabla 1: *Participación de las Empresas en las Exportaciones según su tamaño, Año 2015.*

	Empresas exportadoras en el Ecuador	***Participación***
Grande	412.00	12%
Mediana	492.00	14%
Pequeña	928.00	27%
Micro	1,636.00	47%
Total	3,468.00	100%

Tomado de: Superintendencia de Compañías. 2015.

Posición del autor

De las teorías presentadas y citadas en el apartado anterior, se debe dar relevancia a la teoría de comercio justo puesto que el tema de estudio aborda a las MIPYMES de Economía Popular y Solidaria y su internacionalización.

De dicha teoría se puede resaltar la importancia que da al ser humano dentro del proceso productivo hasta su comercialización.

Sobre las teorías de administración se menciona que:

Es indispensable para una empresa establecer su misión, porque le permite a conocerse, tener una identidad y establecer sus futuros clientes potenciales, además de establecer los recursos y capacidades y demás factores con los que cuenta la empresa. En resumen, es esencial que la misión sea planteada de forma adecuada, para poder precisar la identidad corporativa acertada.

Por otro lado, la visión es una declaración breve del estatus futuro que se desea alcanzar, resulta de inspiración para la empresa y simboliza la guía para la iniciativa; es decir que se tiene claro el motivo por el cual se realiza el trabajo, y permite que todos trabajen alineados y persigan los mismos objetivos.

Respecto a las teorías de finanzas, resulta para las Mipymes de EPS un riesgo la internacionalización de productos, puesto que el retorno es algo incierto.

Para acceder a financiamientos a costos y plazos convenientes, les resulta más complejo, causado por el riesgo al que se exponen. Y para poder enfrentar ese riesgo, las Mipymes solicitan el capital riesgo.

En referencia a la naturaleza de las Mipymes y su caracterización se sostiene que:

Las Mipymes tienen grandes ventajas como su capacidad de adaptabilidad gracias a su estructura pequeña, su posibilidad de especializarse en cada nicho de mercado ofreciendo un tipo de atención directa y finalmente su capacidad comunicativa. La principal oportunidad o ventaja de las Mipymes es su capacidad de pasar de manera rápida de una estructura productiva a otra, justificado por cambio en las necesidades o preferencias del mercado, lo que resulta más complejo realizar en empresa grande, con un considerado número de empleados y mayor capital invertido. No obstante, su inserción en mercados tan fijos o contar con pocos clientes, aumenta el riesgo de banca rota o quiebra de este tipo de empresa, por lo que es importante que estas empresas amplíen su mercado o su cartera de clientes.

Las pequeñas y medianas empresas son entidades independientes, con alta predominancia en el mercado de comercio, quedando prácticamente excluidas del mercado industrial por las grandes inversiones necesarias y por las limitaciones que impone la legislación en cuanto al volumen de negocio y de personal, los cuales si son superados convierten, por ley, a una microempresa en una pequeña empresa, o una mediana empresa se convierte automáticamente en una gran empresa. Por todo ello una pyme nunca podrá superar ciertas ventas anuales o una determinada cantidad de personal.

La pequeña y mediana empresa o pyme (conocida también por el acrónimo Pyme, lexicalizado como pyme, o por la sigla PME) es una empresa que cuenta con ciertos límites ocupacionales y financieros. También existe el término Mipymes (acrónimo de "micro, pequeña y mediana empresa"), que es una expansión del término original, en donde se encierra a la microempresa.

2.2. Metodología

Objetivo General de la Investigación

El objetivo general de la investigación es:

Analizar cómo han impactado las MYPIMES de la EPS en el comercio exterior ecuatoriano. Período 2015-2018.

Tipo de investigación

El presente trabajo investigativo es de metodología no experimental, de tipo descriptivo, debido a que se pretende analizar cómo han impactado las MIPYMES de la EPS en el comercio exterior ecuatoriano durante el período 2015-2018 sin manipular las variables de estudio; con la finalidad de identificar los factores que inciden en el desempeño de estas organizaciones y realizar un análisis profundo de la problemática planteada, generando una propuesta que contribuya la internacionalización de estas empresas.

Enfoque de la investigación

El presente estudio tiene un enfoque mixto, pues se pretende analizar cómo han impactado las MYPIMES de la EPS en el comercio exterior ecuatoriano durante el período 2015-2018, por tal motivo se presenta un enfoque cualitativo debido a que se debe realizar un análisis longitudinal de las variables en los años de investigación seleccionados; además también presenta un enfoque cualitativo debido a que se debe indagar en el sector establecido mediante opiniones de funcionarios, expertos y empresarios.

Método de investigación

Análisis-sintético

Los objetivos planteados en el estudio de investigación se desarrollaron a través de los métodos analítico sintético y deductivo- inductivo.

Técnicas e instrumentos de investigación

Para el presente estudio se debe evaluar mediante un análisis longitudinal los indicadores que se establezcan en las variables de la investigación, con la finalidad de presentar la realidad económica de las MIPYMES de la EPS y sí han impactado en el comercio exterior ecuatoriano; además, es necesario realizar entrevistas a un funcionario, un experto en el tema y un empresario que esté implicado en este tipo de organizaciones, generando criterios de relevancia para establecer una propuesta adecuada como solución a la problemática planteada.

Hipótesis de la investigación

Para el presente estudio la hipótesis de la investigación es la siguiente:

"Las Mipymes de la EPS tiene un impacto positivo en el comercio exterior del Ecuador".

Variables de la investigación

Las variables de investigación del presente estudio son:

Variable dependiente:

- Comercio exterior del Ecuador

Variable independiente

- Mipymes de la EPS.

Indicadores

Con la finalidad de poder profundizar en el análisis de las variables, se precisaron establecer los siguientes indicadores:

Indicadores de la Variables Dependientes.

- Balanza Comercial.
- Balanza de Pagos.
- IED.

Indicadores de la Variables Independientes.

- Ventas.
- Actividad.
- Caracterización, tamaño y número de empleados.

Tabla 2: *Cuadro de operacionalización de las variables de investigación*

Tema de Investigación	**Problema de Investigación**	**Objetivo General de la Investigación**	**Tipo de Investigación**	**Enfoque de investigación**	**Método de investigación**	**Técnicas de Investigación**	**Instrumentos de Medición**	**Variable de Investigación**	**Indicadores de Variable**
El impacto de las Mipymes de la EPS en el comercio exterior ecuatoriano periodo 2015-2018	¿Qué factores no permiten que las MYPIMES de la EPS puedan contribuir al comercio exterior del Ecuador durante el período 2015-2018?	Analizar cómo han impactado las MYPIMES de la EPS en el comercio exterior ecuatoriano. Período 2015-2018.	Descriptiva	Mixto	Analítico Sintético Deductivo Inductivo	Revisión Documental Revisión Bibliográfica	Series de Datos Entrevistas: • Experto • Funcionario • Empresario	Dependiente Sector Comercio Exterior Ecuador Independiente Mipymes EPS	Balanza Comercial Balanza de Pagos IED Deuda Externa Ventas Actividad Caracterización, tamaño y número de empleados.

Tomado de la investigación

2.3. Resultados

2.3.1. Variable Dependiente: Sector Comercio Exterior Ecuatoriano

El comercio exterior es esencial en una economía dolarizada, pues es una de las formas para atraer dólares al país, por ello ante esa premisa, se establece un fundamento que se sustenta en tener un comercio exterior más dinámico, se vuelve prioritario para tener una economía activa y saludable. Desde que el país adoptó el actual sistema monetario mucho se ha hablado del comercio exterior, de la importancia de abrir mercados, de ampliar la oferta exportable, de integrarse a bloques comerciales, etc.

Tabla 3: *Exportaciones anuales del Ecuador*

Exportaciones Anuales del Ecuador

Año	**Exportaciones Totales**	**Variación Anual**
2015	18.330.608	-28,7%
2016	16.797.665	-8,4%
2017	19.125.028	13,9%
2018	21.606.134	13%

Tomado de: Banco central del Ecuador

Se puede evidenciar un crecimiento en los últimos años del período de estudio , mientras los años 2015 y 2016 un decrecimiento de 28.7 y 8.4 respectivamente. En el período 2018, se registró un crecimiento en las importaciones totales en un 16% en comparación al mismo periodo de 2017. La categoría de diversos fue la que presentó mayor incremento (49%), combustibles y lubricantes (34%), bienes de consumo (14%), materias primas (12%) y bienes de capital (11%).

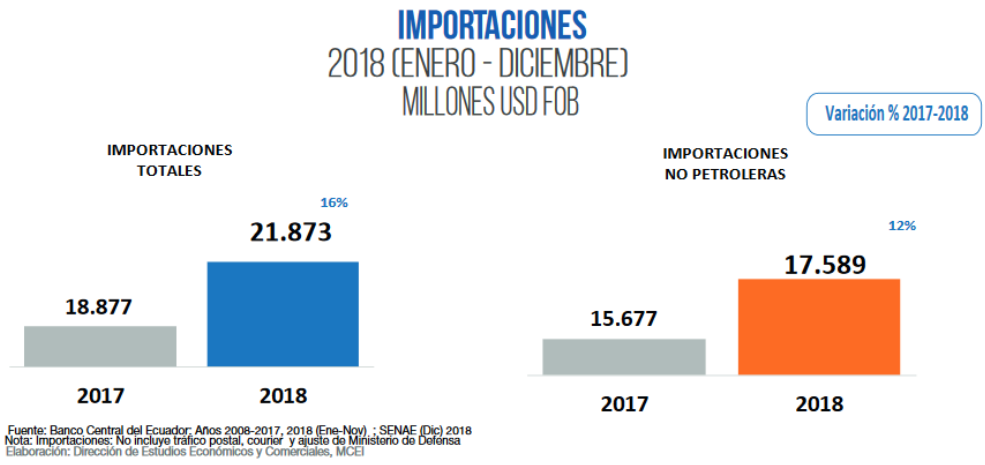


Figura 1: Importaciones no petroleras del Ecuador

Tomado de: Banco Central del Ecuador

Las importaciones no petroleras sufrieron un aumento de 12% en comparación con diciembre de 2017. China se posiciona en el primer lugar de las importaciones con un desarrollo del 18%, seguido de Estados Unidos (13%) y la Unión Europea (11%). Dentro de los cinco principales productos no petroleros importados, los automóviles livianos se posicionan en el primer lugar con un incremento del 22%, luego electrodomésticos (20%), maquinarias industriales (14%), manufacturas de metales (9%) y medicinas (-2%).

Las maquinarias industriales son los principales productos importados desde la Unión Europea registrando un crecimiento del 39%, seguido de las medicinas (-0,5%), automóviles livianos (95%), vacunas productos inmunológicos y plasma (4%) y otras manufacturas de metales (48%). Los productos citados representan el 33% de las importaciones realizadas en la Unión Europea. En relación al período anterior las exportaciones se incrementaron en 13% en el 2018. Estados Unidos además de presentar un incremento del 19%, se convirtió en el principal destino de las

exportaciones, seguido por la Unión Europea con el 3 % y Perú con el 26%; estos tres mercados representaron el 53% de las exportaciones totales.



Figura 2: Exportaciones no petroleras del Ecuador

Tomado de: Banco Central del Ecuador

Las exportaciones no petroleras presentaron un incremento de 5% con respecto al mes de diciembre del 2017. La Unión Europea fue el principal mercado de destino, con un incremento del 2%, por otro lado, Estados Unidos que disminuyó en un 2 % y Vietnam con -15%. Dichos mercados significaron el 55% del total de ingresos internacionales. Ya para finales de período 2018, el camarón fue producto principal no petrolero exportado evidenciando un incremento del 8%, luego lo sigue el banano 4% y con 5% los enlatados de pescado.

Estos cuatro productos representaron el 66% del total de productos no petroleros. El banano fue el principal producto exportado en la Unión Europea, con una representación del 30%, el camarón (22%) y enlatados de pescado (22%). Dichos productos significaron el 75% de las exportaciones a este destino. Al término del 2018, la balanza comercial total presentó un déficit de USD 264 millones.

2.3.1.1. Balanza Comercial

Tabla 4: *Evolución de la Balanza Comercial del Ecuador 2015-2018*

Año	Balanza Comercial (Millones de USD/FOB)			PIB Corrientes (Millones USD)	Balanza Comercial %PIB
	Total	Petrolera	No Petrolera		
2015	-2.129,60	2.757,00	-4.886,60	99.290,38	-2,14
2016	1.247,00	2.969,10	-1.722,00	99.937,70	1,25
2017	89,2	3.713,90	-3.624,70	104.295,86	0,09
2018	- 514,5	4.444,00	-4.958,50	108.398,06	-0,47

Tomado de: Banco central del Ecuador

Al término del año de 2018, la balanza comercial total presentó un déficit de USD 264 millones. La balanza no petrolera muestra un déficit de USD 4.751 millones. Tanto Rusia, Vietnam y la Unión Europea son mercados que en la balanza comercial no petrolera presentan mayor superávit. Mientras que Colombia, China y Brasil son mercados con déficit más elevado.

Se registró en la Balanza Comercial Petrolera un saldo favorable de USD 4,444 millones en el período 2018; superávit mayor en USD 730.1 millones si se compara con el resultado comercial alcanzado en el mismo período del año 2017 (USD 3,713.9 millones), como resultado del incremento en el valor unitario promedio del barril exportado de crudo. La Balanza Comercial no Petrolera presentó un incremento en su déficit en 36.8% en comparación a lo registrado en el período 2017, que se traduce de USD-3,624.7 millones alcanzando USD -4,958.5 millones.

En el año 2018, las exportaciones totales alcanzaron USD 21,606.1 millones. En términos relativos fueron mayores en 13% (USD 2,483.7 millones) con relación al año 2017 (USD 19,122.5 millones). Las exportaciones petroleras, en volumen, en el periodo de análisis, disminuyeron en-3.8% frente a lo registrado en similar periodo de 2017, al pasar de 21,316 miles de toneladas métricas (153.6 MM de barriles) a

20,505 miles de toneladas métricas (147.8 MM de barriles). En valor FOB, las ventas externas petroleras experimentaron un aumento de 27.3% (USD 1,888.1 millones), pasando de USD 6,913.6 millones a USD 8,801.7 millones. La variación del precio unitario promedio del barril exportado de petróleo y sus derivados en el periodo estudiado fue de 32.3% al pasar de USD 45 a USD 59.6.

Durante el año 2018, las importaciones totales en valor FOB alcanzaron USD 22,120.6 millones, nivel superior en USD 3,087.4 millones en relación con las compras externas realizadas en el año 2017 (USD 19,033.2 millones), lo que significó un incremento de 16.2%. En el cuadro se puede observar que al comparar los períodos enero-diciembre 2017 y 2018, las importaciones en valor FOB, fueron mayores en los grupos de: combustibles y lubricantes (36.4%); bienes de consumo (13.8%); materias primas (11.6%); bienes de capital (11.1%); y, productos diversos (47.8%), según la Clasificación Económica de los Productos por Uso o Destino Económico (CUODE).

Situación económica del Ecuador al segundo trimestre de 2019.

Durante el primer trimestre del 2019 el Producto Interno Bruto (PIB) creció un 0,4%; no obstante, durante el segundo trimestre fue del 0,3% en comparación en comparación al año anterior, por los problemas que enfrenta la economía de nuestro País. Con estos resultados, El PIB entre abril y junio de 2019 se ubicó en 17.988 millones de dólares, donde se puede mencionar que los principales factores que explican esta tendencia, se centran en un dinamismo en los procesos de exportación y un aumento en el consumo final de los hogares, que subieron a nivel interanual un 5,7% y un 0,6%, respectivamente.

Frente a los problemas económicos y financieros que afronta actualmente el Ecuador, el presidente Lenin Moreno ha acudido al endeudamiento externo; por tal motivo el pasivo público se ubicó en 39.491 millones de dólares (36,2 % del PIB) en julio del 2019. El Estado al presentar una problemática con los déficits presupuestarios, tomó la decisión de emitir bonos soberanos que sobrepasan los 10.000 millones de dólares. En febrero se establecieron solicitudes de crédito por 10.279 millones de dólares provenientes de organismos multilaterales, que serán desembolsados en el periodo de tres años.

Los principales factores que explican el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador en el 2019, se acentúan en un mayor dinamismo de las exportaciones y del consumo final de los hogares, que crecieron un 5,7% y 0,6%, respectivamente en relación al 2018. Las exportaciones de camarón experimentaron un crecimiento de 15,1%, debido a la reapertura comercial con el mercado brasileño, uno de las economías más importantes del mundo; y las inversiones y financiamiento realizado por instituciones públicas y privadas, en mejoras y tecnificación en las fincas camaroneras y laboratorios de larvas.

Además del camarón otros insumos como; los productos de metales comunes y productos metálicos elaborados el petróleo crudo y productos de madera tratada, destacan como impulsadores del PIB en ese periodo. Cabe destacar también que las importaciones registraron un menor dinamismo al presentar un crecimiento interanual de 0,7% presentando beneficios en la balanza de pagos. Por otra parte, las remesas recibidas en el primer trimestre de 2019 alcanzaron $ 736,21 millones y se observó un aumento del salario real en 2,2% y una reducción del Índice de Precios al Consumidor de 0,12%.

2.3.1.2. Balanza de Pagos

Tabla 5: *Balanza de Pagos 2015-2018 (millones USD)*

Transacción / Período	Años			
	2015	2016	2017	2018
Cuenta Corriente	**-2.223,3**	**1.323,9**	**-481,1**	**-1.357,8**
Bienes	**-1.649,8**	**1.567,3**	**311,4**	**-263,0**
Exportaciones	19.048,7	17.425,4	19.618,3	22.122,8
Importaciones	-20.698,5	-15.858,1	-19.306,8	-22.385,8
Servicios	**-805,2**	**-1.054,5**	**-1.103,1**	**-709,8**
Servicios prestados	2.391,3	2.139,8	2.191,1	2.539,5
Servicios recibidos	-3.196,6	-3.194,3	-3.294,2	-3.249,3
Renta	**-1.730,8**	**-1.842,9**	**-2.354,1**	**-2.793,9**
Renta recibida	140,3	163,8	187,1	239,1
Renta pagada	-1.871,1	-2.006,7	-2.541,2	-3.033,0
Transferencias Corrientes	**1.962,5**	**2.653,9**	**2.664,6**	**2.408,9**
Transferencias corrientes recibidas	2.643,6	3.461,2	3.357,6	3.488,5
Transferencias corrientes enviadas	-681,1	-807,3	-692,9	-1.079,6
Cuenta de Capital y Financiera	**2.188,1**	**-1.223,1**	**493,6**	**1.516,0**
Cuenta de Capital	**-48,8**	**-794,3**	**87,5**	**-175,2**
Transferencias de capital recibidas	98,7	98,7	98,7	98,1
Transferencias de capital enviadas	-136,3	-881,8	-	-262,0
Cuenta Financiera	**2.236,8**	**-428,8**	**406,1**	**1.691,2**
Inversión directa	1.322,5	767,4	618,4	1.401,0
Inversión de cartera	1.473,4	2.200,9	6.490,6	2.600,9
Otra inversión	-2.012,2	-1.634,3	-8.510,7	-2.085,3
Activos	-5.256,9	-6.472,4	-6.894,6	-2.672,9
Pasivos	3.244,7	4.838,1	-1.616,1	587,6
Activos de reserva	1.453,1	-1.762,9	1.807,8	-225,5
Errores y Omisiones	**35,2**	**-100,8**	**-12,5**	**-158,2**

Tomado de: Banco Central del Ecuador

En la cuenta corriente de la Balanza de Pagos ecuatoriana se puede visualizar que existe una desaceleración significativa de los ingresos en el 2017 (481,1 millones USD), sin embargo, se recupera en el 2018 ($1.357,8 millones USD). En transferencias corrientes se establece un crecimiento continuo con una breve desaceleración en el 2018 y en cuenta de capital y financiera, también se puede visualizar una caída drástica durante el 2017, la cual se está recuperando posteriormente en el siguiente periodo.

2.3.1.3. Inversión extranjera directa IED

En el Ecuador la inversión extranjera directa IED se reporta mediante la presentación de tres escenarios según Banco Central del Ecuador, estos son:

1. Inversión Extranjera Directa por modalidad de Inversión

2. Inversión Extranjera Directa por Rama de Actividad Económica

3. Inversión Extranjera Directa por País de Origen

Los ingresos por Inversión Extranjera Directa por modalidad de Inversión se generaron de la siguiente manera:

Tabla 6: *Inversión Extranjera Directa por modalidad de Inversión (en millones USD) periodo 2015 - 2018*

Transacción / Período	**Años**			
	2015 1/	**2016 1/**	**2017 1/**	**2018 1/**
En el extranjero	-	-	-	-
En el país	**1.322,7**	**769,0**	**618,9**	**1.407,7**
Acciones y otras participaciones de capital	984,5	679,0	520,9	469,9
Activos frente a inversionistas directos	-	-	-	-
Pasivos frente a inversionistas directos	984,5	679,0	520,9	469,9
Utilidades reinvertidas	287,0	200,1	160,6	232,1
Otro capital	51,2	(110,0)	(62,7)	705,7
Activos frente a inversionistas directos	-	-	-	-
Pasivos frente a inversionistas directos	51,2	(110,0)	(62,7)	705,7
Saldo	**1.322,7**	**769,0**	**618,9**	**1.407,7**

Tomado de: Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero (ARCH), MERNNR y Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Según los datos expuestos se puede apreciar que la Inversión Extranjera Directa por modalidad de Inversión se compone de Acciones y otras participaciones de capital, Activos frente a inversionistas directos, Pasivos frente a inversionistas directos, Utilidades reinvertidas, Activos frente a inversionistas directos y Pasivos frente a inversionistas directos; los cuales han ido fluctuando de manera paulatina, donde durante los años 2016 y 2017 se redujo considerablemente con $769 y $618 millones USD, respectivamente; sin embargo durante el 2018, el monto de inversión aumento llegando a $1.407.

Los ingresos por Inversión Extranjera Directa por Rama de Actividad Económica se generaron de la siguiente manera:

Tabla 7*: Inversión Extranjera Directa por Rama de Actividad Económica (en millones USD) periodo 2015 - 2018*

Rama de actividad económica / período	**Años 2015 1/**	**2016 1/**	**2017 1/**	**2018 1/**
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	67.784,3	41.924,6	124.624,9	59.283,8
Comercio	175.473,1	123.074,9	100.096,5	202.188,3
Construcción	6.834,0	30.464,8	59.133,0	86.779,3
Electricidad, gas y agua	61.757,9	1.194,8	2.129,4	6.573,4
Explotación de minas y canteras	559.834,4	464.290,5	68.533,4	738.454,7
Industria manufacturera	263.658,0	37.875,6	144.933,1	103.805,6
Servicios comunales, sociales y personales	(10.916,4)	(1.968,5)	(3.890,7)	(1.526,6)
Servicios prestados a las empresas	240.919,4	33.141,5	76.346,6	167.279,7
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	(42.628,4)	39.032,6	46.967,3	44.875,0
TOTAL	**1.322.716,3**	**769.030,9**	**618.873,4**	**1.407.713,1**

Tomado de: Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero (ARCH), MERNNR y Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Según los datos expuestos se puede apreciar que la Inversión Extranjera Directa por Rama de Actividad Económica se compone de los sectores de Agricultura, silvicultura, caza y pesca; Comercio; Construcción; Electricidad, gas y agua; Explotación de minas y canteras; Industria manufacturera; Servicios comunales, sociales y personales; Servicios prestados a las empresas; y Transporte, almacenamiento y comunicaciones. Estos rubros reflejan los mismos valores totales anteriormente mencionados, pero con una diferente perspectiva.

Los ingresos por Inversión Extranjera Directa por País de Origen se generaron de la siguiente manera:

Tabla 8: *Inversión Extranjera Directa por País de Origen (en millones USD) periodo 2015 - 2018*

País	Años 2015 1/	2016 1/	2017 1/	2018 1/
AMÉRICA	**702.358,3**	**180.996,0**	**245.304,7**	**880.191,9**
EUROPA	**459.951,5**	**550.448,3**	**135.455,4**	**471.642,3**
ASIA	**123.048,2**	**79.336,5**	**103.433,2**	**68.281,6**
AFRICA	**1,4**	**(8.079,0)**	**6.101,6**	**(8.138,0)**
OCEANÍA	**33.654,5**	**3.656,3**	**104.980,4**	**1.058,8**
TOTAL	**1.322.716,3**	**769.030,9**	**618.873,4**	**1.407.713,1**

Tomado de: Agencia de Regulación y Control Hidrocarburífero (ARCH), MERNNR y Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros.

Según los datos expuestos se puede evidenciar que la Inversión Extranjera Directa por País de Origen se delimita por sectores como Estados Unidos, que es el país con mayor inversión en el territorio nacional; seguido de Europa, la Comunidad Andina, el resto de América, Asia, África y Oceanía.

2.3.1.4. Deuda Externa

Deuda Pública Agregada/ PIB 1990-2018(abril)

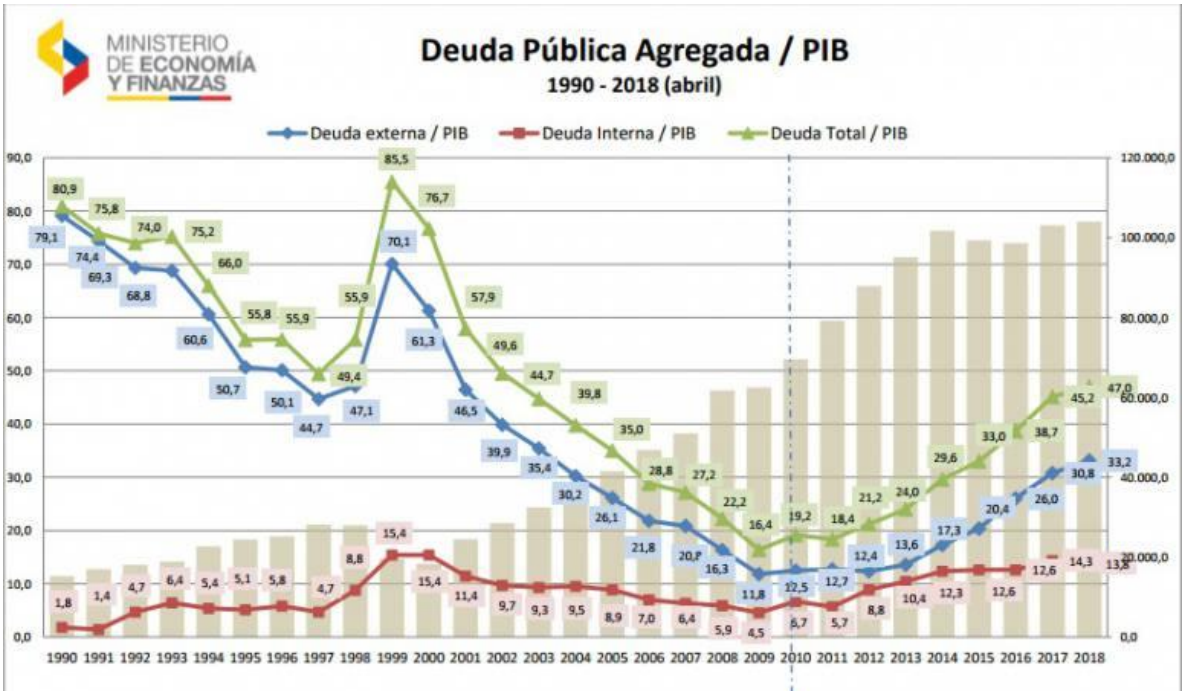


Figura 3: Deuda externa del Ecuador

Tomado de: Ministerio de Economía y Finanzas

Según datos generados por el Ministerio de Economía y Finanzas del Ecuador la deuda externa ha ido aumentando considerablemente en el periodo estudiado, donde los porcentajes con respecto al porcentaje de participación de deuda - PIB se generaron de la siguiente manera: durante el 2015 fue de 20.4%, 2016 con un 26%, 2017 con un 30.8 % y 2018 con 33.2%; datos que preocupan a la economía nacional, que de no tomar medidas que mejoren la actividad económica del país; estos porcentajes continuaran subiendo ininterrumpidamente.

2.3.2. Variable Independiente: Mipymes EPS.

2.3.2.1. Ventas

Tabla 9: *Ventas de las Mipymes de la EPS periodo 2015-208*

Economía Popular y Solidaria				
Años	2015	2016	2017	2018
Ventas (millones USD)	$1458	$1352	$1324	$1501
Representación	100%	93%	91%	103%
Variación	0	-7%	-9%	3%

Tomado de: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Según los datos expresados por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, se puede visualizar que en el periodo del 2015 al 2016 hubo una reducción de las ventas del -7%, situación que se repite durante el 2017 con un -9%; no obstante durante el 2018 se puede ver un mejoramiento de las ventas de un 3% en comparación a su mejor año el 2015, dato que mejora significativamente la percepción del sector y que se puede interpretar como un mejoramiento continuo de sus ingresos en los siguiente años.

Tabla 10*: Principales productos exportados Economía Popular y Solidaria período 2017-2018*

Producto Principal Clasificación BCE	**Exportaciones EPS 2017**	**2018**
Banano	76.448	80.090
Flores Naturales	48.684	42.004
Cacao	16.624	14.598
Elaborados de Cacao	806	1.955
Café Lavado	1. 801	1.928
Azúcar	1.1 73	1.183
Otros Prod. agrícolas*	1. 203	920
Plátano	685	677
Elaborados de Banano	368	372
Productos agrícolas en conserva**	251	167
Prendas de vestir	-	52
Jugos y conservas de frutas	23	50
Otros Alimenticios***	43	12

Otras manufacturas de metales	-	11
Harina y elaborados de cereales	12	7
Café industrializado	-	3
Sombreros de paja toquilla y mocora	-	1
Artículos de madera y corcho	1	1
Extractos y aceites vegetales	917	-

*En comercio justo principalmente quinua

** En comercio justo principalmente frutas deshidratadas

*** En comercio justo principalmente té y hierbas aromáticas

Tomado de: Banco Central del Ecuador, BCE - Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENAE

Respecto a los datos de las exportaciones de las Mipymes de EPS de Ecuador (Comercio Justo) el producto destacado es el banano, por ser el más ofertado, alcanzando USD 80.090 miles en el período 2018 por total de ventas, de las cuales cerca de 28,50% fueron bananos orgánicos certificados. Seguido por flores, con USD 42.004 miles y el cacao con USD 14.598 miles.

Principales productos

Según el Anuario de Comercio justo de PRO ECUADOR indica que

> *"El 90 % de los productores mundiales de Comercio Justo se agrupa en la producción de algodón, azúcar, banano, cacao, café, flores y té.*
> *Banano es el principal producto de Comercio Justo que se consume en el mundo, con un total de 641.727 toneladas vendidas en 2017, esto representa un crecimiento del 10,8 % respecto de 2016, liderado por las importaciones en Reino Unido, Alemania, Suiza y Países Bajos.*
> *Cacao en grano registró el mayor crecimiento entre los productos de Comercio Justo, con un destacado incremento del 56,9%, si bien la mayor parte de las ventas provienen de Ghana y Costa de Marfil, los productores latinoamericanos también registraron crecimientos considerables…En 2017, se introdujeron siete nuevos productos, entre ellos las coles de Bruselas.*

Principales mercados:

Considerar esa información de los anuarios para presentar la información.



En total, se registraron 77 destinos de las exportaciones de EPS en 2018. El principal país fue Italia, importante mercado que se ha recuperado en el último año, representando el 32,77 % del total de ventas al exterior en ese año (crecimiento del 15,11 % respecto de 2017).

Otros principales destinos fueron Estados Unidos, Rusia, Turquía, Países Bajos, Irak, Arabia Saudita y Emiratos Árabes, los cuales, en conjunto, representaron el 70,57% en 2018. El detalle completo se muestra en el siguiente cuadro.

Principales destinos de las exportaciones EPS ecuatorianas.

PAÍS	2017	2018	PRINCIPALES PRODUCTOS
ITALIA	114.904	132.265	BANANO, CACAO, ENDULZANTES, ROSAS
ESTADOS UNIDOS	31.739	35.935	BANANO, ROSAS, CACAO, ANFIBIOS, CLAVELES
RUSIA	20.490	29.805	BANANO, CLAVELES, PLÁTANOS
TURQUÍA	14.570	26.282	BANANO
PAÍSES BAJOS	21.833	20.951	CACAO, BANANO, ACEITE DE PALMA, CLAVELES
IRAK	6.881	18.594	BANANO
ARABIA SAUDITA	4.533	12.106	BANANO, ROSAS
EMIRATOS ARABES	807	8.85 5	BANANO, ROSAS
COLOMBIA	20.306	7.76 7	ACEITE DE PALMA
KUWAIT	463	7.69 4	BANANO, CLAVELES
ALEMANIA	13.329	7.31 7	CACAO, BANANO, CAFÉ, ENDULZANTES
REINO UNIDO	9.003	7.02 9	FIBRAS DE ABACÁ, BANANO, QUINUA
CHINA	2.953	5.98 5	BANANO, MINERALES DE ORO, SOMBREROS
ESPAÑA	3.507	5.29 8	ACEITE DE PALMA, ENDULZANTES, CLAVELES
BÉLGICA	11.560	5.26 0	BANANO, CACAO

Fuente: Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, SENAE
Elaboración: Dirección de Inteligencia de Negocios DINEG, MPCEIP

Figura 4: Principales destinos de exportación de la EPS ecuatorianas

Tomado de: Anuario de Comercio Justo, PRO ECUADOR 2019

Los principales destinos de exportación de las EPS ecuatorianas en el 2018, son Italia en primer lugar con $132.265 millones USD representando un 32.77% del total de ventas, le sigue Estados Unidos con $35.935 millones USD y Rusia con 29.805 millones USD; donde cabe mencionar que 77 es la totalidad de países, donde llega la producción de este sector. Dentro de los principales productos exportados por las EPS están el banano, el cacao, endulzantes, rosas, anfibios, claveles y plátano.

2.3.2.2. Actividad

Tabla 11: *Número de empresas de las Mipymes de la EPS por sectores*

Sectores de Mipymes de la EPS	Años			
	2015	2016	2017	2018
Sector cooperativo	50461	51351	51478	51944
Sector Asociativo	25616	26494	26482	26945
Sector comunitario	27915	27999	28621	28845
Total de empresas	103992	105844	106581	107734

Tomado de: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Según los datos expresados por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, se puede visualizar que en el periodo del 2015 al 2016, el número de las Mipymes de la EPS va en constante crecimiento, donde la mayor representación de estas organizaciones, la gana el sector cooperativo. Estos datos generan confianza en estas instituciones, debido a que se puede inferir, que la viabilidad y factibilidad está generando que se creen más organizaciones de este tipo con la finalidad de generar más empleo en la sociedad ecuatoriana.

2.3.2.3. Caracterización, tamaño y número de empleados.

Tabla 12: *Directorio de empresas 2015 - 2017*

Tamaño de Empresa	2015	2016	2017
Mipymes	764.034	763.636	802.696
Pymes	63.480	63.400	63.814
Mediana Empresa A	7.909	7.703	8.225
Mediana Empresa B	5.357	5.143	5.468
Grande Empresa	4.219	3.863	4.033
Total	844.999	843.745	884.236

Tomado de: Instituto Nacional de Estadística y Censos

Según los datos expresados por Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, se puede visualizar que en el periodo del 2016 el número de Mipymes se redujo debido a la problemática económica presentada en ese periodo de tiempo, sin embargo,

durante el 2017 se visualiza una recuperación notable, donde aumenta el número de organizaciones, superando a las establecidas en el 2015; por tal motivo se puede inferir que el entorno empresarial está en recuperación económica.

Las organizaciones EPS que exportaron sus productos en 2018 alcanzaron un número de 73, presentando crecimiento del 17 %, en comparación al período anterior (2017), que registró una cantidad correspondiente a 62. Este crecimiento sostenido en los últimos años son el reflejo de cada vez un mayor nivel de preparación por parte de los pequeños productores del Ecuador para llegar a mercados del exterior.

Tabla 13: *Empresas exportadoras y no exportadoras de la EPS*

Tipo	**Exporta**	**No Exporta**	**Total**
Mipymes EPS	19	28	47
Empresas Privadas	35	11	46
	844.999	843.745	884.236

Tomado de: Anuario de Comercio Justo, PRO ECUADOR 2019

En 2018, los exportadores EPS certificados Comercio Justo se mantuvieron en un número de 19, en relación con 2017. Este valor refleja que, a pesar que el número total de asociaciones que vendieron sus productos al exterior incrementó (73), ninguno más lo hizo en mercados Fair Trade. La principal razón es que, cada vez más, las organizaciones de pequeños productores se arriesgan desde el inicio a comercializar sus productos en mercados convencionales, principalmente en el sector banano y no están dispuestos a incurrir en los costos del sello social.

En 2018, el total de exportadores de Comercio Justo alcanzó un número de 54, al igual que en 2017, divididos en 19 organizaciones de pequeños productores y 35 empresas privadas.

Si se compara el número total de exportadores (54), con el total de organizaciones EPS y empresas privadas de Comercio Justo certificadas (93), la diferencia la constituyen 28 organizaciones de pequeños productores y 11 empresas privadas o personas naturales que trabajan como proveedores de los exportadores que utilizan el sello.

En Ecuador, las exportaciones de la Economía Popular y Solidaria (EPS) y Comercio Justo benefician directamente a más de 35 mil productores y artesanos, e indirectamente a más de 250 mil personas.

PRODUCTORES	MUJERES	HOMBRES	TOTAL
Productores vinculados a exportaciones de organizaciones de pequeños productores	12.544	18.679	31.223
Productores vinculados a exportaciones de empresas privadas	1.625	2.209	3.834
TOTAL	**14.169**	**20.888**	**35.057**

Figura 5: Productores de la EPS vinculados a la exportación

Tomado de: Anuario de Comercio Justo, PRO ECUADOR 2019

Las empresas exportadores de la EPS se dividen en productores vinculados a exportaciones de organizaciones de pequeños productores, las cuales tienen 31.223 trabajadores, siendo 12.544 mujeres y 18.679 hombres; y por otra parte, están los productores vinculados a exportaciones de empresas privadas con 3.834 trabajadores, siendo 1.625 mujeres y 2.209 hombres.

2.3.3. Análisis general de los resultados

Por medio de los resultados de las entrevistas realizadas, se pudo evidenciar que los principales inconvenientes que tienen las empresas de la EPS se dirigen hacia la falta de conocimientos sobre procesos de exportación, costeo, definición de precios; obstaculización al financiamiento para exportación y adaptación de productos a

requerimientos del exterior. Si bien el gobierno ha aportado con iniciativas como “el comercio justo” brindando respaldo a este tipo de sociedades, el impacto no ha sido el esperado; no obstante, se ve reflejado en un mayor interés por visibilizar a los pequeños actores económicos hacia la exportación de sus productos.

Existe la necesidad de mejorar en tres campos específicos, calidad, la asociatividad y desarrollo de las capacidades, estos elementos son fundamentales para internacionalizar estas empresas. El Estado debe intervenir en las fases iniciales de la internacionalización, estableciendo programas de desarrollo productivo, asociativo y de comercio exterior; brindando asesoramiento en la búsqueda de nuevos mercados.

Para el crecimiento institucional y fomento de las empresas de la EPS hacia la exportación, es necesario la difusión en los medios digitales mediante las páginas web, redes sociales, et; además de tener un excelente trato con el cliente que le permite tener un “boca a boca” que genera mucha confianza hacia su institución. La atención juega un papel fundamental en el crecimiento de una organización, así como la historia detrás de cada producto, donde comprador llega a identificarse con la empresa, ya que cada vez más hay un sector de consumidores conscientes que buscan la historia del producto desde un consumo responsable.

2.4 Propuesta

2.4.1 Presentación de la propuesta

El presente trabajo investigativo nace con la primicia de analizar los factores que incidieron durante el periodo 2015 al 2018 en las Mipymes de la Economía Popular y Solidaria del Ecuador para que no contribuyan en el Comercio Exterior Ecuatoriano, debido a que este sector es parte fundamental de una economía dinámica y saludable,

de su estabilidad empresarial depende gran número de fuentes de empleos e ingresos monetarios.

En una economía globalizada la oportunidad de internacionalizar la producción es cada vez más recurrente, por la tanto, Ecuador debe otorgar respaldo necesario para impulsar la producción de sus bienes y servicios hacia mercados internacionales. Las Mipymes de EPS están en constante crecimiento, sin embargo, la oportunidad para exportar por cada una de estas organizaciones es muy limitada, lo que causa que el crecimiento de estas empresas sea limitado y en ciertos aspectos se vea estancado por factores internos y externos.

Mediante una evaluación a este sector se pudo inferir que las oportunidades de venta hacia el exterior existen, pero cierta parte de estas organizaciones quedan limitadas por la falta de calidad, requisitos y conocimientos acerca de trámites y procedimientos de internacionalización; además que faltan procesos asociativos que fomenten el crecimiento colectivo de estas entidades. Por esta razón es necesario desarrollar una propuesta orientada a la exportación para las MIPYMES de la EPS, con la finalidad de generar una contribución significativa a estas organizaciones y al Estado ecuatoriano.

2.4.2 Objetivo de la propuesta

El objetivo de la propuesta del presente trabajo investigativo se enfoca en desarrollar un marco de estrategias orientadas al desarrollo de las MIPYMES de la EPS en el comercio exterior ecuatoriano.

2.4.3. Estrategias aplicadas como solución a la problemática planteada

2.4.3.1. Introducción de las estrategias

Como solución a la problemática visualizada en el presente trabajo investigativo, es necesario desarrollar estrategias orientadas en mejorar la inserción de las MIPYMES de la EPS en el comercio exterior ecuatoriano, con la finalidad de fomentar el desarrollo económico de este sector e incentivar la colocación de puestos de empleo; por tal razón se detalla n listado de estrategias presentadas a continuación:

- Incentivar la creación de asociaciones de las MIPYMES de la EPS.
- Generar proyectos de fortalecimiento de la producción y comercialización para las MIPYMES de la EPS.
- Promocionar la producción de las MIPYMES de la EPS en ferias internacionales.
- Generar proyectos de inversión destinados a las MIPYMES de la EPS.
- Aperturar nuevas líneas de financiamiento para las MIPYMES de la EPS.
- Desarrollo de capacitaciones introductorias al comercio exterior.
- Desarrollar programas de formación técnica en gestión de calidad.
- Crear identidad corporativa con misión, visión y valores, dirigidos hacia la exportación de productos.

Para aplicar estrategias es necesario la intervención tanto pública como privada, el Estado debe fomentar el respaldo de estas organizaciones mediante la intervención en fases iniciales, además es necesario el compromiso de MIPYMES de la EPS para impulsar su producción, calidad y gestión; cumpliendo con los requisitos necesarios en el mercado internacional.

2.4.3.2. Planificación de las estrategias

Tabla 14: *Planificación de las estrategias*

Estrategias	**Sectores económicos implicados**	
	Sector Público	**Sector privado**
Incentivar la creación de asociaciones de las MIPYMES de la EPS.	X	
Generar proyectos de fortalecimiento de la producción y comercialización para las MIPYMES de la EPS.	X	
Promocionar la producción de las MIPYMES de la EPS en ferias internacionales.	X	X
Generar proyectos de inversión destinados a las MIPYMES de la EPS.	X	
Aperturar nuevas líneas de financiamiento para las MIPYMES de la EPS.	X	X
Desarrollo de capacitaciones introductorias al comercio exterior.	X	
Desarrollar programas de formación técnica en gestión de calidad.	X	X
Crear identidad corporativa con misión, visión y valores, dirigidos hacia la exportación de productos.		X

Tomado de: Trabajo investigativo

Para una adecuada planificación de la propuesta que pretende un destacado desarrollo de las MIPYMES de la EPS en el comercio exterior, es necesario definir

qué sector está involucrado en cada estrategia. Por tal motivo los sectores económicos implicados serán las instituciones públicas (instituciones gubernamentales) y privadas (empresas de la EPS) y se desarrollarán de la siguiente manera.

Incentivar la creación de asociaciones de las MIPYMES de la EPS: Es necesario que el sector público realice reformas a la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria, que fomente la creación de asociaciones de las empresas de la EPS. Este tipo de asociaciones deben cumplir con el objetivo de proyectar los productos hacia el exterior y mejorar la visibilidad internacional del sector. Otro aspecto que debe abarcar este tipo de asociaciones, es la disponibilidad del crédito; desarrollando de manera individual o colectiva las destrezas de las empresas de la EPS, con la finalidad de llegar a obtener créditos para la producción a una tasa de interés que no esté fuera de sus capacidades de pago.

Generar proyectos de fortalecimiento de la producción y comercialización para las MIPYMES de la EPS: El ministerio de producción, comercio exterior, inversiones y pesca (MPCEIP) debe planificar proyectos destinados al fortalecimiento de la producción y comercialización para las MIPYMES de la EPS, con gestión y planificación técnica de los involucrados, con la finalidad de obtener una producción con altos estándares de calidad y que pueda comercializarse internacionalmente a un precio competitivo.

Promocionar la producción de las MIPYMES de la EPS en ferias internacionales: En todos las feriarías internacionales que participe el Ecuador, es necesario establecer un apartado dirigido a la proyección internacional de la producción de las empresas de la EPS, detallando la calidad obtenida y la aportación

económica que realiza el comprador, ya que el importador en la actualidad, además de buscar un beneficio económico, también busca identificarse con el exportador.

Generar proyectos de inversión destinados a las MIPYMES de la EPS: Que parte del Presupuesto General del Estado sea dirigido a la inversión en las MIPYMES de la EPS, ya sea mediante la banca pública, comisiones sectoriales o gobiernos regionales; con la finalidad de impulsar el sector hacia exportación de sus productos.

Aperturar nuevas líneas de financiamiento para las MIPYMES de la EPS: La banca pública y privada debe establecer tasas de interés preferenciales para las MIPYMES de la EPS, siempre y cuando el desembolso de dinero sea destinado a la inversión productiva con destino hacia el exterior.

Desarrollo de capacitaciones introductorias al comercio exterior: Ejecutar capacitaciones introductorias al comercio exterior por parte de instituciones gubernamentales, que se centren en temas como procesos y mecánicas de exportación, nomenclatura arancelaria y obtención de certificaciones internacionales. Además también es necesario que las MIPYMES de la EPS, establezcan un presupuesto destinado a la capacitación, ya que el Estado solo debe contribuir en fases iniciales, pero el desarrollo progresivo, debe ir por parte del sector involucrado de manera individual o colectiva.

Desarrollar programas de formación técnica en gestión de calidad: El Estado debe definir un plan de desarrollo productivo que fomente programas de formación técnica en gestión de calidad en todos los sectores productivos del territorio ecuatoriano. Cada campo debe tener una proyección hacia la exportación, en específico las directrices establecidas para las MIPYMES de la EPS.

Construir identidad corporativa con misión, visión y valores, dirigidos hacia la exportación de productos: Las MIPYMES de la EPS deben crear identidad corporativa con misión, visión y valores, dirigidos hacia la exportación de productos; mediante una planificación estratégica que permita evaluar sus fortalezas y debilidades y generar estrategias de crecimiento corporativo.

2.4.4. Beneficiarios de la propuesta

2.4.4.1. Beneficios al Sector Público

El sector público se beneficia mediante el aumento del empleo, debido a que el crecimiento de las MIPYMES de la EPS fomentará la contratación de personal en los ámbitos de producción, comercialización y exportación, generando una reducción considerable del desempleo en el país. Además, que mejorará variables macroeconómicas como la balanza comercial, la balanza de pagos, al mejorar las exportaciones del sector; la inversión extranjera directa, debido al aumento de interés por ganar cuota de mercado de inversionistas extranjeros y la deuda externa, mediante una mejor recaudación tributaria por parte del Estado.

2.4.4.2. Beneficios al Sector Privado

El sector privado se beneficia mediante el crecimiento individual y colectivo de las MIPYMES de la EPS, tanto en crecimiento económico debido a que generará mejores ingresos para su crecimiento corporativo, dándole un impulso al financiamiento para cubrir la planificación de sus estrategias a corto y largo plazo; como en crecimiento social debido a que generará una mejor calidad de vida para los trabajadores, generando una mejor capacidad de mejoramiento salarial, como

adjudicaciones de desarrollo personal por medio de capacitaciones, estudios, sustento a cónyuge e hijos, etc.

2.4.5. Validación de la propuesta

Las Mipymes de EPS que existen en el Ecuador, son las responsables del crecimiento de la producción, la generación de empleo, la innovación y el dinamismo productivo. Las cifras económicas y productivas demuestran que están en constante crecimiento cada año, por ende, su incursión en el comercio exterior se debe ir desarrollando de manera paulatina; validando la aportación del presente trabajo investigativo. Esta investigación aporta con el análisis del impacto de las Mipymes de EPS en el comercio exterior ecuatoriano desde el período 2015; a manera concisa los inicios de este nuevo modelo económico y plantea una propuesta para fortalecer las exportaciones de estas organizaciones.

CONCLUSIONES

Se analizó el impacto de las MIPYMES de la EPS en el comercio exterior ecuatoriano. Período 2015-2018, llegando a reconocer que el desarrollo del sector aún se encuentra en fases iniciales, donde en el periodo del 2015 al 2016 hubo una reducción de las ventas del -7%, situación que se repite durante el 2017 con un -9%; no obstante durante el 2018 se puede ver un mejoramiento de las ventas de un 3% en comparación a su mejor año el 2015, dato que mejora significativamente la percepción del sector y que se puede interpretar como un mejoramiento continuo de sus ingresos en los siguiente años.

Se ejecutó un marco teórico definiendo las principales teorías del Comercio Exterior, Administración Estratégica y Finanzas, además de la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y Ley de Compañías, logrando visualizar que estas organizaciones tienen grandes ventajas como su capacidad de adaptabilidad gracias a su estructura pequeña, su posibilidad de especializarse en cada nicho de mercado ofreciendo un tipo de atención directa y finalmente su capacidad comunicativa.

Se diagnosticó como se encuentra el sector de la Economía Popular y Solidaria del Ecuador respecto a las MIPYMES EPS donde se puede inferir que es necesario puntualizar o mejorar en tres campos específicos, calidad, la asociatividad y desarrollo de las capacidades, estos elementos son fundamentales para internacionalizar estas empresas. Por otro lado, se menciona que este tipo de organizaciones debe ser evaluado de manera individual, cuando se habla de estar preparados para exportar, debido a que existen diferentes niveles de desarrollo empresarial en el sector.

Se desarrolló una propuesta orientada a la exportación para las MIPYMES de la EPS que beneficia al sector privado y público mediante el aumento del empleo,

debido a que el crecimiento de estas organizaciones fomentará la contratación de personal en los ámbitos de producción, comercialización y exportación, generando una reducción considerable del desempleo en el país. Además de fomentar el crecimiento individual y colectivo de las MIPYMES de la EPS, debido a que generará mejores ingresos para su crecimiento corporativo, dándole un impulso al financiamiento para cubrir la planificación de sus estrategias a corto y largo plazo.

RECOMEDACIONES

Se recomienda futuras investigaciones relacionadas con el crecimiento de las MIPYMES de la EPS, tanto en el ámbito interno como externo, aplicando estrategias que fomenten el desarrollo corporativo del sector, visualizando las oportunidades, fortalezas, debilidades y amenazas que están en el entorno nacional e internacional.

Construir un aporte bibliográfico continuo del tema, que permita desarrollar futuras investigaciones a beneficio de las MIPYMES de la EPS, abarcando temas de desarrollo productivo, legal y corporativo, mediante estudios con argumentación científica que respalde el desarrollo de propuestas para el sector.

Desarrollar la capacidad exportadora de las MIPYMES de la EPS, mediante estudios de carácter individual, que mejores las capacidades de producción y comercialización, así como la calidad de los productos, con la finalidad de establecer una buena reputación en la internacionalización de los productos provenientes del sector.

Generar más propuestas para las MIPYMES de la EPS, que mejoren las capacidades de producción, comercialización y exportación del sector, en beneficio del crecimiento corporativo de las organizaciones y el aumento de las plazas de trabajo en el territorio ecuatoriano.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Altamirano, Cristian. (2015) Análisis del marco jurídico del sistema económico popular y solidario en Quito, sector de cooperativas de ahorro y crédito, segmento uno. Quito: Tesis de grado UCE.

Asamblea Nacional Constituyente (2011) Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. Quito: Registro Oficial

Banco Central del Ecuador. Estadísticas macroeconómicas. Presentación coyuntural. Abril de 2017. https://www.bce.fin.ec/index.php/estadisticas-economicas (último acceso: 27 de Abril de 2017)

Bertucci, C., & Marinho, C. (2011). Economia Solidaria en America Latina. Brasil: Soltec UFRJ.

Castresana, J. C. (Junio de 2009). Economía Social, Empresa Social y Economía Solidaria: diferentes conceptos para un mismo debate. *Papeles de economía solidaria* . REAS Euskadi.

Conafips (2015) Economía y Finanzas Populares y Solidarias. Quito: Corporación Nacional de Finanzas Populares y Solidarias.

Constitución del Ecuador . (20 de Ocubre de 2008). Constitucion de la Republica Del Ecuador. *Registro Oficial 449*. Ecuador : Asamblea Nacional Constituyente .

Coraggio, J. (Octubre de 2008). La Economía social y solidaria como estrategia de desarrollo en el contexto de la integración regional latinoamericana. *Reconstrucción de una parte de la ponencia presentada en el 3er Encuentro Latinoamericano de*. Montevideo, Uruguay: RIPESS.

Coraggio, J. L. (Julio de 2011). Economía social y solidaria El trabajo antes que el capital. Quito, Ecuador: Alberto Acosta y Esperanza Martínez, editores.

Cyrille, F., & Benoít, P. (2013). *Les ambiguïtés du commerce équitable: construire un marché juste ou juste construire un marché?* . París: Éditions Gallimard.

Flores, Geovanna (2014) «La SEPS, organizarse para servir mejor.» En Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, de Contextos de la Otra Economía, 163-175. Quito: SEPS.

Gaiger, Luiz Inácio (2012) «Avances y límites en la producción de conocimientos sobre la economía solidaria eb Brasil.» En Conocimiento y políticas Públicas de economía social y solidaria. Problemas y propuestas, de Jose Luis Coraggio, 55-78. Quito: IAEN

Gendron, C., Torres A, P., & Bisaillon, V. (2009). *Quel commerce équitable pour demain ? Pour une nouvelle gouvernance des échanges.* Francia: Editions Charles Léopold Mayer.

Graciarena, Jorge. (1990) «Estado periférico y economía capitalista: transiciones y crisis.» En El Estado en América Latina, Teoría y Práctica, editado por Pablo González, 40 a 69. México: Siglo XXI Editores.

Guerra, Pablo. (2015) «Economía Solidaria en Uruguay: composición del sector y políticas públicas.» En Economía Solidaria. Experiencias y conceptos, de Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, 193-208. Quito: Seps.

Guridi, Luis, y Yolanda Jubeto. (2014) «Fundamentos conceptuales y principios de la economía social y solidaria.» En Diálogos sobre Economía Social y Solidaria

en Ecuador, de Yolanda Jubeto, Luis Guridi y Maite Fernández-Villa, 19-57. Universidad del País Vasco.

Herrán, Javier. (2013) La economía popular y solidaria. Una práctica más que un concepto. Quito: Conversatorio Internacional de Formación en Economía Popular y Solidaria entre Ecuador y Argentina.

Naranjo, Carlos. (2013) «Apuntes para la historia del cooperativismo ecuatoriano.» En Estudios sobre Economía Popular y Solidaria, de Estudios y Normas de la EPS y SFPS Intendencia de Estadísticas, 201-214. Quito-Ecuador: Intendencia de Estadísticas, Estudios y Normas de la EPS y SFPS.

PROECUADOR. (Marzo de 2011). Boletín de Comercio Exterior. Ecuador: Ministerio de Relaciones Exteriores.

Thévenet, M. (1992). *Auditoría de la cultura empresarial*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

ANEXOS

Entrevistas

Entrevista a Funcionario.

Nombre: María Esther Castro

1. **¿Qué obstáculos se les presenta a las Mipymes de la EPS al momento de exportar?**

   Falta de conocimiento sobre procesos de exportación, costeo, definición de precios; falta de financiamiento para exportación y adaptación de productos a requerimientos del exterior.

2. **¿Cómo se encuentra el desarrollo de las Mipymes de la EPS en el Ecuador?**

   Hace cinco años aproximadamente el gobierno ha promovido varios programas que impulsan la inclusión de pequeños productores en el proceso de exportación, se creó la estrategia de comercio Justo la cual buscaba a través de la vinculación de entidades del estado, brindar el apoyo a los productores para la correcta inserción en el campo de exportación eliminando intermediarios y potenciando sus capacidades como pequeños productores.

3. **¿Cuál ha sido el impacto de las Mipymes de la EPS en el comercio exterior ecuatoriano?**

Básicamente el impacto se ve reflejado en un mayor interés por visibilizar a los pequeños actores que muchas veces por falta de preparación han desistido de impulsar la venta de sus productos en el exterior y se han mantenido bajo la figura de vender a terceros para que así realicen la operación de exportación. En la actualidad se podría resaltar que este interés tanto por el gobierno local y entidades internacionales ha promovido en los consumidores finales y demás actores que intervienen en la cadena de internacionalización, generar herramientas que contribuyan no solo a su inclusión como actores importantes en la economía del país, sino también la valoración de su trabajo que contribuye directamente al establecimiento de una mejor calidad de vida tanto para sus familias y comunidades.

4. **¿Qué factores no permiten que las Mipymes de la EPS se desarrollen en el comercio exterior ecuatoriano?**

Considero que el factor económico es la principal fuente que muchas veces priva a los pequeños productores de animarse a formar parte del sector exportador del país, de igual manera, la falta de herramientas de financiación, que muchas veces no están alineadas a la realidad de cada uno de ellos, genera una recesión y disminuye así el número de pequeños productores que exportan directamente.

5. **¿El Estado está trabajando para que las Mipymes de la EPS puedan proyectarse hacia la exportación?**

El Estado a través del ministerio rector ha promovido como política interna la inclusión de los pequeños actores dentro de actividades de capacitación y eventos de promoción comercial, pero principalmente en el diseño de proyectos de asistencia técnica liderados en muchas ocasiones por organismos internacionales tales como

CAF o CEPAL que buscan el empoderamiento tanto de mujeres como pequeños productores en el campo internacional.

Análisis de la entrevista al funcionario

Mediante la entrevista al funcionario se logró indagar que los principales inconvenientes que tienen las empresas de la EPS se dirigen hacia la falta de conocimientos sobre procesos de exportación, costeo, definición de precios; obstaculización al financiamiento para exportación y adaptación de productos a requerimientos del exterior. Si bien el gobierno ha aportado con iniciativas como "el comercio justo" brindando respaldo a este tipo de sociedades, el impacto no ha sido el esperado; no obstante, se ve reflejado en un mayor interés por visibilizar a los pequeños actores económicos hacia la exportación de sus productos.

En la actualidad existe interés tanto por el gobierno y entidades internacionales de generar herramientas para las empresas de la EPS que contribuyan no solo a su inclusión como actores importantes en la economía del país, sino también a la valoración de su trabajo. Donde el factor económico juega un papel principal a la hora de hablar de crecimiento organizacional de estas instituciones y de formar parte del sector exportador del país, de igual manera, la falta de herramientas de financiación, que muchas veces no están alineadas a la realidad de cada uno de ellos.

Entrevista a experto en el Tema.

1. **¿Qué deben hacer las Mipymes de la Economía Popular y Solidaria-EPS para poder exportar y contribuir al desarrollo del sector de comercio exterior?**

   Para que las MIPYMES de la EPS puedan exportar hay varias etapas que deben ser tomadas en consideración:

   - Calidad. El tener los niveles de calidad que requiere el mercado internacional no es un plus, sino una condición mínima para poder pensar en exportar. Deben por lo tanto las MIPYMES de la EPS trabajar muy fuerte para lograr estos estándares requeridos.
   - Asociatividad / Volúmenes. Por la característica propia de las MIPYMES de la EPS muchas veces es muy complejo alcanzar los volúmenes mínimos demandados por pedido, para esto una de las soluciones es trabajar en asociatividad. Esto conlleva algunos desafíos, que en su parte más sencilla tienen los factores jurídicos, pero que en las etapas más avanzadas tienen que ver con homogeneidad del producto, cumplimiento de la calidad establecida, respetar las cuotas y contratos por sobre ofertas spot.
   - Desarrollo de Capacidades. En herramientas de marketing, comercio exterior y manejo de la EPS como un negocio insertado en el mercado mundial, sujeto a sus reglas de eficiencia y rentabilidad. Juega aquí un papel clave la capacitación en los distintos rubros mencionados, así

como el crecimiento de sus asociados en temas que vayan más allá de sólo producción.

2. **¿Considera que las Mipymes de la EPS están preparadas para desarrollarse en el sector del comercio exterior?**

La respuesta parte de un diagnóstico que debe efectuarse a cada empresa. No se puede generalizar en ninguno de los dos sentidos, ni por ser MIPYME EPS está lista para insertarse en el comercio exterior, ni por ser MIPYME EPS está alejada de ese desarrollo. Al final el grado de madurez de la EPS y la adaptación de su producto a la demanda de mercado es lo que señalará que esté preparada para el comercio exterior.

3. **¿Cómo debería intervenir el Estado para que las Mipymes de la EPS puedan desarrollarse en el comercio exterior?**

El Estado puede intervenir en las fases iniciales de las MIPYMES EPS brindando los incentivos y el acceso al desarrollo de las capacidades que requieren para insertarse en el comercio exterior. Los programas de apoyo deben partir desde lo productivo, pasando por lo asociativo, desarrollando la cultura de comercio exterior y ayudando en las primeras experiencias de comercio exterior con el asesoramiento y búsqueda de nuevos mercados, así como apertura de los mismos.

4. **¿Qué tan grave es para Usted que las Mipymes de la EPS tengan dificultades para exportar en la actualidad?, ¿Qué recomendaciones daría a las Mipymes de EPS que aún no están exportando?**

Es grave en términos del riesgo que se corre de que estos emprendimientos que se nacen como una forma de generar empleo y mejores

condiciones de vida para sus asociados puedan rápidamente desaparecer. Si existen dificultades debe evaluarse cuáles son las etapas que aún no se han alcanzado, para que así se pueda enfocar la estrategia y cumplir con aquellas condiciones que son fundamentales para poder exportar.

La recomendación es dejar de pensar únicamente en la producción para subsistencia y tener también una orientación internacional, entendiendo que el mercado es ahora el mundo y que por lo tanto las posibilidades son mayores.

De igual forma se recomienda asesorarse por agencias de desarrollo, (públicas, privadas, de cooperación internacional) las cuáles cuentan con los recursos técnicos y experiencia con casuística para poder compartir la experiencia con las EPS.

Entrevista realizada a Mgs. Víctor Jurado Terán ex Director Ejecutivo de PRO ECUADOR, Director Ejecutivo Cámara Binacional ecuatoriana italiana.

Análisis de la entrevista al experto

Mediante la entrevista al experto se puede inferir que las MIPYMES de la EPS tienen un largo camino por delante si desean exportar y contribuir en el comercio exterior, como primer ámbito se menciona que es necesario puntualizar o mejorar en tres campos específicos, calidad, la asociatividad y desarrollo de las capacidades, estos elementos son fundamentales para internacionalizar estas empresas. Por otro lado, se menciona que este tipo de organizaciones debe ser evaluado de manera individual, cuando se habla de estar preparados para exportar, debido a que existen diferentes niveles de desarrollo empresarial en el sector.

También se menciona que el Estado debe intervenir en las fases iniciales de la internacionalización, estableciendo programas de desarrollo productivo, asociativo y

de comercio exterior; brindando asesoramiento en la búsqueda de nuevos mercados. Los riesgos que se corre cuando las Mipymes de EPS tienen dificultades para exportar, se relacionan con un aumento del desempleo; por tal motivo se debe evaluarse cuáles son los problemas en este tipo de organizaciones, para que así se pueda enfocar la estrategia y cumplir con aquellas condiciones que logren la internacionalización deseada.

Entrevista a empresario de la EPS

Nombre: María Jesús Pérez.
Cargo: Directora Ejecutiva de Maquita Cushunchic (MCCH)

1. **¿En qué sector se desarrolla su empresa? ¿Hace cuántos años realiza esta actividad, y por qué apostó por este sector?**

   Maquita Cushunchic (MCCH) surgió hace tres décadas en los barrios del Sur de Quito y nuestros productos son: cacao y productos derivados como manteca, pasta y torta de cacao; panela; quínoa; mermeladas; deshidratados.

2. **¿Su empresa ha realizado procesos de exportación? ¿A qué países ha exportado, y cómo ha logrado mantener ese mercado?**

   Desde 1989 hemos exportado, iniciamos con las organizaciones de mujeres MCCH hacia Italia exportando artesanías. Actualmente los productos que se exportan son: cacao y sus productos derivados como la manteca, la pasta y la torta de cacao; seguido por la panela, la quínoa, y después todos los otros productos como las mermeladas, deshidratados y demás, que son enviados a España, Italia, Francia, Bélgica, Alemania, EEUU, Inglaterra, Canadá.

Hemos logrado mantenernos y ampliar mercados, a través de la promoción Red Mundial de Comercio Justo a la que nos asociamos desde nuestros inicios. Además, por la participación en las ruedas de negocios que promociona y lidera PRO ECUADOR a través de sus oficinas comerciales en el mundo, así como también en los eventos de turismo, alimentación y mercado que desarrollan las Instituciones de Gobierno. Se realiza la difusión en los medios digitales mediante las páginas web, redes sociales, etc. Y no por ser menos importante, pero también se lo realiza por "el boca a boca", pues mucha gente nos reconoce y hemos ganado su confianza gracias a las instituciones de cooperación internacional.

3. **¿Detrás de cada producto a quiénes están beneficiando?**

   A las familias más vulnerables, pero con especial atención a las mujeres porque vivimos en situación de desventaja y a los jóvenes también, con ellos vamos creando alternativas de proyectos con los que sueñan, quieren y proyectan para sus vidas.

4. **¿Es importante la historia de sus productos para los compradores?**

   Importantísimo, es la gran diferencia. Detrás de cada producto hay una historia de vida que con el trabajo se dignifica, por lo tanto, estamos dándole un mayor impulso destinando un espacio en cada producto con la historia de la organización, cómo trabaja, de dónde viene y qué impacto económico tiene en la vida de las personas con la compra de ese producto. Cada vez más hay un sector de consumidores conscientes que buscan la historia del producto desde un consumo responsable.

5. **¿Recibe de alguna entidad la información necesaria para poder concretar procesos de exportación, o ampliar sus mercados?**

   Desde su inicio PRO ECUADOR ha puesto su mirada en los productos de la Economía Popular y Solidaria del país. En ese sentido, para nosotros ha sido un compañero de camino, siempre dando una respuesta en lo que hemos necesitado a nivel de información de mercados y de facilitar nuestra participación en eventos. Maquita representa a más de 300 organizaciones, entonces en nombre de todas ellas realmente estamos agradecidos de los espacios que se nos han ido generando.

   Hemos encontrado siempre las puertas abiertas para seguir teniendo más opciones de mercado.

6. **Finalmente ¿Cuál piensa que ha sido el principal logro de MCCH como organización?**

   Consideramos que el principal logro son las personas. Más de 380 organizaciones que tienen líderes formados en la escuela de EPS que desarrollan muy bien sus competencias de planificación estratégica, de liderazgo, de relación con los gobiernos locales para trabajar en conjunto con un enfoque territorial. Para nosotros la mejor satisfacción es ver que las organizaciones y los emprendimientos son autogestionarios, llevan adelante sus propias iniciativas, nosotros somos compañeros de camino.

   Tomado de: Anuario de Comercio Justo PRO ECUADOR 2018.

Análisis de entrevista a empresario EPS

Mediante la entrevista realizada a la directora ejecutiva de Maquita Cushunchic (MCCH), una organización que exporta a destinos España, Italia, Francia, Bélgica, Alemania, EEUU, Inglaterra, Canadá; menciona que una de las claves para estar a la vanguardia del mercado internacional fue mantener y ampliar mercados, a través de la promoción Red Mundial de Comercio Justo; así como también, asistir a los eventos de turismo, alimentación y mercado que desarrollan las Instituciones de Gobierno. Otra de las claves para el crecimiento institucional y fomento a la exportación fue la difusión en los medios digitales mediante las páginas web, redes sociales, et; además de tener un excelente trato con el cliente que le permite tener un "boca a boca" que genera mucha confianza hacia su institución.

La atención juega un papel fundamental en el crecimiento de una organización, así como la historia detrás de cada producto, existe una historia de vida que con el trabajo se dignifica, por lo tanto, el comprador llega a identificarse con la empresa, ya que cada vez más hay un sector de consumidores conscientes que buscan la historia del producto desde un consumo responsable. Cabe recalcar que un gran impulso como organización hacia lo exportación fue otorgado por PRO ECUADOR, generando conocimiento hacia el proceso de internacionalización, así como, más opciones de mercado hacia organizaciones internacionales; permitiendo que los emprendimientos sean autogestionarios y llevan adelante sus propias iniciativas.

LA CERTIFICACIÓN COMERCIO JUSTO

REQUISITOS Y PROCEDIMIENTOS

Un producto que desea estar certificado bajo Comercio Justo debe cumplir con los 10 estándares y/o principios establecidos por la Organización Mundial del Comercio Justo:



Cuatro sellos de Comercio Justo actualmente operan en el Ecuador:



PASOS PARA OBTENER UNA CERTIFICACIÓN DE COMERCIO JUSTO

1. Aplicación en línea

   FLO: https://www.flocert.net/es/unase-al-comercio-justo-hoy/

   Fair Trade USA: https://www.fairtradecertified.org/es/business-main-for-producers

   WFTO: http://www.wfto-la.org/membresias/presentacion/

   SPP: https://spp.coop/productores-opp/#toggle-id-2

2. Presentación de la documentación de soporte de la organización o empresa.

3. Auditoría externa de cumplimiento de criterios de Comercio Justo.

4. Evaluación, análisis y presentación de los resultados de la auditoría.

5. Aprobación de la certificación.

6. Seguimiento de cumplimiento de criterios.

Tomado de: Anuario Comercio Justo 2019, MPCEIP