

Estrategias de internacionalización para el fortalecimiento del emprendimiento en Ecuador

Artículo

Internationalization strategies to strengthen entrepreneurship in Ecuador

María Fernanda Baquero Zúñiga.

Correo electrónico: mbaquero@itsjapon.edu.ec

Filiación institucional: Instituto Superior Tecnológico
Japón.

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-5918-4957>.

Edgar David Baquero Zúñiga.

Correo electrónico: ebaquero@itsjapon.edu.ec

Filiación institucional: Instituto Superior Tecnológico
Japón

Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-3075-3455>

Resumen

La presente investigación busca evidenciar que Ecuador es uno de los países con más emprendedores en el mundo y que constituyen un pilar fundamental para la economía ecuatoriana.

Por su parte, la internacionalización y las oportunidades que en este sentido brinda la globalización es un factor determinante para que se pueda lograr un crecimiento sostenido en el ámbito empresarial.

En este contexto, es una necesidad el proponer estrategias que permitan a los emprendimientos encontrar oportunidades en los mercados internacionales que al ser ejecutadas de manera adecuada les permitirá crecer a largo plazo y generar oportunidades directas e indirectas para aquellos involucrados en las actividades internacionales.



Atribución/Reconocimiento-
NoComercial-CompartirIgual 4.0
Licencia Pública Internacional CC
BY-NC-SA 4.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode.es>

SAPIENTIA TECHNOLOGICAL
Revista científica.
e-ISSN: 2737-6400

Julio - diciembre 2022 Vol. 3 – 2 2022

<https://sapientiatechnological.ait.ec.edu.ec>

Recepción: 11 de octubre 2022
Aceptación: 18 noviembre 2022

Pág.: 1-14

A lo largo del presente documento justamente se hace hincapié en aquellos elementos que los emprendedores deberían considerar para que sus exportaciones se realicen de manera efectiva, entre los que tenemos: definición del potencial de exportación, negociación internacional y búsqueda de compradores internacionales, gestión aduanera, análisis pormenorizado de los precios, gestión de la logística internacional, análisis de los acuerdos comerciales vigentes en el país y uso de regímenes aduaneros especiales.

Es así que aquellos emprendedores que quieren ingresar al mundo del comercio exterior o que ya se encuentren en el mismo y quieren mejorar sus oportunidades, a través del siguiente análisis podrán identificar aspectos claves que les permita alcanzar ese objetivo.

Palabras clave: internacionalización; emprendimiento; Ecuador; exportaciones.

Abstract

This research seeks to show that Ecuador is one of the countries with the most entrepreneurs in the world and that they constitute a fundamental pillar for the Ecuadorian economy.

For its part, internationalization and the opportunities that globalization offers in this regard is a determining factor for achieving sustained growth in the business field.

In this context, it is a necessity to propose strategies that allow enterprises to find opportunities in international markets that, when properly executed, will allow them to grow in the long term and generate direct and indirect opportunities for those involved in international activities.

Throughout this document, emphasis is precisely placed on those elements that entrepreneurs should consider so that their exports are carried out effectively, among which we have: definition of export potential, international negotiation and search for international buyers, customs management, detailed price analysis, international logistics management, analysis of current trade agreements in the country and use of special customs regimes.

Thus, those entrepreneurs who want to enter the world of foreign trade or who are already in it and want to improve their opportunities, through the following analysis will be able to identify key aspects that allow them to achieve that objective.

Key word: internationalization; entrepreneurship; Ecuador; exports..

Introducción y objetivos

Según datos del Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2019-2020, se determina que el Ecuador es uno de los países más emprendedores del mundo; sin embargo, la innovación e internacionalización son debilidades que presenta el ecosistema emprendedor.

En este sentido, desde la academia se vuelve necesario el abordar esta temática a través de la investigación, con el propósito de aportar y plantear estrategias que les permitan a los emprendimientos buscar y encontrar oportunidades en los mercados internacionales, aprovechando las ventajas latentes de la internacionalización y de esta manera afianzar su crecimiento sostenido, contribuyendo a su propio desarrollo y al desarrollo de la economía del país.

Metodología y materiales

La investigación del presente trabajo se basa en la metodología descriptiva, explicativa y bibliográfica, a fin de describir y explicar el fenómeno del emprendimiento en Ecuador y los beneficios que podría acarrear la internacionalización para alcanzar un

desarrollo sustentable de los mismos. El método utilizado es de sistematización del conocimiento que permite a través de la experiencia, realizar una revisión crítica de los temas vinculados al proceso.

Resultados y discusión

En Ecuador el 36% de adultos poseen negocios establecidos (Global Entrepreneurship Monitor Ecuador, 2019 – 2020). Según información de la Superintendencia de Compañías en el año 2021, se crearon alrededor de 16.000 empresas en Ecuador.

Estos datos denotan que el país cuenta con un alto número de negocios que se crean cada año y que requieren de estrategias que les permitan crecer y sostenerse en el tiempo.

En un mundo globalizado, las oportunidades que presenta la internacionalización para conseguir este objetivo, puede ser el camino para el fortalecimiento de su quehacer convirtiéndose en entes generadores de empleo y de desarrollo.

En este sentido, es importante considerar que efectivamente para aprovechar las bondades que presenta la internacionalización, se deben tener claras las estrategias que permitan identificar y llevarlas a cabo de manera óptima.

En este contexto, se proponen las siguientes estrategias para que los emprendimientos ecuatorianos puedan desarrollar un proceso de internacionalización efectivo, que les aporte en la consecución de los objetivos empresariales de crecer y sostenerse en el tiempo.

Definición del Potencial de Exportación

El mismo que permite medir las fortalezas que tiene un emprendimiento para aprovechar las oportunidades que ofrecen los mercados internacionales.

Para el efecto se sugiere realizar un análisis Export Audit o Auditoría de Exportación que es una herramienta que, si bien no es la única, permite a las empresas realizar un diagnóstico de sus fortalezas y debilidades en cuanto a pensamiento estratégico, talento humano, procesos productivos, procesos financieros, posicionamiento, entre otros; así como, el análisis del mercado externo que permita identificar oportunidades y amenazas en cuanto a barreras arancelarias y no arancelarias, logística internacional, competencia, gustos y preferencias de los consumidores.

A través de este análisis se puede concluir si una empresa esta apta para ingresar a un mercado internacional.

Negociación internacional y búsqueda de compradores internacionales

Conseguir la contraparte ideal que permita generar negociaciones efectivas es uno de los pasos más importantes de los procesos de comercio exterior. Existen diversas herramientas que pueden ayudar a un emprendedor a encontrar a su potencial cliente en los mercados internacionales. Entre las más importantes podemos mencionar las siguientes:

- Participación en Ferias Internacionales, durante el año se suelen llevar a cabo una diversidad de eventos de carácter internacional tanto sectoriales cuanto multisectoriales, que son el escenario perfecto para tomar contacto con interesados en los productos que un exportador puede ofrecer. En su marco, también se desarrollan Ruedas de Negocios que permiten concretar negocios en tiempo real. La ventaja de participar en este tipo de eventos es que existe un alto índice de seriedad y confiabilidad de los participantes, sean compradores o vendedores.
- Estadísticas comerciales: hoy por hoy existen diferentes fuentes estadísticas donde podemos encontrar flujos comerciales y posibles contrapartes para realizar negocios, algunas de ellas son gratuitas como es el caso de Trademap (www.trademap.org) y otras con pago, de las cuales existen varios proveedores en el mercado.

Una vez identificados los posibles compradores uno de los aspectos más importantes para conseguir los objetivos de internacionalización es lograr una negociación ganar-ganar para las partes y que permita construir relaciones comerciales a largo plazo. Para alcanzar este propósito será necesario investigar la cultura de los países con los que queremos trabajar, manejar una comunicación asertiva y usar técnicas de negociación que nos permitan llegar al término adecuado para ambos.

Gestión aduanera

Es fundamental que para que un proceso de exportación pueda culminar de manera exitosa, además de conocer las particularidades del mercado al que se desea llegar, se debe gestionar de manera adecuada los procesos aduaneros que permitan que el producto cumpla con toda la normativa legal vigente en el país .

Desde la gestión aduanera, para cumplir con este propósito es fundamental tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

- Los productos deben estar claramente identificados a través de la asignación adecuada de la subpartida arancelaria, a fin de conocer los procesos que el producto debe cumplir de acuerdo a la misma, así como evitar confusiones dentro del intercambio que puede derivarse por nombres comerciales distintos en los diferentes países o por diferencias culturales.
- Cada producto tiene su individualidad, por lo que el proceso operativo y aduanero de exportación no es el mismo en todos los casos. Si bien existen pasos comunes a cumplir por todos los exportadores, como es el caso de contar con un RUC y registrarse como exportador ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador; existen otros requisitos que dependerán del tipo de producto y país con el cual se va a realizar el intercambio comercial, como es el caso de los permisos de exportación que se deben cumplir para que el producto pueda salir de Ecuador y asegurar el ingreso del mismo al mercado internacional, acorde a sus regulaciones.

- Contar con el acompañamiento de especialistas aduaneros y logísticos es un elemento que aportará de manera efectiva al cumplimiento de una gestión efectiva.

Análisis pormenorizado de los precios

A fin de alcanzar las metas financieras de un proyecto de internacionalización es muy importante que se realice un análisis pormenorizado de los precios que incluya los costos de producción del producto, gastos administrativos del emprendimiento, definición del porcentaje de utilidad con el propósito de fijar el precio de exportación que deberá estar acorde al Incoterms con el que vamos a trabajar.

Los Incoterms o términos de comercio internacional son reglas establecidas por la Cámara de Comercio Internacional con el propósito de determinar obligaciones para las empresas vendedores y compradoras en el ámbito de las operaciones de importación y exportación. El Incoterms con el que las partes acuerden trabajar tendrá que estar acorde al precio de exportación. Existen varias versiones de los Incoterms, la última versión publicada es la versión 2020 y es con la que se recomienda trabajar dado que es la que está mejor adaptada a la dinámica comercial actual.

Según la versión 2020 se cuenta con 11 Incoterms que son: EXW, FCA, FAS, FOB, CPT, CIP, CFR, CIF, DAP, DPU y DDP. En cada transacción comercial importador y exportador deben ponerse de acuerdo en el Incoterms que van a utilizar.

Las obligaciones que implica el uso de cada Incoterms son diez entre las que tenemos: Obligaciones generales, entrega/recepción, transmisión de riesgos, transporte, seguro, documento/prueba de entrega, despacho de exportación/importación, comprobación/embalaje/marcado, reparto de costos y notificaciones.

Por otra parte, es importante también que como parte del análisis de precios se analice el precio al que realmente compra el consumidor final el cual involucra la ganancia del importador y los canales de distribución.

Solamente a través de un análisis holístico de los precios se podrá realmente alcanzar la competitividad que se requiere para afrontar el proceso de exportación.

Acertado manejo de la logística internacional

Para que el producto pueda movilizarse de manera óptima y no sufra daños ni deterioros en el proceso de movimiento internacional, llegando de manera adecuada a su destino en el país importador, se deberá tomar decisiones acertadas en cuanto a su proceso de logística internacional; en este marco, se deberán considerar los siguientes factores:

- Se debe escoger el medio de transporte idóneo acorde al tipo de producto, ya que no todos los productos están adaptados para movilizarse en cualquier medio de transporte. Para que se determine el medio de transporte ideal se deberán tomar en cuenta factores como tipo de carga (granel, frágil, perecible, peligrosa); rapidez con la que necesitamos que el producto se movilice para el cumplimiento de los pedidos o por la conservación en buen estado de la carga, riesgo que acarrea el uso de cada medio de transporte; y, precios.
- Otro punto muy importante que se debe considerar es el volumen y peso de la carga, ya que los medios de transporte nos cobrarán el flete internacional dependiendo de los mismos. En el caso de una movilización marítima, se pagará por el espacio (volumen) que ocupe dentro del medio de transporte y/o unidad de carga (contenedores); en caso de movilización aérea, se pagará por el peso mayor (comparación entre el peso volumétrico y el peso real de la carga).
- Se debe también tener clara la ruta que seguirá el medio de transporte a fin de estimar los tiempos en los cuales el producto llegará a su destino, esto con el propósito de ofrecer tiempos reales que no impliquen luego un incumplimiento que genere controversias entre las partes.

- Uso de envases y embalajes adecuados acorde al producto, existen varios tipos de envases y embalajes que se adaptan a la naturaleza de cada producto.

Envase es todo recipiente que guarda un producto, tiene el propósito de proteger la mercancía, facilitar su transporte, distinguirla de otros artículos y presentar el producto al consumidor para su venta. Algunos de los tipos de envases primarios existentes en el mercado, de acuerdo con el avance de la tecnología, pueden ser: frascos y envases de vidrio; envases de plástico y celofán; envases de PET; envases de porcelana; envases de tetra pack; bolsas de aluminio, polietileno y papel; sacos de papel, rafia y algodón; cajas de cartón; latas de aluminio; latas de hojalata; cuñetes y tambores de hierro, entre otros. Respecto de los envases secundarios, se manejan materiales como cajas de cartón; bolsas de polietileno; bolsas de celofán; redes de plástico; películas de vinil y diversos materiales para la protección del producto.

El embalaje por su parte busca proteger la mercancía durante el transporte. Entre los embalajes encontramos: cajas de cartón; cajas de madera; cajas de plástico; tarimas de madera; tarimas de plástico; supersacos; protecciones de aglomerados; esquineros; flejes de acero y plástico; protecciones y redes plásticas; películas polarizadas y amortiguadores de cartón o materiales deformables.

Para que un envase y/o embalaje se considere sustentable dentro de los parámetros de las empresas de clase mundial, estos deben ser inocuos, recuperables, reutilizables, reciclables, biodegradables y estar certificados.

- Todo producto a comercializarse de manera internacional, deberá contar con un marcado que contenga la información básica que permita conocer sus características y clasificación para evitar confusiones, pérdidas, contaminaciones y accidentes que causen daños a los bienes y a quienes estén involucrados en las distintas operaciones. De manera adicional, el marcado deberá ir acompañado de pictogramas que permitan conocer a quienes van a manipular la carga, el tipo de cuidados que se debe tener en cuanto a la misma.

- El manejo asertivo del costeo logístico en un elemento fundamental para alcanzar la competitividad durante el proceso de exportación. A efectos de controlar este aspecto se debe tomar en consideración el peso y volumen, ya que de ello dependerá el valor que se deberá pagar por concepto de flete internacional.

Otro elemento relevante es la cantidad de intermediarios logísticos que participarán en el proceso y que tendrá una relación directa con los canales de distribución que se vayan a utilizar para ingresar con el producto al mercado internacional hasta que llegue a manos del cliente final. Cada uno de ellos tendrá una participación en el costeo logístico ya que brindarán servicios principales y complementarios durante toda la cadena.

Acuerdos Comerciales vigentes en el país

Justamente un parámetro importante a considerar como parte del proceso de exportación es analizar aquellos países con los cuales el Ecuador tiene un Acuerdo Comercial vigente, a fin de que sus exportaciones puedan alcanzar la competitividad.

En este marco, a la fecha del presente trabajo, los países con los que el Ecuador mantiene Acuerdos Comerciales vigentes son los siguientes y se menciona un breve resumen de su tratamiento en cada uno.

- Comunidad Andina (Colombia, Perú y Bolivia): Con estos mercados nos encontramos en una zona de libre comercio, lo que quiere decir que todos los productos cuentan con una preferencia arancelaria total negociada del 100%.

- Asociación Latinoamericana de Integración (Bolivia, Colombia, Perú, Argentina, Brasil, Uruguay, Paraguay, Chile, Cuba, México, Venezuela y Panamá). En el marco de la Aladi contamos con 2 mecanismos de desgravación que son los Acuerdos Regionales: Preferencia Arancelaria Regional (PAR) y Nómina de

Apertura de Mercados (NAM); y, los Acuerdos de Alcance Parcial que son específicos entre los diferentes mercados que conforman el grupo: Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N° 75 entre Ecuador y Chile, Acuerdo de Alcance Parcial del Complementación Económica N° 59 entre la CAN y el Mercosur, Acuerdo de Alcance Parcial de Complementación Económica N° 46 entre Ecuador y Cuba, Acuerdo de Alcance Parcial de Renegociación de Patrimonio Histórico N° 29 entre Ecuador y México. Los citados Acuerdos se encuentran en un nivel de integración uno, lo que quiere decir que están en una zona de preferencias arancelarias que implica la negociación de preferencias tanto totales cuanto parciales dependiendo del tipo de producto y que además no se contempla todo el universo arancelario.

- Acuerdo Multipartes entre Colombia, Ecuador y Perú y la Unión Europea (Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Croacia, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal, República Checa, Rumania y Suecia). El Acuerdo con la Unión Europea se encuentra vigente desde el 1 de enero de 2017 y funciona a través de un cronograma de desgravación, en el cual se determinó productos con desgravación inmediata, productos con desgravación a una determinada cantidad de años dependiendo de su sensibilidad para los mercados contratantes y productos exentos de un tratamiento arancelario.

- Acuerdo de Asociación Económico Inclusivo entre la República del Ecuador y los Estados de la Asociación Europea de Libre Comercio (Suiza, Liechtenstein, Noruega e Islandia). El Acuerdo EFTA esta vigente desde el 1 de noviembre de 2020 y funciona a través de un cronograma de desgravación, en el cual se determinó productos con desgravación inmediata, productos con desgravación a una determinada cantidad de años dependiendo de su sensibilidad para los mercados contratantes y productos exentos de un tratamiento arancelario.

- Acuerdo Comercial entre el Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte, por una parte, y la República de Colombia, la República del Ecuador y la República del Perú, por otra. El mencionado Acuerdo se encuentra vigente desde el 1 de enero de 2022; sin embargo, arrastra los beneficios negociados desde el año 2017, en el marco del Acuerdo con la Unión Europea.

- Acuerdo de Complementación Económica entre Ecuador y Guatemala. El citado Acuerdo se encuentra en un nivel de integración uno, lo que quiere decir que están en una zona de preferencias arancelarias que implica la negociación de preferencias tanto totales cuanto parciales dependiendo del tipo de producto y que además no se contempla todo el universo arancelario.

- Acuerdo de Complementación Económica entre Ecuador y Nicaragua. El citado Acuerdo se encuentra en un nivel de integración uno, lo que quiere decir que están en una zona de preferencias arancelarias que implica la negociación de preferencias tanto totales cuanto parciales dependiendo del tipo de producto y que además no se contempla todo el universo arancelario.

- Acuerdo de Complementación Económica entre Ecuador y El Salvador. El citado Acuerdo se encuentra en un nivel de integración uno, lo que quiere decir que están en una zona de preferencias arancelarias que implica la negociación de preferencias tanto totales cuanto parciales dependiendo del tipo de producto y que además no se contempla todo el universo arancelario.

Cabe mencionar que para acceder al beneficio que implica el uso de los Acuerdos Comerciales en el intercambio comercial, que implicaría la liberación total o parcial de la tarifa arancelaria fijada para los productos en cada mercado importador, el producto debe ser originario de los mercados que suscriben el Acuerdo Comercial. Para el efecto, se deberá presentar ante la Autoridad Aduanera del país importador el certificado de origen correspondiente que es un formato de aceptación en todos los

países que forman parte de un proceso de integración o de un acuerdo comercial y tiene como función dar testimonio del cumplimiento de las normas de origen de las mercancías que se intercambian en el marco de las negociaciones de los Acuerdos Comerciales.

Regímenes Aduaneros Especiales

El momento de realizar un proceso de comercio exterior, es importante escoger el tipo de régimen aduanero que se aplica mejor a nuestro proyecto. Actualmente existen 24 regímenes aduaneros que son las modalidades que tiene un importador o exportador para realizar sus procesos.

Los regímenes aduaneros permiten, dependiendo el caso, liberarse de impuestos al comercio exterior, otros son de carácter devolutivos de impuestos y otros permiten suspender su caso.

Para el uso efectivo de los mismos es fundamental que tengamos clara la aplicabilidad correcta de cada uno de ellos, a fin de utilizarlos correctamente y que podamos evidenciar las facilidades o beneficios que cada uno de ellos presentan.

Otros factores

Según la Estrategia Ecuador Emprendedor, Innovador y Sostenible 2030 de la Alianza para el Emprendimiento y la Innovación (AEI) se plantea los siguientes objetivos: aceleración de mercados y cadenas productivas, colaboración universidad-industria, ecosistemas sectoriales, marco normativo y territorialización que si bien no son temas directos del tema de comercio exterior como tal, sin lugar a duda, son propuestas que aportarán al proceso de desarrollo de los emprendimientos con una mirada a futuro.

Conclusiones

A través del presente análisis podemos concluir que Ecuador al ser un país eminentemente emprendedor y con un alto potencial de crecimiento en este sentido, puede utilizar, entre otras estrategias, la internacionalización como un elemento de aporte a su gestión empresarial y que trascenderá en que logren la sostenibilidad que se requiere para aportar a su desarrollo propio y al de la economía del país.

Según lo expuesto, también podemos concluir que para que los procesos de internacionalización se vuelvan efectivos, es recomendable acatar toda la normativa nacional e internacional y las mejores prácticas que en el marco de este documento se recomiendan utilizar.

Referencias

AEI. (s.f.). Oportunidades y retos del ecosistema de emprendimiento en el Ecuador. Recuperado el Septiembre de 2022, de <https://www.aei.ec/dia-emprendimiento-ecuador-aei/>

Cámara de Comercio Internacional. (2020). Incoterms 2020. Paris.

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones y su Reglamento. Actualizado 2022.

ESPAE. (2019-2020). Global Entrepreneurship Monitor. Guayaquil. Obtenido: https://www.espae.edu.ec/wp-content/uploads/2021/02/GEM_Ecuador_2019.pdf

Soluciones de Comercio Exterior. (2022). Manual General del Importador y Exportador. Quito.