21

Fecha de presentación: Junio, 2018
Fecha de aceptación: Julio, 2018
Fecha de publicación: Octubre, 2018

ANÁLISIS DE LA CAPACIDAD

DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS NEGOCIOS EMPRENDEDORES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

ANALYSIS OF THE CAPACITY OF INTERNATIONALIZATION OF ENTREPRENEURIAL BUSINESSES IN THE CITY OF GUAYAQUIL

MSc. Tatiana Chan[1]
E-mail: tatiana.chanp@ug.edu.ec
MSc. Silvia Bustamante[1]
E-mail: silvia.bustamanterui@ug.edu.ec
MSc. Marjorie Ordoñez[1]
E-mail: marjorie.ordonezg@ug.edu.ec
[1] Universidad de Guayaquil. República del Ecuador.

Cita sugerida (APA, sexta edición)

Chan, T., Bustamante, S., & Ordoñez, M. (2018). Análisis de la capacidad de internacionalización de los negocios emprendedores en la ciudad de Guayaquil. *Universidad y Sociedad*, 10(5), 169-176. Recuperado de http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus

RESUMEN

La Actividad Emprendedora Temprana de los negocios en el Ecuador refleja un alto crecimiento en la economía durante las dos últimas décadas. El presente trabajo tiene como objetivo estudiar el comportamiento de la capacidad innovadora de los negocios emprendedores con respecto a la internacionalización. Este estudio tiene un diseño no experimental de tipo descriptivo bajo un paradigma cuantitativo. Los datos recolectados demuestran que el comportamiento de precios del producto manufacturado en Ecuador es mayor al internacional en el contexto de este estudio. Además, la capacidad de internacionalización se ve afectada por altos costos de materia prima que deben cubrir los negocios emprendedores.

Palabras clave: Emprendimiento, internacionalización, innovación, economía.

ABSTRACT

The Early Entrepreneurial Activity of business in Ecuador reflected a high growth in the economy during the last two decades. The objective of this work is to study the behavior of the innovative capacity of entrepreneurial businesses with respect to internationalization. This study has a non-experimental design of descriptive type under a quantitative paradigm. The data collected shows that the price behavior of the manufactured product in Ecuador is higher than the international one in the study context. In addition, the internationalization capacity is affected by the high costs of raw material that must be covered by entrepreneurial businesses.

Keywords: Entrepreneurship, internationalization, innovation, economy.

INTRODUCCIÓN

La internacionalización tiene sus orígenes en la teoría clásica del comercio internacional, por ello los países tienden a especializarse en producir bienes y servicios. Es así que el comercio internacional se da como consecuencia de la especialización y de la división del trabajo. Por tanto, esto permite dirigir los recursos más productivos en cada país implicado en actividades comerciales y obteniendo como resultado, un mercado eficiente (Cordozo & Chavarro, 2007). Otros autores como Bukley & Casson (1999), determinaron que la teoría de la internacionalización estudia los procesos internos de transferencia de información en las empresas, convirtiéndose así en un enfoque de estudio para las grandes multinacionales.

A fines de los años setenta la internacionalización se instauró como una nueva línea de investigación, estableciéndose en la contribución más importante de los macroeconomistas al conocimiento de las empresas multinacionales (Bukley & Casson, 1999; Cardozo, Chavarro, & Ramírez, 2013). Los negocios internacionales empezaron a desarrollarse en la década de los 50, donde aún no existían empresas multinacionales en grandes cantidades. Los autores Rugman & Hodgetts (1997), en su estudio indicaron que en los años 90 surgió una orientación estratégica de la dirección, con el objetivo de integrar el área de los negocios internacionales.

Ciertos autores recomiendan una mejora constante en la estrategia de los negocios internacionales. Rugman & Hodgetts (1997), destacaron que para que un negocio ingrese al comercio internacional debe comenzar con el diseño de la estrategia, creación de los productos y procesos principales, y a raíz de aquello, se establecen las instalaciones de producción. Un proceso posterior consta de la interacción de las condiciones de la demanda, condiciones de factor, industrias conexas y de soporte, y estructura de las empresas y rivalidad. Este proceso brindará la experiencia necesaria para ingresar al comercio exterior.

No obstante, los acuerdos comerciales influyen en las estrategias de los negocios internacionales, así como también las leyes y normas locales. Por ejemplo, el gobierno norteamericano implementó estrategias de acciones legales mediante el Congreso, donde determinó que aquellos quienes desempeñan un puesto de funcionarios de comercio debían esperar un año antes de poder trabajar de cabilderos. Es en esa instancia en donde mencionaron la posibilidad de ampliar la restricción a cinco años y, en el caso de los altos funcionarios, de prohibirles desempeñar ese tipo de trabajo (Rugman & Hodgetts, 1997).

Otro ejemplo es Coca-Cola, compañía que afronta una fuerte competencia en Europa frente a las empresas locales de su entorno, debido a que los europeos consumen menos que los estadounidenses. Por lo tanto, la compañía aprovecha la situación para formular su estrategia de crear nuevas plantas embotelladoras que reducen los costos y hacen más competitivo el precio del refresco. Además, se encargan de crear campañas publicitarias diseñadas para hacer que el público abandone los productos de la competencia. Así también, la creación de empresas conjuntas con socios locales, para que conjuntamente les ayuden a entender los gustos nacionales y la manera de formular estrategias acordes a las necesidades de cada país (Rugman & Hodgetts, 1997).

El modelo de industrialización basado en la sustitución de importaciones se implantó en algunos países como Corea del Sur, con grandes éxitos (Huayamave, 2013). En Colombia, país vecino, se estableció en la década del 50, pero debido a la devaluación de la moneda y la falta de políticas claras no tuvo el éxito esperado porque la industria local tampoco estaba bien estructurada (Garay, 1996). Por su parte, Ecuador desde el 2013 adoptó este modelo acompañado del fomento de la matriz productiva, creando leyes para proteger a la industria local con implementación de barreras arancelarias y no arancelarias (Chan, 2016). Se evidencian resultados con algunos casos como la fábrica AVON, que desde el 2014 instaló su fábrica en el cantón Durán de Ecuador generando empleo a 100 trabajadores. La fábrica de zapatos Buestán con su prototipo de botas de tipo industrial para alto voltaje que prevé sustituir importaciones por 60 millones de dólares anuales. Por otra parte, el sector manufacturero del Ecuador es el segundo que más aporta a la economía, después del comercial. La rama textil genera 166.000 mil empleos, y dentro de ella se registran empresas dedicadas a la fabricación de peluches con infraestructura y capacidad instalada para atender al mercado local y también para exportación (Chan, 2016).

Al realizar un análisis del emprendimiento en Ecuador, se verifica que es el país en Latinoamérica con mayor índice TEA, con un 33.6% y la ciudad de Guayaquil es el punto más representativo con un total de 250,712 empresas registradas con necesidad de financiamiento para su emprendimiento, según informe del Global Entrepreneurship Monitor del año 2016. A pesar de que los negocios en el Ecuador reflejan un alto crecimiento en la economía durante las dos últimas décadas, sólo el 8% de los emprendimientos de la TEA tienen clientes internacionales, cifra inferior a otros países latinoamericanos (Lasio, Arteaga & Caicedo, 2016).

DESARROLLO

El carácter innovador de las empresas está determinado por sus factores internos. Las empresas llegan a diferenciarse a través de ventajas competitivas sostenibles y la innovación constituye un elemento clave para llegar a tal competitividad (Brown & Kirchhoff, 1997; Hadjimanolis, 2000). Los factores internos de mayor relevancia son el capital humano, la motivación y la inversión inicial.

El capital humano refleja las características que tiene el emprendedor que influye al momento de crear o diseñar innovaciones y características organizacionales que son propias de la empresa. Asi mismo, la edad del emprendedor es un factor determinante por su experiencia y capacidad económica. Por otro lado, la motivación juega un papel muy importante dentro del capital humano donde la misma se centra en la oportunidad y en la actitud de crear su empresa (González Pernía & Legazkue, 2007).

En tal sentido, existen factores externos como el incremento de la competitividad que es la base de la transformación de la economía. La estandarización de la imparable globalización se da por los costos laborales que se involucran en la competencia, lo que lleva a que la economía obtenga un aumento de eficiencia de mercado. Además, se analiza la capacidad innovadora de las empresas al momento de nuevas creaciones entre los diferentes sectores que conforman un tejido económico de una región, por lo que todos están sumergidos al mismo nivel de innovación. Otros autores proporcionaron un claro ejemplo, el número de nuevos productos que salen al mercado en el sector farmacéutico, o biotecnológico, comparado con el de la inmobiliaria o restauración, tienen sus diferencias (Pernia & Legazkue, 2007; Jiménez & Valle, 2006). Es decir que se debe analizar la calidad en materia de innovación del sector industrial en que se encuentra el negocio.

Además, existe otra característica como es el factor territorialidad por lo que es el enclave geográfico que establece la nueva organización. Cabe recalcar que estas industrias presentan nuevas tecnologías. A continuación, se describirá un modelo para el proceso de internacionalización, la capacidad de innovación de los negocios emprendedores, y los determinantes internos y externos de la capacidad innovadora.

El modelo de Uppsala permite predecir cuando una empresa incrementará de forma gradual sus recursos comprometidos en un país, a medida que vaya adquiriendo experiencia de las actividades que se realizan en dicho mercado (Johanson & Wiedersheim, 1975). El desarrollo de la actividad en el exterior tendría lugar a lo largo de una serie de etapas sucesivas que representarían un grado cada vez mayor de implicación por parte de la empresa en sus operaciones internacionales (Rialp, 1999). Dicha teoría de las fases de desarrollo establece que la empresa, cuando quiere entrar en un mercado extranjero determinado, pasa por cuatro etapas diferentes, lo que para los autores constituye la denominada "cadena de establecimiento". En concreto, Trujillo, Rodríguez, Guzmán, & Becerra (2006), definen esta cadena en las siguientes cuatro etapas:

1. Actividades esporádicas o no regulares de exportación.
2. Exportaciones a través de representantes independientes.
3. Establecimiento de una sucursal comercial en el país extranjero.
4. Establecimiento de unidades productivas en el país extranjero.

Por otro lado, el modelo para el desarrollo del emprendimiento enfocado en la persona más que en una idea o un plan de negocios, permite analizar las características de los programas de desarrollo de emprendedores a nivel global. A continuación se describe el modelo de emprendimiento dividido en tres partes: Formación del emprendedor, promoción del valor del emprendimiento e innovación y desarrollo de un ecosistema de apoyo. Para maximizar la eficiencia del modelo, el proceso debe llevarse a cabo de manera integrada y acelerada (Vicens & Grullón, 2011).

El modelo del proceso de internacionalización o enfoque gradualista se fundamenta en una visión más conductista de la organización, recogiendo determinados supuestos relacionados con la escasez de información completa, y la importancia del riesgo o la incertidumbre en la toma de decisiones empresariales. Las primeras etapas del proceso de internacionalización de la empresa, llevan a asumir una lógica en la toma de decisiones y un patrón gradual en su comportamiento a lo largo del tiempo, la internacionalización empresarial tiende a contemplarse, desde el U-Model, como un proceso gradual de aprendizaje de conocimientos basados en la experiencia, capaces de generar nuevas oportunidades y de reducir la incertidumbre presente en los mercados exteriores (Criado, 1999).

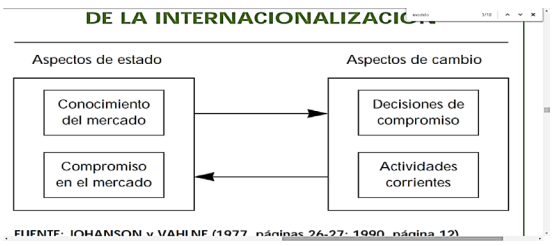


Figura 1. El mecanismo básico de la internacionalización.

Fuente: Johanson & Vahlne (1977).

La experiencia acumulada se considera una fuerza directriz en el proceso de internacionalización. Sin embargo, dicha experiencia es específica para cada mercado; ello quiere decir que no podrá generalizarse fácilmente a otros mercados o países. Por ese motivo, los compromisos adicionales en el mercado exterior se desarrollarán, por regla general, en forma de pequeños pasos incrementales (Johanson y Vahlne, 1990).

Capacidad de Innovación de los Negocios Emprendedores

La innovación comprende un éxito tanto tecnológico como comercial. En otras palabras, la capacidad de innovación tiene que ver con la materialización económica de las ideas (Feeny & Rogers, 2003; Johannessen, Olsen & Lumpkin, 2001; Park, Kim & Lee, 1999). Sin embargo, se constituye una relación estrecha entre la capacidad de innovación de un territorio y el dinamismo empresarial del mismo, en la medida que este depende de los recursos tangibles e intangibles que se encuentran al alcance de los agentes que componen el Sistema Regional de Innovación (Tovar, Fernández & Flores, 2015). El origen de muchos de esos trabajos de clasificación y elaboración de tipologías reside en el trabajo de Stern, Porter & Furman (2002), quienes hablan acerca de la determinación de la capacidad de innovación de los países. Estos autores desarrollaron el concepto de capacidad de innovación nacional, entendiéndose esta última como la habilidad de un país para producir y comercializar un flujo determinado de innovación a lo largo del tiempo. Stern, et al. (2002), determina con un enfoque teórico mencionado, que la identificación de los factores establecen la capacidad de innovación nacional a partir de 3 entornos diferentes: la infraestructura común de la innovación, el entorno de innovación específico de los clústers y la calidad de los vínculos entre las 2 dimensiones anteriores (Tovar, Fernánde, & Flores, 2015).

Determinantes Internos y Externos de la Capacidad Innovadora

De acuerdo con la visión de la empresa basada en los recursos, el carácter innovador de las empresas viene determinado, en gran medida, por los factores internos que yacen en los recursos, capacidades y competencias, que permiten a éstas diferenciarse a través de ventajas competitivas sostenibles, basadas en la singularidad, la complementariedad de los recursos y la dificultad para ser copiadas. La innovación constituye un elemento clave para alcanzar ventajas competitivas (González Pernía & Legazkue, 2007). Además, el conjunto de factores internos de una empresa se encuentra estrechamente vinculado con la capacidad para innovar. Dichos factores resultan relevantes para cualquier tipo de empresa. Sin embargo, tienen una influencia mayor dentro de las pequeñas (Hadjimanolis, 2000).

No obstante, acerca de los factores internos de la empresa, tampoco se puede ignorar la influencia que sobre la capacidad de innovación del negocio emprendedor puede ejercer el entorno en el que se desenvuelve dicho negocio. En este sentido, conviene distinguir, por un lado, la dimensión del entorno vinculada a la actividad económica (ej., características del sector económico al que pertenece), y por otro, la dimensión del entorno relacionada con el área geográfica en el que se localiza el negocio (Nadiri, 1993).

En concreto, las economías avanzan hacia un estado en el cual los activos intangibles como el conocimiento, la cultura empresarial y los valores sociales, recobran una importancia especial como fuente primordial de diferenciación. Ya no sólo es el criterio de eficiencia el que rige el comportamiento de las economías avanzadas, sino que debemos añadir, simultáneamente, el criterio de diferenciación, que es lo que realmente dota una región avanzada con un elemento distintivo que la permite convertirse en una economía competitiva y conducente a la obtención de mayores cotas de bienestar social. Esta diferenciación es tanto más poderosa cuanto más esté basada en la explotación de activos intangibles que pertenecen idiosincrásicamente a una región. Los recursos intangibles generadores de valor son únicos, intransferibles, inimitables y difícilmente replicables y aplicables en otras regiones (González Pernía & Legazkue, 2007).

Metodología

La metodología del presente estudio es descriptiva que analiza los datos para establecer el comportamiento de la política de sustitución de importaciones en Ecuador. Se revisan además, datos secundarios que son recolectados mediante instituciones gubernamentales públicas como Banco Central del Ecuador (BCE), Servicio Nacional de Aduana Ecuatoriana (SENAE), Ministerio de Industria y Productividad (MIPRO). Adicionalmente se realiza un estudio de campo mediante entrevistas aplicadas a los administradores de las fábricas de manufactura, para determinar la capacidad de internacionalización de los productos manufacturados.

El estudio utiliza el método analítico para comparar el costo del peluche importado de marca Fizzy Moon con un volumen de 11 pulgadas (28 cm), frente al costo del mismo peluche de fabricación nacional. También se utilizará el método empírico mediante guía de observación y entrevistas porque se elaboraron cuadros estadísticos con fuentes obtenidas del Banco Central y un cuestionario de preguntas para entrevistar a la industria manufacturera

ecuatoriana y así obtener información que permita identificar la capacidad instalada y determinar si el proceso de producción incluye normas de calidad INEN. El estudio establece como hipótesis planteada: Si se desarrollan peluches de fabricación nacional observando los estándares de calidad internacional, entonces sustituirán los importados fomentando el cambio de la matriz productiva (Chan, 2016).

El análisis comparativo se lo realiza con la industria manufacturera de China y Ecuador. Se utilizó el buscador internacional de proveedores "Made in China", luego se realizó la segregación por ubicación y fábricas dedicadas a la manufactura de peluches, la muestra no probabilística es tres, por estar dentro de la base de datos de los fabricantes autorizados por el dueño de la marca del peluche a fabricar. En Ecuador se realiza un proceso similar pero en menor escala. En este caso, el universo es la industria manufacturera de peluches, que no está muy desarrollada, en su mayoría son artesanos, microempresarios y pequeñas empresas, en donde se identificaron a tres fábricas, que estaban dispuestas a firmar acuerdos de confidencialidad, por tratarse de fabricación de productos con marca registrada (Chan, 2016).

Recolección de Datos

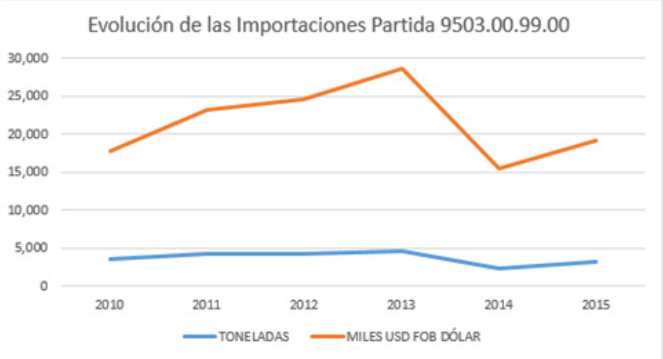
En el estudio de campo se utilizó una guía de observación y entrevistas que se aplicaron a dos unidades de análisis: La primera en China, con el buscador internacional de proveedores Made in China, se determinó que las fábricas están sectorizadas por provincias y especialización. La provincia de Shandong se especializa en manufactura y se encontró a 2045 fábricas de peluches; se utilizaron los filtros para seleccionar las que se encuentran en la ciudad de Qingdao, escogida por ser un puerto de embarque base, lo que permite cotizar en términos FOB más bajos, los que fabriquen osos de peluche, sentados, que incluyan certificaciones EN71, norma internacional de calidad similar a la norma y reglamento INEN, y que realicen fabricación OEM (Original Equipment Manufacturer), que significa que está autorizada a fabricar un producto con marca registrada. El resultado fue 146 proveedores, y se escogieron tres Best life, Adctoy y Elsa toy, porque se encuentran en la base de datos del dueño de la licencia del peluche a fabricar, Cabe anotar que solo dos de ellas brindaron las facilidades de visitas técnicas para realizar esta investigación (Chan, 2016).

La segunda parte se realizó el pasado 25 de marzo de 2014 cuando el MIPRO organizó la primera feria "Juega Ecuador", que reunió a setenta participantes de la industria de juguetes. Se evidenció que la industria manufacturera de peluches, que tiene un desarrollo limitado, pues en su mayoría son artesanos, microempresarios y pequeñas empresas. De las tres fábricas seleccionadas se confirmó que solo una podía trabajar con OEM y estaban dispuesto a firmar acuerdos de confidencialidad para registrar a la fábrica como autorizada por la licencia del peluche a fabricar, además brindó facilidades para las visitas técnicas (Chan, 2016).

Resultados

Los resultados del estudio de campo evidencian que existen empresas en Ecuador que cuentan con infraestructura tecnológica y materia prima apropiada a las exigencias de un mercado internacional, cumpliendo con las normas de seguridad en juguetes EN71-2. No obstante, carecen de un programa de marketing que inserta la marca en el mercado. Desde el punto de vista de la utilidad bruta del negocio, se comprueba que existe rentabilidad por cada producto elaborado, pues el tiempo de entrega es inferior al requerido para importación.

Se establece un diagnóstico de la evolución de las importaciones a nivel nacional para conocer aspectos como costos, calidad, evolución de importaciones y ventas finales en el mercado local que inciden en la capacidad innovadora de los negocios y su contribución económica en el fisco nacional, analizando el comportamiento de los indicadores.



	2010	2011	2012	2013	2014	2015
TONELADAS	3,547	4,307	4,237	4,622	2,322	3,143
% CRECIMIENTO/DECRECIMIENTO		*21%*	*-2%*	*9%*	*-50%*	*35%*
MILES USD FOB DÓLAR	17,734.98	23,275.06	24,530.12	28,568.78	15,453.49	19,146.72
% CRECIMIENTO/DECRECIMIENTO		*31%*	*5%*	*16%*	*-46%*	*24%*

Figura 2. Evolución de importaciones.

Se observó que las importaciones de juguetes, según partida arancelaria 9503.00.99.00, registraron 4,622 toneladas métricas en el año 2013, 2,322 toneladas en el 2014 y 3,143 toneladas para el año 2015, mientras que en dólares americanos su comportamiento fue similar, USD28,568.78 miles FOB en el 2013, en el 2014 registró

USD15,453.49 miles FOB y en el 2015 USD19,146.72 miles FOB. Se evidencia que hubo decrecimiento de 50% en el 2014 frente al 2013 en toneladas métricas, mientras que en dólares FOB se observa que decreció un 46%, por lo que se infiere que la demanda insatisfecha podría ser de 2,300 toneladas que se dejaron de importar en el 2014 correspondiente a USD13,115.29 miles FOB lo que se deduce que es debido a la asignación de cupos que causó la reducción de la oferta del peluche importado creando una demanda insatisfecha (Chan, 2016). En el 2015, se registra un total de 378 empresas importadoras de la partida 9503.00.99.00. Se consideran 15 principales que hacen el 89% del total de las importaciones de la partida arancelaria, siendo las de mayor participación Corporación Favorita 30.9% y Corporación el Rosado 30.20% (Chan, 2016).

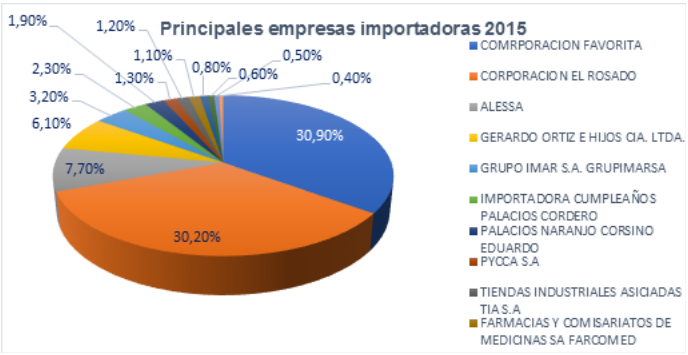


Figura 3. Principales empresas importadoras 2015.

Las estadísticas de venta de la compañía Tarjeal (compañía comercial dedicada a la venta de peluches tanto en distribución como la venta al detal) tuvo un decrecimiento de 21,843 unidades en el año 2014 correspondiente al 23%, mientras que en dólares americanos presentó un decrecimiento de USD242,705 que corresponde al 17% con relación al 2014. (Chan, 2016).

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
VENTA PELUCHES EN UNID	106,672	108,574	97,155	94,957	73,114	76,167
% CRECIMIENTO/DECRECIMIENTO		2%	-11%	-2%	-23%	4%
VENTA PELUCHE USD	1,131,866	1,297,909	1,298,289	1,436,198	1,193,493	1,155,387
% CRECIMIENTO/DECRECIMIENTO		15%	0%	11%	-17%	-3%

Figura 4. Evolución de las ventas de peluche 2010 -2015.

Por su parte las importaciones de esta compañía también registraron un decrecimiento muy marcado, se importaron 122,712 unidades de peluches en el 2013 y 15,886 unidades en el 2014, correspondiente al 87% de decrecimiento. Por tanto se infiere que 21,843 unidades no vendidas en el 2014 corresponden a una demanda insatisfecha por la falta de oferta (Chan, 2016).

China tiene un enorme territorio y con una gran cantidad de fábricas dedicadas a la manufactura, para seleccionar cuál utilizar, se consideró un aspecto importante como la experiencia en fabricación del producto. Por ello la terna de fábricas escogidas fueron recomendadas por el dueño de la marca del peluche a fabricar como autorizadas. Se solicitaron muestras de pre-producción, que fueron evaluadas por el departamento de diseño y desarrollo de producto. Después de ello, se escogió al proveedor "Adctoy" porque puede producir en menor cantidad con un costo acorde a las cantidades a importar. El mismo procedimiento se realizó con el fabricante nacional, pero se adicionaron firmas de acuerdo de confidencialidad e inspección técnica de las instalaciones, aprobadas por los dueños de la marca, para luego ingresarla dentro de su base de fábricas autorizadas (Chan, 2016).

Cabe mencionar que de acuerdo al estudio de campo se observó que la diferencia entre la fábrica china y ecuatoriana radica en el tamaño de la infraestructura mientras que en China tienen 2 líneas de producción de 20 personas cada uno, la fábrica ecuatoriana tiene 12 operarios en total. Se determina entonces que ambos fabricantes tienen la maquinaria, espacio y terreno adecuados. En el análisis comparativo de producto nacional frente al importado, muestra que el producto importado (incluyendo todos los gastos de impuestos, salvaguardas, Impuesto a la salida de divisas (ISD)) resulta menor con diez centavos frente al nacional y una diferencia en margen bruto de dos puntos. Sin embargo, el fabricante ecuatoriano tiene un mínimo de producción y tiempo de entrega menor que el fabricante chino y las condiciones de pago permiten trabajar con un flujo de caja liberado ya que el proveedor nacional solicita el anticipo del 30% y el saldo del 70% con cada entrega programada, mientras que el fabricante chino se debe pagar el 100% antes del arribo de la mercadería al puerto (Chan, 2016).

La industria manufacturera de fabricación de peluches tiene el gran desafío de producir con calidad y con el costo más bajo. Es innegable que el producto chino es de menor costo. Sin embargo, la industria local debe fortalecerse para trabajar con cultura de calidad. El apoyo del gobierno es fundamental para fomentar el consumo del producto nacional, la capacitación técnica y la mejora continua en los procesos de producción son los

pilares fundamentales para lograr ese desafío. El Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional imparte capacitación técnica para la fabricación de peluches. Esta industria, que en su mayoría tiene artesanos, se debe apoyar en estos conocimientos para desarrollar tanto la mano de obra calificada como a la propia industria para escalar a altos niveles.

CONCLUSIONES

A pesar de que la propensión de innovar sea más acentuada en las empresas de la ciudad de Guayaquil y de que hayan superado la etapa crítica en mejorar los procesos de producción, ésta no deja de ser muy destacada entre las empresas que se encuentran en China, ya que los costos de los productos de ese país, son muy bajos con relación a la producción nacional. Por tal razón, los determinantes internos permiten dinamizar una economía globalizada en la utilización de maquinaria con tecnología actualizada y la capacitación constante de la mejora continua no solo en los procesos industriales sino en la mano de obra calificada que son los pilares fundamentales y aseguran la producción de un peluche con alta calidad capaz de competir internacionalmente abriendo las puertas hacia la exportación generando valor agregado a la producción y llevando al equilibrio de la balanza comercial en las negociaciones internacionales.

Por otro lado, los factores externos de la empresa también son relevantes. Así, una región que se caracteriza por disponer de una cultura emprendedora parece estar en mejores condiciones para contar con un mayor porcentaje de nuevas empresas que a su vez sean innovadoras, dando a entender que la actividad emprendedora e innovadora van ambas unidas. De modo que políticas que favorezcan la cultura emprendedora, podrían tener una repercusión en la actividad innovadora del tejido manufacturero local, activando la internacionalización dando paso a la creación de PYMEX.

Finalmente, el estudio puede ser ampliado en el futuro de distintas maneras. La posibilidad de analizar el comportamiento innovador de las nuevas empresas en distintos países permitiría analizar si existen efectos no explorados acerca del estudio realizado que influyen en la capacidad innovadora de los negocios emprendedores en Guayaquil. Desarrollados estos con más detalle y profundidad, podrían igualmente ayudar a descubrir nuevos paradigmas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Brown, T. E., & Kirchhoff, B. A. (1997). The effects of resource availability and entrepreneurial orientation on firm growth. ***Frontiers of Entrepreneurship Research,*** 32-46.

Cardozo, P. P., Chavarro, A., & Ramírez, C. A. (2013). Teorías de internacionalización. ***Panorama***, ***1***(3). Recuperado de https://journal.poligran.edu.co/index.php/panorama/article/view/264

Chan T. (2016). ***Impacto de la industria manufacturera de peluches frente a la sustitución de importaciones***. (Tesis de Maestría). Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

Criado, A. R. (1999). Los enfoques micro-organizativos de la internacionalización de la empresa: una revisión y síntesis de la literatura. ***Información Comercial Española-Monthly Edition***, 781, 117-128. Recuperado de http://www.revistasice.info/cachepdf/ICE_781_117-128__5F6320F1F9F499454DA33296EB4ECF86.pdf

Ecuador. Ministerio de Industria y Productividad. (2015). Políticas de sustitución de importaciones generan oportunidades para la mano de obra ecuatoriana. Recuperado de http://www.industrias.gob.ec/politicas-de-sustitucion-de-importaciones-generan-oportunidades-para-la-mano-de-obra-ecuatoriana/.

Ecuador. Ministerio de Industria y Productividad. (2016). ***Producción de calzado de seguridad industrial sustituirá 60 millones en importaciones***. Recuperado de http://www.industrias.gob.ec/produccion-de-calzado-de-seguridad-industrial-sustituira-60-millones-en-importaciones

Feeny, S., & Rogers, M. (2003). Innovation and performance: Benchmarking Australian firms. ***Australian Economic Review***, ***36***(3), 253-264. Recuperado de https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1467-8462.00285

Garay, L. J. (1996). Modelos económicos de la industrialización colombiana. Recuperado de http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/economia/industrilatina/203.html

González Pernía, J.L., & Legazkue, I.P. (2007). Determinantes de la capacidad de innovación de los negocios emprendedores en España. ***Economía industrial***, (363), 129-147. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Inaki_Pena/publication/28173690_Determinantes_de_la_capacidad_de_innovacion_de_los_negocios_emprendedores_en_Espana/links/00b4952cb203e4f259000000/Determinantes-de-la-capacidad-de-innovacion-de-los-negocios-emprendedores-en-Espana.pdf

Hadjimanolis, A. (2000). A Resource-based View of Innovativeness in Small Firms. Technology Analysis & Strategic Management, 12 (2), 263-281. Recuperado de https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/713698465

Huayamave, G. (2013). ***La sustitución de importaciones como política para alcanzar el desarrollo económico del Ecuador.*** Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

Jiménez Jiménez, D., & Sanz Valle, R. (2006). Innovación, aprendizaje organizativo y resultados empresariales. Un estudio empírico. ***Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa***, (29), 31-55. Recuperado de http://www.redalyc.org/pdf/807/80702902.pdf

Johannessen, J. A., Olsen, B., & Lumpkin, G. T. (2001). Innovation as newness: what is new, how new, and new to whom? ***European Journal of innovation management***, ***4***(1), 20-31. Recuperado de https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/14601060110365547

Johanson, J., & Vahlne, J. (1990). The Mechanism of Internationalization, International Marketing Review, 7(4), 11-24. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/235304373_The_Mechanism_of_Internationalism

Johanson, J., & Wiedersheim, P. F. (1975). The internationalization of the firm — four swedish cases. Journal of Management Studies, 12, 305-323. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/227585393_The_internationalization_of_the_firm-four_swedish_cases_1

Lasio, V., Arteaga, M. E., & Caicedo, G. (2016). Global Entrepreneurship Monitor-Ecuador 2009. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Nadiri, M. I. (1993. Innovations and Technological Spillovers, C. V. Starr Center for Applied Economics. Economic Research Reports. New York: ***CV Starr Center*** for ***Applied Economics***, New York University.

Park, Y. T., Kim, C. H., & Lee, J. H. (1999). On the characteristics of innovative firms in Korea: The role of R&D and innovation type. International Journal of Innovation Management, 3(01), 111-131.

Rialp, A. (1999). Los enfoques micro-organizativos de la internacionalización de la empresa: Una revisión y síntesis de la literatura. Barcelona: Información Comercial Española (ICE).

Rialp, A., & J. Rialp (2001). Conceptual frameworks on SME' s internationalization: past, present and future trends of research. En, C. N. Axxim, y P. Matthyssens, Ressessing the internationalization of the firm, advances in international marketing. Amsterdam: JAI/ Elserver Inc.

Rugman, A., & Hodgetts, R. M. (1997). Negocios internacionales. México: McGraw Hill.

Stern, S., Porter, M., & Furman, J. L. (2002). The determinants of national innovative capacity. Research Policy, 31, 899–933. Recuperado de http://www.nber.org/papers/w7876

Tovar, Y. S., Fernández, F. G., & Flores, J. E. M. (2015). La capacidad de innovación y su relación con el emprendimiento en las regiones de México. ***Estudios Gerenciales***, ***31***(136), 243-252. Recuperado de http://www.redalyc.org/pdf/212/21241145002.pdf

Vicens, L., & Grullón, S. (2011). Innovación y emprendimiento: un modelo basado en el desarrollo del emprendedor. 5° Foro de Competitividad de las Américas para el Banco Interamericano de Desarrollo y el Compete Caribbean. Recuperado de https://publications.iadb.org/handle/11319/5095