UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA

MAESTRÍA EN COMERCIO EXTERIOR CON MENCIÓN EN PUERTOS Y ADUANAS

PROYECTO DE TITULACIÓN:

MODO-ENSAYO

TEMA:

EMPRENDEDORES CON POTENCIAL EXPORTADOR. RETOS Y OPORTUNIDADES EN EL MERCADO EUROPEO: CASO DE ESTUDIO ECUADOR

AUTOR

GISSELA LAURA CATOTA HIDALGO

AGOSTO 2024

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Yo, **Gissela Laura Catota Hidalgo**, estudiante de la **Maestría en Comercio Exterior**, declaro bajo protesta de decir verdad que el presente trabajo final de titulación titulado: Emprendedores con potencial exportador. Retos y oportunidades en el mercado europeo: caso de estudio Ecuador**”**, es de mi completa autoría.

Asimismo, manifiesto que **no he incurrido en plagio total ni parcial** de textos, ideas, datos o resultados contenidos en otras tesis, trabajos académicos o publicaciones científicas, y que todas las fuentes utilizadas han sido debidamente citadas conforme a las normas académicas vigentes.

Asumo la responsabilidad ética y académica por el contenido del trabajo, y reconozco las consecuencias que pudieran derivarse en caso de comprobarse lo contrario.

Quito, 13 de agosto de 2025

Firma: GISSELA LAURA CATOTA HIDALGO Firmado digitalmente por GISSELA LAURA CATOTA HIDALGO Fecha: 2025.08.13 10:16:07 -05'00'

Gissela Laura Catota Hidalgo

INDICE GENERAL

I. INTRODUCCIÓN 4

II. DESARROLLO 8

III. METODOLOGÍA 11

IV. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN 12

V. CONCLUSIONES 26

VI. RECOMENDACIONES 27

VII. BIBLIOGRAFÍA 29

VIII. ANEXOS 33

I. INTRODUCCIÓN

Planteamiento del Problema

Actualmente, el emprendimiento genera un creciente interés a nivel global, siendo abordado en diversas agendas académicas, investigativas y gubernamentales por su rol fundamental en la innovación y el progreso económico. “El estudio de la economía hacia la generación de riqueza y fomento de bienestar social del ser humano encuentra en el emprendimiento una muy buena opción, pues el aporte que ejercen los emprendedores con sus decisiones de inversión y producción son importantes para el crecimiento de la economía y su impacto está condicionado al nivel de desarrollo económico de los países” (Díaz-Casero, et al, 2013).

Por un lado, Ecuador predomina por su alta Tasa de Actividad Emprendedora (TEA), con un 33,7 % en 2024, liderando en la actividad emprendedora latinoamericana (GEM, 2024). No obstante, este dinamismo no se refleja en una fuerte presencia internacional: la mayoría de los emprendimientos operan localmente y solo una pequeña fracción logra generar ingresos significativos a través de exportaciones (Tu & Huynh, 2021). Este contexto refleja una débil capacidad para internacionalizarse además de una baja participación en cadenas de valor mundiales, lo que restringe el crecimiento sostenible de los emprendedores ecuatorianos

En un contexto global marcado por la apertura comercial y la transformación digital, el mercado europeo figura una oportunidad estratégica para los emprendedores en proceso de exportación. Europa demanda productos con valor agregado, sostenibilidad y trazabilidad, y valora además la innovación, la ética productiva y la diferenciación cultural (European Commission, 2020; Mourão & Pereira, 2020). Sin embargo, acceder a este mercado supone enfrentar una serie de desafíos relacionados con normativas técnicas, barreras arancelarias, estándares de calidad, certificaciones, logística internacional y conocimiento del entorno económico y comercial europeo (Escandón & Hurtado, 2014).

A pesar del potencial existente, muchos emprendedores carecen de las herramientas, la información y el acompañamiento necesario para posicionar sus productos o servicios en mercados tan exigentes como el europeo. Esta separación entre la capacidad emprendedora local y las oportunidades globales muestran la necesidad de realizar un análisis profundo sobre las dificultades que enfrentan los emprendedores con potencial exportador, así como determinar las oportunidades que les ayude a insertarse en el mercado europeo de manera exitosa.

Tabla 1 AQP

CAUSAS					CONSECUENCIAS
1. Falta de capacitación y desconocimiento sobre normativas de exportación. 2. Limitado acceso a canales logísticos eficientes y costos elevados de transporte. 3. Débil innovación tecnológica en productos y procesos. 4. Escasa adaptación a las exigencias del mercado europeo. 5. Poca utilización de los acuerdos comerciales vigentes.	**A**	A dónde se va a investigar	Ecuador	(caso de emprendedores con potencial exportador en sectores productivos)	1. Baja participación de productos ecuatorianos en el mercado europeo. 2. Pérdida de competitividad frente a empresas extranjeras. 3. Limitado desarrollo económico del sector emprendedor exportador. 4. Subutilización de acuerdos comerciales como el firmado con la UE. 5. Débil posicionamiento de la marca país en el ámbito internacional.
	Q	Quién o Qué será investigado	Emprendedores con intención o potencial exportador		
	P	Cuál es el problema que tienen esas personas o cosas		**Dificultades para internacionalizarse de forma efectiva y sostenible en el mercado europeo debido a barreras estructurales y falta de aprovechamiento de oportunidades.**	

APORTE

Propuesta de estrategias de mejora:

Impulsar programas de capacitación técnica y normativa, fomentar el uso de plataformas digitales, mejorar la infraestructura logística y promover alianzas estratégicas para facilitar el acceso al mercado europeo de los emprendedores ecuatorianos.

Fuente: Elaborado por autor

Objetivos

Objetivo General

Analizar los principales retos y oportunidades que enfrentan los emprendedores ecuatorianos con potencial exportador en su proceso de inserción en el mercado europeo.

Objetivos Específicos

1. Realizar una revisión de la literatura sobre la internacionalización de emprendedores ecuatorianos con potencial exportador en el contexto del comercio exterior hacia Europa.

2. Examinar los retos que limitan la inserción internacional de los emprendedores ecuatorianos.

3. Analizar las oportunidades que el mercado europeo ofrece a los emprendedores ecuatorianos

Preguntas de Investigación o Hipótesis

Pregunta General

¿Cuáles son los principales retos y oportunidades que enfrentan los emprendedores con potencial exportador en su proceso de inserción en el mercado europeo?

Preguntas Específicas

1. ¿Cuáles son los principales hallazgos de la literatura sobre la internacionalización de emprendedores ecuatorianos con potencial exportador en el contexto del comercio exterior hacia Europa.

2. ¿Cuáles son los principales retos que limitan la inserción internacional de los emprendedores ecuatorianos en el mercado europeo?

3. ¿Cuáles son las principales oportunidades que el mercado europeo ofrece a los emprendedores ecuatorianos?

Justificación

El presente estudio resulta pertinente en el contexto actual del emprendimiento ecuatoriano, caracterizado por una alta tasa de actividad emprendedora, pero con baja capacidad de internacionalización. Según el informe del Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2024-2025, Ecuador predomina como uno de los países con más actividad emprendedora a nivel global.No obstante, el ecosistema emprendedor nacional aún enfrenta retos importantes, especialmente en los ámbitos de la innovación y la proyección internacional (Baquero Zúñiga & Baquero Zúñiga, 2022).

El mercado europeo constituye una oportunidad significativa para los emprendedores ecuatorianos, gracias a su amplio tamaño, elevado poder adquisitivo y creciente demanda de productos sostenibles, innovadores y con valor agregado (González & Sánchez, 2020). No obstante, Esacandón y Hurtado (2014) señalan que ingresar a este mercado implica cumplir rigurosos estándares regulatorios, técnicos y logísticos, lo que representa un desafío considerable para quienes carecen de experiencia, recursos o acompañamiento estratégico.

Es importante destacar que el presente tema de investigación se vincula directamente con el Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) 17, el cual busca revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible, promoviendo la cooperación internacional, la transferencia de conocimientos y el fortalecimiento de capacidades. En el ámbito del comercio exterior, este objetivo es relevante a través de su meta 17.1, orientada a incrementar de manera significativa las exportaciones del país en desarrollo como el Ecuador.

La investigación resulta pertinente no solo por el potencial económico que representa el acceso a mercados europeos, sino también porque contribuye a reducir la brecha entre el emprendimiento local y la internacionalización comercial, fortaleciendo así la inserción sostenible de los emprendedores ecuatorianos en el contexto global.

Delimitación del Estudio

Delimitación temporal:

El estudio utiliza información y datos actualizados sobre la actividad emprendedora en Ecuador y el mercado europeo.

Delimitación espacial:

La investigación se centrará en emprendedores ecuatorianos con potencial exportador y en el mercado europeo como destino principal para la internacionalización.

Delimitación temática:

El estudio analizará los retos y oportunidades que enfrentan los emprendedores ecuatorianos para insertarse en el mercado europeo, considerando aspectos como normativas, barreras comerciales, estándares de calidad, innovación y sostenibilidad. No se abordarán otros mercados internacionales ni sectores económicos distintos al emprendimiento con perfil exportador.

Delimitación metodológica:

El estudio es de carácter descriptivo, basado exclusivamente en la revisión bibliográfica y documental de fuentes académicas, institucionales y estadísticas relevantes al tema de la internacionalización del emprendimiento ecuatoriano hacia Europa.

II. DESARROLLO

Marco Teórico

- **El comercio exterior y Teoría de Comercio Internacional**

El comercio exterior constituye una actividad económica fundamental para el desarrollo de los países, ya que permite la circulación de bienes y servicios dentro de mercados nacionales e internacionales, genera una dinámica de rotación de divisas y tiene un impacto significativo sobre la oferta industrial local (Meza Centeno et al., 2022). Este fenómeno ha sido abordado desde diversas perspectivas teóricas que explican sus causas, beneficios y efectos sobre la competitividad de las naciones (González, 2011).

Las teorías del comercio internacional han evolucionado desde enfoques clásicos hasta modelos contemporáneos que consideran múltiples variables. Según Ibarra (2016),la teoría de la ventaja absoluta (Smith) y la ventaja comparativa (Ricardo) explican cómo los países se benefician del comercio al especializarse en los bienes que producen con mayor eficiencia o menor costo relativo.Más adelante, la teoría de la ventaja competitiva, propuesta por Porter (2008), introdujo una perspectiva estratégica que destaca el papel de la innovación, la infraestructura y la demanda interna como factores para sostener una posición favorable en los mercados internacionales. A su vez, la nueva teoría del comercio internacional incorpora elementos como economías de escala y diferenciación de productos, reconociendo que la competencia imperfecta y la producción a gran escala también impulsan el comercio global (González, 2011).

Un enfoque más reciente y holístico es el de la teoría integral del comercio internacional, formulada por Estrada Heredia (2022), que propone el desarrollo de ventajas estratégicas específicas, el aprovechamiento de la globalización y la preservación de la soberanía económica mediante políticas públicas adecuadas. Este enfoque reconoce la complejidad del comercio contemporáneo, donde factores económicos, políticos y sociales interactúan para definir la inserción internacional de los países.

- **El emprendimiento y el resultado de la actividad exportadora**

Desde la perspectiva del emprendimiento, es fundamental comprender qué caracteriza a un emprendedor con potencial exportador. Este perfil se asocia a individuos o empresas emergentes que, desde etapas tempranas, desarrollan productos o servicios con valor agregado, diferenciación cultural, sostenibilidad e innovación, capaces de competir en mercados internacionales. Según Cavusgil y Knight (2015), estos emprendimientos presentan una fuerte orientación internacional, alta capacidad de adaptación y uso intensivo del conocimiento, lo que les permite asumir los retos de la internacionalización.

Para comprender cómo se da este proceso, resulta útil considerar modelos como el de Uppsala, propuesto por Johanson y Vahlne (1977), el cual plantea que las empresas se internacionalizan de forma progresiva a medida que adquieren experiencia y conocimiento sobre mercados externos. También destacan las teorías de las "born global firms", que explican cómo algunos emprendimientos nacen con vocación internacional, superando las etapas tradicionales gracias al uso de tecnologías, redes globales y estrategias de diferenciación desde su origen.

Emprender implica crear o desarrollar un nuevo negocio, en el caso de los exportadores, en mercados diferentes al doméstico. Navarro-García, Rey-Moreno y Barrera-Barrera (2017) hacen una distinción importante entre emprender y emprendimiento en el contexto de la exportación. Mientras que emprender puede limitarse al simple hecho de iniciar actividades de comercio exterior, el emprendimiento implica un enfoque más proactivo. Según estos autores, no todas las empresas exportadoras actúan del mismo modo: algunas adoptan una actitud innovadora, con disposición a asumir riesgos y explorar activamente nuevas oportunidades en mercados internacionales; en contraste, otras mantienen una postura más conservadora y reactiva frente al entorno externo.

Además, en el contexto ecuatoriano, los emprendimientos sostenibles han demostrado ser una herramienta clave para dinamizar la economía y generar recursos financieros, especialmente en escenarios post-pandemia. Estos emprendimientos, al alinearse con criterios de sostenibilidad y responsabilidad social, se posicionan de manera más favorable en mercados exigentes como el europeo (Almeida Vera & Feijó Cuenca, 2024)

- **Normativa y Regulación para la exportación para emprendedores**

El éxito en el comercio internacional está estrechamente relacionado con el conocimiento y cumplimiento de las normativas legales y técnicas para exportar. Zambrano,Reyes y Paredes (2019) identifican que una de las principales limitaciones para las empresas ecuatorianas radica en el acceso restringido al financiamiento, lo cual afecta su capacidad de expandirse.

- **Logística Internacional para emprendedores**

La logística internacional representa otro componente esencial en la competitividad exportadora. Cantos Suquillo y Ortega Guevara (2017) señalan que esta abarca la planificación y gestión eficiente del flujo de insumos, productos y distribución hacia el cliente final, mientras que Meza Centeno, Espinoza Balladares y Jarquín Baltodano (2022) la definen como la administración del flujo de materiales dentro y fuera de las corporaciones internacionales, buscando eficiencia en la cadena de suministro global.

- **Inserción internacional y el mercado Europeo**

De manera complementaria, Estrada Heredia (2016) destaca que el primer paso hacia la internacionalización formal es el registro como empresa exportadora, requisito que permite acceder a los beneficios estatales y a los controles del sistema ECUAPASS. También subraya la importancia de una correcta clasificación arancelaria y de contar con la documentación exigida, como la factura comercial, lista de empaque y certificado de origen.

El mercado europeo se presenta como un destino estratégico para los emprendedores ecuatorianos. Este bloque económico se caracteriza por su alta exigencia en estándares de calidad, sostenibilidad y trazabilidad, pero también ofrece condiciones favorables gracias a su estabilidad, alto poder adquisitivo y marcos regulatorios claros. En este contexto, el Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea, vigente desde el 1 de enero de 2017, garantiza la liberalización arancelaria inmediata del 99,7 % de la oferta exportable agrícola y del 100 % de los productos industriales, lo que representa una ventaja concreta para los emprendimientos exportadores que buscan posicionarse en el mercado europeo (Revelo Portilla, Coronel Pinduisaca & Andrade Ortega, 2023).

- **Competitividad y política pública**

Guerrero (2018) conceptualiza la competitivifad como un “estado competitivo” que refleja la posición relativa de actores dentro de un mercado, independientemente de sus capacidades intrínsecas. Esta definición resalta que la competitividad se mide en función de resultados objetivos en escenarios de competencia. Paralelamente, el diseño e implementación de políticas públicas constituyen instrumentos esenciales para fomentar el desarrollo económico y social, mediante la identificación de problemas, la formulación de estrategias y su evaluación, involucrando a diversos actores para lograr soluciones legítimas y efectivas (IESE, 2023). En el ámbito aduanero, Estrada Heredia (2016) profundiza en los procedimientos y normativas

que regulan las exportaciones en Ecuador, enfatizando la importancia de una gestión eficiente y transparente para promover la integración internacional.

- **Exportaciones no Petroleras**

El término exportaciones no petroleras alude a la venta internacional de bienes y servicios distintos al petróleo y sus derivados, incluyendo productos agrícolas, agroindustriales, pesqueros y manufacturas. Estas exportaciones son fundamentales para diversificar la estructura productiva, reducir la dependencia del petróleo y fortalecer la economía nacional, puesto que pueden influir en la balanza comercial y dinamizar sectores como el camarón, banano y flores (Bermúdez Mosquera et al., 2024)

- **Diversificación productiva y valor agregado**

La diversificación productiva es el proceso mediante el cual un país amplía y varía su estructura productiva incorporando nuevos sectores y actividades económicas, con el objetivo de reducir la dependencia de sectores tradicionales como el petróleo y fomentar el desarrollo de sectores no tradicionales con mayor valor agregado (Bontadini, Campi & Dueñas, 2023).En cuanto al valor agregado en el comercio exterior se refiere al valor económico adicional que adquieren los bienes y servicios al ser transformados durante el proceso productivo, considerando las importaciones intermedias utilizadas en su producción. Este concepto es fundamental para evaluar la verdadera contribución de un país a la economía global, ya que permite distinguir entre el valor generado internamente y el valor importado contenido en las exportaciones (Fuentes, Brugués & González, 2014).

III. METODOLOGÍA

- **Enfoque y Diseño de Investigación**

El presente estudio adopta un enfoque cualitativo, con un diseño de tipo descriptivo y documental, basado en la revisión bibliográfica. Este enfoque permite comprender en profundidad los retos y oportunidades que enfrentan los emprendedores ecuatorianos con potencial exportador, sin la necesidad de recolección de datos primarios. A través de este método se analizan documentos académicos, tesis, artículos científicos, informes institucionales y estadísticas oficiales relacionadas con la internacionalización y el comercio exterior hacia Europa. La investigación cualitativa de acuerdo con Héctor Córdoba (2017) “estudia la realidad en su contexto natural tal como se suceden los fenómenos, tomando e interpretando la realidad”.

- **Técnica e Instrumento**

La técnica empleada es la revisión documental de fuentes secundarias. El principal instrumento utilizado es una matriz de revisión bibliográfica que permite organizar y analizar sistemáticamente la información obtenida, con base en las variables y dimensiones definidas.

- **Población y Muestra**

La población del presente estudio está conformada por documentos académicos, científicos y técnicos que abordan los emprendimientos ecuatorianos con potencial exportador y su inserción en el mercado europeo. La muestra se seleccionó de manera intencional, priorizando fuentes pertinentes y actualizadas. Entre los documentos revisados se incluyen artículos científicos indexados, tesis universitarias, libros académicos, revistas digitales, y documentos técnicos de organismos e instituciones nacionales e internacionales. En términos proporcionales, aproximadamente el 40% corresponde a artículos científicos, el 20% a tesis de grado y posgrado, el 10% a libros y compilaciones académicas, el 15% a informes técnicos y estadísticas oficiales, y el 15% restante a otras fuentes complementarias. Esta distribución garantiza un equilibrio entre el rigor académico y una comprensión contextual amplia del fenómeno investigado.

IV. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Presentación de los Hallazgos

La información fue organizada en función de las variables e indicadores previamente establecidos, facilitando la identificación de los retos y oportunidades que enfrentan los emprendedores ecuatorianos con potencial exportador en el mercado europeo.

A continuación, se presenta una matriz de hallazgos, que resume los aspectos clave encontrados en la literatura revisada se divide en dos tablas:

Tabla 2 Revisión documental de la Variable independiente "Emprendedores con potencial exportador"

Variable	Dimensiones a investigar	Hallazgo principal	Articulo&tesis&libro	Fuente	Revista
Emprendedores con potencial exportador	Capacitación y conocimiento normativa	Gil (2020) indica que uno de los principales desafíos que enfrentan las microempresas al momento de internacionalizarse radica en la escasez de recursos, la falta de aliados estratégicos, el desconocimiento del proceso de internacionalización y la limitada experiencia en los mercados externos.	Comercio exterior en la MIPYMES	https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/9449/1/Araque%20Wilson%20ed-Comercio%20exterior%20en%20las%20MIPyME.pdf	Libro Compilado
	Barreras logísticas y regulatorias	Según estudios de Negrón y Barreno, (2023) destacan que las barreras regulatorias, como los estrictos estándares europeos, afectan la competitividad de productos agrícolas ecuatorianos	El acuerdo comercial entre Ecuador y la Unión Europea caso de estudio chocolate ecuatoriano	https://doi.org/10.33386/593dp.2023.3.1754	Digital Publisher
		Según Ortiz et al., (2023) las barreras arancelarias y comerciales son los principales obstáculos que enfrentan los exportadores ecuatorianos para comercializar aguacate hacia la Unión Europea.	Análisis de las barreras comerciales y regulatorias en la exportación de aguacate ecuatoriano a la Unión Europea en el 2023	https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1.16634	Ciencia Latina

		Según Jiménez (2025) la infraestructura logística deficiente es una realidad en la mayoría de los negocios, los emprendedores ecuatorianos se ven limitados por los altos costos de transporte y falta de cadena de suministro deficiente	Análisis de estrategias para superar las barreras de internacionalización de empresas ecuatorianas	https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/30332/1/UPS-GT006329.pdf	Universidad politécnica Salesiana
	Innovación tecnológica y sostenibilidad	Según Jiménez (2025) la innovación en conjunto con la tecnología son la combinación perfecta para que una empresa logre internacionalizarse debido que el comercio electrónico, redes sociales y plataformas digitales facilitan la manera en la que las empresas acceden a un mundo globalizado	Análisis de estrategias para superar las barreras de internacionalización de empresas ecuatorianas	https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/30332/1/UPS-GT006329.pdf	Universidad Politécnica Salesiana
		Según el sitio web Innovación Latam. (2021) manifiestan que la innovación se ve limitada frente a la competitividad del país.	Innovación Latam	https:www.innovacionlatam.org	Innovación Latam
		Según Valencia (2024) en su estudio comercio exterior y desarrollo sostenible, un análisis para ecuador manifiesta que el comercio internacional sostenible es fundamental para alcanzar los ODS, por lo que enfatiza en la necesidad de políticas públicas y la colaboración entre	Comercio exterior y desarrollo Sostenible	https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/14839/1/20357_espa%c3%b1ol.pdf	Universidad del Azuay

		diversos actores para enfrentar los desafíos ambientales y sociales			
	Acuerdos comerciales y acceso a mercados	Según Sánchez et al. (2024), el acuerdo multilateral impulsó la aparición de más de 450 nuevas empresas exportadoras, generó aproximadamente 25.000 empleos e incorporó al catálogo de exportaciones más de 190 productos adicionales. Entre estos destacan jugos y concentrados de frutas exóticas, aceites y grasas de pescado, maíz dulce, suplementos alimenticios, aguardiente, maní, entre otros.	Acuerdos Comerciales y su Impacto en el Comercio Exterior	https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i2.11162	Ciencia Latina
		Negrón y Barreno (2023) afirman que el acuerdo comercial ha generado beneficios económicos tanto para las empresas como para el país, impulsando la implementación de un programa centralizado de producción y exportación de bienes elaborados, coordinado por el	El acuerdo comercial entre Ecuador y la Unión Europea caso de estudio chocolate ecuatoriano	https://doi.org/10.33386/593dp.2023.3.1754	Digital Publisher

		Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca.			

Fuente: Elaborado por autor

Tabla 3 Revisión documental de la Variable dependiente "Inserción internacional"

Variable	Dimensiones a investigar	Hallazgo principal	Articulo&tesis&libro	Fuente	Revista
Inserción internacional	Adaptación al mercado europeo	Según Ciszewska et al., (2019) en su estudio "Adaptación y desempeño del mercado externo: el rol de la distancia institucional y las capacidades organizacionales"al basarse en el argumento de legitimidad del enfoque institucional, demuestra que la adaptación es especialmente relevante para el rendimiento empresarial cuando la distancia institucional aumenta. Además, demuestra que la adaptación, como capacidad de la empresa en proceso de internacionalización, no siempre es un requisito previo para el éxito. De hecho, una empresa puede reducir su exposición a la adaptación al mercado exterior recurriendo a socios extranjeros para que asuman la carga y los costos de la adaptación. Además, la posesión de capacidades tecnológicas superiores hace que la adaptación sea menos prioritaria, dado que la tecnología es la base fundamental de la ventaja competitiva de la empresa.	Foreign Market Adaptation and Performance: The Role of Institutional Distance and Organizational Capabilities	https://doi.org/10.3390/su11061793	Sustainability

		De acuerdo a sitio web UX 24/7 (2024) se describe los tipos de adaptación de productos al mercado y manifiesta cuatro La adaptación tangible requiere cambios físicos en un producto (por ejemplo, opciones alternativas en el menú de los restaurantes) o en el empaque. La psicología del color y las imágenes transmiten mensajes distintos según el mercado, influidos por la cultura y tendencias locales. La adaptación de productos incluye cambios intangibles como eslóganes y posicionamiento, ajustes en la promoción para adecuarse a medios y públicos locales, y modificaciones en precios y empaques para ser competitivos en nuevos mercados.	Product adaptation in foreign markets (with examples)	https://ux247.com/product-adaptation-in-foreign-markets-with-examples/?utm_source=chatgpt.com	UX 24/7

	Estandarización de procesos	Chávez Chávez y Quiroz Mercado (2018) señalan que la estandarización de los procesos productivos es un procedimiento dinámico que consiste en documentar las tareas a ejecutar, el orden de estas, y los materiales y herramientas de seguridad necesarias, lo cual facilita la mejora continua y contribuye a alcanzar mayores niveles de competitividad.	Estandarización de procesos y su impacto en la productividad de la empresa negociaciones Minera Chávez S. A. C, año 2017	https://hdl.handle.net/11537/14117	Tesis
		Bello et al. (2023) indican que la estandarización de los procesos es una herramienta clave para alcanzar la competitividad empresarial. Además, explican que la competitividad interna está relacionada con la eficiencia de los procesos, mientras que la competitividad externa se refiere a la capacidad de satisfacer las necesidades de los clientes.	Procedure for the standardization of processes and the competitiveness in agro-productive companies in Manabí	https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9052906.pdf	Revista digital de Ciencia, Tecnología e Innovación

	Diferenciación competitiva	Según Knight et al., (2020) La estrategia de diferenciación es especialmente relevante para las pymes . Esto se debe a varias razones. Las pymes suelen carecer de economías de escala suficientes para competir estrictamente en costes. Normalmente, no adquieren las ventajas de gran tamaño ni de escala necesarias para basarse en el liderazgo en costes como su enfoque estratégico fundamental. Además, pocas pymes exportadoras alcanzan suficiente poder de producto o de mercado para dominar una categoría o nicho de mercado determinado.	Antecedents to differentiation strategy in the exporting SME	https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2020.101740	Revista de negocios internacionales
	Enfoque en un solo mercado	Bonilla y Solórzano (2024), en su estudio sobre la exportación del sombrero de paja toquilla, destacan que existen diversas estrategias de exportación, pero su análisis se centra en la estrategia de nichos de mercado. Esta estrategia consiste en dirigir las exportaciones a grupos específicos de clientes que comparten características como edad, nivel de ingresos, gustos y preferencias relacionadas con la moda	De Ecuador a España Análisis de las Estrategias Innovadoras En La Exportación de Sombreros Artesanales en los años 2018-2023	https://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/2952	Ciencia Latina

Fuente: Elaborado por autor

- **Identificación de los retos que enfrentan los emprendedores ecuatorianos**

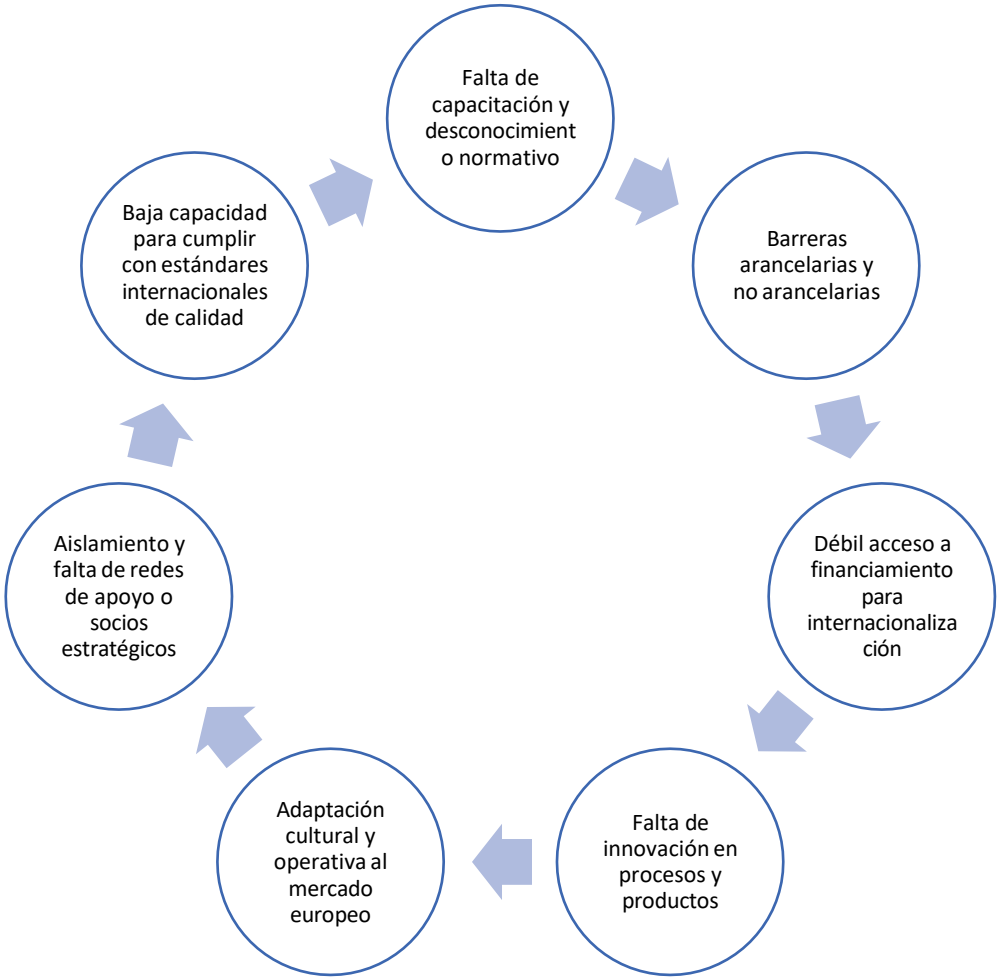

Ilustración 1 Retos que enfrentan los emprendedores ecuatorianos
Fuente: Elaborado por autor

1. Falta de capacitación y desconocimiento normativo

Muchas micro y pequeñas empresas desconocen aspectos clave del comercio exterior como la clasificación arancelaria, requisitos de origen, documentación de exportación, o tratados de libre comercio vigentes. Esto las deja en desventaja frente a exportadores más capacitados y experimentados.

2. Barreras arancelarias y no arancelarias

Los productos ecuatorianos, especialmente agroindustriales, enfrentan normas fitosanitarias estrictas, certificaciones obligatorias, etiquetado multilingüe y costos de aranceles altos en mercados como la UE. Esto desincentiva la exportación y encarece el proceso para los pequeños exportadores.

3. Débil acceso a financiamiento para internacionalización

El financiamiento es limitado y muchas veces no responde a las necesidades específicas del proceso exportador (costos de certificación, transporte, ferias internacionales, etc.). Los emprendedores carecen de acceso a créditos diferenciados para exportar y el apoyo estatal en esta área aún es incipiente.

4.Falta de innovación en procesos y productos

Aunque la innovación tecnológica representa una oportunidad, muchos emprendedores no han integrado tecnologías digitales en sus modelos de negocio. Esto limita su capacidad de promocionarse en plataformas internacionales, utilizar inteligencia comercial, o participar en canales de e-commerce global.

5. Adaptación cultural y operativa al mercado europeo

Insertarse en mercados con alta distancia institucional y cultural, como Europa, requiere ajustes en imagen, marca, empaque, certificaciones y hasta narrativa del producto. Esta adaptación no siempre es comprendida o asumida por los emprendedores, lo que reduce su aceptación en esos mercados.

6. Aislamiento y falta de redes de apoyo o socios estratégicos

Muchos emprendedores trabajan de forma aislada, sin pertenecer a clústeres, consorcios o cámaras de comercio. Esto impide sinergias, reduce su poder de negociación colectiva y limita el aprendizaje compartido con otros exportadores más avanzados.

7. Baja capacidad para cumplir con estándares internacionales de calidad

En sectores como alimentos, textiles o cosméticos, los estándares exigidos por mercados europeos incluyen normativas ISO, sellos orgánicos, certificaciones sostenibles, trazabilidad, entre otros. Muchos emprendedores no cuentan con el conocimiento ni los recursos para implementar estos estándares, quedando fuera de mercados premium.

Identificación de las oportunidades para los emprendedores ecuatorianos

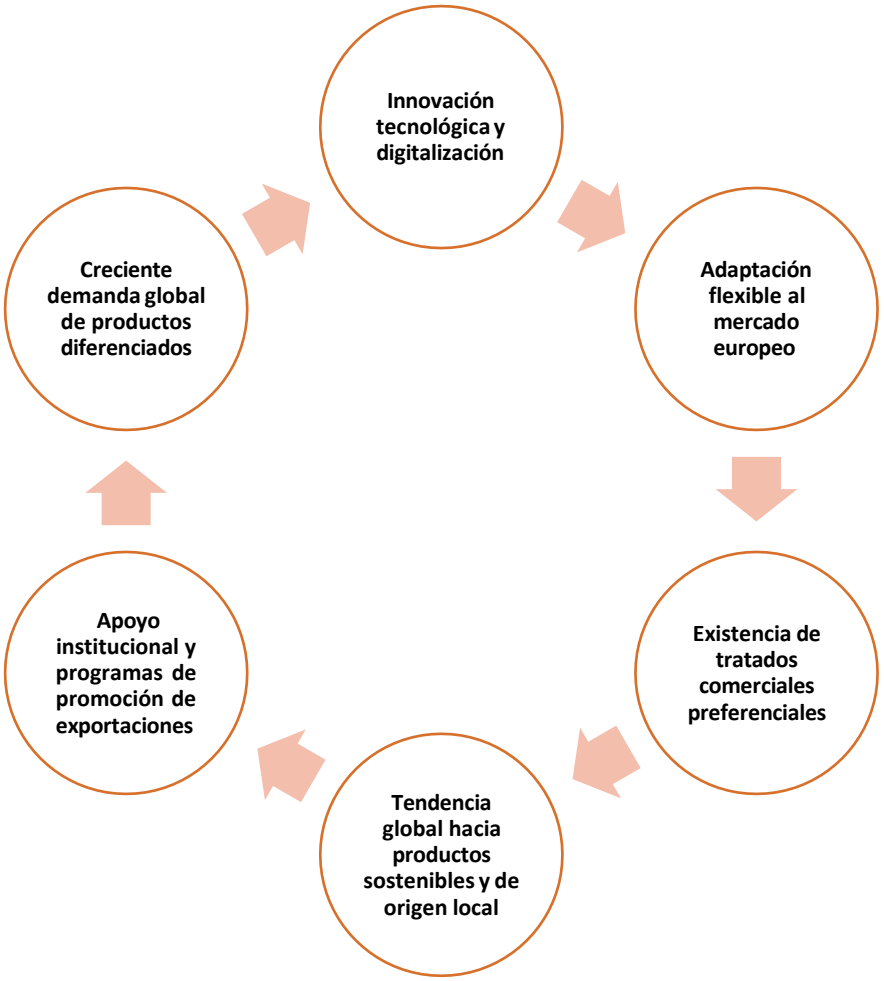

Ilustración 2 Oportunidades para los emprendedores ecuatorianos
Fuente: Elaborado por autor

1. Innovación tecnológica y digitalización

La transformación digital ha abierto nuevas vías para la internacionalización, incluso para pequeñas empresas. El uso de plataformas de comercio electrónico, redes sociales, sistemas de gestión de clientes (CRM) e inteligencia comercial permite a los emprendedores ecuatorianos promocionar sus productos en mercados internacionales sin necesidad de una infraestructura física en el extranjero. Esta vía de exportación no tradicional permite una inserción más ágil, económica y directa con el consumidor final.

2. Adaptación flexible al mercado europeo

El proceso de adaptación a mercados con alta distancia institucional, como el europeo, ya no representa una barrera infranqueable. Las empresas pueden utilizar estrategias como la colaboración con socios locales, la tercerización de servicios logísticos o de cumplimiento normativo, y el uso de plataformas digitales para reducir el impacto de las diferencias culturales o regulatorias. Esto les permite ingresar de manera progresiva y estratégica sin necesidad de transformaciones internas profundas

3. Existencia de tratados comerciales preferenciales

Ecuador se beneficia del Acuerdo Multipartes con la Unión Europea, que facilita el acceso preferencial a un mercado de más de 500 millones de consumidores. Este tratado reduce o elimina aranceles para una gran variedad de productos ecuatorianos, otorgando condiciones favorables frente a países sin acuerdos similares. Los emprendedores que alineen sus procesos productivos con los requisitos del acuerdo pueden mejorar su competitividad y márgenes de ganancia en el exterior.

4. Tendencia global hacia productos sostenibles y de origen local

El consumidor europeo ha desarrollado una fuerte inclinación hacia productos con identidad cultural, origen ético y prácticas sostenibles. Esto representa una oportunidad clave para los emprendedores ecuatorianos que producen bienes como café especial, cacao fino de aroma, textiles artesanales, cosméticos naturales, entre otros. Al alinearse con estas preferencias, las marcas ecuatorianas pueden posicionarse en nichos de alto valor y fidelizar a clientes conscientes.

5. Apoyo institucional y programas de promoción de exportaciones

Aunque todavía insuficientes en cobertura, existen programas impulsados por entidades como ProEcuador, MIPRO, GADs provinciales y cámaras de comercio, que ofrecen capacitaciones, ruedas de negocios, participación en ferias internacionales y asistencia técnica en procesos de exportación. Los emprendedores que logren vincularse a estas redes pueden fortalecer sus competencias, acceder a contactos estratégicos y recibir asesoría especializada para enfrentar los desafíos del comercio internacional.

6. Creciente demanda global de productos diferenciados

Los mercados internacionales muestran un creciente interés por productos únicos, con valor agregado, historia detrás y capacidad de innovación. Esto representa una oportunidad clara para los emprendedores ecuatorianos que apuestan por diferenciarse no solo en calidad, sino también en narrativa, empaque, experiencia del cliente y sostenibilidad. Si logran cumplir con estándares internacionales, tienen la posibilidad de posicionarse en segmentos premium de gran rentabilidad.

Análisis de los Resultados

El análisis de los hallazgos permite identificar con claridad los principales retos y oportunidades que enfrentan los emprendedores ecuatorianos con potencial exportador, particularmente aquellos interesados en ingresar a mercados internacionales exigentes como el europeo. Estos resultados se alinean con los objetivos del presente estudio, al evidenciar cómo factores estructurales, normativos, financieros, tecnológicos y estratégicos condicionan el proceso de internacionalización de los emprendimientos, afectando su capacidad para competir en igualdad de condiciones con actores globales.

En la dimensión de **capacitación y conocimiento normativo**, se constata que uno de los principales obstáculos es la limitada formación en comercio exterior. Los emprendedores enfrentan dificultades para comprender y aplicar normativas internacionales, interpretar tratados comerciales, gestionar documentación aduanera y cumplir con los estándares técnicos exigidos en los mercados de destino. Esta carencia impide una toma de decisiones informada y estratégica, lo que pone de relieve la necesidad urgente de políticas públicas que fortalezcan los programas de formación técnica y asesoría especializada en procesos de exportación.

Desde el plano de las **barreras arancelarias y comerciales**, los hallazgos muestran que las exigencias regulatorias impuestas por bloques como la Unión Europea —en temas de etiquetado, certificaciones, normas fitosanitarias o estándares de sostenibilidad— constituyen un reto importante para los pequeños exportadores. A esto se suma la falta de infraestructura logística adecuada, los altos costos de transporte internacional y la débil articulación con redes estratégicas. No obstante, en este mismo eje se identifica una oportunidad relevante: el aprovechamiento de plataformas digitales, redes sociales y comercio electrónico como alternativas eficaces para reducir costos y ampliar el alcance de los productos ecuatorianos en mercados internacionales sin depender de estructuras físicas costosas.

En lo referente a **innovación tecnológica y sostenibilidad**, los resultados exponen una realidad dual. Por un lado, muchos emprendedores carecen de herramientas digitales avanzadas, procesos automatizados o estrategias de trazabilidad que les permitan cumplir con las demandas del mercado internacional. Por otro, se destaca que aquellos emprendimientos que integran componentes de sostenibilidad —como productos orgánicos, empaques ecológicos o prácticas responsables— encuentran una ventaja competitiva creciente, especialmente en nichos europeos que valoran estos atributos como parte del valor del producto. Esto representa una oportunidad estratégica para posicionar al emprendimiento ecuatoriano como una oferta ética, auténtica y diferenciada.

En el análisis de los **tratados comerciales y acceso a mercados**, se resalta que acuerdos como el Multipartes con la Unión Europea han abierto nuevas puertas para los exportadores ecuatorianos. La reducción de aranceles, la eliminación de barreras técnicas y la posibilidad de acceder a un mercado de alto poder adquisitivo representan beneficios tangibles. Sin embargo, estos beneficios solo pueden ser aprovechados por quienes están en capacidad de cumplir con los requisitos establecidos. Los hallazgos apuntan a que el éxito en este ámbito requiere una articulación efectiva entre los emprendedores y las instituciones públicas encargadas de fomentar la producción con valor agregado y calidad exportable.

En cuanto al proceso de **adaptación al mercado europeo**, los hallazgos evidencian que este no se limita a lo técnico o normativo, sino que incluye dimensiones culturales, comunicacionales y comerciales. Adaptar el producto implica también redefinir su narrativa, imagen, empaque, estrategia de marca y canales de distribución. La capacidad de entender y responder a las preferencias del consumidor europeo es fundamental para garantizar una inserción exitosa y sostenible en ese mercado. Esta adaptación cultural y estratégica se configura como una oportunidad para que los emprendedores desarrollen modelos de negocio más sofisticados, globales y resilientes.

Finalmente, los datos sobre **diferenciación competitiva** revelan que existe un potencial importante en la especialización hacia nichos de mercado bien definidos. En lugar de competir por volumen o precio, los emprendedores pueden enfocarse en audiencias específicas que valoran la calidad, el origen, la historia y la sostenibilidad del producto. Este enfoque permite consolidar una propuesta de valor única, construir relaciones duraderas con los clientes y evitar la presión competitiva de grandes marcas o economías de escala.

En conjunto, los hallazgos demuestran que, aunque los emprendedores ecuatorianos enfrentan desafíos significativos en su camino hacia la internacionalización, también existen oportunidades concretas que pueden ser aprovechadas con una estrategia adecuada. Para ello, es indispensable avanzar hacia el fortalecimiento de capacidades técnicas, el acceso a herramientas digitales, la comprensión profunda del entorno internacional y, sobre todo, la articulación entre el sector público, privado y la academia. Solo a través de esta sinergia será posible consolidar un ecosistema exportador dinámico, competitivo y sostenible en el tiempo.

V. CONCLUSIONES

Conclusiones

La presente investigación permitió evaluar los retos y oportunidades que enfrentan los emprendedores ecuatorianos con potencial exportador en el proceso de inserción en el mercado europeo, logrando así dar cumplimiento a los objetivos generales y específicos planteados.

En relación con el objetivo general, se identificó que la internacionalización de los emprendimientos ecuatorianos se encuentra limitada por barreras estructurales como la falta de capacitación en normativas internacionales, dificultades logísticas y financieras, así como el desconocimiento de acuerdos comerciales vigentes. Estos factores dificultan su participación en cadenas de valor globales y restringen su capacidad para acceder a mercados exigentes como el europeo.

Respecto al primer objetivo específico, la revisión bibliográfica permitió comprender que la internacionalización de los emprendedores ecuatorianos hacia Europa está condicionada por factores como la falta de capacitación normativa, desconocimiento de procesos de exportación, barreras logísticas y regulatorias, y una débil articulación institucional. A pesar de estas limitaciones, también se identificaron oportunidades relevantes, como el acceso preferencial a mercados europeos a través de tratados comerciales, el uso de herramientas tecnológicas y digitales, y la creciente demanda internacional por productos sostenibles y diferenciados. La literatura coincide en que el fortalecimiento de capacidades técnicas, el desarrollo de ventajas competitivas y una mayor integración entre los actores públicos y privados son claves para que los emprendimientos ecuatorianos puedan insertarse de manera efectiva y sostenible en el comercio exterior.

En cumplimiento del segundo objetivo específico, se identificaron retos como: la carencia de innovación tecnológica, la baja adaptación cultural y operativa al mercado europeo, y el escaso acceso a redes estratégicas que faciliten la inserción internacional. Además, los emprendedores

muestran una limitada capacidad para cumplir con estándares de calidad y sostenibilidad, lo que los excluye de nichos de alto valor en el mercado europeo.

Finalmente, en torno al tercer objetivo específico, se reconocieron oportunidades estratégicas derivadas del contexto global: el Acuerdo Multipartes con la Unión Europea, la creciente demanda europea de productos sostenibles y diferenciados, y el auge de plataformas digitales para comercialización internacional. Estas oportunidades pueden ser aprovechadas mediante la implementación de estrategias de diferenciación, innovación tecnológica y sostenibilidad, lo que permitiría a los emprendedores ecuatorianos posicionarse en segmentos de mercado especializados.

Los hallazgos demuestran que existe una brecha entre el ecosistema emprendedor local y las demandas del comercio internacional europeo, pero también un potencial significativo que puede ser explotado con el acompañamiento institucional adecuado y políticas públicas orientadas a fortalecer las capacidades exportadoras. La internacionalización de los emprendedores ecuatorianos no debe considerarse un privilegio exclusivo de grandes empresas, sino una vía viable para dinamizar la economía nacional y proyectar la marca país a nivel global.

Aportes de la Investigación

Esta investigación aporta al conocimiento existente al visibilizar, desde una perspectiva actualizada y enfocada en el contexto ecuatoriano, los factores que limitan y potencian la internacionalización de los emprendedores con perfil exportador. A nivel teórico, contribuye al fortalecimiento del enfoque integral del comercio internacional aplicado al emprendimiento, incorporando variables como sostenibilidad, diferenciación de nichos y adaptación cultural. En el ámbito práctico, ofrece insumos valiosos para el diseño de políticas públicas y estrategias institucionales orientadas a cerrar la brecha entre el emprendimiento local y el acceso a mercados exigentes como el europeo, promoviendo así una internacionalización más inclusiva, estratégica y sostenible.

VI. RECOMENDACIONES

- ✓ Implementar y ampliar talleres, cursos y asesorías técnicas enfocadas en normativas internacionales, trámites aduaneros, logística de exportación, y uso de tratados comerciales.

- ✓ Fomentar una articulación multisectorial que permita llegar con formación, asistencia técnica y acompañamiento estratégico a emprendedores con potencial exportador, especialmente en zonas rurales o vulnerables.
- ✓ Crear o fortalecer herramientas tecnológicas que faciliten el acceso a información actualizada sobre requisitos por país, canales de comercialización y oportunidades de exportación.
- ✓ Promover líneas de crédito diferenciadas para exportadores, subvenciones para certificaciones internacionales y fondos concursables para innovación, marketing y empaque.
- ✓ Facilitar el acceso a eventos comerciales en el exterior o virtuales, donde los emprendedores puedan exponer sus productos, establecer contactos y explorar nuevos mercados.
- ✓ Apoyar procesos de certificación (orgánica, comercio justo, ISO, etc.) que permitan a los emprendedores ingresar a nichos de mercado exigentes, como los del sector ecológico o ético.
- ✓ Capacitar a emprendedores en el uso de plataformas de e-commerce, redes sociales y posicionamiento digital como vías de exportación alternativa y eficiente.
- ✓ Agrupar a emprendedores por sector o territorio para que compartan conocimientos, reduzcan costos logísticos y negocien en conjunto con compradores internacionales.
- ✓ Establecer una estrategia nacional que reconozca las particularidades de los emprendedores, con enfoque en diferenciación, identidad cultural y sostenibilidad.
- ✓ Implementar sistemas de seguimiento para ajustar políticas, identificar cuellos de botella y apoyar de forma efectiva a los emprendimientos en su ruta internacional.

VII. BIBLIOGRAFÍA

1. Almeida Vera, D., & Feijó Cuenca, T. (2024). Emprendimientos sostenibles en Ecuador en un escenario post pandemia. *Ecociencia*. https://doi.org/10.21855/ecociencia.111.845
2. Baquero Zúñiga, M. F., & Baquero Zúñiga, E. D. (2022). Estrategias de internacionalización para el fortalecimiento del emprendimiento en Ecuador. Sapientia Technological, 3(2), 14. https://doi.org/10.58515/002RSPT
3. Bello Parra, R. O., Parra Ferie, C., & Valarezo Molina, M. J. (2023). Procedimiento para la estandarización de procesos y la competitividad en empresas agroproductivas de Manabí. *Revista digital de Ciencia, Tecnología e Innovación*, *10*(2), 234–248. https://doi.org/10.61154/rue.v10i2.2867
4. Bermúdez Mosquera, G. F., Suárez Tuárez, S. S., Vallejo Quiroz, A. A., Onofre Carriel, N. A., & Mora Carpio, W. T. (2024). *Impacto de las exportaciones petroleras y no petroleras sobre la balanza comercial: un análisis econométrico del caso de Ecuador*. LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, 5(5), 109–123. https://doi.org/10.56712/latam.v5i5.2594
5. Bontadini, F., Campi, M., & Dueñas, M. (2023). Being at the core: firm product specialisation. *arXiv*. https://doi.org/10.48550/arXiv.2302.02767
6. Bonilla Rivera, S. J., & Solórzano Solórzano, S. (2024). De Ecuador a España: Análisis de las estrategias innovadoras en la exportación de sombreros artesanales en los años 2018–2023. *Revista Ciencia Latina*, *8*(2), 14533–14550. https://doi.org/10.37811/cl_rc.v8i2.12605
7. Cantos Suquillo, S. M., & Ortega Guevara, M. A. (2017). Proyecto de logística integral de importación de materiales y suministros textiles, desde Qingdao-China, para la fábrica de gorras JC en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, en el año 2017 [Trabajo de titulación de grado, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo]. https://dspace.espoch.edu.ec/handle/123456789/11815
8. Cavusgil, S. T., & Knight, G. (2015). The born global firm: An entrepreneurial and capabilities perspective on early and rapid internationalization. *Journal of International Business Studies*, *46*(1), 3–16. https://doi.org/10.1057/jibs.2014.62
9. Chávez Chávez, J. A., & Quiroz Mercado, M. A. (2018). *Estandarización de procesos y su impacto en la productividad de la empresa negociaciones Minera Chávez S. A. C., año 2017* [Tesis inédita]. Repositorio Institucional. https://hdl.handle.net/11537/14117

10. Ciszewska-Mlinarič, M., Simon, J., & Hejduk, I. (2019). Foreign market adaptation and performance: The role of institutional distance and organizational capabilities. *Sustainability*, *11*(6), 1793. https://doi.org/10.3390/su11061793
11. Córdoba Salamanca, H. (2017). Investigación cualitativa. Bogotá: Fundación Universitaria del Área Andina, 2017.Disponible en: https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/3556
12. Díaz-Casero, J., Almodóvar, M., Sánchez, M., Coduras, A., & Hernández-Mogollón, R. (2013). Institutional variables, entrepreneurial activity and economic development. Management Decision, 51(2), 281–305. https://doi.org/10.1108/00251741311301810
13. Escandón, D. M., & Hurtado Ayala, A. (2014). Barreras logísticas a la exportación de las pymes en Colombia. Administración & Desarrollo, 44(60), 26–45. https://doi.org/10.22431/25005227.82
14. Estrada Heredia, L. P. (2022). Libro 3: Comercio exterior y negocios internacionales. https://www.scribd.com/document/608977992/LIBRO-3
15. European Commission. (2020). Farm to Fork Strategy for a sustainable food system. Unión Europea. https://ec.europa.eu/food/system/files/2020-05/f2f_action-plan_2020_strategy-info_en.pdf
16. Fuentes Flores, N. A., Brugués Rodríguez, A., & González König, G. (2020). El impacto económico en la industria maquiladora y en la región fronteriza del norte de México debido al alza de 100% del salario mínimo. *Región y Sociedad*, 32, e1230. https://doi.org/10.22198/rys2020/32/1230
17. GEM (Global Entrepreneurship Monitor). (2025). Informe Nacional GEM Ecuador 2024–2025. https://www.gemconsortium.org/report
18. Gil, W. (2020). Redes para que las microempresas aprovechen los Acuerdos de Libre Comercio. En W. Araque (Comp.), *Comercio exterior en las MIPYMES* (pp. 219–242). Universidad Andina Simón Bolívar. https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/9449/1/Araque%20Wilson%20ed-Comercio%20exterior%20en%20las%20MIPyME.pdf
19. González Blanco, R. (2011). Diferentes teorías del comercio internacional. ICE, Revista De Economía, 1(858). Recuperado a partir de https://revistasice.com/index.php/ICE/article/view/1393
20. Guerrero, D. (2018). Competitividad: teoría y política. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/327189614_COMPETITIVIDAD_TEORIA_Y_POLITICA

21. Ibarra Zavala, D. (2016). Crítica a la teoría clásica del comercio internacional: Un enfoque de equilibrio general entre país grande y país pequeño. Economía Informa, 397, 61–79. https://doi.org/10.1016/j.ecin.2016.03.004
22. Innovación Latam. (2021). *La innovación como desafío frente a la competitividad del país*. https://www.innovacionlatam.org
23. Johanson, J., & Vahlne, J. E. (1977). The internationalization process of the firm: A model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies, 8*(1), 23–32. https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490676
24. Knight, G., Moen, Ø., & Madsen, T. K. (2020). Antecedents to differentiation strategy in the exporting SME. *International Business Review, 29*(6), Article 101740. https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2020.101740
25. Meza Centeno, S. J., Espinoza Balladares, L. C., & Jarquín Baltodano, M. Á. (2022). Logística internacional [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua]. https://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/17387/
26. Mourão, J., & Pereira, L. (2020). Foreign market selection process as tool for international expansion: Case study for Ecuadorian chia seeds exports to the European Union. Anales de la Academia Brasileira de Ciencias, 92(1). https://doi.org/10.1590/0001-3765202020190513
27. Navarro-García, A., Rey-Moreno, M., & Barrera-Barrera, R. (2017). Emprendimiento exportador: influencia de los factores internos y del entorno competitivo sobre el rendimiento exportador de las pymes. *Revista de Administração de Empresas*, 57(2), 172–185. https://doi.org/10.1590/S0034-759020170203
28. Negrón, A., & Barreno, P. (2023). El acuerdo comercial entre Ecuador y la Unión Europea: Caso de estudio chocolate ecuatoriano. *593 Digital Publisher, 8*(3), 289–303. https://doi.org/10.33386/593dp.2023.3.1754
29. Ortiz, J., Astudillo, K., & Aguilar, F. (2023). Análisis de las barreras comerciales y regulatorias en la exportación de aguacate ecuatoriano a la Unión Europea en el 2023. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 9*(1), 1–15. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v9i1.16634
30. Porter, M. (2008). The five competitive forces that shape strategy. Harvard Business Review, 86(1), 78–93.
31. Revelo Portilla, I., Coronel Pinduisaca, M., & Andrade Ortega, A. (2023). El acuerdo multipartes Unión Europea - Ecuador: una perspectiva imbabureña de la inversión

extranjera directa. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 10(1), 65–85. https://doi.org/10.21855/ecociencia.101.743

32. Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, M. P. B. (2014). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (5.ª ed.). McGraw-Hill.
33. Sánchez Torres, Y. E., Velasco Alarcón, L. A., Aguas Alarcón, F. X., & Rivera Vallejo, R. A. (2024). Acuerdos comerciales y su impacto en el comercio exterior. *Ciencia Latina*, *8*(2), 7629–7679. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i2.11162
34. Tu, P. A., & Huynh, T. A. (2021). Internationalization and firm performance: Case of manufacturing enterprises in Ecuador. Research in World Economy, 12(1), 11–27. https://doi.org/10.5430/rwe.v12n1p11
35. UK 24/7. (2024). *Product adaptation in foreign markets: With examples*. https://uk247.com/product-adaptation-in-foreign-markets-with-examples
36. Valencia Vanegas, A. I. (2024). *Comercio exterior y desarrollo sostenible: Un análisis para Ecuador* [Tesis de pregrado, Universidad del Azuay]. Repositorio Institucional UDA. http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/14839
37. Zambrano Arias, R. P., San Andrés Reyes, P. R., & Paredes Chévez, I. E. (2019). Factores que inciden en las exportaciones de las PyMEs del Ecuador. Período 2012–2016. Revista Espacios, 40(40), 4. https://www.revistaespacios.com/a19v40n40/19404004.html

VIII. ANEXOS

Tabla 4 Matriz de coherencia interna y detalle de variables

DESCRIPCIÓN	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO	MARCO TEÓRICO	Variable	Dimensión	Indicador	Técnica	Instrumento	Unidad de Medida
El presente estudio resulta pertinente en el contexto actual del emprendimiento ecuatoriano, caracterizado por una alta tasa de actividad emprendedora, pero con baja capacidad de internacionalización. De acuerdo con el Global Entrepreneurship Monitor Ecuador 2024-2025, Ecuador se destaca entre los países con mayor actividad emprendedora a nivel mundial. No obstante, el ecosistema emprendedor nacional aún enfrenta retos importantes, especialmente en los ámbitos de la innovación y la proyección	**Pregunta General** ¿Cuáles son los principales retos y oportunidades que enfrentan los emprendedores con potencial exportador en su proceso de inserción en el mercado europeo? **Preguntas Específicas** 1. ¿Cuáles son los principales hallazgos de la literatura sobre la internacionalización de emprendedores ecuatorianos con potencial exportador en el contexto del comercio exterior hacia Europa. 2. ¿Cuáles son los principales retos que limitan la inserción internacional de los	**Objetivo General** Analizar los principales retos y oportunidades que enfrentan los emprendedores ecuatorianos con potencial exportador en su proceso de inserción en el mercado europeo. **Objetivos Específicos** 1. Realizar una revisión de la literatura sobre la internacionalización de emprendedores	Emprendedores con potencial exportador Teoría de Comercio Internacional Emprendimiento y resultado de la actividad exportadora Normativa y Regulación para la exportación para emprendedores Logística Internacional para emprendedores	Emprendedores con potencial exportador	Capacitación y conocimiento normativa	Nivel de acceso a formación en comercio exterior	Revisión documental	Matriz de revisión bibliográfica	Presencia / Ausencia
					Barreras logísticas y regulatorias	Obstáculos técnicos o regulatorios identificados	Revisión documental	Matriz de revisión bibliográfica	Presencia / Frecuencia
					Innovación tecnológica y sostenibilidad	Mención de innovación o sostenibilidad en procesos exportadores	Revisión documental	Matriz de revisión bibliográfica	Presencia / Frecuencia
					Acuerdos comerciales y acceso a mercados	Referencia a uso de acuerdos comerciales con Europa	Revisión documental	Matriz de revisión bibliográfica	Presencia / Frecuencia
				Inserción internacional	Adaptación al mercado europeo	Estrategias de adecuación del producto/servicio al	Revisión documental	Matriz de revisión bibliográfica	Presencia / Ausencia

internacional (Baquero Zúñiga & Baquero Zúñiga, 2022). El mercado europeo representa una gran oportunidad para los emprendedores ecuatorianos, debido a su tamaño, nivel adquisitivo y creciente demanda de productos sostenibles, innovadores y con valor agregado (González & Sánchez, 2020). Sin embargo, acceder a este mercado exige cumplir altos estándares regulatorios, técnicos y logísticos, lo que representa un desafío considerable para quienes carecen de experiencia, recursos y acompañamiento estratégico (Escandón & Hurtado, 2014). La investigación es relevante no solo por el potencial económico que representa el acceso a mercados como el europeo, sino también porque contribuye a cerrar la brecha existente entre el emprendimiento y la exportación.	emprendedores ecuatorianos en el mercado europeo? 3. ¿Cuáles son las principales oportunidades que el mercado europeo ofrece a los emprendedores ecuatorianos?	ecuatorianos con potencial exportador en el contexto del comercio exterior hacia Europa. 2.Examinar los retos que limitan la inserción internacional de los emprendedores ecuatorianos. 3.Analizar las oportunidades que el mercado europeo ofrece a los emprendedores ecuatorianos	Inserción internacional y el mercado europeo Competitividad y política pública Exportaciones no Petroleras Diversificación productiva y valor agregado			destino europeo			
					Estandarización de procesos	Aplicación de normas internacionales (calidad, trazabilidad, etc.)	Revisión documental	Matriz de revisión bibliográfica	Presencia / Ausencia
					Diferenciación competitiva	Enfoque estratégico en diferenciación (diseño, cultura, valor agregado)	Revisión documental	Matriz de revisión bibliográfica	Presencia / Frecuencia
					Enfoque en un solo mercado	Estrategias de concentración en el mercado europeo para escalar	Revisión documental	Matriz de revisión bibliográfica	Presencia / Frecuencia

Fuente: Elaborado por autor

Tabla 5 Cronograma de actividades

N°	Actividad	ene-25	feb-25	mar-25	abr-25	may-25	jun-25	jul-25 (1-15)
1	Definición del problema, objetivos e hipótesis							
2	Revisión bibliográfica (literatura científica y fuentes institucionales)							
3	Diseño de la metodología de investigación							
4	Elaboración del marco teórico							
5	Identificación de emprendedores con potencial exportador							
6	Recolección de datos (análisis documental)							
7	Análisis de resultados e identificación de retos y oportunidades							
8	Redacción de hallazgos y validación con expertos							
9	Revisión final del documento y conclusiones							

Fuente: Elaborado por autor