



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y EMPRESARIALES**

CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TÍTULO:

El rol de la cultura en los resultados de las negociaciones internacionales
del sector camaronero entre Ecuador y China

AUTORES:

Cabrera Suárez, Kenya Nicole

Maldonado Carrera, María Paula

Trabajo de integración curricular previo a la obtención del título de

LICENCIATURA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

TUTOR:

Ing. Hurtado Cevallos Gabriela Elizabeth, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

21 de febrero del 2022



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de integración curricular fue realizado en su totalidad por **Cabrera Suárez Kenya Nicole** y **Maldonado Carrera María Paula**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciatura en Negocios Internacionales**.

TUTORA

f. *Gabriela Hurtado*

Ing. Hurtado Cevallos, Gabriela Elizabeth, Mgs



DECANA

Firmado electrónicamente por:

**MARIA
AUXILIADORA
GUZMAN SEGOVIA**

Ing. María Auxiliadora Guzmán Segovia, MAE

Guayaquil, a los 21 del mes de febrero del año 2022



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, **Cabrera Suárez, Kenya Nicole y Maldonado Carrera, María
Paula**

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Integración Curricular: **El rol de la cultura en los resultados de las negociaciones internacionales del sector camaronero entre Ecuador y China**, previo a la obtención del título de **Licenciatura en Negocios Internacionales**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 21 del mes de febrero del año 2022

AUTORAS

f. Kenya Cabrera S.
Cabrera Suárez, Kenya Nicole

f. María Paula Maldonado
Maldonado Carrera, María Paula



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTORIZACIÓN

Nosotras, **Cabrera Suárez, Kenya Nicole y Maldonado Carrera, María
Paula**

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Integración Curricular, **El rol de la cultura en los resultados de las negociaciones internacionales del sector camaronero entre Ecuador y China**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 21 del mes de febrero del año 2022

AUTORAS:

f. Kenya Cabrera S.

Cabrera Suárez, Kenya Nicole

f. María Paula Maldonado

Maldonado Carrera, María Paula

REPORTE DE URKUND



Gabriela Pineda.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y
EMPRESARIALES**

CARRERA DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN



Firmado electrónicamente por:

**MARIA
AUXILIADORA
GUZMAN SEGOVIA**

**ING. MARÍA AUXILIADORA GUZMÁN SEGOVIA, MAE
DECANA**

f. _____

**LCDA. ROSA MARGARITA ZUMBA CORDOVA, PHD.
COORDINADORA DEL ÁREA**

f. _____

**EC. ANDRES ANTONIO NAVARRO ORELLANA, MGS
OPONENTE**

ÍNDICE

RESUMEN.....	XI
ABSTRACT.....	XII
RÉSUMÉ.....	XIII
Introducción	2
Formulación del problema	2
<i>Antecedentes</i>	2
<i>Contextualización del problema</i>	4
Objetivo General.....	5
Objetivos Específicos.....	5
Justificación	5
Preguntas de investigación e hipótesis.....	6
Limitaciones.....	6
Delimitaciones	7
Marco Teórico.....	8
Capítulo I: Metodología	25
Diseño de investigación	25
Enfoque	25
Población.....	26
Muestra.....	26
Técnica de recogida de datos	29
Análisis de datos	30
Capítulo II: Diagnóstico del comercio internacional del sector camaronero ecuatoriano hacia el mercado chino del periodo 2016-2020.....	31
Tipos de Camarón Comercializados	38
Amenazas al Sector Camaronero Ecuatoriano.....	40

Acuerdos Preferenciales con Ecuador.....	41
Principales Competidores de Ecuador en el Mercado Chino.....	43
Factor Diferenciador del Camarón Ecuatoriano	43
Capítulo III: El contexto cultural entre Ecuador y China	45
Alto y Bajo Contexto Cultural	45
Teoría de las Dimensiones Culturales de Hofstede	48
Teoría Cultural de Trompenaars	56
Competencias Culturales, Interculturales y Transculturales.....	58
Características Culturales de Ecuador y China	61
Capítulo IV: Factores claves de éxito en el marco de las negociaciones de empresas camaroneras ecuatorianas con China del año 2016-2020	63
Capítulo V: Modelo estadístico.....	72
Conclusiones	88
Recomendaciones.....	90
Referencias	91
Anexos.....	103
Anexo A. Formulario de encuesta a empresarios del sector camaronero	103

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Teorías comerciales y su capacidad para explicar los hechos del comercio	14
Tabla 2 Listado de empresas del sector camaronero Guayas.....	27
Tabla 3 Empresas del Sector Camaronero 2020	31
Tabla 4 Exportaciones mensualizadas de camarón del periodo 2016-2021 del Ecuador	34
Tabla 5 Características de sociedades con pequeña y gran distancia de poder.....	49
Tabla 6 Características de sociedades con débil y fuerte evitación de la incertidumbre	50
Tabla 7 Características de sociedades individualistas y colectivistas	51
Tabla 8 Características de sociedades femeninas y masculinas.....	52
Tabla 9 Características de sociedades orientadas a largo y a corto plazo	54
Tabla 10 Características de sociedades indulgentes y restringidas	55
Tabla 11 Características de Ecuador y China desde el contexto cultural, competencias culturales, dimensiones de Hofstede y Trompenaars.....	61
Tabla 12 Similitudes y Diferencias Culturales de Ecuador y China	70
Tabla 13 Exportaciones mensualizadas de camarón ecuatoriano a China del 2016 al 2021	72
Tabla 14 Resultados del Modelo de Regresión Lineal Simple	75
Tabla 15 Predicción de forecast	80

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Culturas de alto y de bajo contexto.....	17
Figura 2 Principales especies capturadas	38
Figura 3 Pregunta 1: Sírvase indicar los productos acuícolas que usted exporta.....	64
Figura 4 Pregunta 2: Entre los mercados internacionales usted exporta a China	64
Figura 5 Pregunta 3: Si la respuesta a la pregunta anterior (2) fue afirmativa indicar el o los productos que exporta.....	65
Figura 6 Pregunta 4: Indicar el porcentaje de la producción exportada a China sobre la producción total de los productos comercializados con dicho país	65
Figura 7 Pregunta 5: Las exportaciones a China del o los productos comercializados se realizan.....	65
Figura 8 Pregunta 6: ¿Cuál cree usted que ha sido el principal problema para su empresa a la hora de cerrar una negociación con empresas chinas?.....	66
Figura 9 Pregunta 7: ¿Cree usted que la diferencia cultural entre los dos mercados ha incidido en el éxito de alguna negociación comercial con China o en el resultado de dicha negociación?	66
Figura 10 Pregunta 8: ¿Cree usted que la diferencia cultural entre los dos mercados ha incidido en el fracaso de alguna negociación comercial con China o en el resultado de dicha negociación?	67
Figura 11 Pregunta 9: ¿Qué tipo de acciones o medidas cree usted que deben tomar las empresas para mejorar la efectividad de la negociación y sus resultados con el país asiático?.....	67
Figura 12 Pregunta 10: Dada la importancia del mercado asiático, cree usted que el gobierno debería implementar alguna acción para mejorar la efectividad de la negociación y sus resultados de las empresas ecuatorianas de este sector con China.	68
Figura 13 Gráfico de dispersión de Libras vs Predicción de Libras	79
Figura 14 Forecast 2022-2025	80

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo de investigación es dar a conocer sobre el rol de la cultura en las negociaciones que se efectúan entre Ecuador y China, enfocándose en el sector camarero dentro del periodo 2016 - 2020. Como revisión de la literatura se aplicaron teorías en las que se detallan el impacto cultural en las negociaciones, teorías referentes al comercio y la definición de lo que es la cultura. La investigación que se desarrolló es de tipo longitudinal, debido que, a través de la recolección de datos pertenecientes a entidades del Ecuador, fue posible comprobar la hipótesis planteada en este estudio. El proyecto implementó una regresión lineal, acompañado a su vez con un forecast, la hipótesis general no fue rechazada (la cultura si impacta en las negociaciones del sector camarero entre Ecuador y China). El camarón ecuatoriano es un producto codiciado por muchos países, en especial en el continente asiático que se caracteriza por el consumo masivo de estos mariscos; Ecuador al estar ubicado en una geográfica que permite el desarrollo óptimo y propicio de esta especie da como resultado que su sabor, textura, frescura y calidad sea incomparable razón por la que es esencial descubrir nuevas formas y herramientas para potenciar y contribuir al crecimiento de las exportaciones de este producto a futuro en un gran mercado como lo es China, lo cual esta investigación busca realizar analizando la influencia que tiene el factor cultural dentro de una negociación internacional.

Palabras claves: camarón, cultura, calidad, comercio.

ABSTRACT

The research objective is to provide information on the role of culture in the negotiations between Ecuador and China, focusing on the shrimp sector in the period 2016 - 2020. According to the project literature, theories were applied in which the cultural impact on negotiations, approaches concerning trade, and the definition of what culture is. The research developed is of longitudinal type, since through the collection of data belonging to entities in Ecuador, it was possible to prove the hypothesis raised in this study. The project implemented a linear regression, accompanied in turn by a forecast. As a result, the general hypothesis was not rejected (culture does have an impact on negotiations in the shrimp sector between Ecuador and China). Ecuadorian shrimp is a product coveted by many countries, especially in the Asian continent, characterized by the massive consumption of this type of seafood. Ecuador is located in a geographical area that allows the optimal and favourable development of this species results in an incomparable flavour, texture, freshness, and quality. This is why it is essential to discover new ways and tools to enhance and contribute to the growth of exports of this product in the future in a large market such as China, which this research seeks to do by analysing the influence that the cultural factor has within an international negotiation.

Keywords: shrimp, culture, quality, trade.

RÉSUMÉ

L'objectif de cette recherche est de fournir du renseignement sur le rôle de la culture dans les négociations entre l'Équateur et la Chine, en se concentrant sur le secteur de la crevette dans la période 2016 - 2020. En guise de revue de la littérature, des théories ont été appliquées dans lesquelles l'impact culturel sur les négociations, les théories commerciales et la définition de la culture sont détaillées. La recherche qui a été développée est longitudinale et grâce à la collecte de données auprès d'entités en Équateur, il a été possible de tester l'hypothèse dans cette étude. Le projet a mis en œuvre une régression linéaire, accompagnée à son tour d'une prévision, l'hypothèse générale n'a pas été rejetée, c'est-à-dire, la culture a un impact sur les négociations dans le secteur de la crevette entre l'Équateur et la Chine. La crevette équatorienne est un produit convoité par de nombreux pays, en particulier dans le continent asiatique qui se caractérise par la consommation massive de ce fruit de mer. L'Équateur étant situé dans une zone géographique qui permet le développement optimal et propice de cette espèce, il en résulte un goût, une texture, une fraîcheur et une qualité incomparables, c'est pourquoi il est essentiel de découvrir de nouvelles voies et de nouveaux outils pour améliorer et contribuer à la croissance des exportations de ce produit à l'avenir dans un grand marché comme la Chine, ce que cette recherche cherche à faire en analysant l'influence que le facteur culturel a dans une négociation internationale.

Mots clés : crevette, culture, qualité, commerce.

Introducción

Formulación del problema

Antecedentes

El presente trabajo de titulación hace referencia al rol de la cultura y su impacto en los resultados de las negociaciones internacionales, enfocándose en el sector camaronero, entre Ecuador y China. La magnitud que han alcanzado los acuerdos internacionales representa una vía de desarrollo en el contexto económico, político y sociocultural donde la globalización juega un papel fundamental, permitiendo así la transacción de bienes y servicios entre países para saciar la necesidad de productos que no se poseen en un determinado país.

En la actualidad, gracias a diversos factores tales como la globalización, el desarrollo y avance tecnológico, las negociaciones internacionales han tomado mayor fuerza y relevancia debido a la expansión de un sinnúmero de empresas alrededor del mundo. Esto se debe a que el fenómeno de la globalización ha influido en gran medida dentro de la economía, permitiendo así a las personas acortar distancias, traspasar fronteras y abrirse a nuevos mercados. A lo largo de la historia se ha podido evidenciar que el comercio es una variable fundamental para el desarrollo sostenible de un país. Dado que, a más de satisfacer las necesidades de las poblaciones, permite a su vez el intercambio cultural entre las mismas.

Este tipo de intercambio permite la constitución de economías internacionales, sin embargo, hay que recalcar que el aspecto cultural es una pieza clave al momento de hacer negociaciones internacionales, toda vez que se ha realizado la prospección del mercado internacional, elaborado el plan de negocios y en la planificación estratégica de la empresa de origen consta la intención de internacionalización.

No existe un solo país que sea autosuficiente respecto a los distintos recursos que se emplean día a día, incluso las naciones con mayor riqueza necesitan acuerdos comerciales para abrir su portafolio de diversificación y brindar a su población bienes que no son propios. El avance del comercio internacional permite que los países prosperen al beneficiarse de recursos que otros países producen mejor, por ejemplo, usando como referencia la teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo y la globalización de la producción.

Por ello es importante conocer los aspectos esenciales de una negociación internacional, su definición, las partes que intervienen en ella, los aspectos que comúnmente se negocian, así como las etapas por las cuales la mayoría de las negociaciones internacionales atraviesan, es decir, el esquema general de la negociación (Rugman, 1997).

Según los autores Trukhanionok y Trukhanenok (2019):

La cultura de negocios en China tiene, como elementos culturales fundamentales, el sentido de grupo, el guanxi, el mianzi y la jerarquía. La filosofía de vida y los valores ancestrales que han regido los pueblos del país asiático provienen del confucianismo, el taoísmo y el budismo.

Hoy en día las exportaciones tienen un papel importante para el ingreso de divisas en los países y uno de los sectores que más ha podido beneficiarse por este ingreso es el acuícola, puesto que se evidencia el aumento de las exportaciones de camarón hacia el continente asiático, americano e incluso hacia el continente europeo. Dentro de las principales exportaciones del Ecuador se pueden encontrar productos como el petróleo, los congelados como camarón, pescado, langostinos, y las frutas como el banano y el cacao, entre otros. En lo referente a los principales destinos de estas exportaciones, se encuentran países como Estados Unidos, China, Panamá, Rusia, Chile y Colombia.

Si se examinan las relaciones comerciales del Ecuador, es relevante destacar su relación con uno de sus socios comerciales más importantes, China. La República Popular de China es una de los principales importadores de camarón proveniente del Ecuador, pese a que históricamente es también uno de los mayores productores del mismo. Esto se debe básicamente a que su consumo local es mucho más elevado que sus niveles de producción, razón por la que ve la necesidad de abastecerse del producto ecuatoriano.

De acuerdo con datos estadísticos de la Cámara Nacional de Acuicultura (2021), en el mes de septiembre de 2021, se registró que un 55% de la producción de camarón (en libras) se destina exclusivamente a China. Si se habla de cantidades, se puede indicar que 90,776,970 libras de camarón fueron enviadas al país en dicho periodo. Por otro

lado, si se amplía el rango de análisis de enero a septiembre del 2021, se puede determinar que aproximadamente un 50% del camarón ecuatoriano (en libras) tiene como destino China, en cifras esto se traduce en \$1,493,954,192.31 (CNA, 2021).

En los últimos años, se ha observado un crecimiento paulatino en las ventas del producto, tanto en las cantidades (libras) como en las ganancias (dólares). Sin embargo, en el año 2020 debido a la pandemia se pudo observar una leve disminución en las ventas, en términos de dólares más no en el volumen de camarón exportado.

Respecto a las relaciones comerciales entre Ecuador y China, estas se remontan al año de 1979, pero no tomaron mayor fuerza hasta muchos años después gracias al trabajo de los varios gobiernos ecuatorianos por fomentar las negociaciones con dicho país. Por demás, el actual gobierno del Ecuador está en miras de conseguir un nuevo acuerdo comercial con China para el año 2022 con el fin de seguir promoviendo el desarrollo económico del país. Sin duda, se comprende cuán importante para la economía nacional resultan las negociaciones con esta potencia. Es ahí donde entra en relevancia el papel del contexto cultural al momento de iniciar diálogos y/o comerciar con una cultura diferente a la propia.

Contextualización del problema

Como ya se mencionó, China es uno de los principales socios comerciales del Ecuador, razón por la que es importante recalcar que la falta de conocimiento respecto a esta cultura trae dificultades al momento de negociar. Tratar con otros países o Estados conlleva siempre tener en cuenta el tipo de cultura existente en dicho lugar. No es solamente la distancia física lo que separa a una nación de otra.

Se puede estar en la misma área geográfica, pero a millas de distancia en lo que a comprensión de costumbres, comportamientos y patrones sociales se trata. El no conocer determinados aspectos propios de la cultura de un lugar puede incidir en gran medida en el resultado de las diversas operaciones que se realicen en el mismo. Es esta falta de información la responsable de los tan conocidos choques culturales.

Cuando se habla de choque cultural se hace alusión al impacto por el cambio drástico de una cultura a otra que no es conocida, lo cual genera un ambiente de preocupación, incertidumbre y confusión (International Insurance Student, n.d.). Si se analiza esto

desde el punto de vista de Ecuador y sus relaciones comerciales con un socio como China, un ejemplo de posible choque es la designación de lugares durante una negociación. El hecho es que para los ecuatorianos la distribución de asientos en una mesa de negocios resulta algo tan sencillo, mientras que para los asiáticos es mucho más complejo. Para ellos, la distribución de lugares se realiza en base a la jerarquía y al rango de trabajo que poseen las personas. Otro ejemplo, a su vez, es la entrega de cartas de presentación, la cual es considerada un gesto de cordialidad y respeto en la cultura china, y que no suele llevarse a cabo por parte de los ecuatorianos por lo general.

Objetivo General

Analizar el rol de la cultura en los resultados de las negociaciones internacionales del sector camaronero entre Ecuador y China.

Objetivos Específicos

- (a) Realizar un diagnóstico del comercio internacional del sector camaronero ecuatoriano hacia el mercado chino del periodo 2016-2020.
- (b) Determinar la importancia del contexto cultural entre dos países pertenecientes a dos tipos de culturas
- (c) Determinar los factores claves de éxito, en base al contexto cultural, dentro de las negociaciones de empresas camaroneras ecuatorianas con China del año 2016-2020.
- (d) Validar la hipótesis planteada sobre el impacto del contexto cultural en los resultados de las negociaciones del sector camaronero entre Ecuador y China mediante un modelo estadístico.

Justificación

El presente proyecto busca contrastar la importancia que tiene el estudio de la cultura como factor clave que impacta en los resultados de las negociaciones internacionales y cómo estas se ven afectadas por la falta de conocimiento o poco interés en la adaptación de nuevas medidas que no sean locales, provocando etnocentrismo y probablemente llegar a una negociación de tipo perder ganar o perder perder.

Este tipo de intervención temprana trae como consecuencia un gran paso para la sociedad, en vista de que futuros tratados serán cerrados con mayor facilidad al tener bases sólidas en el contexto cultural en lo concerniente al país con el cual se busca establecer un vínculo comercial.

Los autores principales que buscan beneficio de este proyecto serán aquellos que mantienen relaciones comerciales con China o aquellos futuros emprendedores que busquen a un socio comercial de alta gama en portafolio como lo es dicho país. En base a los resultados obtenidos se espera que se haga hincapié en que, un factor tan imprescindible como lo es el lugar de origen y su cultura influye de manera drástica en asuntos de todo tipo, más aún cuando se busca un acuerdo comercial.

Preguntas de investigación e hipótesis

Como preguntas de investigación están

- a) ¿En qué aspectos culturales chocan los negociadores ecuatorianos y los negociadores chinos?
- (b) ¿Los negociadores ecuatorianos son capaces de manejar el idioma, cuentan con el conocimiento y manejo de patrones culturales relacionados al proceso de negociación?
- (c) ¿Existen factores puntuales o claves que garanticen el éxito en las negociaciones entre empresas del Ecuador y China?

La hipótesis de la investigación es la siguiente:

La cultura impacta en los resultados de las negociaciones del sector camaronero entre Ecuador y China.

VD: los resultados de las negociaciones de empresas ecuatorianas exportadoras de camarón con el mercado chino

VI: el tiempo de las negociaciones de empresas ecuatorianas exportadoras de camarón con el mercado chino.

Limitaciones

Actualmente una de las limitaciones más significativas que se ha presentado es la pandemia debido al COVID-19, puesto que frenó de manera abrupta las fronteras con

el país a comercializar. A su vez, se destaca que la información proveniente de fuentes de internet, no se encuentra actualizada y por ende resulta difícil el poder acceder a datos que sean sencillos de corroborar. Otra posible limitación dentro de la investigación es la recolección de datos auto informados a través de las entrevistas que se tiene planificado realizar a empresarios de compañías camaroneras en el Ecuador (Maza, 2016). Se debe tener en cuenta que este tipo de información podría llegar a contener ciertos sesgos que afecten el desarrollo del estudio. De igual forma, es necesario considerar el hecho de que podrían limitar o denegar el acceso a este tipo de información.

Delimitaciones

El presente trabajo de investigación se enfoca en demostrar el impacto que tiene la cultura en los resultados de las negociaciones internacionales del sector camaronero entre Ecuador y China. Para ello, se estima dedicar un aproximado de cuatro meses a la investigación, empezando desde octubre de 2021 y finalizando en febrero de 2022. Se planifica recolectar información de medianas y grandes empresas exportadoras de camarón del Ecuador, ubicadas exclusivamente en la provincia del Guayas. Se han elegido este tipo de empresas, debido a los siguientes parámetros:

Registran ingresos sobre el \$1'000.000,00.

Capital social suscrito mínimo de \$400 dólares de los Estados Unidos de América.

Número de empleados en un rango de 50 o más personas.

En otras palabras, compañías sólidas con ingresos por ventas superiores y que además representan un porcentaje considerable de las exportaciones de camarón en el país. De igual forma, se escogió la provincia del Guayas, puesto que es una de las que registra un alto porcentaje de participación de empresas relacionadas al sector camaronero (Corporación Financiera Nacional, 2020). Además, es esencial resaltar que dicha información debe pertenecer al periodo de los años 2016-2020.

Marco Teórico

Cuando se trata de negociaciones internacionales, se deben tener en cuenta las diferentes teorías del comercio internacional que existen, las cuales buscan explicar las causas del por qué este se origina, así como el impacto que tiene en las partes implicadas.

Adam Smith (1776) en su teoría de la ventaja absoluta indica que un país debería especializarse solamente en comercializar aquel bien que produzca con mayor eficiencia que sus competidores e importar aquellos donde sea menos eficiente. Ciertamente en una utopía este escenario sería posible y todos los países se benefician por igual. Sin embargo, es una realidad que no todas las naciones se destacan por producir algún bien de manera más eficiente que otros Estados.

Por su parte, David Ricardo (1817) propone una solución a esta situación con su teoría de la ventaja comparativa, la cual implica que un país produzca un bien en el que obtenga una ventaja en lo relativo a costes comparativos. Esta teoría pretende demostrar cómo las naciones pueden beneficiarse mediante el comercio internacional, pese a no tener ventaja absoluta en algún producto o así cuente con esta en la producción de todos ellos.

En base a este contexto, se determina que la teoría de Ricardo contribuye en mayor medida a promover y potenciar las negociaciones internacionales. Es un hecho que existen potencias que llegan a ser autosuficientes en cuanto a sus producciones y tienen la capacidad de abastecerse de forma propia, puesto que cuentan con una ventaja absoluta en varios productos. Lo opuesto sucede con países en vías de desarrollo, los cuales no poseen este tipo de ventaja. Es ahí donde reside la importancia de especializarse en aquel bien donde se obtenga una mayor ventaja y permitir que otros países lo hagan donde cuenten con una menor desventaja. De esta forma todas las partes se benefician del comercio internacional contribuyendo además al crecimiento de las economías nacionales y al desarrollo de los mercados mundiales.

Por otro lado, también se encuentra el modelo Heckscher-Ohlin, teoría que indica que los países donde el capital es relativamente abundante y la mano de obra relativamente

escasa tenderán a exportar productos intensivos en capital e importar productos intensivos en mano de obra, mientras que los países en donde sucede exactamente lo opuesto tenderán a exportar productos intensivos en mano de obra e importar productos intensivos en capital. En otras palabras, se puede afirmar que la producción de una economía será más efectiva en aquellos productos, cuya materia prima o insumos se consideren como factores en los que cuente con relativa abundancia.

Sin embargo, es Leontief (1953) quien mediante una investigación empírica logra rebatir la teoría del modelo H-O, surgiendo así la conocida paradoja de Leontief. El economista recolectó evidencia que contrastaba dicha teoría tomando datos de Estados Unidos de la época, los cuales mostraban que las exportaciones de la potencia eran relativamente mayores en bienes trabajo-intensivos que sus importaciones, representando para el experto una clara muestra de que no se podría aplicar el modelo H-O para el comercio internacional en general. Al hacer referencia a bienes trabajo-intensivos significa que dichos productos son intensivos en mano de obra, es decir que en la producción de estos se requiere una mayor proporción de trabajo que de cualquier otro factor de producción.

Si bien parece que la predicción de este modelo se podría aplicar a ciertas naciones donde se tiende a exportar bienes que utilizan intensivamente sus factores abundantes, como en el caso del comercio Norte-Sur, no se puede aplicar un modelo H-O cien por ciento puro de manera generalizada en el mundo real (Krugman y Obstfeld, 2006, p. 80). Asimismo, una prueba de ello es el estudio realizado por Bowen, Leamer y Sveikauskas (1987), el cual demuestra que solo para un tercio de los 12 factores de producción analizados, en una muestra de 27 países, el comercio iba de acuerdo con lo previsto según H-O en un 70% aproximadamente.

Analizando todo lo expuesto se puede evidenciar como las teorías clásicas del comercio internacional no logran explicar del todo los flujos y entresijos de este en la actualidad. Es así como surgen las nuevas teorías del comercio desarrolladas tomando como base una competencia imperfecta.

Lo primero que se puede apreciar es la reestructuración de las teorías tradicionales, de la ventaja comparativa y la ventaja absoluta, por Haberler en 1936 que resulta en la creación de la nueva teoría del coste de oportunidad. Cuando se habla de coste de

oportunidad se hace referencia a los beneficios o valores potenciales que un individuo deja de obtener al escoger una alternativa en lugar de otra. Es decir, este coste es el valor que se sacrifica al elegir producir otro bien que nos beneficiará en mayor medida, hablando en términos de tiempo y dinero. Dentro de esta teoría “el trabajo no es el único factor de producción ni se supone que el costo o el precio de un bien puede ser inferido de su contenido de mano de obra, o que esa mano de obra sea homogénea” (Salvatore, 1998, p. 21).

De igual forma, otros modelos han surgido con el tiempo como, por ejemplo, los modelos de competencia monopolística y los modelos de mercados oligopolísticos, los cuales buscan la diferenciación de productos y las economías a escalas en el contexto de competencia imperfecta (González, 2011, p. 111). Modelos que contrastan en comparación con las teorías tradicionales, las cuales se fundamentan en un marco de competencia perfecta dentro del mercado.

Al basarse estos nuevos modelos en economías a escala, es importante señalar que en este plano son las empresas de mayor tamaño las que obtienen una ventaja sobre aquellas menores, dando como resultado el predominio de monopolios y oligopolios en los diversos mercados. Esto a su vez se traduce en el hecho de que estas grandes empresas tienen influencia directa en los precios de los bienes transformando el mercado en una competencia imperfecta (Mayorga y Martínez, 2018).

Es así como surge el concepto de modelo de competencia monopolística desarrollada por Krugman (1979), el cual predice que se puede dar el comercio entre dos países siempre que haya presencia de economías de escalas y no exista ventaja comparativa alguna. Este modelo se fundamenta en dos supuestos básicos: el primero es la diferenciación de productos y el segundo es que los precios de la competencia son tomados como dados por cada una de las empresas existentes en un determinado mercado. Dicho de otra forma, las empresas no tienen en consideración la repercusión de los precios propios en el de sus rivales (Jiménez y Lahura, 1998; Mayorga y Martínez, 2018).

Cuando se habla de diferenciación no se hace más que alusión al hecho de que los consumidores buscan la variedad, razón por la que las empresas están en la constante tarea de lograr diferenciar sus productos de la competencia. Esta diferenciación no solo

engloba un aspecto físico, sino que también hace referencia al valor que posee dicho producto para los clientes potenciales. Es así como al lograr aumentar el valor de este para el consumidor, esto se traducirá en que se inclinen a comprar ese bien en lugar del de la competencia, a pesar de que se llegue a dar un aumento en el precio del mismo.

Por ejemplo, si dos países tienen ventaja comparativa en distintos tipos de industria o productos, cada uno exportará aquello en lo que tenga ventaja e importará aquello en lo que no. En el supuesto de que ambos países pueden, a su vez, producir dichos bienes, a pesar de no tener ventaja en los mismos, el resultado serán productos finales con diferencias entre sí. Es esta diferenciación lo que hace que exista una competencia monopolística dentro de cierta industria. En este escenario hipotético se pueden identificar dos tipos de comercio. Por un lado, está el comercio donde se intercambian bienes de la misma naturaleza, pero con características que los diferencian unos de otros, lo que se conoce como comercio intraindustrial. Asimismo, se da también el comercio interindustrial, es decir, aquel donde se comercializa un producto por otro de una índole distinta (Jiménez y Lahura, 1998).

Siguiendo el ejemplo anterior, es así como se llega a la conclusión de que el comercio internacional no es solamente interindustrial, sino que también se dan intercambios de productos y servicios dentro de las mismas industrias. De acuerdo con las teorías tradicionales, el comercio interindustrial se da en situaciones donde solo existe ventaja comparativa por parte de los países. Sin embargo, el comercio intraindustrial evidencia la presencia de rendimientos o economías crecientes de escala en la producción. Ciertamente, esta es una de las teorías que más se apega a la situación real de los mercados, puesto que no todos los países llegan a tener ventaja comparativa en la producción de determinados bienes, o en ciertos casos dicha ventaja es nula, lo que influye en que el comercio intraindustrial sea el más dominante.

Como ya se mencionó con anterioridad, también surgieron los modelos de competencia oligopolística o conocidos como modelos de “dumping recíproco”. Es esencial señalar que cuando se habla de dumping se hace referencia a la práctica por parte de ciertas empresas de reducir el precio de los productos exportados en comparación con el precio de los productos que se comercializan a nivel nacional.

Según el modelo desarrollado por Brander y Krugman (1983), el cual muestra cómo la rivalidad entre empresas oligopolistas da lugar al "dumping" de la producción en los mercados extranjeros, y señala que dicho dumping puede ser "recíproco", es decir, que puede haber un comercio bidireccional del mismo producto.

Este modelo figura que la presencia del dumping puede generar comercio. Siguiendo este supuesto, imaginen que existen dos monopolios, en países distintos, que producen el mismo bien, tienen costes de producción semejantes e incluso las preferencias de los consumidores en los mercados son iguales. Si a esto sumamos que ambos manejan el mismo precio, entonces se podría predecir que no habría comercio alguno. Si los dos monopolios practican el dumping en el país del otro se llegaría a producir un intercambio de estos bienes, generando un beneficio e incentivo (adicional) en dicho mercado para cada uno de los países, siempre y cuando los costes de transporte no sean causa de impedimento (González, 2011).

Si las empresas obtienen beneficios positivos, la apertura del comercio aumentará el bienestar, si los costes de transporte son bajos. Por otro lado, si los costes de transporte son elevados, la apertura del comercio puede hacer que el bienestar disminuya. Si el precio es la variable estratégica, el dumping recíproco no se produce en el caso del producto homogéneo. Sin embargo, una ligera diferenciación del producto restablecerá el resultado del dumping recíproco. El elemento importante es simplemente que las empresas tienen una percepción de mercados segmentados. Dada esta percepción, la posibilidad del tipo de comercio bidireccional es relativamente sólida (Brander y Krugman, 1983).

Aterrizando en un plano más actual, se pueden encontrar los "novísimos" modelos que toman en consideración el impacto que tienen las diferencias entre las empresas. Las previas teorías del comercio internacional no toman en consideración la relevancia del papel que asumen las empresas dentro de las diferentes industrias. Se tenía la errónea concepción de que las empresas dentro de una industria o sector en específico eran todas iguales. Diversos investigadores han llevado a cabo estudios empíricos que demuestran las diferencias entre empresas exportadoras y no exportadoras, llegando a concluir que esta disparidad no es fruto del cambio de actividad, sino que se encuentran

arraigadas desde un inicio o periodo previo a la transformación (antes de convertirse en exportadoras) (Bernard et al., 1995; González, 2011).

En respuesta a estos resultados surgen nuevos modelos que tienen en cuenta esta heterogeneidad de las empresas. Un ejemplo de estos es el trabajo de Bernad, Reddin y Schott (2007), quienes llevan a cabo un modelo de ventaja comparativa en empresas heterogéneas que examina cómo las características del país, la industria y la empresa interactúan en el equilibrio general para determinar las respuestas de las naciones a la liberalización del comercio.

Cuando las empresas poseen una productividad heterogénea, los países varían en cuanto a la abundancia relativa de factores y las industrias se diferencian en cuanto a la intensidad de los factores, la caída de los costes comerciales induce reasignaciones de recursos tanto dentro como entre industrias y países. Estas reasignaciones generan una importante rotación de puestos de trabajo en todos los sectores, estimulan una destrucción creativa relativamente mayor en las industrias con ventajas comparativas que en las industrias con desventajas comparativas, y magnifican la ventaja comparativa basándose en las previsiones y no en los resultados reales para crear ganancias de bienestar adicionales del comercio (Bernard et al., 2007).

De igual forma se han dado más de este tipo de investigaciones como la de Baldwin y Forslid (2006), cuyo fin es examinar el impacto de la liberalización del comercio con empresas heterogéneas utilizando el modelo de Melitz, descubriendo, así como esta liberalización conduce a ganancias de bienestar dentro del comercio. Sin embargo, es importante señalar que dentro del estudio los autores encuentran un factor interesante, el cual denominan “efecto anti-variedad”. En otros términos, se hace alusión a que, con la liberalización del comercio, la variedad dentro de una economía puede decaer como resultado de la globalización (González, 2011).

Para una mayor comprensión se adjunta un gráfico de las teorías comerciales y su capacidad para explicar los hechos del comercio:

Tabla 1*Teorías comerciales y su capacidad para explicar los hechos del comercio*

Hechos	“Viejas” Teorías del Comercio	“Nuevas” Teorías del Comercio	Modelo Integrado	Modelo Empresas Heterogéneas	Modelo “Integrado” Empresas Heterogéneas
	Ricardo (1817), Heckscher (1919), Ohlin (1933)	Krugman (1980)	Helpman y Krugman (1985)	Melitz (2003), Bernard et al. (2003)	Bernard, Redding, y Schott (2007)
Comercio					
Interindustrial	Sí	No	Sí	No	Sí
Intraindustrial	No	Sí	Sí	Sí	Sí
Exportadores y no exportadores dentro de la industria	No	No	No	Sí	Sí
Comercio y Productividad					
Dentro de la industria los exportadores son más productivos que los que no	No	No	No	Sí	Sí

La liberalización comercial aumenta la productividad de la industria mediante reasignación	No	No	No	Sí	Sí
Hechos	“Viejas” Teorías del Comercio	“Nuevas” Teorías del Comercio	Modelo Integrado	Modelo Empresas Heterogéneas	Modelo “Integrado” Empresas Heterogéneas
	Ricardo (1817), Heckscher (1919), Ohlin (1933)	Krugman (1980)	Helpman y Krugman (1985)	Melitz (2003), Bernard et al. (2003)	Bernard, Redding, y Schott (2007)
Comercio y Mercado laboral					
Cambios netos en el empleo en las industrias tras la liberalización comercial	Sí	No	Sí	No	Sí
Simultáneamente creación y destrucción bruta de empleo dentro de las industrias tras liberalización comercial	No	No	No	Sí	Sí
La liberalización comercial afecta a las retribuciones de los factores relativamente abundantes	Sí	No	Sí	No	Sí

Nota. Tomado de Bernard, A. B., Jensen, J. B., Redding, S. J., & Schott, P. K. (2007, verano). Firms in International Trade. *Journal of Economic Perspectives*, 21(3), 105-130.

Siguiendo el trabajo de Edward T. Hall (1976), cuando se habla de contexto es relevante señalar que el nivel de este va a determinar la naturaleza de la comunicación y será, además, la base sobre la que se asienta todo el comportamiento posterior. De acuerdo con Llamazares (2018), existen dos tipos de cultura, de bajo contexto y de alto contexto. La primera se caracteriza por la importancia de los mensajes verbales, es decir, mientras mayor sea la información proporcionada de manera explícita en las interacciones entre las partes, mejor será la relación que se establezca. Por otro lado, en la cultura de alto contexto sucede lo contrario. Es aquí donde más relevancia tienen los comportamientos y las actitudes de las personas. En otras palabras, gran parte de la información compartida en las interacciones a más de explicarse se deduce, a su vez, del lenguaje corporal, gestos y actitudes.

La comunicación dentro de una cultura de alto contexto o HCC (siglas en inglés), suele darse por lo general en culturas colectivistas. La misma se basa en patrones de comunicación de señales no verbales indirectas, lógica en espiral, un tono de autodesprecio y silencio. Las intenciones, deseos y necesidades del hablante se expresan en un tono diplomático y más suave para mantener la armonía en la relación. Muy poco es explícito en la parte transmitida del mensaje; en su lugar, se espera que el receptor lea entre líneas y deduzca el significado de las sutilezas no verbales que acompañan al mensaje verbal. La comunicación no verbal implica el uso de señales no lingüísticas (contacto visual, sonrisas, tacto, silencio) y señales paralingüísticas (tono de voz, altura, volumen) expresadas a través de canales de comunicación como expresiones faciales, movimientos corporales, gestos con las manos y relaciones espaciales (Nam, 2015).

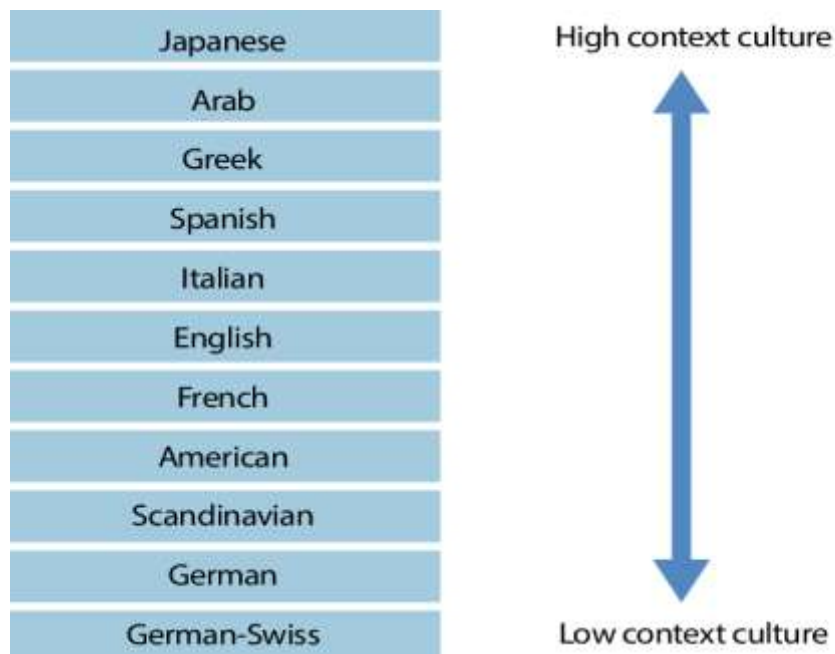
En países como China y Japón existe un proverbio común que plasma los valores de alto contexto de estas culturas, "Oír a uno y entender a diez". Incluso, dentro del idioma coreano se puede encontrar la palabra Nuncho, la cual hace alusión a una forma de HCC. Por nunchi se entiende la capacidad que tiene un individuo de leer la mente o entre líneas. En otras palabras, se espera que uno entienda las agendas tácitas y las verdaderas intenciones de los demás a través de señales no verbales, siendo una de las competencias más importantes para lograr una comunicación eficaz (Nam, 2015, p. 379).

Por otra parte, patrones de asertividad verbal directa, la lógica lineal, la franqueza y los mensajes transparentes son característicos de la comunicación en culturas de bajo contexto o LCC (siglas en inglés). A menudo se genera a partir de culturas individualistas, en las que los supuestos compartidos no se dan por sentados, la LCC valora el decir lo que se quiere decir y el significado de lo que se dice. Sin embargo, hay que tener en cuenta las diferencias individuales y las situaciones contextuales. Por ejemplo, aunque las culturas del norte de Europa suelen considerarse de menor contexto que las culturas árabes o latinoamericanas, esto no significa que todas las personas de esa cultura se adhieran a esa norma (Nam, 2015, p. 378).

Un aspecto para recordar es que son concretas las culturas, junto a las personas que las componen, que están totalmente en un extremo del espectro o en el otro. Gran parte de estas suelen situarse en algún punto intermedio, por lo que llegan a tener una combinación de características tanto de alto como de bajo contexto. A continuación, en el siguiente gráfico podemos observar la clasificación de algunos países (culturas) de acuerdo al tipo de contexto que tienen:

Figura 1

Culturas de alto y de bajo contexto



Nota. Tomado de Nomura, S. (2018, julio). Interpersonal Communication: An Analysis from a Point of In-house Communications. *Business Communication Research and Practice*, 1(2), 85-89.

Por último, se debe destacar que es de suma relevancia ser plenamente consciente en qué lado de este espectro se encuentra la culturas o las culturas con las que se desea llevar a cabo negociaciones. Tanto la LCC como la HCC desempeñan un papel fundamental en las relaciones comerciales interculturales. Mientras que los contratos escritos y los acuerdos firmados se consideran esenciales en el LCC, en el HCC tradicional se realizan menos trámites legales porque se espera que las personas cumplan los acuerdos verbales. Solicitar un contrato por escrito con una firma podría incluso percibirse como una señal de falta de respeto en el HCC y, por tanto, podría dañar la relación (Nam, 2015).

Las culturas de alto contexto, como Asia y Oriente Medio, dan mucha importancia a la confianza y la creación de relaciones como elementos clave en el proceso de hacer negocios. La interacción cara a cara y el cumplimiento de las normas culturales son imprescindibles en las culturas de alto contexto, por lo que quienes deseen hacer negocios en estas culturas deben realizar una gran labor de preparación y estudio. Además, la paciencia es importante, ya que hay que ganarse la confianza antes de seguir adelante con los negocios en los países de alto contexto. Por el contrario, las culturas de bajo contexto, como la de EE.UU., resaltan la eficiencia y la franqueza, sin tener en cuenta nada más que la situación comercial actual.

En este contexto, se puede mencionar que el tipo de cultura desempeña un rol muy importante a la hora de evaluar los resultados de las negociaciones internacionales entre países con diferentes culturas, o inclusive entre países que compartan un mismo tipo de cultura; puesto que si bien es cierto la cultura se la considera como un punto de partida, no se puede dejar de considerar el poder de negociación de las partes.

Aunque la cultura es importante, no se debe caer en la exageración a la hora de enmarcar a los estereotipos. Se debe evitar ser rígidos en lo referente a la cultura nacional dado que en un mismo país no todas las personas se van a comportar exactamente de la misma forma, es así que existen, por lo general, dos tipos de

negociadores (competitivos y colaborativos) con diferentes necesidades espirituales, las mismas que son el resultado de su personalidad y carácter.

Puede haber variaciones dentro del seno de una sola cultura dependiendo de donde provenga: distintas regiones, procesos de aprendizaje individuales. Además, las culturas evolucionan con el tiempo y cambian, por lo que no se mantienen estáticas y es por este otro motivo que los estereotipos rígidos no son convenientes. Es decir, la cultura como punto de partida siempre será un elemento importante a la hora de planificar una negociación internacional, no obstante, la flexibilidad con la que se analice el contexto de la negociación desde la perspectiva cultural es muy importante para elegir la estrategia y técnica de negociación óptimas de acuerdo a la situación.

Un rasgo crucial de la cultura es que la gente aprende de ella de manera autónoma y la incorporan de manera involuntaria en su proceso de formación. Según Lawrence E. Harrison (2000):

La conclusión de que la cultura importa cae pesada. Choca con el relativismo cultural, suscrito ampliamente en el mundo académico, que afirma que las culturas pueden evaluarse sólo en sus propios términos y que los juicios de valor por foráneos son tabúes. En resumen, es que todas las culturas son igualmente dignas, y quienes sostienen lo contrario se etiquetan como etnocéntricos, intolerantes o incluso racistas. Se encuentra un problema similar con los economistas que creen que la cultura es irrelevante, que las personas responden a señales económicas de la misma manera, independientemente de su cultura (p.55).

Por otro lado, Fanjul (2010) indica que los factores culturales también pueden afectar la actividad exterior de la empresa, ya sea por 3 medios: procesos de negociación que las empresas llevan de manera internacional, actividades de marketing y publicidad. De esta forma se puede evidenciar que el autor distingue los posibles escenarios que surgen debido a las barreras culturales en el proceso que las compañías enfrentan por alcanzar mercados internacionales. Contrastando estas dos teorías se comprende que la falta de conocimiento, desinformación o desconocimiento que tienen las empresas referentes a los ámbitos culturales es alarmante, lo cual tiene influencia en el resultado de las negociaciones que se llevan a cabo. Por ello lo que se menciona a lo largo de

este proyecto, es la importancia que tiene este factor al momento de llevar a cabo un tratado con un gigante comercial como lo es China.

En base a las teorías mencionadas anteriormente, se determina que cuando una empresa busca expandir el mercado y más cuando esta sea a un área internacional se encuentra en la obligación de estudiar los rasgos culturales de aquel mercado de destino que haya elegido, porque un producto puede ser excelente, pero si dejamos de lado las connotaciones o preferencias no tendrá una repercusión o interés por la otra parte. Como barrera cultural se destaca al idioma, que para muchos puede ser un tema irrelevante, pero para otros puede resultar ofensivo el desconocimiento de su lengua, lo cual puede traducirse como una negociación fallida.

Resulta casi imposible imaginar cómo el comercio se ha originado y lleva relación con la cultura, puesto que al ser un factor determinante no puede ser imprescindible. No cabe duda de que el hombre al verse necesitado de elementos que no posee se ve en la obligación de recurrir a otros países donde pueda adquirirlos, es ahí donde empieza la negociación, pero tras esto hay piezas claves a tomar en cuenta. Coincidiendo con Zartman (1976) vivimos en una era de negociación en donde el desarrollo tecnológico ha acercado increíblemente a la gente y suprimido las distancias. Gracias a la revolución en las telecomunicaciones e información, a lo que se suma la creciente interdependencia de las naciones, las diferentes culturas están a la vista y abren sus puertas al mercado.

Un supuesto básico a tener en cuenta respecto a la negociación es que la cultura es vista como un requisito previo a la resolución de conflictos. A su vez negociar entre fronteras no es un trabajo sencillo dado que puede presentarse el “etnocentrismo” que se traduce como: una actitud de menosprecio hacia otras culturas, o, dicho de otro modo, una actitud en virtud de la cual una persona considera que su cultura es superior respecto a las otras; lo cual puede desencadenar la mala interpretación de información e incluso la omisión de la misma (Altarejos, 2003).

Negociar con países del continente asiático, tiene sus detalles a tomar en consideración, la connotación que se usa normalmente de forma coloquial, no puede ser utilizada en la mesa de negociación, con una cultura que hace contraste a la nuestra. En el campo de la negociación el “poder” e “interés” tienen diferentes significados en

distintas culturas. Atravesar este tipo de convenio requiere una capacitación previa para poder cruzar con mayor facilidad este “puente” y cerrar un tratado de manera exitosa.

Día a día se presenta una situación en donde la negociación forma parte de la rutina, ya sea por una invitación a comer, una salida al cine, en lo más mínimo y en donde dos personas estén involucradas puede surgir un trato, lo complejo de este acto es cuando lo llevamos a instancias internacionales, donde la cultura es diferente a la habitual. Sin embargo, se debe comprender cómo surgen o debido a que, normalmente tienen lugar cuando entre las partes implicadas no se haya un mutuo acuerdo o los intereses que persiguen son mutuamente incompatibles. Si se lleva este punto esto a una escala internacional, se puede observar que los Estados se sumergen en este tipo de relación, para resolver conflictos o posibles conflictos que se puedan suscitar con la finalidad de alcanzar un acuerdo satisfactorio.

El proceso de globalización de las economías entre los países del mundo trae consigo la interculturalidad en los negocios internacionales, la interacción y comunicación con otras culturas es lo que hoy día promueve el desarrollo e innovación de las naciones (Izaquita Gómez y Rodríguez Blanco, 2012). De esta forma se acentúa el mestizaje cultural, donde se refleja que una cultura no es pura en su totalidad; según el poeta ecologista Gary Snyder “Cada cultura y cada lengua viviente es el resultado de incontables civilizaciones cruzadas”, lo cual puede traducirse como un progreso periódico en el que se gestionan diferentes cambios hasta lo que se conoce como pluralidad. Sin embargo, no puede confundirse con el deterioro de la identidad cultural, que de manera alguna es estática, perteneciente a un lugar determinado, en otras palabras, algo que se ha configurado una vez y para siempre.

Pero ¿cómo aprenden los empresarios internacionales sobre la convivencia con otra cultura? Lo primero que se debe hacer es comprender que existe un universo cultural, donde existen civilizaciones diferentes a la propia, luego se procede con el estudio de estas, sus características, rasgos importantes, connotaciones, entre otros aspectos con el fin de adaptarse a ellas. Hoy en día las compañías buscan operar de manera internacional con el propósito de alinearse a la misión que ha establecido, lo que

pretende ser o lograr a largo plazo y a su estrategia, los medios a emplear para poder alcanzar los objetivos planteados (Román&Vilema, 2016).

Se debe tener presente que, en una negociación intercultural, hay pautas a seguir para la preparación de dicho tratado, como, por ejemplo: conseguir la mayor parte de información sobre el tema a negociar, definir los puntos fuertes y débiles, necesidades y estrategias a seguir, estudio de la cultura y el estilo de negociación que utilizan, dejar en claro los objetivos que se persiguen y por último el diseño de una estrategia y plan de acción para la negociación (Rodríguez Cantú, 2001, 26).

En una negociación internacional se deben cuidar múltiples aspectos como: las actitudes, saludos, puntualidad, costumbres, estilos de negociación, significados de los gestos, colores, números, así como los títulos que se emplean como parte del modelo de clasificación cultural de las partes involucradas. Por ejemplo, cuando se visita China la etiqueta básica es el intercambio de tarjetas, entrega de regalos a los anfitriones.

Hoy en día ningún país se encuentra cerrado al convenio internacional que nos rodea dado que no podría tener acceso a las múltiples ventajas que otros países pueden ofrecer. Desde tiempos atrás mediante las teorías de David Ricardo y Adam Smith se demuestra que existen argumentos sólidos en donde se debe mantener el comercio entre naciones lo cual trae consecuencias positivas como ingreso de divisas, aumento de las tasas de crecimiento y de empleo. Debido a que no todos los países cuentan con la misma cantidad de recursos, bienes o servicios que necesitan, se ven obligados a realizar un intercambio, el cual se presenta de manera eficaz para superar las limitaciones que tenga una nación.

Las exportaciones son un eje fundamental en el desarrollo de un país, dado que refleja el ingreso de divisas en algunos sectores, de tal manera estimula la producción nacional, genera empleo que se asocian específicamente con el sector exportador. Tomando en consideración la teoría de Adam Smith, en la cual se plantea que tanto las importaciones como las exportaciones son mecanismos que deben ser utilizados para aumentar la riqueza y bienestar de aquellos que conforman la nación (Cáceres, 2013, p. 53-80).

De igual forma, otros autores han logrado señalar a partir de variados estudios cuán influyente son las exportaciones en lo concerniente al crecimiento y desarrollo de una industria para las diferentes naciones. Por ejemplo, Kaldor (1976) indica que el desarrollo del sector de una nación, en una industria determinada, es un factor esencial para el crecimiento y éxito de dicho país. Esta afirmación, incluso, se encuentra plasmada en las leyes del desarrollo económico concebidas por el mismo autor. Asimismo, Thirlwall (2003) desarrolló un modelo conocido como Ley de Thirlwall, cuyo supuesto es que el crecimiento económico de un país está dado en base al crecimiento de las exportaciones del mismo.

Actualmente los mercados son más variados y competitivos debido al desarrollo tecnológico, por esto es necesario que una institución proyecte un crecimiento empresarial mediante el traspase fronteras, el rol de las exportaciones promueve el desarrollo económico de un país, en el cual se busca atraer fondos para poder financiar la producción interna. Cuando una empresa canaliza la expansión hacia un mercado debe pensar en grande y salir de la burbuja en la que se encuentra. A su vez es importante que conozca el producto que tiene y cual es el factor diferenciador que lo hace ser atractivo y distintivo respecto a la competencia.

Las exportaciones en el país representan el 20.47% del PIB, lo cual es un bajo porcentaje referente al resto de países de Latinoamérica, ubicándolo así en la posición 96 de 191 países del ranking de exportaciones respecto al PIB (Datos Macro, 2020). La internacionalización de la economía ocasiona que las empresas compitan de forma transnacional y sólo serán exitosas aquellas que tengan un factor diferenciador sobre las demás, de tal manera que el expandirse a mercados internacionales ha dejado de ser una estrategia para empresas con una situación privilegiada y se ha transformado en una necesidad para que la empresa siga a flote.

La importancia de las exportaciones radica en la mejora de la posición financiera, la contribución del desarrollo de ventajas competitivas, el enriquecimiento de habilidades directivas, aprovechamiento de su capacidad productiva y el crecimiento de la organización (Monreal, 2019).

Tomando como base la información recopilada anteriormente, se puede evidenciar cuán influyente es el factor cultural en lo concerniente a los resultados de una

negociación, siendo así, el conocimiento sobre los diferentes tipos de cultura, un elemento fundamental para el desarrollo de la misma. A su vez, se debe resaltar que las exportaciones comprenden uno de los mecanismos de vía más rápidos para que una empresa pueda expandirse y ser reconocida de manera global. Como se ha indicado, el comercio internacional es clave para el desarrollo y crecimiento económico de una nación, por lo que es esencial recordar que no solo basta con exportar e importar bienes y servicios, sino que se debe buscar, además, fomentar relaciones comerciales duraderas, estables y respetuosas con otros países.

Capítulo I: Metodología

Diseño de investigación

El presente trabajo de investigación comprende una investigación cuantitativa con un diseño descriptivo correlacional de tipo transversal. Es importante señalar que se usa un diseño descriptivo correlacional ya que se evaluará la relación entre dos o más variables. Además, este tipo de diseño intenta explicar cómo se comporta una variable en función de otras. Este tipo de diseño se utiliza para realizar análisis cuantitativo usando estadística y finanzas (matriz de tabulación, análisis e interpretación) (Vara-Horna, 2012, p. 203-208).

El modelo estadístico utilizado es de series de tiempo, el cual comprende un conjunto de observaciones ordenadas en el tiempo de una característica cuantitativa de un fenómeno individual o colectivo, tomadas en períodos de tiempo sucesivos, en la mayoría de los casos equidistantes. Se emplea este tipo de modelo con el fin de obtener una comprensión de las fuerzas y la estructura subyacentes que producen los datos observados y/o para ajustar un modelo y proceder a la previsión, la supervisión o incluso el control de la retroalimentación y alimentación (Nava, 2015; Organisation for Economic Co-operation Development, 2007).

Es importante mencionar que para llegar al modelo de series de tiempo se utilizó, a su vez, un modelo de regresión lineal simple. La regresión lineal simple se utiliza para valorar la relación lineal entre dos variables, además de que esta es necesaria cuando se busca pronosticar el valor de una variable en función de otra (Hastie et al., 2013).

Enfoque

Este proyecto de investigación tiene un enfoque cuantitativo, puesto que busca entender el fenómeno estudiado y trata de responder las interrogantes a través del análisis y la interpretación de los datos obtenidos. En este tipo de enfoque el investigador emplea técnicas de investigación como encuestas y/o experimentos, y recoge los datos implementando instrumentos de medición predefinidos que proporcionan datos estadísticos. Además, busca generar conocimiento a través del pensamiento de causa y efecto, la reducción de la teoría a variables e hipótesis específicas entre otros (Creswell, 2003).

Para soportar los resultados del modelo estadístico de series de tiempo, se implementó una encuesta como instrumento de exploración, la misma que fue distribuida a 30

empresas exportadoras de camarón de la provincia del Guayas, obteniéndose un total de 15 respuestas que equivale al 50% sobre el total encuestado.

Es importante resaltar que la información y resultados expuestos en este documento fueron realizados en el año 2021, en un contexto donde la comercialización de camarón en el Ecuador representó un rubro significativo, en cuanto a exportaciones no petroleras se refiere, mas no se poseen garantías en lo concerniente a la rentabilidad de incursionar en nuevos mercados o potenciar los ya existentes.

Población

Hoy en día en el Ecuador se pueden encontrar registradas un sinnúmero de empresas pertenecientes al sector camaronero. De acuerdo con datos de la Superintendencia de Compañías del año 2020, se registran 739 organizaciones pertenecientes a este sector, exclusivamente en la provincia del Guayas, de las cuales 119 comprenden medianas empresas y 80 grandes empresas, dando un total de 199 compañías. Sin embargo, el estudio se llevará a cabo en 30 de estas compañías que cuentan con una actividad de exportación activa, cuyos nombres se encuentran detallados en la tabla 2.

Muestra

En el presente trabajo de investigación se realiza un muestreo no probabilístico en base a la población escogida, por lo que la selección de la muestra se realiza usando un muestreo por conveniencia.

El muestreo por conveniencia es cuando se escoge la muestra considerando determinados criterios básicos de selección, por lo que este tipo de muestreo puede presentar sesgos sutiles al momento de reclutar dicha porción de la población (Wilson, 2014).

En este caso se ha decidido seleccionar a un representante de cada empresa de la muestra que se desempeñe en un cargo de nivel medio o de nivel alto para poder brindar información representativa y que se encuentre relacionado con el comercio internacional o con el área de negocios internacionales. Una de las desventajas de este muestreo es que los resultados no pueden ser generalizados.

La muestra comprende una parte reducida pero representativa del total de una población que se estudia como parte de un trabajo investigativo. Para el presente

trabajo de investigación se han escogido 30 empresas exportadoras pertenecientes al sector camaronero de la provincia del Guayas, de las cuales el 93.33% son empresas grandes y 6.67% son empresas medianas, es decir es el universo encontrado para el propósito de la investigación.

Las respuestas obtenidas después de aplicar la encuesta, como instrumento de la investigación cuantitativa, se desglosan en el siguiente detalle:

14 número de respuestas corresponden a las empresas grandes, es decir, el 93.33%

1 número de respuestas corresponden a las empresas medianas, es decir, el 6.67%; lo que totaliza el 100% de respuestas obtenidas y un 50% sobre el total de empresas encuestadas.

A continuación, se detalla el listado de las empresas que forman parte del universo de la presente investigación:

Tabla 2

Listado de empresas del sector camaronero Guayas

N°	Nombre	Provincia	Tamaño	Cant. Empleados	Ingreso por ventas 2020
1	Industrial Pesquera Santa Priscila S.A.	Guayas	Grande	7200	\$578,607,173.00
2	Empacadora Grupo Granmar S.A. Empagran	Guayas	Grande	1230	\$162,947,329.68
3	Negocios Industriales Real N.I.R.S.A. S.A.	Guayas	Grande	5818	\$411,125,107.00
4	Operadora y Procesadora de Productos Marinos Omarsa S.A.	Guayas	Grande	5938	\$479,639,762.38
5	Promarisco S.A.	Guayas	Grande	2674	\$204,548,035.10

N°	Nombre	Provincia	Tamaño	Cant. Empleados	Ingreso por ventas 2020
6	Sociedad Nacional Galapagos (Songa)	Guayas	Grande	1825	\$325,887,959.00
7	Expalsa Exportadora De Alimentos S.A.	Guayas	Grande	1622	\$269,131,780.00
8	Galapesca S.A.	Guayas	Grande	1600	\$110,495,594.00
9	Natluk S.A.	Guayas	Grande	177	\$20,563,911.47
10	Cofimar S.A.	Guayas	Grande	1413	\$89,529,402.30
11	Empacreci S.A.	Guayas	Grande	982	\$138,572,714.00
12	Crimasa Criaderos de Mariscos S.A.	Guayas	Grande	328	\$45,520,419.80
13	Exportadora Total Seafood Totalseafood S.A.	Guayas	Grande	315	\$85,164,648.20
14	Worldwide Investments and Representations Winrep S.A.	Guayas	Grande	161	\$61,965,628.90
15	Proexpo, Procesadora Y Exportadora de Mariscos S.A.	Guayas	Grande	804	\$91,848,184.90
16	Procesadora y Exportadora de Camarón Procamaronex C. Ltda.	Guayas	Grande	601	\$46,391,425.10
17	Bellitec S.A.	Guayas	Grande	52	\$12,454,511.30
18	Frigopesca C.A.	Guayas	Grande	271	\$48,236,792.20
19	Frigolandia S.A.	Guayas	Grande	214	\$39,086,419.70

N°	Nombre	Provincia	Tamaño	Cant. Empleados	Ingreso por ventas 2020
20	Davmercorp S.A.	Guayas	Grande	275	\$12,258,523.70
21	Transcity S.A.	Guayas	Grande	34	\$16,000,232.60
22	Cultivo y Exportación Acuícola Ceaexport S.A.	Guayas	Grande	149	\$46,934,993.60
23	Aquacultura Tropical S.A. Aquatropical	Guayas	Grande	99	\$5,875,491.40
24	Maramar S.A.	Guayas	Grande	42	\$13,860,322.50
25	Zambritisa S.A.	Guayas	Grande	4	\$18,766,478.00
26	Comercial Pesquera Christiansen S.A.	Guayas	Grande	81	\$13,806,869.20
27	Escualem S.A.	Guayas	Grande	17	\$5,355,311.51
28	Molpro-Export S.A.	Guayas	Mediana	20	\$4,139,301.48
29	Exportadora Langosmar S.A.	Guayas	Grande	17	\$7,639,233.41
30	Expomarifres S.A.	Guayas	Mediana	4	\$2,083,983.17

Nota. Datos tomados de la Superintendencia de Compañías (2021).

Dado que el universo se compone de 30 empresas, es preciso mencionar que las encuestas fueron enviadas a todas estas empresas, es decir se ha utilizado al universo como muestra.

Técnica de recogida de datos

La obtención de la siguiente información se realizó de la siguiente forma. Primero, se estableció un contacto previo vía telefónica con las empresas para solicitar la participación en el formulario (encuesta) desarrollado para el presente trabajo de investigación. Segundo, se realiza el envío del link de la encuesta de manera online,

mediante correos electrónicos. De no ser posible esta opción, se procederá a recolectar la información mediante llamadas telefónicas y visita de ser el caso.

Análisis de datos

Los datos se analizarán en el capítulo 5, en el que se explicará el modelo estadístico seleccionado para rechazar o no rechazar la hipótesis planteada.

**Capítulo II: Diagnóstico del comercio internacional del sector camaronero
ecuatoriano hacia el mercado chino del periodo 2016-2020**

De acuerdo con datos de la Superintendencia de Compañías (2021), dentro del sector camaronero se pueden encontrar un total de 1424 empresas a nivel nacional que se dedican a las actividades de explotación de criaderos de camarón (camaroneras); preparación y conservación de camarón mediante congelamiento, ultra congelamiento, secado, etc.; elaboración de productos de camarón; y venta al por mayor de este producto. De este consolidado, un 96.56% del total de empresas se encuentran en la región Costa, es decir 1375 compañías, mientras que la diferencia está localizada en provincias de la Sierra.

Tabla 3

Empresas del Sector Camaronero 2020

Región	Provincia	Tipo Empresa	Empresas 2020
Costa	Esmeraldas	Grandes	0
		Medianas	0
		Pequeñas	2
		Microempresas	3
	Manabí	Grandes	7
		Medianas	13
		Pequeñas	44
		Microempresas	84
	Los Ríos	Grandes	0
		Medianas	0
		Pequeñas	0
		Microempresas	2
Guayas	Grandes	80	
	Medianas	120	
	Pequeñas	180	

		Microempresas	360
Santa Elena		Grandes	3
		Medianas	17
		Pequeñas	21
		Microempresas	29
El Oro		Grandes	34
		Medianas	95
		Pequeñas	152
		Microempresas	129
Pichincha		Grandes	2
		Medianas	3
		Pequeñas	4
		Microempresas	16
Sto. Domingo de los Tsáchilas		Grandes	0
		Medianas	1
		Pequeñas	3
		Microempresas	2
Sierra	Tungurahua	Grandes	0
		Medianas	0
		Pequeñas	1
		Microempresas	0
Chimborazo		Grandes	0
		Medianas	0
		Pequeñas	0
		Microempresas	1
	Cañar	Grandes	0

	Medianas	0
	Pequeñas	0
	Microempresas	1
Azuay	Grandes	0
	Medianas	3
	Pequeñas	1
	Microempresas	6
Loja	Grandes	0
	Medianas	0
	Pequeñas	4
	Microempresas	1

Nota. Tomado de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2021).

Ranking Empresarial 2021. Supercias.

El camarón ecuatoriano es uno de los productos que ha logrado posicionarse como uno de los mejores en los diferentes mercados internacionales por sus características únicas. Incluso es relevante mencionar que las exportaciones de este producto comprenden un rubro significativo en lo que a exportaciones no petroleras del país se refiere. De acuerdo con datos de la Federación Ecuatoriana de Exportadores, desde el periodo de enero a agosto del 2021, el camarón se ha situado dentro del ranking de los diez principales productos de mayor exportación (no petrolera), logrando además ventas por USD \$3.715 millones, un crecimiento del 27% y teniendo a China como mercado principal ([Fedexpor], 2021).

Para comprender de mejor manera la evolución en lo concerniente a las exportaciones de este producto, la tabla 4 detalla el total de exportaciones ecuatorianas de camarón del periodo 2016 hasta octubre del 2021, de manera mensualizada:

Tabla 4*Exportaciones mensualizadas de camarón del periodo 2016-2021 del Ecuador*

Exportaciones de Camarón			
Mes	Libras	Dólares	Precio Promedio
ene-16	55,632,857	\$ 167,851,545	\$3.02
feb-16	57,312,773	\$ 172,469,338	\$3.01
mar-16	64,260,029	\$ 191,596,585	\$2.98
abr-16	68,456,967	\$ 206,677,642	\$3.02
may-16	76,717,653	\$ 234,647,492	\$3.06
jun-16	71,180,386	\$ 217,977,716	\$3.06
jul-16	72,767,083	\$ 223,165,859	\$3.07
ago-16	64,871,080	\$ 197,831,553	\$3.05
sep-16	66,165,736	\$ 205,265,452	\$3.10
oct-16	72,998,159	\$ 231,275,044	\$3.17
nov-16	64,437,647	\$ 204,222,661	\$3.17
dic-16	65,054,371	\$ 202,303,977	\$3.11
ene-17	64,303,584	\$ 199,045,946	\$3.10
feb-17	66,620,606	\$ 206,099,394	\$3.09
mar-17	71,869,640	\$ 222,036,344	\$3.09
abr-17	79,851,780	\$ 245,601,182	\$3.08

Mes	Libras	Dólares	Precio Promedio
may-17	85,869,921	\$ 262,213,940	\$3.05
jun-17	86,082,995	\$ 259,491,253	\$3.01
jul-17	91,361,157	\$ 274,293,481	\$3.00
ago-17	73,629,117	\$ 221,409,742	\$3.01
sep-17	67,692,637	\$ 207,106,338	\$3.06
oct-17	88,432,893	\$ 268,999,147	\$3.04
nov-17	70,957,849	\$ 218,612,937	\$3.08
dic-17	91,911,350	\$ 275,721,729	\$3.00
ene-18	76,740,046	\$ 228,251,420	\$2.97
feb-18	76,478,433	\$ 225,804,062	\$2.95
mar-18	83,568,002	\$ 250,423,742	\$3.00
abr-18	106,117,594	\$ 315,475,765	\$2.97
may-18	107,592,012	\$ 312,424,063	\$2.90
jun-18	88,303,488	\$ 253,377,264	\$2.87
jul-18	97,947,911	\$ 281,940,230	\$2.88
ago-18	97,434,163	\$ 275,218,913	\$2.82
sep-18	88,599,933	\$ 247,966,604	\$2.80
oct-18	98,449,999	\$ 276,231,793	\$2.81
nov-18	96,842,610	\$ 266,763,496	\$2.75
dic-18	97,149,564	\$ 264,838,171	\$2.73
ene-19	89,192,404	\$ 237,806,527	\$2.67
feb-19	99,644,130	\$ 267,058,138	\$2.68
mar-19	117,737,601	\$ 308,545,725	\$2.62
abr-19	122,841,387	\$ 319,096,198	\$2.60
may-19	125,293,328	\$ 318,003,985	\$2.54

Mes	Libras	Dólares	Precio Promedio
jun-19	123,967,355	\$ 320,166,091	\$2.58
jul-19	123,831,883	\$ 324,050,948	\$2.62
ago-19	124,943,552	\$ 326,912,722	\$2.62
sep-19	112,033,456	\$ 284,125,532	\$2.54
oct-19	116,745,652	\$ 305,288,553	\$2.61
nov-19	135,273,597	\$ 364,320,933	\$2.69
dic-19	105,986,034	\$ 277,308,729	\$2.62
ene-20	109,712,762	\$ 283,056,725	\$2.58
feb-20	131,998,915	\$ 334,212,222	\$2.53
mar-20	115,811,924	\$ 290,384,082	\$2.51
abr-20	127,751,797	\$ 317,430,911	\$2.48
may-20	159,145,827	\$ 392,124,656	\$2.46
jun-20	122,263,463	\$ 291,154,723	\$2.38
jul-20	98,311,746	\$ 233,305,331	\$2.37
ago-20	115,666,912	\$ 269,090,674	\$2.33
sep-20	118,950,401	\$ 275,908,691	\$2.32
oct-20	141,703,470	\$ 337,330,001	\$2.38
nov-20	154,257,289	\$ 367,520,431	\$2.38
dic-20	95,557,708	\$ 220,352,183	\$2.31
ene-21	101,421,858	\$ 238,565,407	\$2.35
feb-21	126,636,641	\$ 288,295,658	\$2.28
mar-21	137,398,429	\$ 325,992,265	\$2.37
abr-21	167,273,101	\$ 404,490,955	\$2.42
may-21	161,190,067	\$ 406,308,292	\$2.52
jun-21	153,299,074	\$ 414,774,774	\$2.71
jul-21	162,826,458	\$ 459,572,274	\$2.82

Mes	Libras	Dólares	Precio Promedio
ago-21	152,297,115	\$ 441,272,957	\$2.90
sep-21	164,254,725	\$ 493,016,057	\$3.00
oct-21	155,185,007	\$ 485,194,548	\$3.13

Nota. Tomado de la Cámara Nacional de Acuicultura. (2021, octubre). Estadísticas – Cámara Nacional de Acuicultura.

La tabla 4 contiene información de las exportaciones del camarón de manera consolidada, es decir que se detallan datos de todas las empresas pertenecientes al sector camaronero a nivel nacional. De igual manera, estas exportaciones corresponden a las subpartidas arancelarias 030616, 030617, 030636 y 030695, las mismas que engloban: camarones y langostinos y demás decápodos natantia de agua fría; enteros; colas sin caparazón; colas con caparazón, sin cocer en agua o vapor; colas con caparazón, cocidos en agua o vapor; los demás; camarones de río de los géneros macrobrachium; los demás.

El sector camaronero en la provincia del Guayas se remonta hace más de tres décadas, teniendo así un impacto positivo y relevante en la economía del país desde 2002, las exportaciones de camarón han tenido una tendencia creciente, aumentando a una tasa del 35% a fines de 2005, esto indica que las ventas al exterior rebasaron los 440 millones de dólares (Ullsco et al., 2021, p. 112-119). A su vez se hace presente en los distintos mercados mundiales por las características particulares que tiene el camarón.

El sector camaronero en la provincia del Guayas se remonta hace más de tres décadas, teniendo así un impacto positivo y relevante en la economía del país desde 2002, las exportaciones de camarón han tenido una tendencia creciente, aumentando a una tasa del 35% a fines de 2005, esto indica que las ventas al exterior rebasaron los 440 millones de dólares (Ullsco et al., 2021, p. 112-119). A su vez se hace presente en los distintos mercados mundiales por las características particulares que tiene el camarón.

Gracias al desarrollo tecnológico y a los avances respecto al conocimiento del cultivo y cuidado del camarón, Ecuador alcanzó la segunda posición a nivel mundial en el top 10 de los principales exportadores de camarón, en el año 2018. En este se detalla que

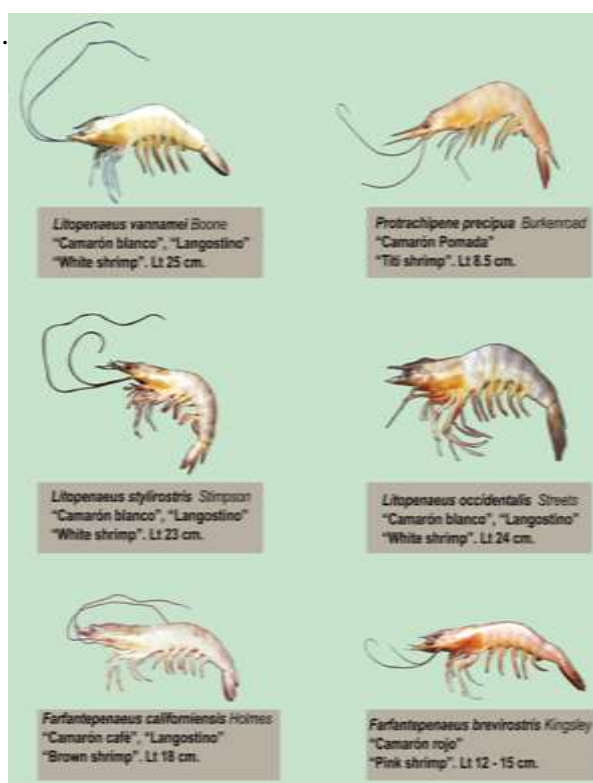
las empresas pertenecientes a este sector realizaron exportaciones por USD \$2971.5 millones, lo que representó el 15% de las exportaciones ecuatorianas (Zabala y Sánchez, 2019). Cabe recalcar que el país no solo es conocido por este producto, sino por una amplia variedad de productos que son característicos por considerarse únicos de la región.

Tipos de Camarón Comercializados

En el mercado existen varios tipos de camarón, sin embargo, dentro de las especies existentes hay algunas que no pueden ser comestibles y tampoco son comercializadas dentro de la industria. Dentro de las principales especies que son capturadas en el Ecuador, se pueden encontrar las siguientes:

Figura 2

Principales especies capturadas



Nota. Tomado del Instituto Público de Investigación de Acuicultura y Pesca. (2021).
Camarón – IPIAP – Instituto Público de Investigación de Acuicultura y Pesca.
Instituto Nacional de Pesca.

En lo referente al sector camaronero, la comercialización (consumo interno) y las exportaciones están dominadas en su mayor parte por la especie *Litopenaeus vannamei*

y en una menor proporción por la especie *Litopenaeus stylirostris*. La especie *vannamei* es uno de los camarones más populares en el hemisferio occidental, y tanto esta especie como la *stylirostris* son originarias de las costas del Pacífico de Centroamérica y Sudamérica (Rosenberry, 2002).

En la actualidad, el camarón se exporta en diferentes formas a los diversos mercados en el mundo, dependiendo las preferencias de los consumidores. Las formas más comunes son los camarones enteros, camarones cola, camarones pelados y desvenados, crudos o cocidos, congelados en bloque o congelados rápidamente de manera individual (IFQ). En cuanto al empaque, estos son comercializados en bolsas, cajas y al granel, el peso de estas presentaciones varía entre sí.

En lo que se refiere a preferencias, Estados Unidos y Europa tienden a elegir productos más fáciles de preparar y consumir. Este tipo de consumidores tienen predilección por los camarones en la presentación de coronas o anillos precocidos y/o cocidos, ya desvenados y pelados. Mientras que en Sudamérica se importan, por lo general, colas peladas y desvenadas, sean crudas o cocidas. Esto no exenta a que otros países también aumenten el consumo de las mismas, por ejemplo, China y Estados Unidos fueron de los países que más demandan colas desde fines del 2020 (CNA, 2021, p. 8). Por otra parte, los consumidores asiáticos también prefieren comprar camarones enteros y crudos (HOSO). Pese a ello, actualmente, se busca ampliar la demanda de camarón ecuatoriano con valor agregado en diferentes mercados alrededor del mundo, con el objetivo de lograr la diferenciación.

Entre las principales propiedades que posee este producto, podemos destacar su alto contenido en proteínas, vitaminas como las D, E, B3, B9 y B12, sodio, potasio, zinc y ácidos grasos como el omega 3. Por ello, uno de los beneficios de mantener el camarón dentro del régimen alimenticio es mejorar tanto el metabolismo, como el sistema inmunológico y nervioso. Además, consumir este tipo de ácidos grasos ayuda a prevenir el padecimiento de enfermedades cardiacas. Por otro lado, las proteínas contribuyen en gran medida con el crecimiento y desarrollo de las personas. Cabe resaltar, que este crustáceo es conocido también por su alto contenido en colesterol, sin embargo, esto no significa que su consumo sea prohibido o no recomendable. El camarón posee niveles bajos en grasas y calorías, y de acuerdo con un estudio realizado

por White, McNamara y Ahrens (1981), el consumo de este alimento es bueno para nuestra salud.

Amenazas al Sector Camaronero Ecuatoriano

Alrededor del año 1980 y 1998 se empiezan a notar problemas con el camarón ecuatoriano puesto que se presenta la tala indiscriminada de los manglares, contaminación de los canales de agua y la gran cantidad de cultivo que se daba en dicho periodo, entre otros factores que también incidieron en el declive de las exportaciones, se puede mencionar: el síndrome de Taura, síndrome de la mancha blanca y la enfermedad de la cabeza amarilla. Debido a las enfermedades anteriormente mencionadas la producción que se tenía en el año 1990 se vio gravemente afectada, en especial con el síndrome de Taura el cual radica en una alteración sistémica cuyo origen es infeccioso y es causada por el uso de fungicidas o por el mismo virus (Zambrano, 2018).

La transmisión de esta enfermedad se da por el canibalismo que se presenta en los camarones, en la cual se comen aquellos camarones que son moribundos y portan este virus, otro factor por el cual también puede haber sido transmitida es por el agua en donde se encuentran, aunque esta no es tan infecciosa como el canibalismo. Esto se ha podido controlar gracias a los nuevos lineamientos que se han implementado gracias a la tecnología, se ha tenido éxito con la implementación de la exclusión viral de aquellos que son portadores de dicha enfermedad, así como también la repoblación de granjas o zonas donde no se haya presentado esta calamidad (Cuéllar-Anjel, 2013).

Por otro lado, la manifestación de la mancha blanca se da a partir de la década de 1997 mediante la importación de larvas que provenían de Panamá, esto ocasionó que el cultivo del camarón se paraliza y los trabajadores involucrados en el sector, ya sea de manera directa o indirecta se vieran afectados. En acotación a lo anterior la producción que tenía el camarón en dicho tiempo no supera las 45 mil toneladas, lo cual se traduce a una desaceleración del 42.2% (Quirola, 2021).

Dentro del sector también se presenta el síndrome de la cabeza amarilla, el cual se ha reportado en Asia, India, Estados Unidos, Latinoamérica y en camarón que se haya cultivado en la región del Pacífico Sur. Las especies que son más susceptibles a contraer este tipo de enfermedad son de la familia Penaeidae y Palaemonidae. La

transmisión de este tipo de afectaciones tiene una probabilidad del 50 a 100%. La detección de la cabeza amarilla se da mediante el análisis en el cefalotórax, así como la observación en el tejido branquial del camarón que puede alertar y dar detección temprana de la infección (Pintado, 2017).

Por otro lado, uno de los inconvenientes que suele presentarse durante el proceso de recolección del camarón son los asaltos a dichas embarcaciones. Según la Cámara Nacional de Acuicultura (2019), se han registrado 150 actos delictivos contra camaroneros, siendo así las provincias del Guayas y El Oro las más afectadas. Este tipo de acto representa un impacto negativo para el ingreso de divisas, dado que según la CNA 60 millones de dólares se estiman en pérdidas durante el 2019, entre las cuales se destaca: robo de camarón, insumos, balanceado, equipos, embarcaciones.

Acuerdos Preferenciales con Ecuador

Como se ha indicado previamente, los principales destinos de las exportaciones del camarón ecuatoriano comprenden a la República de China, los Estados Unidos y la Unión Europea, por lo que es relevante señalar cómo los acuerdos comerciales y de cooperación con estos países han repercutido en el desarrollo de esta industria.

Por un lado, se encuentra el Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea, el cual promete liberar de aranceles, de forma inmediata, al 99.7% del portafolio de productos agrícolas exportados en el Ecuador y liberar en su totalidad a los productos industriales propios del país. Dentro de los productos negociados se encuentra el camarón, razón por la que este ingresa a los diversos mercados que conforman la UE con un arancel del 0% (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2016).

Un escenario semejante sucede con los aranceles en Estados Unidos, puesto que el camarón ecuatoriano importado por la nación se encuentra completamente libre de arancel en la actualidad, en vista de que ingresan a este mercado por el esquema de Nación Más Favorecida. Por este principio se entiende que, si un país otorga una ventaja especial a otro Estado, debe aplicar la misma ventaja a todas las demás naciones que conforman la Organización Mundial del Comercio. Es esencial aclarar

que por “ventaja especial” se entiende cualquier reducción y/o liberalización de aranceles a uno o varios productos.

En el caso de China no ocurre la misma situación que con la UE y los EEUU. Según la Cámara Nacional de Acuicultura (2021), el camarón del Ecuador cuenta con un arancel del 5% actualmente. Si bien no se cuenta todavía con un acuerdo comercial entre ambas repúblicas, se puede mencionar que si se cuenta con un acuerdo de colaboración estratégica. De acuerdo al comunicado oficial del Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2020), la Cámara Nacional de Acuicultura y el Instituto de Investigación Yellow Sea Fisheries han firmado dicho acuerdo el 18 de junio del año 2020. Este tiene el propósito de que ambas organizaciones trabajen en conjunto para lograr mejorar las técnicas de cultivos en camarones penaeidos en el país, implementando medidas de bioseguridad.

Otro de los acuerdos que mantiene el país actualmente y que beneficia en gran parte al crecimiento de las exportaciones nacionales es el acuerdo comercial entre el Ecuador y el EFTA. Este permite obtener una liberalización completa de arancel (0%) de aproximadamente el 98% de la oferta exportable de productos agrícolas y no agrícola del Estado, con acción inmediata. Si bien los principales productos importados por este bloque comercial son el banano, el cacao y elaborados, las flores, los productos mineros, etc., sigue suponiendo una oportunidad de potencial crecimiento para los demás productos que forman la oferta exportable de la nación (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2020).

Al igual que el acuerdo previo, otro de los convenios a destacar es el de Ecuador y Reino Unido, que, si bien se venía planeando desde el 2019, se logró ratificar el 27 de julio del 2020. Este tratado permite que los productos del Ecuador ingresen a dicho mercado sin pagar impuestos, específicamente un 95% de la oferta exportable del país. Cabe resaltar que, dentro de los principales productos a exportar a Reino Unido, se encuentran banano y elaborados, productos enlatados de pescado, camarones, flores y entre otros productos agrícolas en conservas. Esto supone claramente una gran oportunidad para el crecimiento y desarrollo económico del país (Corral, 2020).

Principales Competidores de Ecuador en el Mercado Chino

Alrededor del mundo existen países que se dedican a la rama de exportación de crustáceos puesto que, al tener buena acogida en los mercados internacionales, es clave tener algún factor diferenciador o de competitividad, podemos definir la competitividad como la capacidad que tienen los países, industrias y empresas para participar eficientemente en el mercado mundial, obteniendo una ventaja frente a los competidores (Chalén, 2021).

Como principales países que hacen frente al Ecuador con la exportación del camarón hacia China, se encuentran Vietnam e India.

Factor Diferenciador del Camarón Ecuatoriano

Ecuador es un país privilegiado, debido a que cuenta con los recursos naturales propicios y adecuados para el buen desarrollo de la acuicultura, aprovechar estos recursos resulta muy importante ya que son parte esencial en la integración de los países latinoamericanos, siendo por mucho tiempo el objetivo principal de exportaciones. La actividad camaronera en nuestro país es uno de los sectores más importantes, porque forma parte del desempeño económico del mismo, el camarón es uno de los productos ecuatorianos más apetecidos a nivel internacional, debido a sus cualidades intrínsecas como: frescura, calidad, cuidado ambiental y tamaño, teniendo de esta manera una alta demanda y preferencia en mercados internacionales como Europa y Estados Unidos, convirtiéndose así en el mayor producto de exportación no petrolera, después del banano (Rugel, 2015, p. 12).

De igual forma, otro de los factores diferenciadores del camarón ecuatoriano es su producción libre del uso de antibióticos. Esta iniciativa sostenible está liderada por empresas productoras de camarón ecuatorianas y fue presentada a inicios del año 2018, siendo conocida por el nombre de Sustainable Shrimp Partnership (SSP). El objetivo de esta iniciativa es lograr que este producto nacional sea conocido como de primera calidad, además de cumplir con todas las normativas medioambientales y sociales más estrictas. Esta resolución surge en vista de la necesidad de probar a los diversos mercados internacionales la sanidad del camarón del Ecuador y así diferenciarlo de la competencia (CAN, 2018; Jablonska, 2019).

Por todo esto el sector acuícola dentro del Ecuador representa un rubro significativo para el ingreso del país, teniendo en cuenta que el banano forma parte de esta lista. Dando un ejemplo, para el 2018, la acuicultura y pesca del camarón tuvo un aporte de 1.13% al PIB, mientras que para el año siguiente aumentó su aporte al 1.27% (Banco Central del Ecuador, 2020). A pesar de tener grandes competidores como los países del continente asiático la industria ha sabido abrirse paso a nuevos mercados, cabe mencionar que pese a las enfermedades que se dieron durante el inicio de la década de 1990, ha afrontado este tipo de diversidades logrando así que el producto ecuatoriano tenga reconocimiento en el exterior por su calidad y factores que lo vuelven único y competitivo contra aquellos que forman parte de la misma rama.

Capítulo III: El contexto cultural entre Ecuador y China

Cuando se habla de cultura se hace referencia a una especie de tejido social en la cual se puede abarcar: costumbres, creencias, vestimenta, religión, formas y expresiones de una sociedad determinada. De acuerdo a Llamazares García-Lomas (2015), este tipo de negociación es conocida también como negociación intercultural. En casos como este, se requiere tener en cuenta varios aspectos, como, por ejemplo, los diferentes elementos culturales presentes al momento de negociar, el tipo de contexto cultural en el que se lleva a cabo la negociación, así como la interrogante de cuál de las partes involucradas debe adaptarse a la cultura de la otra. Además, es esencial poder distinguir el tipo de cultura existente en el país con el que se vaya a pactar, pues cada una posee características bien definidas y diferenciadas. Finalmente es preciso haber identificado durante la etapa de la planificación de la negociación internacional cuál de las partes posee el poder de negociación más alto.

Alto y Bajo Contexto Cultural

Aparece por primera vez el término contexto cultural en el conocido libro “Beyond Culture”, escrito por el antropólogo Edward Hall en 1976. Es así como también surgen los conceptos de culturas de alto y de bajo contexto, las cuales se definen como aquellas cuyas reglas de comunicación dependen o no en gran medida de elementos contextuales, formas verbales y no verbales, entre otros elementos. Cada uno de estos tipos de contexto posee características específicas que las diferencian unas de otras. Sin embargo, es crucial resaltar que no existe una cultura puramente de alto contexto o de bajo para el caso. Muchos países llegan a presentar rasgos o características no propias del tipo de cultura inherente al lugar de origen.

En lo concerniente a la cultura de alto contexto, se indica que toma información de los alrededores físicos o del contexto social, esto se propaga con mayor frecuencia en el Medio Este, Asia, África y Sudamérica, en donde las personas cuentan con una mayor información y su red es mucho más amplia de lo habitual, teniendo así relaciones personales cercanas, lo cual quiere decir que la información verbal que se transmite es limitada o poco precisa y se le da más importancia al ambiente y los mensajes no verbales, teniendo como base una relación larga y duradera (Esterkin, 2007).

Por otro lado, la cultura de bajo contexto se basa en la comunicación y no suelen buscar información en el medio que los rodea, se encuentra en Europa Occidental, Estados Unidos y Canadá, para ello se necesita que se provea de información contextual y explícita en las interacciones que se mantienen día a día. En este tipo de cultura las creencias, costumbres y demás normas deben ser expresadas o transmitidas para que aquellos que lleguen a formar parte de dicha cultura se sientan familiarizados.

Ecuador, por ejemplo, es un país con una cultura híbrida, posee tanto características de bajo como de alto contexto, por lo que no se lo puede encasillar en un solo tipo. Asimismo, Ecuador es un país rico en recursos naturales, gracias a esto ha podido alcanzar un sitio importante como proveedor de productos agrícolas y algunos otros industrializados a nivel internacional. Pese a que su principal actividad productiva es agrícola, ha podido abrirse paso, por igual, dentro del sector acuícola, donde destaca por la variedad de productos exportados. Todo esto en virtud de la excelente ubicación geográfica que posee, dándole así un factor diferenciador con respecto a otros países competidores. Es decir, el camarón ecuatoriano, en particular, destaca por su frescura, calidad, sabor y forma de producción (libre de antibióticos).

En lo concerniente al aspecto cultural, China posee una cultura de alto contexto y llega a diferir en varios aspectos con la cultura ecuatoriana. Sin embargo, esto no ha de suponer impedimento alguno para que ambos países puedan llegar a establecer acuerdos comerciales y relaciones económicas que busquen beneficiar a las partes involucradas. Con el paso del tiempo China ha logrado desarrollarse como una fuerte potencia económica, siendo una de las economías con gran escala e influyentes a nivel mundial. Es por ello por lo que la nación busca constantemente la inversión en países de América Latina como Colombia, México, Chile, Perú y Ecuador. Este último, a su vez, considera a China como un valioso socio comercial, una considerable fuente de financiamiento y un importante mercado para sus exportaciones.

Ambas culturas son interculturales puesto que se basan en características propias de dicho término, como lo son: el ajuste de los interlocutores a otras culturas, apertura de la movilidad intelectual, sin perder la propia identidad y que esta se basa en el desarrollo de competencias culturales, también se debe tomar en cuenta que son abiertas a los cambios de la otra, las negociaciones son amigables y hay interacción

por parte de las personas implicadas, teniendo así como objetivo el alcanzar acuerdos que sean mutuos y beneficiosos para los involucrados. En consideración, los contextos culturales no deben limitarse a las características que los engloban, dado que muchas culturas mantienen una mezcla o algunos conceptos que se suelen compartir (UNESCO, n.d.)

Entre los tipos de contexto cultural suele presentarse una mala comunicación por la diferencia de connotación de las palabras y a los ajustes interculturales, sin embargo, es esencial superar este tipo de obstáculos para que la comunicación sea lo más eficiente posible. Para referirnos a la cultura de alto contexto, se puede añadir que en ella se cumplen algunos aspectos básicos y a continuación se mencionan algunos de ellos:

Basadas en la comunicación implícita: en donde se les da más importancia a los datos que no se han mencionado, aquellos que se deducen del tema de conversación que se haya mantenido, donde se contrasta lo que se ha expresado con lo que se ha pensado.

Énfasis en la comunicación no verbal: en este aspecto se recalca que los gestos, lenguaje corporal, distancia, son formas de expresar un significado o de transmitir un mensaje, debe ser cuidada para que la comunicación sea efectiva.

Énfasis en la iniciativa colectiva y toma de decisiones: en este apartado el colectivismo es mejor visto que las tareas individuales, en las negociaciones generalmente se busca el bien común o general.

Por otro lado, se presentan características propias de la cultura de bajo contexto:

Separación de las tareas laborales y relaciones: es normal que en las culturas de bajo contexto se priorice las relaciones familiares o relaciones cercanas puesto que estas demuestran un fuerte vínculo.

Énfasis en iniciativas individuales y toma de decisiones: en este punto se toma más importancia aquellas personas que son individuales, a pesar de que suene ser individualista, es importante que para ellos los éxitos sean propios.

Énfasis en la comunicación verbal sobre la comunicación no verbal: se expresa lo que uno quiere decir con palabras claras y directas, di lo que piensas y piensa lo que dices.

Teoría de las Dimensiones Culturales de Hofstede

Las investigaciones realizadas por el ilustre psicólogo social Geert Hofstede permiten conocer otras culturas para que las personas puedan ser más eficaces al interactuar con individuos de otros países. Comprender esta información, correctamente, contribuye a reducir los niveles de frustración, ansiedad y preocupación que suelen surgir en este tipo de interacciones. Sin embargo, lo más importante es que su trabajo proporciona una ventaja en lo referente a la comprensión, lo que en otras palabras conlleva a obtener resultados más exitosos de estos intercambios culturales.

Se han logrado desarrollar seis dimensiones denominadas: distancia de poder, relacionada con las diferentes soluciones al problema básico de la desigualdad humana; evitación de la incertidumbre, relacionada con el nivel de estrés en una sociedad ante un futuro desconocido; individualismo frente a colectivismo, relacionada con la integración de los individuos en grupos primarios; masculinidad frente a feminidad, relacionada con la división de los roles emocionales entre mujeres y hombres; orientación a largo plazo frente a corto plazo, relacionada con la elección del enfoque de los esfuerzos de las personas (el futuro o el presente y el pasado); por último, indulgencia frente a restricción, relacionada con la gratificación frente al control de los deseos humanos básicos relacionados con el disfrute de la vida (Hofstede, 2011).

En la dimensión de la distancia de poder, esta se ha definido como la medida en que los miembros menos poderosos de las organizaciones e instituciones reconocen y esperan que el poder se divida de forma desigual. Esto representa la desigualdad, más frente a menos, pero definida desde abajo, no desde arriba. Además, sugiere que el nivel de desigualdad de una sociedad es aprobado por los seguidores tanto como por los líderes. El poder y la desigualdad son hechos extremadamente fundamentales de cualquier sociedad. Todas las sociedades son desiguales, pero algunas son más desiguales que otras (Hofstede, 2011).

Tabla 5*Características de sociedades con pequeña y gran distancia de poder*

Pequeña distancia de poder	Gran distancia de poder
El uso del poder debe ser legítimo y está sujeto a criterios de bondad y maldad.	El poder es un hecho básico de la sociedad que precede al bien o al mal: su legitimidad es irrelevante.
Los padres tratan a los hijos como iguales.	Los padres enseñan a los hijos a obedecer.
Las personas mayores no son respetadas y temidas.	Las personas mayores son respetadas y temidas a la vez.
Educación centrada en el alumno.	Educación centrada en el maestro.
La jerarquía significa desigualdad de roles, establecida por conveniencia.	La jerarquía supone una desigualdad existencial.
Los subordinados esperan ser consultados.	Los subordinados esperan que se les diga lo que tienen que hacer.
Los gobiernos pluralistas se basan en el voto de la mayoría y se cambian pacíficamente.	Gobiernos autocráticos basados en la cooptación y cambiados por la revolución.
La corrupción es rara; los escándalos acaban con las carreras políticas.	Corrupción frecuente; los escándalos se encubren.
La distribución de los ingresos en la sociedad es bastante uniforme.	La distribución de los ingresos en la sociedad es muy desigual.
Las religiones hacen hincapié en la igualdad de los creyentes.	Religiones con una jerarquía de sacerdotes.

Nota. Tomado de Hofstede, G. (2011, diciembre 1). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1).

Al tratar la siguiente dimensión, se debe recordar que la evitación de la incertidumbre no es lo mismo que la evitación del riesgo; la primera trata de la tolerancia de una sociedad a la ambigüedad. Indica hasta qué punto una cultura programa a sus miembros para que se sientan incómodos o cómodos en situaciones no estructuradas. Las situaciones no estructuradas suelen ser novedosas, desconocidas, sorprendentes y

claramente diferentes de las habituales. Las culturas que evitan la incertidumbre intentan minimizar la posibilidad de tales situaciones mediante códigos de comportamiento estrictos, leyes y normas, la desaprobación de las opiniones desviadas y la creencia en la verdad absoluta. La investigación ha demostrado que las personas de los países que evitan la incertidumbre son también más emocionales y motivadas por la energía nerviosa interna. El tipo opuesto, las culturas son más flemáticas y contemplativas, y no se espera que su entorno exprese emociones (Hofstede, 2011).

Tabla 6

Características de sociedades con débil y fuerte evitación de la incertidumbre

Débil evitación de la incertidumbre	Fuerte evitación de la incertidumbre
Se acepta la incertidumbre inherente a la vida y se toma cada día como viene.	La incertidumbre inherente a la vida se siente como una amenaza continua contra la que hay que luchar.
Facilidad, menor estrés, autocontrol, baja ansiedad.	Mayor estrés, emocionalidad, ansiedad, neuroticismo.
Puntuaciones más altas en salud y bienestar subjetivos.	Puntuaciones más bajas en salud y bienestar subjetivos.
Tolerancia a las personas e ideas desviadas: lo diferente es curioso.	Intolerancia a las personas e ideas desviadas: lo diferente es peligroso.
Se siente cómodo con la ambigüedad y el caos.	Necesidad de claridad y estructura.
Los profesores pueden decir 'no sé'.	Se supone que los profesores tienen todas las respuestas.
Permanecer en el trabajo, aunque no les guste.	Cambiar de trabajo no es un problema.
Aversión a las reglas - escritas o no escritas.	Necesidad emocional de normas, aunque no se cumplan.
En política, los ciudadanos se sienten y se consideran competentes frente a las autoridades.	En política, los ciudadanos se sienten y se ven como incompetentes ante las autoridades.

En religión, filosofía y ciencia:
relativismo y empirismo.

En religión, filosofía y ciencia: creencia
en verdades últimas y grandes teorías.

Nota. Tomado de Hofstede, G. (2011, diciembre 1). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1).

Por otra parte, el individualismo, frente a su opuesto, el colectivismo, como característica social, mas no individual, comprende el grado en que las personas de una sociedad están integradas en grupos. En el lado individualista, se encuentran culturas en las que los lazos entre los individuos son flojos, es decir, se espera que cada uno se ocupe de sí mismo y de su familia inmediata. En el lado colectivista, se hallan culturas en las que las personas, desde su nacimiento, se integran en intra grupos fuertes y cohesionados, a menudo familias extensas que siguen protegiéndose a cambio de una lealtad incuestionable, y se oponen a otros intragrupo. En otros términos, la cuestión que aborda esta dimensión es extremadamente fundamental en lo que respecta a todas las sociedades del mundo (Hofstede, 2011).

Tabla 7

Características de sociedades individualistas y colectivistas

Individualismo	Colectivismo
Se supone que cada uno debe cuidar de sí mismo y de su familia inmediata únicamente.	Las personas nacen en familias extensas o clanes que las protegen a cambio de lealtad.
Conciencia del "Yo".	Conciencia de "nosotros".
Derecho a la intimidad.	Se hace hincapié en la pertenencia.
Decir lo que se piensa es saludable.	La armonía debe mantenerse siempre.
Los demás se clasifican como individuos.	Los demás se clasifican como grupo interno o externo.
Se espera la opinión (personal): una persona, un voto.	Opiniones y votos predeterminados por el grupo interno.
La transgresión de las normas provoca sentimientos de culpa.	La transgresión de las normas provoca sentimientos de vergüenza.

Lenguajes en los que la palabra "yo" es indispensable.	Lenguajes en los que se evita la palabra "yo".
El objetivo de la educación es aprender a aprender.	El propósito de la educación es aprender a hacer.
La tarea prevalece sobre la relación.	La relación prevalece sobre la tarea.

Nota. Tomado de Hofstede, G. (2011, diciembre 1). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1).

Asimismo, la masculinidad frente a su antagónico, la feminidad, se refiere a la distribución de valores entre los géneros, que es otra de las características más importantes de cualquier sociedad. Estudios han revelado dos observaciones interesantes: primero, los valores de las mujeres difieren menos entre sociedades que los de los hombres; y segundo, los valores de los hombres de un país a otro contienen una dimensión desde muy asertiva y competitiva (diferentes al de las mujeres) y hasta muy modesta y afectuosa (similares a los valores de las mujeres). El polo asertivo se ha denominado masculino y el polo modesto y cariñoso como femenino. Las mujeres de los países femeninos son más modestas y cariñosas que los hombres. Sin embargo, en los países masculinos, estas son algo asertivas y competitivas, sin llegar al mismo nivel de los hombres (Hofstede, 2011).

Tabla 8

Características de sociedades femeninas y masculinas

Feminidad	Masculinidad
Mínima diferenciación de roles emocionales y sociales entre los géneros.	Máxima diferenciación de roles emocionales y sociales entre los géneros.
Los hombres y las mujeres deben ser modestos y cuidadosos.	Los hombres deben ser y las mujeres pueden ser asertivos y ambiciosos.
Equilibrio entre familia y trabajo.	El trabajo prevalece sobre la familia.
Simpatía por los débiles.	Admiración por los fuertes.

Tanto los padres como las madres se ocupan de los hechos y los sentimientos.	Los padres se ocupan de los hechos, las madres de los sentimientos.
Tanto los niños como las niñas pueden llorar, pero ninguno debe pelear.	Las chicas lloran, los chicos no; los chicos deben defenderse, las chicas no deben pelear.
Las madres deciden el número de hijos.	Los padres deciden el tamaño de la familia.
Muchas mujeres en cargos políticos electos.	Pocas mujeres en puestos políticos electos.
La religión se centra en el prójimo.	La religión se centra en Dios o en los dioses.
Actitudes de hecho sobre la sexualidad; el sexo es una forma de relacionarse.	Actitudes moralistas sobre la sexualidad; el sexo es una forma de actuar.

Nota. Tomado de Hofstede, G. (2011, diciembre 1). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1).

La penúltima de las dimensiones es la orientación a largo plazo frente a corto plazo; el polo a largo plazo corresponde al dinamismo laboral confuciano de Bond. Los valores que se encuentran en este polo son la perseverancia, el ahorro, la ordenación de las relaciones según el estatus y el sentido de la vergüenza. Los valores del polo opuesto, el de corto plazo, son la reciprocidad de las obligaciones sociales, el respeto a la tradición, la protección de la propia "cara" y la firmeza y estabilidad personales. Los países orientados a largo plazo son los de Asia Oriental, seguidos por los de Europa Oriental y Central. La orientación a medio plazo se encuentra en los países de Europa del Sur y del Norte y en los de Asia del Sur. Los países orientados a corto plazo son EE.UU. y Australia, América Latina, África y países musulmanes (Hofstede, 2011).

Tabla 9*Características de sociedades orientadas a largo y a corto plazo*

Orientación a corto plazo	Orientación a largo plazo
La mayoría de los acontecimientos importantes de la vida ocurrieron en el pasado o tienen lugar ahora.	Los acontecimientos más importantes de la vida ocurrirán en el futuro
Firmeza y estabilidad personal: una buena persona es siempre la misma.	Una buena persona se adapta a las circunstancias.
Existen pautas universales sobre lo que es bueno y malo.	Lo que es bueno y lo que es malo depende de las circunstancias.
Las tradiciones son sacrosantas.	Las tradiciones se adaptan a los cambios de las circunstancias.
La vida familiar se guía por imperativos.	La vida familiar se guía por las tareas compartidas.
Se supone que hay que estar orgulloso del propio país.	Intentar aprender de otros países.
El servicio a los demás es un objetivo importante.	El ahorro y la perseverancia son objetivos importantes.
Gasto y consumo social.	Gran cuota de ahorro, fondos disponibles para invertir.
Los estudiantes atribuyen el éxito y el fracaso a la suerte.	Los estudiantes atribuyen el éxito al esfuerzo y el fracaso a la falta de esfuerzo.
Crecimiento económico lento o nulo de los países pobres.	Rápido crecimiento económico de los países hasta un nivel de prosperidad.

Nota. Tomado de Hofstede, G. (2011, diciembre 1). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1).

En la última dimensión, se encuentra la indulgencia frente a la moderación; las cuales están débilmente correlacionadas de forma negativa con la orientación a largo plazo frente al corto plazo. Además, se centra en aspectos no cubiertos por las otras cinco dimensiones. La indulgencia representa una sociedad que permite la satisfacción

relativamente libre de los deseos humanos básicos y naturales relacionados con el disfrute de la vida y la diversión. La restricción representa una sociedad que controla la satisfacción de las necesidades y la regula mediante normas sociales estrictas. La indulgencia tiende a prevalecer en países de América del Sur y del Norte, en Europa occidental y en partes del África subsahariana. La moderación prevalece en Europa del Este, en Asia y en el mundo musulmán. La Europa mediterránea adopta una posición intermedia en esta dimensión (Hofstede, 2011).

Tabla 10

Características de sociedades indulgentes y restringidas

Indulgencia	Restringido
Mayor porcentaje de personas que se declaran muy felices.	Menor número de personas muy felices.
Percepción de control de la vida personal.	Percepción de impotencia: lo que me ocurre no es obra mía.
La libertad de expresión se considera importante.	La libertad de expresión no es una preocupación primordial.
Mayor importancia del ocio.	Menor importancia del ocio.
Mayor probabilidad de recordar emociones positivas.	Menor probabilidad de recordar las emociones positivas.
En los países con poblaciones educadas, mayores tasas de natalidad.	En los países con poblaciones educadas, menores tasas de natalidad.
Más personas involucradas activamente en los deportes.	Menos personas involucradas activamente en el deporte.
En los países con suficiente comida, mayor porcentaje de personas obesas.	En los países con suficiente comida, hay menos personas obesas.
En los países ricos, normas sexuales más permisivas.	En los países ricos, hay normas sexuales más estrictas.
El mantenimiento del orden en la nación no es una prioridad.	Mayor número de policías por cada 100.000 habitantes.

Nota. Tomado de Hofstede, G. (2011, diciembre 1). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1).

Teoría Cultural de Trompenaars

Como es conocido en la teoría de Trompenaars y Hampden (1993) se hacen importantes acotaciones respecto a las características únicas que tiene cada nación y como aquellas influyen en el proceso de gestión de una negociación con culturas extranjeras. Se toma en cuenta la falta de eficacia cuando se deja de lado el factor cultural, es decir que esta se ve disminuida en gran medida, mientras que aquellas que toman en cuenta dicho factor logran ser exitosas. Se plantean tres tipos de enfoques: los que surgen de las relaciones con otras personas, las que provienen del paso del tiempo y los que se relacionan con el medio ambiente.

Trompenaars y Hampden (1993) consideraron que entre países existen diferencias culturales que influyen en la realización de las negociaciones, se determina que la cultura no solo es un grupo de personas con características únicas, sino que lo ven desde otro punto de vista, en donde la efectividad de una negociación puede verse perjudicadas por la falta de atención a las diferencias culturales cuando se da un cruce de frontera. Es por ello que se debe considerar con antelación que cada cultura es distinta a la cual se proviene y que no existe una única forma de negociar.

De igual forma Trompenaars argumenta este tipo de diferencias no se puede ser cuantificado, pero establece que a una cultura como la matriz de conceptos y valores en donde las personas tratan de resolver los inconvenientes que se suscitan diariamente, tomando como ejemplo 3 tipos de enfoque: los que surgen de las relaciones con otros, aquellas que provienen del paso del tiempo y los que se involucran con el medio ambiente. Se determina a su vez que las elecciones que se toman día a día son aquellas que prescriben los modos de interacción entre nosotros y cómo estas normas determinan a una cultura. Se presentan algunas dimensiones que hablan de lo anteriormente mencionado.

El universalismo versus particularismo: en culturas universalistas, es decir aquellas que plantean que una idea o creencia en la existencia de una verdad es universal, que lo determina todo y debe estar presente entre todos los seres humanos, en este tipo de culturas las obligaciones y reglas son relevantes ante las relaciones interpersonales.

Comunitarismo versus individualismo: aquellas culturas individualistas como Israel, Canadá, Rumania, las personas se anteponen al grupo, tomando como centro al individuo, se prioriza la libertad personal e iniciativa, en donde cada quien es libre de realizar sus logros y tomar sus propias decisiones. Por otro lado, aquellas culturas que se contrastan con la anterior como es el caso de Japón, Egipto, México, se piensa y se actúa de manera colectiva, es decir como una comunidad teniendo como intercambio seguridad y ayuda cuando sea necesario.

Neutral vs afectivo: hace mención a los sentimientos, culturas que se consideran neutras como Estados Unidos, Suiza, Países Bajos, no suelen expresar sus sentimientos, los controlan o suelen ser sometidos, no debe confundirse como ser fríos, sino que no permiten que les afecten y se guían por la razón, en contraste a lo mencionado se ubica Polonia, Italia, España en donde sus emociones juegan un papel en la toma de decisiones.

Secuencia versus sincrónica: lo cual se entiende a cómo se maneja el paso del tiempo, lo que una persona hizo en el pasado ya no es relevante en el presente puesto que no representa a la persona que será en el futuro, mientras tanto existen sociedades que los logros que se han obtenido en el pasado son mucho más importantes que los actuales. Alemania, Reino Unido, asignan importancia al pasado, presente y futuro de manera distinta, la secuencia de los eventos es importantes, así como la puntualidad y planeación. Japón, Argentina suele prestar atención al pasado, presente y futuro como periodos en donde se proyectan a la vez, tomando en cuenta la flexibilidad del tiempo.

Específico vs difuso: se refiere al grado de participación que se tiene, entre ellas como culturas específicas se tiene a Estados Unidos, Suiza, Alemania, en donde se asume que la vida está dividida por partes y es mejor mantenerlas separadas, dando a entender que no es necesario tener una relación para trabajar bien. Mientras tanto las culturas difusas como Argentina, España, India, la mayor parte del continente asiático, consideran que la vida privada interfiere en varios aspectos, en donde no se plantea un límite entre lo laboral y personal.

Logros vs adscripción: en este tipo de concepto se tiende a juzgar a las personas en base al desempeño que han tenido, siendo así su estatus un derivado de los logros alcanzados.

Dirección externa o dirección interna: hace alusión al entendimiento que tienen las personas con el entorno que los rodea, referente al control interno, las personas pueden controlar su hábitat si hacen un esfuerzo, esto podría lograrse gracias al enfoque que prioricen. Por otro lado, en las culturas de control externo predomina el hombre como un factor más de la naturaleza, viviendo en armonía con su entorno.

Competencias Culturales, Interculturales y Transculturales

Desde otro punto, es esencial señalar que tradicionalmente se ha asumido que la mayoría de las sociedades no son multiculturales, de que en cada sociedad hay una sola cultura. Asimismo, se ha considerado que las sociedades multiculturales sólo se desarrollan tras el urbanismo, la especialización económica, la estratificación social y los estados de conquista. Sin embargo, el tiempo ha permitido observar cuán desacertada es esta conjetura, llegando al punto de ver a las sociedades no como un conjunto sino como individuos capaces de aprender la cultura en el contexto de la interacción social. Es dentro de este proceso de aprendizaje donde las personas concluyen que no se puede generalizar las mismas expectativas a todo el mundo, lo cual se traduce en el hecho de que cada individuo comprende un universo diferente (Goodenough, 1976).

Debido a estas diferencias surgen diversas competencias culturales, interculturales y transculturales. La competencia cultural consiste en la capacidad de comprender, apreciar e interactuar con personas de culturas o sistemas de creencias diferentes a los propios (DeAngelis, 2015). La competencia cultural engloba cuatro aspectos fundamentales, los cuales son: conciencia de la propia visión cultural del mundo, actitud hacia las diferencias culturales, conocimiento de diferentes prácticas culturales y visiones del mundo, y habilidades interculturales (Molinuevo et al., 2011). En otras palabras, se puede resumir la competencia cultural en cuatro componentes esenciales: conciencia, actitud, conocimiento y habilidades.

Se empieza con la conciencia de la propia cultura en relación con las demás culturas existentes, y la conciencia de los supuestos culturalmente aprendidos que controlan la

vida de cada individuo. La actitud hace hincapié en la diferencia entre la formación que aumenta la conciencia de los prejuicios y creencias culturales en general y la formación que hace que las personas examinen cuidadosamente sus propias creencias y valores sobre las diferencias culturales. Lo siguiente es reunir los hechos, el conocimiento y la información necesarios para comprender los significados detrás del comportamiento propio y el de otros individuos. La comprensión depende de tener los datos e información correctos sobre el contexto cultural. Por último, se deben desarrollar las habilidades adecuadas para provocar el cambio en la dirección correcta. Esta habilidad depende de una evaluación precisa de la situación y de una comprensión significativa para provocar un cambio positivo en cada contexto cultural (Chellameena y AmrithaRajan, 2014; Pedersen, 2002).

Otro de los conceptos a conocer es la competencia intercultural, la cual consiste en la capacidad de comunicarse eficaz y adecuadamente con personas de otras culturas. Los requisitos fundamentales de la competencia intercultural son la empatía, la comprensión del comportamiento y la forma de pensar de los demás y la capacidad de expresar la propia forma de pensar. Es de suma importancia alcanzar un equilibrio, intuitivamente adaptado, entre el conocimiento, sobre la otra cultura y los comportamientos de otras personas; la empatía, comprender los sentimientos y necesidades de otras personas; la confianza en uno mismo, conocer los propios deseos, fortalezas, debilidades y estabilidad emocional; y la identidad cultural, conocer la propia cultura (Chellameena y AmrithaRajan, 2014, p. 67).

El desarrollo de la competencia intercultural se basa principalmente en la experiencia que el individuo experimenta al momento de comunicarse con culturas diferentes a la suya. Al interactuar con personas de otras culturas, la persona llega a experimentar ciertos obstáculos causados por las diferencias de entendimiento cultural entre dos personas de diferentes culturas. Esta experiencia puede motivar al individuo a adquirir habilidades que le ayuden a comunicar su punto de vista a un público perteneciente a una etnia y un entorno cultural diferentes (Chellameena y AmrithaRajan, 2014).

Por último, se encuentra la competencia transcultural que implica la capacidad de adaptarse a diversos entornos socioculturales en cualquier parte del mundo, con o sin conocimiento previo de las orientaciones culturales de las personas y sociedades con

las que se encuentra. Esta adaptación cultural general requiere una mayor sofisticación y un mayor nivel de conciencia y comprensión del funcionamiento de la cultura, independientemente de las particularidades del encuentro sociocultural (Glover y Friedman, 2015). En otros términos, este tipo de competencia implica ser capaz de aprovechar la diversidad, ya sea que se trate de una cultura específica o de múltiples culturas diferentes. De acuerdo con Trompenaars y Woolliams (2006), la competencia transcultural consta de cuatro elementos, los cuales comprenden: reconocimiento, respeto, reconciliación y realización.

El primer elemento de este tipo de competencia es el reconocimiento, el cual hace referencia a la capacidad de la persona para comprender su condición en la comunidad y en el mundo y, por tanto, para emitir juicios efectivos. Además, incluye la conciencia de los individuos sobre naciones, culturas y civilizaciones, incluyendo su propia sociedad y las sociedades de otros pueblos. La atención se centra en cómo todas ellas están interconectadas y cómo cambian, y en la responsabilidad del individuo en este proceso. De igual forma, define algunos elementos clave de lo que llamamos una conciencia global, para dar cuerpo a algunos de los constructos relevantes si queremos hacer frente a los retos de un mundo cada vez más interdependiente (Trompenaars y Woolliams, 2006).

Por su lado, el respeto es un principio moral básico y un derecho humano que responde a los valores de la dignidad humana, la valía, la singularidad de las personas y la autodeterminación. Como principio que orienta las acciones hacia los demás, el respeto se transmite a través de la aceptación incondicional, el reconocimiento y la aceptación de los valores mencionados en todas las personas. El respeto sirve de base para nuestra orientación actitudinal, cognitiva y de comportamiento hacia las personas que tienen una diversidad de valores. Dentro del respeto se pueden encontrar a su vez tres componentes esenciales, estos comprenden el respeto por la dignidad humana y la singularidad de una persona de otra cultura; el respeto por los derechos de la persona a la autodeterminación; y la aceptación de los valores de otra cultura (Trompenaars y Woolliams, 2006).

Una vez que se han reconocido, respetado y conciliado las diferencias culturales, el énfasis se traslada a los procesos en los que las resoluciones se aplican y arraigan en

la organización. Por ejemplo, los directivos y líderes competentes deben tener pleno dominio de tres áreas principales y deben ser capaces de utilizar cada uno de los elementos en función de la situación. Ser competente en cada uno de los componentes da resultados, levanta la moral, mejora la calidad, desarrolla los equipos y la productividad, y es la marca de un gestor y líder de éxito. La realización comprende lograr tareas, gestionar equipos o grupos y gestionar a los individuos (Trompenaars y Woolliams, 2006).

Características Culturales de Ecuador y China

En base a todo lo detallado dentro del presente capítulo, se pueden reconocer las características pertenecientes a las culturas de cada uno de estos dos países, Ecuador y China. Por ende, el siguiente punto es poder clasificar las mismas de acuerdo con los diferentes contextos, competencias y dimensiones detallados en la teoría previamente.

Tabla 11

Características de Ecuador y China desde el contexto cultural, competencias culturales, dimensiones de Hofstede y Trompenaars

País	Contexto Cultural	Dimensiones Hofstede	Dimensiones Trompenaars	Competencias
Ecuador	Mix entre alto y bajo contexto cultural (Híbrida).	Alto poder de distancia. Débil evitación de la incertidumbre. Colectivista. Sociedad Masculina. Orientada al corto plazo. Sociedad Restringida.	Particularismo. Comunitarismo. Emocional. Difuso. Cultura de adscripción. Tiempo sincrónico. Dirección externa.	Culturales Cultura exterior. Aprendizaje de conocimientos memoria colectiva, normas sociales, formas de vida. Interculturales Socio centrismo. Apertura a otras culturas. Conciencia. Saber entender. Búsqueda de posibles consensos. Transculturales Multilingües.

País	Contexto Cultural	Dimensiones Hofstede	Dimensiones Trompenaars	Competencias
China	Alto Contexto Cultural.	Alto poder de distancia. Débil evitación de la incertidumbre. Colectivista. Sociedad Masculina. Sociedad orientada al largo plazo. Sociedad restringida.	Particularismo. Comunitarismo. Neutral. Difuso. Cultura de adscripción. Tiempo sincrónico. Dirección externa.	Cultural Aprendizaje de conocimientos memoria colectiva, normas sociales, formas de vida. Intercultural Cultura interna. Socio centrismo. Apertura a otras culturas. Negociaciones en las interacciones. Búsqueda de posibles consensos. Transculturales Multilingües. Visión del mundo.

En conclusión, se puede evidenciar los aspectos en los que ambas culturas, ecuatoriana y asiática, comparten similitudes, así como aquellos en los que estas se diferencian. Sin embargo, la apertura de ambos países a otras culturas es lo que permite este intercambio y enriquecimiento cultural que a su vez beneficia el crecimiento económico, debido a las relaciones comerciales entre ambas naciones.

Capítulo IV: Factores claves de éxito en el marco de las negociaciones de empresas camaroneras ecuatorianas con China del año 2016-2020

Las relaciones comerciales entre los dos países en mención cada día son más estrechas y afianzadas al desarrollo próspero y mutuo de cada nación. Como se ha señalado a lo largo del presente proyecto, Ecuador se destaca por ser un país con una gran participación en la exportación de productos primarios a diversos países, siendo reconocido internacionalmente por su prominente agricultura y biodiversidad. Siendo esta una de las razones por las que China representa uno de los principales y más significativos socios comerciales del país. Además, dentro de este tipo de relaciones comerciales es esencial reconocer de qué manera el factor cultural influye en la misma.

Por su parte, China cuenta con una gran historia que data de hace miles de años, gran parte de los cuales está involucrada en el comercio. Esto ha conllevado a que el país desarrollara grandes habilidades y una destacable capacidad a la hora de llevar a cabo negocios con otras naciones, pese a que su cultura está cargada de tradiciones y comportamientos singulares, característicos de la región. No obstante, al observar la expansión de las negociaciones de China hacia América, se puede apreciar cómo ha sabido adaptarse a costumbres no propias y comprender que existe un mundo más allá del continente asiático. Aunque se tienen concepciones erróneas sobre el grado de dificultad que conlleva el realizar negociaciones, estas resultan más factibles y la clave para ello es mantener una buena actitud, mente abierta y entender que en las diferencias también se puede hallar un acuerdo (Legiscomex, 2021).

Por otro lado, la historia de Ecuador abarca múltiples tradiciones, dado que las trae desde el pasado precolombino, se debe tener en cuenta que dicha cultura es una combinación de mezclas hispánicas llegando a ser un estado multiétnico y pluricultural. Si se busca comprender al Ecuador, se debe aceptar su diversidad y entender las particularidades en la forma de ser y costumbres de sus habitantes. En el caso del país, es importante destacar el crecimiento económico que ha alcanzado el mismo a lo largo de los últimos años, razón que lleva a señalar cómo es su cultura de negocios y la forma en que el país ha logrado adaptar la misma a otras culturas con el fin de lograr establecer relaciones y acuerdos comerciales con naciones diferentes.

Para la realización del presente proyecto de investigación se llevó a cabo una encuesta a empresarios del sector camaronero, la cual constó de diez preguntas y cuyos resultados se exponen a continuación:

Figura 3

Pregunta 1: Sírvase indicar los productos acuícolas que usted exporta

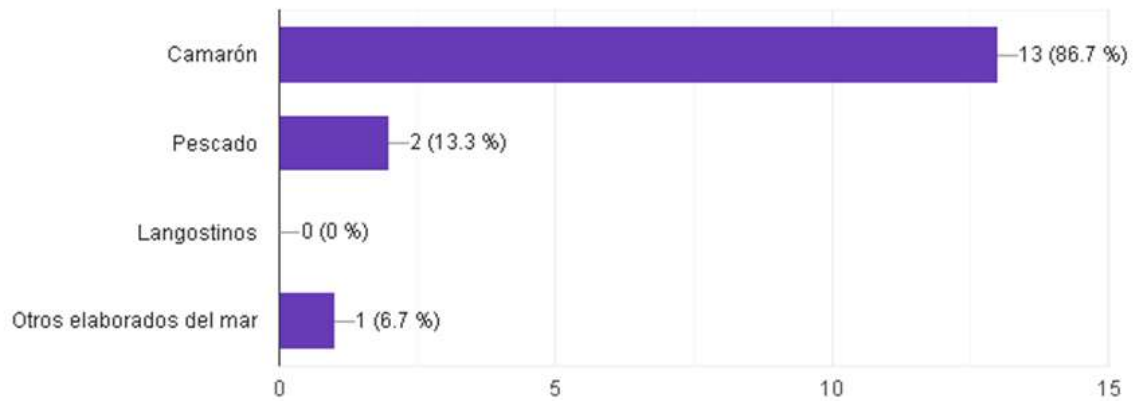


Figura 4

Pregunta 2: Entre los mercados internacionales usted exporta a China

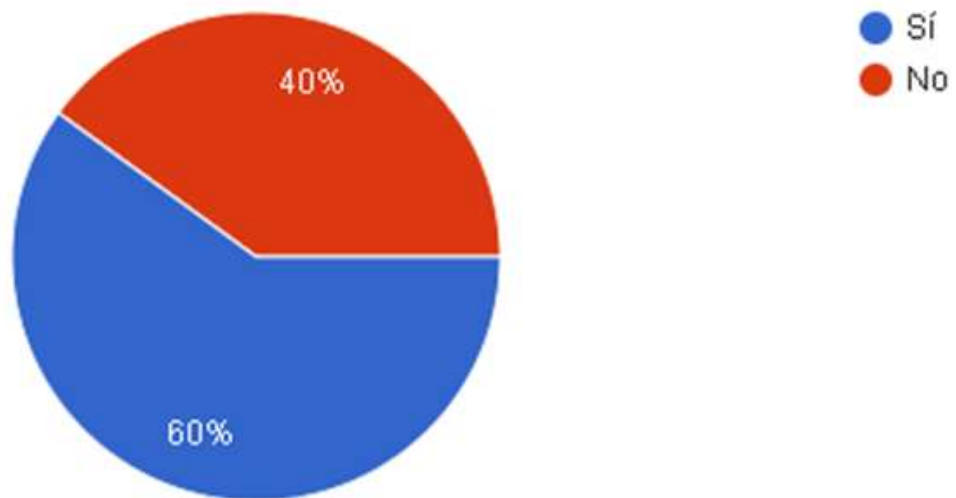


Figura 5

Pregunta 3: Si la respuesta a la pregunta anterior (2) fue afirmativa indicar el o los productos que exporta

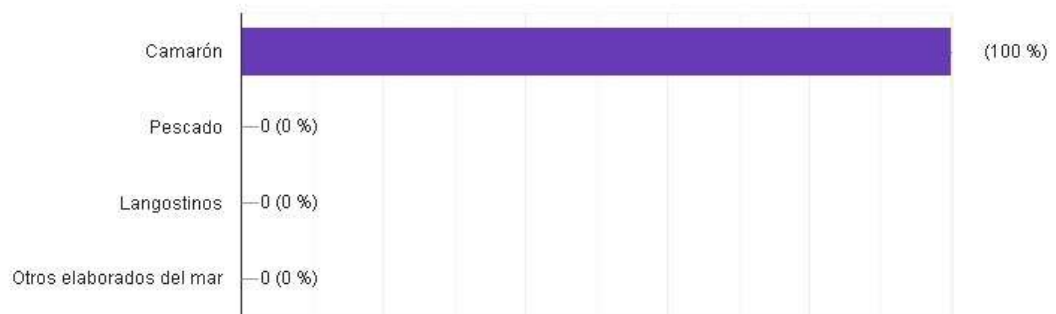


Figura 6

Pregunta 4: Indicar el porcentaje de la producción exportada a China sobre la producción total de los productos comercializados con dicho país

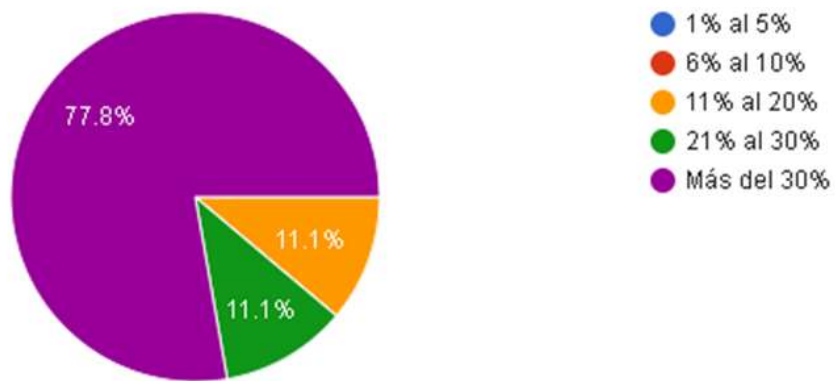


Figura 7

Pregunta 5: Las exportaciones a China del o los productos comercializados se realizan

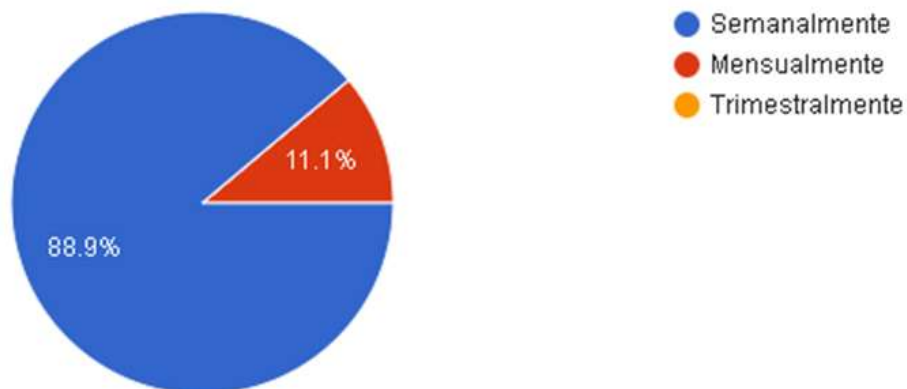


Figura 8

Pregunta 6: ¿Cuál cree usted que ha sido el principal problema para su empresa a la hora de cerrar una negociación con empresas chinas?



Figura 9

Pregunta 7: ¿Cree usted que la diferencia cultural entre los dos mercados ha incidido en el éxito de alguna negociación comercial con China o en el resultado de dicha negociación?

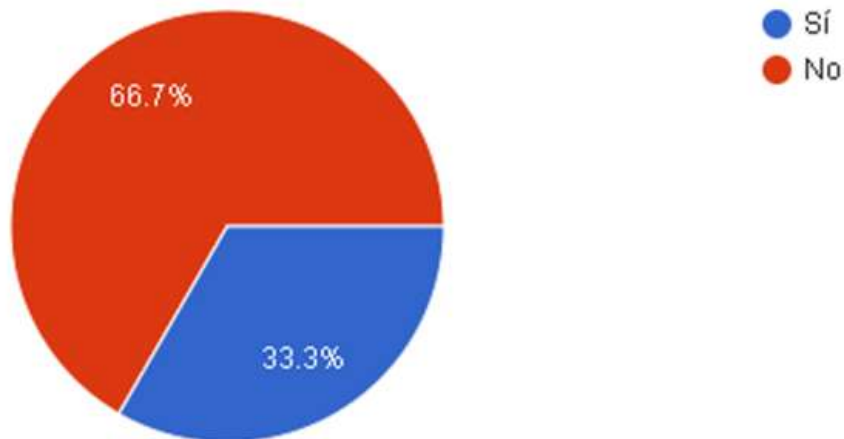


Figura 10

Pregunta 8: ¿Cree usted que la diferencia cultural entre los dos mercados ha incidido en el fracaso de alguna negociación comercial con China o en el resultado de dicha negociación?

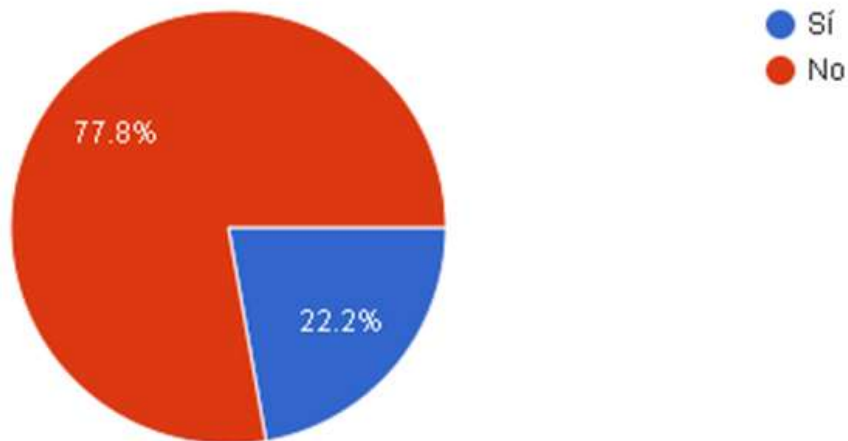


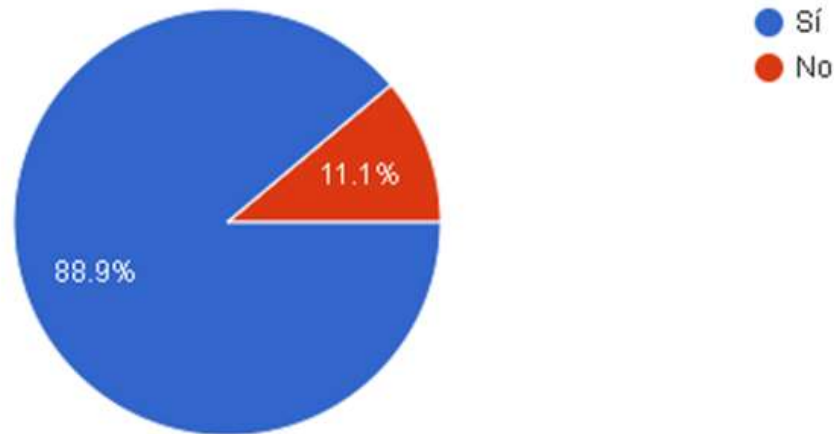
Figura 11

Pregunta 9: ¿Qué tipo de acciones o medidas cree usted que deben tomar las empresas para mejorar la efectividad de la negociación y sus resultados con el país asiático?



Figura 12

Pregunta 10: Dada la importancia del mercado asiático, cree usted que el gobierno debería implementar alguna acción para mejorar la efectividad de la negociación y sus resultados de las empresas ecuatorianas de este sector con China.



Asimismo, es esencial señalar que se tomaron como insumos los resultados de las preguntas 6 y 7 de la encuesta para determinar el nivel de percepción que se tiene de las similitudes y diferencias culturales entre Ecuador y China, así como el grado de influencia de estas a la hora de negociar.

En base a las respuestas obtenidas mediante la encuesta, en la pregunta 6, se puede indicar que con un porcentaje del 11.1% para cada ítem, los empresarios ecuatorianos encuestados consideran los siguientes puntos como obstáculos a la hora de negociar con el mercado chino.

- a. la falta de conocimiento cultural,
- b. las restricciones chinas a las importaciones de camarón,
- c. el precio del camarón ecuatoriano,
- d. pandemia Covid-2019,
- e. incremento en precios de navieras.

Sin embargo, cabe mencionar que un 33.3% de los encuestados también considera como el obstáculo más significativo el nivel de poder de negociación que posee China. Es decir, el 33.3% de los encuestados cree que el poder o fuerza de negociación del cliente o comprador, en este caso China, es uno de los factores que les proporciona una ventaja superior durante una negociación; ya que se considera se debe

proporcionar una oferta con mejores términos concernientes a calidad y precio, (Quiroa, 2019).

Existen algunos aspectos que influyen en el poder de negociación que tiene un cliente, uno de ellos es el hecho de que el comprador produzca, también, el mismo producto a ofertar, lo que se aplica a esta situación puesto que China es uno de los principales productores de camarón a nivel mundial. Otra de las causas es la existencia de considerables volúmenes de compras; es un hecho que en los últimos años China se ha convertido en uno de los principales compradores de camarón ecuatoriano, caracterizado por la compra de grandes cantidades de este producto.

Además, se detallará lo referente a algunos de los obstáculos relacionados al ámbito cultural que en las encuestas obtuvieron el 11,1%. En lo concerniente al conocimiento cultural, se detalló anteriormente que el 11.1% estima que el hecho de no conocer sobre las culturas de otros países con lo que hacen negocios supone un problema a la hora de cerrar un contrato de negociación internacional; ya que al no contar con conocimientos base en lo referente a costumbres o comportamientos de naciones diferentes a la propia, se torna difícil el comprender determinadas actitudes o respuestas del adversario.

Asimismo, la presencia de diversas restricciones comerciales supone otro impedimento a la hora de negociar para otro 11.1% de los encuestados, siendo ejemplo de ellos las restricciones arancelarias que China mantiene con Ecuador y las restricciones que impuso el gobierno chino a la compra de camarón ecuatoriano para el año 2020, en determinadas empresas del país, debido a la detección de Covid en cargamentos de este producto durante dicho periodo. Es esencial mencionar que una de las razones por las que se restringe el comercio internacional de esta forma es para reducir el ingreso de productos extranjeros que puedan afectar la oferta nacional.

En relación con la pregunta número 7, en la que se menciona de manera específica a la diferencia cultural entre los países Ecuador y China y su incidencia en el éxito de una negociación, el 66.7% de los encuestados considera que la diferencia cultural entre estos dos mercados no tiene efecto alguno a la hora de cerrar tratos con éxito, dando a entender que las negociaciones que se han llevado a cabo hasta el día de hoy han sido

exitosas pese al desconocimiento de las diferencias culturales. Sin embargo, un 33.3% afirma que dicha divergencia sí representó un papel significativo al momento de obtener resultados exitosos en negociaciones con dicho país; por lo que tomar medidas para mejorar estos aspectos podrían significar un aporte al incremento de las exportaciones.

Si bien se ha mencionado como han progresado, individualmente, ambas culturas en lo referente al comercio internacional, se deben destacar algunos aspectos generales en los que estas dos culturas distan y se asemejan la una de la otra.

Tabla 12

Similitudes y Diferencias Culturales de Ecuador y China

Ecuador	China
Similitudes	
Es común el uso de tarjetas de presentación durante las reuniones.	Es común iniciar una reunión intercambiando tarjetas de presentación (estas deben entregarse con ambas manos).
El vestuario depende de la región, puede requerir ser muy formal, algo más ligero o incluso informal y cómodo.	El vestuario depende del objetivo de la visita. Se recomienda trajes formales oscuros, evitar el uso de colores llamativos.
Al realizar negocios se busca construir relaciones de confianza.	El Guanxi (relaciones) es uno de los aspectos más importantes a la hora de hacer negocios.
Diferencias	
Decisiones de compra basados en la relación precio y beneficio, origen y calidad.	Consumidores sensibles al precio, compras prácticas y orientadas a la calidad, preferencia por lo nacional.
Los empresarios de nivel medio asisten durante las primeras reuniones, y los de alto mando toman las decisiones finales.	Los directivos intervienen principalmente durante las reuniones, los demás participantes cuando se les indique.

Los empresarios ecuatorianos se muestran flexibles con la puntualidad.

La impuntualidad es considerada una ofensa para quienes esperan.

Los saludos comprenden un trato formal, sin embargo, en ocasiones se busca dar un trato más personal.

Los saludos son siempre formales y es costumbre saludar primero a las personas mayores.

Con la información abarcada en este capítulo se puede comprender que las culturas en mención, China y Ecuador poseen algunas características similares y otras muy diferentes, lo cual las convierte en naciones con una diversidad cultural muy amplia. A pesar de tener contrastes debido a sus costumbres y tradiciones han sabido sobrellevar estas discrepancias con el objetivo de alcanzar un beneficio mutuo, lo cual se ha reflejado en el flujo del comercio internacional a través de sus empresas.

Capítulo V: Modelo estadístico

El presente trabajo de investigación tiene como propósito conocer el impacto de la cultura en el resultado de las negociaciones del sector camaronero ecuatoriano con el mercado chino. Para el efecto se utilizaron datos mensualizados en libras y en miles de dólares, producto de las exportaciones de camarón de las empresas ecuatorianas hacia el mercado chino desde el año 2016 hasta el año 2021, información que se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 13

Exportaciones mensualizadas de camarón ecuatoriano a China del 2016 al 2021

Resumen Histórico (2016 - 2021)			
Mes	Libras	Dólares	Precio Prom.
ene-16	818,797	\$ 2,610,500	\$3.19
feb-16	1,371,716	\$ 4,257,200	\$3.10
mar-16	1,759,510	\$ 5,571,000	\$3.17
abr-16	1,949,107	\$ 6,386,500	\$3.28
may-16	2,615,565	\$ 8,348,100	\$3.19
jun-16	461,648	\$ 1,523,000	\$3.30
jul-16	915,580	\$ 2,926,800	\$3.20
ago-16	1,880,102	\$ 5,692,200	\$3.03
sep-16	1,485,695	\$ 4,892,800	\$3.29
oct-16	1,555,361	\$ 5,128,900	\$3.30
nov-16	1,661,404	\$ 5,377,800	\$3.24
dic-16	958,240	\$ 3,162,264	\$3.30
ene-17	1,553,377	\$ 5,016,100	\$3.23
feb-17	790,357	\$ 2,633,900	\$3.33
mar-17	1,749,368	\$ 5,808,300	\$3.32

Mes	Libras	Dólares	Precio Prom.
abr-17	2,016,127	\$ 6,683,900	\$3.32
may-17	2,332,270	\$ 7,662,800	\$3.29
jun-17	4,825,037	\$ 15,234,200	\$3.16
jul-17	3,293,045	\$ 10,146,100	\$3.08
ago-17	1,375,670	\$ 4,240,900	\$3.08
sep-17	1,720,928	\$ 5,587,500	\$3.25
oct-17	1,545,881	\$ 5,042,200	\$3.26
nov-17	1,544,559	\$ 4,924,900	\$3.19
dic-17	2,800,449	\$ 9,143,619	\$3.27
ene-18	3,645,564	\$ 10,882,700	\$2.99
feb-18	4,276,747	\$ 12,538,500	\$2.93
mar-18	5,842,250	\$ 17,584,700	\$3.01
abr-18	8,171,434	\$ 24,764,200	\$3.03
may-18	14,112,010	\$ 40,271,200	\$2.85
jun-18	12,808,637	\$ 35,989,500	\$2.81
jul-18	11,758,134	\$ 32,733,300	\$2.78
ago-18	5,253,616	\$ 14,541,500	\$2.77
sep-18	7,598,232	\$ 20,068,700	\$2.64
oct-18	12,196,634	\$ 31,779,400	\$2.61
nov-18	14,273,829	\$ 37,489,200	\$2.63
dic-18	38,221,422	\$ 102,320,372	\$2.68
ene-19	33,937,126	\$ 88,077,968	\$2.60
feb-19	37,789,276	\$ 101,316,625	\$2.68
mar-19	48,766,800	\$ 126,910,876	\$2.60

Mes	Libras	Dólares	Precio Prom.
abr-19	52,324,172	\$ 132,791,076	\$2.54
may-19	60,707,798	\$ 152,291,330	\$2.51
jun-19	74,047,217	\$ 187,704,880	\$2.53
jul-19	78,442,571	\$ 201,534,273	\$2.57
ago-19	77,166,463	\$ 198,665,014	\$2.57
sep-19	67,024,856	\$ 169,562,923	\$2.53
oct-19	75,940,266	\$ 198,617,941	\$2.62
nov-19	100,963,501	\$ 271,408,783	\$2.69
dic-19	60,200,198	\$ 157,391,685	\$2.61
ene-20	65,878,461	\$ 169,383,997	\$2.57
feb-20	72,486,801	\$ 182,118,236	\$2.51
mar-20	65,674,795	\$ 160,411,010	\$2.44
abr-20	104,355,171	\$ 255,969,559	\$2.45
may-20	116,118,496	\$ 280,681,662	\$2.42
jun-20	59,704,191	\$ 138,239,141	\$2.32
jul-20	19,161,736	\$ 42,909,142	\$2.24
ago-20	28,641,838	\$ 62,584,112	\$2.19
sep-20	47,621,175	\$ 105,607,836	\$2.22
oct-20	74,705,895	\$ 174,180,409	\$2.33
nov-20	94,827,072	\$ 219,681,619	\$2.32
dic-20	38,705,785	\$ 84,833,594	\$2.19
ene-21	28,105,055	\$ 60,767,927	\$2.16
feb-21	42,173,559	\$ 91,367,062	\$2.17
mar-21	55,811,552	\$ 125,475,332	\$2.25

Mes	Libras	Dólares	Precio Prom.
abr-21	82,033,285	\$ 192,890,645	\$2.35
may-21	69,258,762	\$ 169,101,630	\$2.44
jun-21	72,877,151	\$ 193,337,526	\$2.65
jul-21	70,993,200	\$ 191,706,900	\$2.70
ago-21	74,656,579	\$ 205,728,370	\$2.76
sep-21	90,776,970	\$ 263,578,800	\$2.90
oct-21	74,953,197	\$ 227,220,340	\$3.03
nov-21	102,235,793	\$ 306,553,894	\$3.00

Nota. Tomado de la Cámara Nacional de Acuicultura. (2021). Camarón – Reporte de Exportaciones Ecuatorianas Totales. Estadísticas.

Para rechazar o no rechazar la hipótesis planteada se utilizará un modelo de series de tiempo que permitirá conocer el pronóstico de las ventas en términos de exportaciones de camarón ecuatoriano hasta el mercado chino desde el 2022 hasta el 2025 por medio de forecast. Para poder realizar dicho pronóstico se utilizará como base un modelo de regresión lineal simple, el mismo que se explicará a continuación:

Tabla 14

Resultados del Modelo de Regresión Lineal Simple

Model 3: OLS, using observations 2016:01-2021:11 (T = 71)

Dependent variable: Libras

	<i>Coefficient</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t-ratio</i>	<i>p-value</i>	
const	-2.09829e+07	9.22765e+06	-2.274	0.0267	**
time	1.39697e+06	120946	11.55	<0.0001	***
dm2	2.76138e+06	1.19247e+07	0.2316	0.8177	
dm3	4.81705e+06	1.19265e+07	0.4039	0.6878	

dm4	1.52943e+07	1.19296e+07	1.282	0.2049
dm5	1.62799e+07	1.19339e+07	1.364	0.1778
dm6	8.14609e+06	1.19394e+07	0.6823	0.4978
dm7	55854.1	1.19462e+07	0.004675	0.9963
dm8	-606111	1.19541e+07	-0.05070	0.9597
dm9	2.53919e+06	1.19633e+07	0.2122	0.8327
dm10	5.25379e+06	1.19737e+07	0.4388	0.6625
dm11	1.62916e+07	1.19853e+07	1.359	0.1793
dm12	-1.13067e+06	1.25207e+07	-0.09030	0.9284

Mean dependent var	35214156	S.D. dependent var	35143102
Sum squared resid	2.47e+16	S.E. of regression	20653130
R-squared	0.713832	Adjusted R-squared	0.654624
F(12, 58)	12.05649	P-value(F)	9.64e-12
Log-likelihood	-1289.445	Akaike criterion	2604.890
Schwarz criterion	2634.305	Hannan-Quinn	2616.587
rho	0.712016	Durbin-Watson	0.560167

En base a los resultados obtenidos del modelo de la regresión lineal simple, se puede determinar que:

Los asteriscos indican el nivel de significancia de las pruebas estadísticas en términos de apoyo a la teoría investigada, en este caso los tres asteriscos muestran que el modelo es significativo de acuerdo a los datos utilizados.

En lo referente al R-cuadrado, se puede observar un modelo robusto de 0.713832. El R-cuadrado o coeficiente de correlación comprende aquella medida estadística en donde se maneja desde el -1 hasta el 1 que indica que mientras más alejado esté de 0 más robustez presenta el modelo. En otras palabras, es relevante destacar que mientras más cercano a 1 sea el valor del R-cuadrado, mayor es el ajuste de las estimaciones del modelo a la variable que se busca explicar, lo que podría traducirse en una mayor fiabilidad.

En esta situación, el valor obtenido del R-cuadrado demuestra que en un 71% los resultados de las negociaciones de empresas ecuatorianas exportadoras de camarón con el mercado chino (variable dependiente) se explica por el tiempo de las negociaciones de empresas ecuatorianas exportadoras de camarón con el mercado chino (variable independiente).

Por lo que se refiere al valor p, este se entiende como una medida de probabilidad que ayuda a determinar la importancia de los resultados en relación con la hipótesis nula. El nivel de significancia estadística suele expresarse como un valor p entre 0 y 1. Cuando el valor p es >0.05 , la hipótesis nula planteada se considera no rechazada, por el contrario, con un valor p <0.05 , la hipótesis nula se rechaza (Molina, 2017, p. 377-381). Por tanto, en el caso del modelo desarrollado se evidencia que el valor p obtenido es 0.0267, es decir, un valor p inferior a 0.05, por ello no se rechaza la hipótesis de investigación.

Por otro lado, si se observan los criterios Hannan-Quinn, Akaike y Schwarz, los tres presentan valores similares, lo cual significa que no hay error en los datos, es decir, son datos compatibles. Por Hanna-Quinn se entiende el criterio más idóneo para la selección de un modelo entre una infinidad de modelos para determinar el que tenga mejor ajuste (Mohamad, 2017). Por su parte, el criterio Akaike mide el desajuste entre una distribución hipotética y una distribución teórica, por tanto, si el número de los parámetros aumenta el AIC también lo hará, por ello se escoge aquel modelo que tenga el valor más bajo (Jimenez, 2018). Por último, el criterio Schwarz o criterio Bayesiano es un método en el cual se utiliza la suma de los cuadrados para determinar el mejor modelo (Rodó, 2020).

White's test for heteroskedasticity -

Null hypothesis: heteroskedasticity not present

Test statistic: $LM = 17.7207$

with p-value = $P(\text{Chi-square}(13) > 17.7207) = 0.168417$

De igual forma, mediante la prueba de White se pudo determinar que el modelo no presenta heterocedasticidad, lo que significa que tiene homogeneidad. Es esencial destacar que cuando se habla de heterocedasticidad se entiende por la misma que hay constancia de una dispersión reducida.

Test for normality of residual -

Null hypothesis: error is normally distributed

Test statistic: $\text{Chi-square}(2) = 1.84129$

with p-value = 0.398263

Asimismo, el test de normalidad para los residuos no presenta datos erróneos. Si se observa el valor p que se obtuvo (0.398263), se puede determinar que la hipótesis de investigación, la cual no se rechaza, indica que el error se encuentra distribuido con normalidad, es decir, cumple con una distribución normal. Es esta normalidad la que posibilita la estimación de intervalos de confianza tanto para regresión como para predicción; caso contrario las pruebas de hipótesis junto a los intervalos se considerarían inválidos.

RESET test for specification -

Null hypothesis: specification is adequate

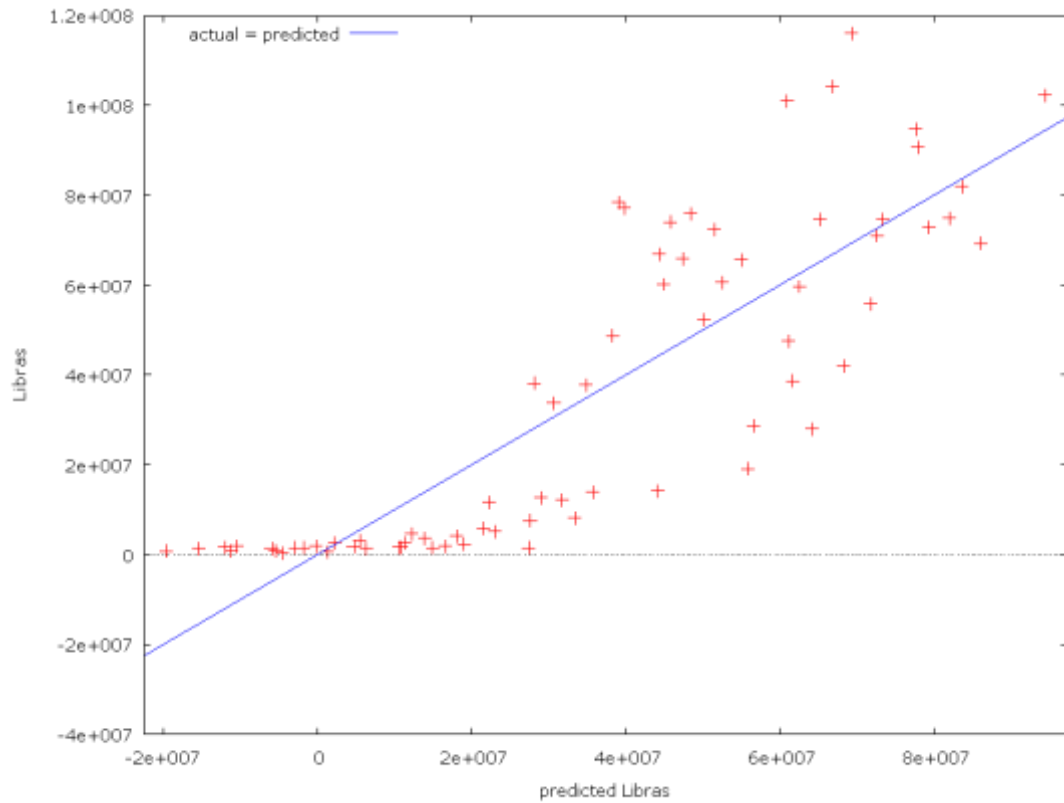
Test statistic: $F(2, 56) = 3.90169$

with p-value = $P(F(2, 56) > 3.90169) = 0.0759203$

Por último, en lo concerniente a la prueba de especificación, se puede señalar que la misma es adecuada o correcta, lo que a su vez se puede traducir en que el modelo no es inconsistente, ni se encuentra sesgado.

Figura 13

Gráfico de dispersión de Libras vs Predicción de Libras

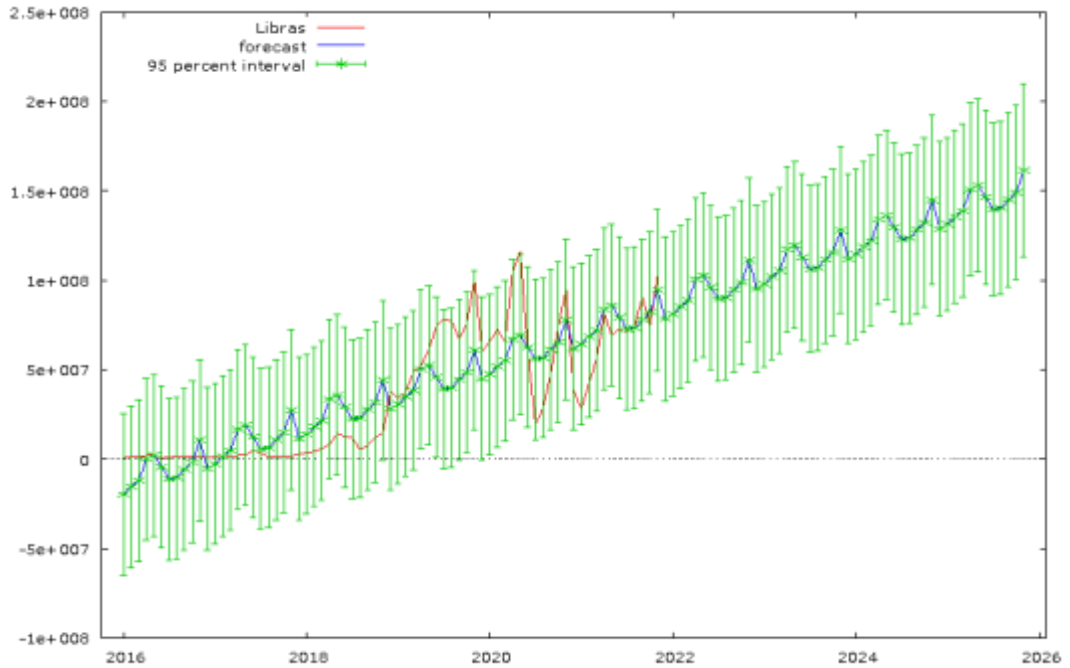


Los gráficos de dispersión son utilizados para indagar la intensidad o relación que guardan las variables numéricas. En donde el eje X se entiende como variable independiente y el eje Y por variable dependiente (ConexionEsan, 2019). Una vez que se construye este gráfico se procede a realizar el análisis de la dispersión de los datos para poder determinar la relación que existe entre las variables establecidas. En el caso presentado se muestra una recta de regresión la cual presenta un conjunto de datos para comprobar las variables de las libras actuales con las libras a predecir.

De acuerdo con el gráfico se puede observar que existe una correlación robusta que va de acuerdo al R cuadrado explicado.

Figura 14

Forecast 2022-2025



For 95% confidence intervals, $t(58, 0.025) = 2.002$

Tabla 15

Predicción de forecast

Obs	Libras	prediction	std. error	95% interval
2016:01	818797.	-1.95859e+007	2.26011e+007	(-6.48269e+007, 2.56551e+007)
2016:02	1.37172e+006	-1.54276e+007	2.26011e+007	(-6.06685e+007, 2.98134e+007)
2016:03	1.75951e+006	-1.19749e+007	2.26011e+007	(-5.72159e+007, 3.32661e+007)
2016:04	1.94911e+006	-100752.	2.26011e+007	(-4.53417e+007, 4.51402e+007)
2016:05	2.61556e+006	2.28185e+006	2.26011e+007	(-4.29591e+007, 4.75228e+007)
2016:06	461648.	-4.45499e+006	2.26011e+007	(-4.96960e+007, 4.07860e+007)
2016:07	915580.	-1.11483e+007	2.26011e+007	(-5.63892e+007, 3.40927e+007)
2016:08	1.88010e+006	-1.04133e+007	2.26011e+007	(-5.56542e+007, 3.48277e+007)

Obs	Libras	prediction	std. error	95% interval
2016:09	1.48570e+006	-5.87099e+006	2.26011e+007	(-5.11120e+007, 3.93700e+007)
2016:10	1.55536e+006	-1.75943e+006	2.26011e+007	(-4.70004e+007, 4.34816e+007)
2016:11	1.66140e+006	1.06754e+007	2.26011e+007	(-3.45656e+007, 5.59164e+007)
2016:12	958240.	-5.34996e+006	2.28098e+007	(-5.10088e+007, 4.03089e+007)
2017:01	1.55338e+006	-2.82232e+006	2.24139e+007	(-4.76886e+007, 4.20440e+007)
2017:02	790357.	1.33603e+006	2.24139e+007	(-4.35303e+007, 4.62023e+007)
2017:03	1.74937e+006	4.78867e+006	2.24139e+007	(-4.00776e+007, 4.96550e+007)
2017:04	2.01613e+006	1.66628e+007	2.24139e+007	(-2.82035e+007, 6.15291e+007)
2017:05	2.33227e+006	1.90454e+007	2.24139e+007	(-2.58209e+007, 6.39117e+007)
2017:06	4.82504e+006	1.23086e+007	2.24139e+007	(-3.25577e+007, 5.71749e+007)
2017:07	3.29304e+006	5.61533e+006	2.24139e+007	(-3.92510e+007, 5.04816e+007)
2017:08	1.37567e+006	6.35033e+006	2.24139e+007	(-3.85160e+007, 5.12166e+007)
2017:09	1.72093e+006	1.08926e+007	2.24139e+007	(-3.39737e+007, 5.57589e+007)
2017:10	1.54588e+006	1.50042e+007	2.24139e+007	(-2.98622e+007, 5.98705e+007)
2017:11	1.54456e+006	2.74390e+007	2.24139e+007	(-1.74273e+007, 7.23053e+007)
2017:12	2.80045e+006	1.14136e+007	2.26709e+007	(-3.39671e+007, 5.67943e+007)
2018:01	3.64556e+006	1.39413e+007	2.23197e+007	(-3.07365e+007, 5.86191e+007)
2018:02	4.27675e+006	1.80996e+007	2.23197e+007	(-2.65782e+007, 6.27774e+007)
2018:03	5.84225e+006	2.15523e+007	2.23197e+007	(-2.31255e+007, 6.62300e+007)

Obs	Libras	prediction	std. error	95% interval
2018:04	8.17143e+006	3.34264e+007	2.23197e+007	(-1.12514e+007, 7.81042e+007)
2018:05	1.41120e+007	3.58090e+007	2.23197e+007	(-8.86877e+006, 8.04868e+007)
2018:06	1.28086e+007	2.90722e+007	2.23197e+007	(-1.56056e+007, 7.37500e+007)
2018:07	1.17581e+007	2.23789e+007	2.23197e+007	(-2.22989e+007, 6.70567e+007)
2018:08	5.25362e+006	2.31139e+007	2.23197e+007	(-2.15639e+007, 6.77917e+007)
2018:09	7.59823e+006	2.76562e+007	2.23197e+007	(-1.70216e+007, 7.23340e+007)
2018:10	1.21966e+007	3.17677e+007	2.23197e+007	(-1.29100e+007, 7.64455e+007)
2018:11	1.42738e+007	4.42026e+007	2.23197e+007	(-475229., 8.88804e+007)
2018:12	3.82214e+007	2.81772e+007	2.26244e+007	(-1.71104e+007, 7.34648e+007)
2019:01	3.39371e+007	3.07049e+007	2.23197e+007	(-1.39729e+007, 7.53827e+007)
2019:02	3.77893e+007	3.48632e+007	2.23197e+007	(-9.81459e+006, 7.95410e+007)
2019:03	4.87668e+007	3.83158e+007	2.23197e+007	(-6.36196e+006, 8.29936e+007)
2019:04	5.23242e+007	5.01900e+007	2.23197e+007	(5.51221e+006, 9.48678e+007)
2019:05	6.07078e+007	5.25726e+007	2.23197e+007	(7.89482e+006, 9.72504e+007)
2019:06	7.40472e+007	4.58358e+007	2.23197e+007	(1.15798e+006, 9.05136e+007)
2019:07	7.84426e+007	3.91425e+007	2.23197e+007	(-5.53529e+006, 8.38203e+007)
2019:08	7.71665e+007	3.98775e+007	2.23197e+007	(-4.80029e+006, 8.45553e+007)
2019:09	6.70249e+007	4.44198e+007	2.23197e+007	(-258025., 8.90976e+007)
2019:10	7.59403e+007	4.85313e+007	2.23197e+007	(3.85354e+006, 9.32091e+007)

Obs	Libras	prediction	std. error	95% interval
2019:11	1.00964e+008	6.09662e+007	2.23197e+007	(1.62884e+007, 1.05644e+008)
2019:12	6.02002e+007	4.49408e+007	2.26709e+007	(-439882., 9.03215e+007)
2020:01	6.58785e+007	4.74684e+007	2.24139e+007	(2.60213e+006, 9.23348e+007)
2020:02	7.24868e+007	5.16268e+007	2.24139e+007	(6.76048e+006, 9.64931e+007)
2020:03	6.56748e+007	5.50794e+007	2.24139e+007	(1.02131e+007, 9.99457e+007)
2020:04	1.04355e+008	6.69536e+007	2.24139e+007	(2.20873e+007, 1.11820e+008)
2020:05	1.16118e+008	6.93362e+007	2.24139e+007	(2.44699e+007, 1.14203e+008)
2020:06	5.97042e+007	6.25994e+007	2.24139e+007	(1.77331e+007, 1.07466e+008)
2020:07	1.91617e+007	5.59061e+007	2.24139e+007	(1.10398e+007, 1.00772e+008)
2020:08	2.86418e+007	5.66411e+007	2.24139e+007	(1.17748e+007, 1.01507e+008)
2020:09	4.76212e+007	6.11834e+007	2.24139e+007	(1.63170e+007, 1.06050e+008)
2020:10	7.47059e+007	6.52949e+007	2.24139e+007	(2.04286e+007, 1.10161e+008)
2020:11	9.48271e+007	7.77297e+007	2.24139e+007	(3.28634e+007, 1.22596e+008)
2020:12	3.87058e+007	6.17044e+007	2.28098e+007	(1.60456e+007, 1.07363e+008)
2021:01	2.81051e+007	6.42320e+007	2.26011e+007	(1.89910e+007, 1.09473e+008)
2021:02	4.21736e+007	6.83904e+007	2.26011e+007	(2.31494e+007, 1.13631e+008)
2021:03	5.58116e+007	7.18430e+007	2.26011e+007	(2.66020e+007, 1.17084e+008)
2021:04	8.20333e+007	8.37172e+007	2.26011e+007	(3.84762e+007, 1.28958e+008)
2021:05	6.92588e+007	8.60998e+007	2.26011e+007	(4.08588e+007, 1.31341e+008)

Obs	Libras	prediction	std. error	95% interval
2021:06	7.28772e+007	7.93629e+007	2.26011e+007	(3.41220e+007, 1.24604e+008)
2021:07	7.09932e+007	7.26697e+007	2.26011e+007	(2.74287e+007, 1.17911e+008)
2021:08	7.46566e+007	7.34047e+007	2.26011e+007	(2.81637e+007, 1.18646e+008)
2021:09	9.07770e+007	7.79469e+007	2.26011e+007	(3.27060e+007, 1.23188e+008)
2021:10	7.49532e+007	8.20585e+007	2.26011e+007	(3.68175e+007, 1.27299e+008)
2021:11	1.02236e+008	9.44933e+007	2.26011e+007	(4.92523e+007, 1.39734e+008)
2021:12	undefined	7.84680e+007	2.30395e+007	(3.23493e+007, 1.24587e+008)
2022:01	undefined	8.09956e+007	2.28790e+007	(3.51984e+007, 1.26793e+008)
2022:02	undefined	8.51540e+007	2.28790e+007	(3.93567e+007, 1.30951e+008)
2022:03	undefined	8.86066e+007	2.28790e+007	(4.28094e+007, 1.34404e+008)
2022:04	undefined	1.00481e+008	2.28790e+007	(5.46835e+007, 1.46278e+008)
2022:05	undefined	1.02863e+008	2.28790e+007	(5.70661e+007, 1.48661e+008)
2022:06	undefined	9.61265e+007	2.28790e+007	(5.03293e+007, 1.41924e+008)
2022:07	undefined	8.94333e+007	2.28790e+007	(4.36360e+007, 1.35231e+008)
2022:08	undefined	9.01683e+007	2.28790e+007	(4.43710e+007, 1.35966e+008)
2022:09	undefined	9.47105e+007	2.28790e+007	(4.89133e+007, 1.40508e+008)
2022:10	undefined	9.88221e+007	2.28790e+007	(5.30248e+007, 1.44619e+008)
2022:11	undefined	1.11257e+008	2.28790e+007	(6.54597e+007, 1.57054e+008)
2022:12	undefined	9.52316e+007	2.33573e+007	(4.84768e+007, 1.41986e+008)

Obs	Libras	prediction	std. error	95% interval
2023:01	undefined	9.77592e+007	2.32443e+007	(5.12306e+007, 1.44288e+008)
2023:02	undefined	1.01918e+008	2.32443e+007	(5.53890e+007, 1.48446e+008)
2023:03	undefined	1.05370e+008	2.32443e+007	(5.88416e+007, 1.51899e+008)
2023:04	undefined	1.17244e+008	2.32443e+007	(7.07158e+007, 1.63773e+008)
2023:05	undefined	1.19627e+008	2.32443e+007	(7.30984e+007, 1.66156e+008)
2023:06	undefined	1.12890e+008	2.32443e+007	(6.63615e+007, 1.59419e+008)
2023:07	undefined	1.06197e+008	2.32443e+007	(5.96683e+007, 1.52725e+008)
2023:08	undefined	1.06932e+008	2.32443e+007	(6.04033e+007, 1.53460e+008)
2023:09	undefined	1.11474e+008	2.32443e+007	(6.49455e+007, 1.58003e+008)
2023:10	undefined	1.15586e+008	2.32443e+007	(6.90571e+007, 1.62114e+008)
2023:11	undefined	1.28021e+008	2.32443e+007	(8.14919e+007, 1.74549e+008)
2023:12	undefined	1.11995e+008	2.37597e+007	(6.44350e+007, 1.59555e+008)
2024:01	undefined	1.14523e+008	2.36931e+007	(6.70959e+007, 1.61950e+008)
2024:02	undefined	1.18681e+008	2.36931e+007	(7.12542e+007, 1.66108e+008)
2024:03	undefined	1.22134e+008	2.36931e+007	(7.47069e+007, 1.69561e+008)
2024:04	undefined	1.34008e+008	2.36931e+007	(8.65810e+007, 1.81435e+008)
2024:05	undefined	1.36391e+008	2.36931e+007	(8.89636e+007, 1.83817e+008)
2024:06	undefined	1.29654e+008	2.36931e+007	(8.22268e+007, 1.77081e+008)
2024:07	undefined	1.22960e+008	2.36931e+007	(7.55335e+007, 1.70387e+008)

Obs	Libras	prediction	std. error	95% interval
2024:08	undefined	1.23695e+008	2.36931e+007	(7.62685e+007, 1.71122e+008)
2024:09	undefined	1.28238e+008	2.36931e+007	(8.08108e+007, 1.75665e+008)
2024:10	undefined	1.32349e+008	2.36931e+007	(8.49224e+007, 1.79776e+008)
2024:11	undefined	1.44784e+008	2.36931e+007	(9.73572e+007, 1.92211e+008)
2024:12	undefined	1.28759e+008	2.42424e+007	(8.02323e+007, 1.77285e+008)
2025:01	undefined	1.31286e+008	2.42207e+007	(8.28035e+007, 1.79769e+008)
2025:02	undefined	1.35445e+008	2.42207e+007	(8.69618e+007, 1.83928e+008)
2025:03	undefined	1.38897e+008	2.42207e+007	(9.04144e+007, 1.87380e+008)
2025:04	undefined	1.50772e+008	2.42207e+007	(1.02289e+008, 1.99254e+008)
2025:05	undefined	1.53154e+008	2.42207e+007	(1.04671e+008, 2.01637e+008)
2025:06	undefined	1.46417e+008	2.42207e+007	(9.79344e+007, 1.94900e+008)
2025:07	undefined	1.39724e+008	2.42207e+007	(9.12411e+007, 1.88207e+008)
2025:08	undefined	1.40459e+008	2.42207e+007	(9.19761e+007, 1.88942e+008)
2025:09	undefined	1.45001e+008	2.42207e+007	(9.65184e+007, 1.93484e+008)
2025:10	undefined	1.49113e+008	2.42207e+007	(1.00630e+008, 1.97596e+008)
2025:11	undefined	1.61548e+008	2.42207e+007	(1.13065e+008, 2.10031e+008)

De acuerdo al modelo de series de tiempo representado en la figura 14, se puede inferir que las exportaciones ecuatorianas de camarón hacia el mercado chino se mantendrán desde el año 2022 hasta el año 2025, con cierto decrecimiento en algunos momentos durante este mismo período. Por tal motivo, es preciso que se tomen las acciones correspondientes para mejorar los aspectos que, según los empresarios del sector

camaronero, más afectan las relaciones comerciales con el gigante asiático. Como se mencionó en el capítulo anterior, el alto poder de negociación de China dada su situación actual, la falta de conocimiento cultural sobre el mercado chino y las restricciones arancelarias para las partidas de productos ecuatorianos son los principales obstáculos que han sido detectados por los empresarios del sector.

En este contexto, para mitigar los obstáculos detectados y asegurar la conservación e incremento de las exportaciones de camarón, de acuerdo al forecast hasta el año 2025, será necesario que los negociadores ecuatorianos dominen sus conocimientos sobre las ventajas y bondades del camarón como herramienta para debilitar el poder de negociación de China, formar a dichos negociadores en materia de competencias culturales para fortalecer su conocimiento en este ámbito, y el gobierno deberá contar con la voluntad política para suscribir un acuerdo de cooperación o un tratado de libre comercio con dicho país, siendo uno de sus principales propósitos la eliminación parcial o total de barreras arancelarias.

En conclusión, se debe indicar que la cultura si impacta en el resultado de las negociaciones de Ecuador con China, dado que si bien es cierto las relaciones comerciales con el país asiático son constantes, de acuerdo con el modelo de series de tiempo, se precisa tomar acciones en este sentido para conservar e incrementar el flujo comercial hacia dicho mercado.

Conclusiones

- China comprende uno de los principales socios comerciales para el Ecuador, siendo el camarón ecuatoriano uno de los principales productos exportados hacia dicho mercado. La demanda del producto ecuatoriano en este país ha aumentado con el paso de los últimos años, fortaleciendo así las relaciones comerciales, pese a no alcanzar en la actualidad algún acuerdo comercial formal. El camarón ecuatoriano ha llegado a obtener un gran reconocimiento por su calidad, frescura y sabor a nivel mundial en los diferentes mercados; logrando superar el impacto económico que ocasionó la pandemia Covid-19 al sector camaronero.
- Las diferencias culturales que existen entre los diferentes países alrededor del mundo suponen una barrera en distintos ámbitos de la vida de un individuo, como por ejemplo la comunicación, el desarrollo de relaciones personales y profesionales, la negociación, entre otros. En otras palabras, estas desigualdades y similitudes entre culturas repercuten en gran medida en el crecimiento social, económico y conductual de las personas. Sin embargo, es un hecho que si una de las partes contribuye a que se dé un intercambio y enriquecimiento cultural propicio podría generarse un nivel de interacción efectivo entre las partes.
- Las relaciones comerciales entre China y Ecuador han prosperado con el paso de los años a pesar de las discrepancias a nivel cultural que existen entre ambas naciones, puesto que se han logrado alcanzar con éxito un sinnúmero de intercambios comerciales siendo evidencia de ello el crecimiento de las exportaciones del camarón a este país. Sin embargo, factores como el nivel de poder de negociación que posee el gigante asiático e incluso las diversas restricciones al comercio actuales suponen obstáculos a la hora de negociar.
- En base al modelo desarrollado, se puede concluir que la cultura sí impacta en el resultado de las negociaciones del sector camaronero entre Ecuador y China. Además, las relaciones comerciales entre ambos se mantendrán constantes hasta el 2025 a pesar de los obstáculos detectados por los empresarios. Sin

embargo, se menciona que de tomar acciones referentes a la formación de los negociadores en el aspecto cultural y en la suscripción de un acuerdo de cooperación las exportaciones de camarón pueden mantenerse e incluso incrementar su flujo comercial.

Recomendaciones

- Las organizaciones deberían tomar en consideración el aspecto cultural al momento de realizar negociaciones con socios comerciales provenientes del extranjero, mejorando así la posibilidad de obtener un resultado favorable.
- Realización de los esfuerzos necesarios con el fin de lograr establecer un acuerdo comercial con China, con la finalidad que el gobierno ecuatoriano logre reducir de manera parcial o total los aranceles de la oferta exportable nacional otorgando principal enfoque al camarón.
- Capacitación y formación de los negociadores que representan el gremio empresarial por medio de un protocolo de negociación internacional con el objetivo de que sean capacitados en el ámbito cultural y estén preparados ante cualquier situación o choque cultural que pueda llegar a presentarse.
- Preparación y ejecución de foros o charlas en donde el tema principal se enfocará en brindar información sobre las relaciones comerciales de Ecuador con China y como estas son un papel clave para el desarrollo económico, impulsado por la Cámara de Comercio Chino y demás instituciones que promueven los aspectos culturales.

Referencias

- Altarejos, F. (2003). *Del relativismo cultural al etnocentrismo*. Del relativismo cultural al etnocentrismo. Recuperado noviembre 07, 2021, de <https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/8283/1/Estudios%20Eb.pdf>
- Amat, J. (2016, junio). *Correlación lineal y Regresión lineal simple*. Cienciadedatos.net. Recuperado enero 17, 2022, de https://www.cienciadedatos.net/documentos/24_correlacion_y_regresion_lineal
- Baldwin, R. E., & Forslid, R. (2006, abril). Trade Liberalization with Heterogenous Firms. *National Bureau of Economic Research, Inc, 12192*, 1-23. <https://econpapers.repec.org/paper/nbrnberwo/12192.htm>
- Banco Central del Ecuador. (2020, diciembre). *Información Estadística Mensual*. Información Económica. Recuperado 2021, de <https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>
- Bernard, A. B., Jensen, J. B., & Lawrence, R. Z. (1995). Exporters, Jobs, and Wages in U.S. Manufacturing: 1976-1987. *Brookings Papers on Economic Activity. Microeconomics, 1995*, 67-119. <https://doi.org/10.2307/2534772>
- Bernard, A. B., Jensen, J. B., Redding, S. J., & Schott, P. K. (2007, verano). Firms in International Trade. *Journal of Economic Perspectives, 21(3)*, 105-130. <https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.21.3.105>
- Bernard, A. B., Redding, S. J., & Schott, P. K. (2007, febrero 1). Comparative Advantage and Heterogeneous Firms. *The Review of Economic Studies, 74(1)*, 31-66. <https://doi.org/10.1111/j.1467-937X.2007.00413.x>
- Bowen, H. P., Leamer, E. E., & Sveikauskas, L. (1987, diciembre). Multicountry, Multifactor Tests of the Factor Abundance Theory. *The American Economic Review, 77(5)*, 791-809. Explore JSTOR. <https://www.jstor.org/stable/1810209>

- Brander, J. A., & Krugman, P. (1983, agosto). A 'Reciprocal Dumping' Model of International Trade. *National Bureau of Economic Research*, (1194), 2-13. https://www.nber.org/system/files/working_papers/w1194/w1194.pdf
- Cáceres, W. (2013, Julio 13). Las exportaciones y el crecimiento económico en Colombia 1994-2010. *Apuntes del CENES*, 32(56), 53-80. 0120-3053
- Cámara Nacional de Acuacultura. (2018, noviembre 8). *¿Sabe que camarón está comiendo? Mejor compruebe que sea confiable, trazable y libre de antibióticos*. Cámara Nacional de Acuacultura. Recuperado noviembre 30, 2021, de <https://www.cna-ecuador.com/sabe-que-camaron-esta-comiendo-mejor-compruebe-que-sea-confiable-trazable-y-libre-de-antibioticos/>
- Cámara Nacional de Acuacultura. (2021, febrero). La industria camaronera ecuatoriana y sus oportunidades en el mercado. *Aquacultura*, (139), 8-11. <https://issuu.com/revista-cna/docs/edicion139>
- Cámara Nacional de Acuacultura. (2021, septiembre). *Camarón – Reporte de Exportaciones Ecuatorianas Totales*. Estadísticas. Recuperado octubre 23, 2021, de <https://www.cna-ecuador.com/estadisticas/>
- Cámara Nacional de Acuacultura. (2021, septiembre 2). *Exportadores apoyan acercamiento entre Ecuador y China*. Cámara Nacional de Acuacultura. Recuperado noviembre 25, 2021, de <https://www.cna-ecuador.com/exportadores-apoyan-acercamiento-entre-ecuador-y-china/>
- Cámara Nacional de Acuacultura. (2021, octubre). *Estadísticas – Cámara Nacional de Acuacultura*. Cámara Nacional de Acuacultura. Recuperado noviembre 23, 2021, de <https://www.cna-ecuador.com/estadisticas/>
- Chalén Robles, A. L. (2021, febrero 23). *Estudio de la competitividad del camarón ecuatoriano en el mercado internacional en los últimos 5 años*. Repositorio UCSG.

Recuperado noviembre 27, 2021, de

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/16287>

Chellameena, A. S., & AmrithaRajan, S. D. (2014, julio). Cultural Competence. *Shanlax International Journal of Management*, 2(1), 65-69.

http://www.shanlaxjournals.in/pdf/MGT/V2N1/MGT_V2_N1_008.pdf

ConexionEsan. (2019, octubre 25). *Diagrama de dispersión: ¿cómo usar esta herramienta de control de calidad?* Recuperado enero 21, 2022, de

<https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2019/10/diagrama-de-dispersion-como-usar-esta-herramienta-de-control-de-calidad/>

Corral, F. (2020, julio 28). Ecuador ratifica acuerdo comercial con Reino Unido de Gran Bretaña. *El Universo*.

<https://www.eluniverso.com/noticias/2020/07/28/nota/7921851/ecuador-lenin-moreno-acuerdo-comercial-reino-unido-gran-bretana/>

Creswell, J. W. (2003). *Research design* (2nd ed.). SAGE Publications.

Cuéllar-Anjel, J. (2013, Agosto). *Síndrome de Taura*. Síndrome de Taura. Recuperado noviembre 25, 2021, de <https://www.cfsph.iastate.edu/Factsheets/es/taura-syndrome-es.pdf>

Datos Macro. (2020). *Descienden las exportaciones en Ecuador*. Recuperado noviembre 19, 2021, de <https://datosmacro.expansion.com/comercio/exportaciones/ecuador>

DeAngelis, T. (2015, marzo). In search of cultural competence. *Monitor on Psychology*, 46(3), 64. <https://www.apa.org/monitor/2015/03/cultural-competence>

El Universo. (2018, mayo 13). Mayor ingreso de productos a Estados Unidos como Nación Más Favorecida. *El Universo*.

<https://www.eluniverso.com/noticias/2018/05/13/nota/6756681/mayor-ingreso-como-nacion-mas-favorecida/>

- Esterkin, J. (2007, mayo 7). *Culturas de Alto Contexto y Culturas de Bajo Contexto*.
Recuperado diciembre 7, 2021, de <https://iaap.wordpress.com/2007/05/07/culturas-de-alto-contexto-y-culturas-de-bajo-contexto/>
- Federación Ecuatoriana de Exportadores. (2021, octubre). *Reporte Estadístico de Comercio Exterior*. Fedexpor. <https://www.fedexpor.com/reportes-estadisticos/>
- Food and Agriculture Organization. (2005). *FAO Fisheries & Aquaculture - Visión general del sector acuícola nacional - Ecuador*. Food and Agriculture Organization of the United Nations. Recuperado noviembre 19, 2021, de https://www.fao.org/fishery/countrysector/naso_ecuador/es
- Glover, J., & Friedman, H. L. (2015). *Transcultural Competence: Navigating Cultural Differences in the Global Community* (1st ed.). American Psychological Association. <https://www.apa.org/pubs/books/Transcultural-Competence-Series-Forward-and-Ch1-Sample.pdf>
- González, R. (2011, enero-febrero). Diferentes Teorías del Comercio Internacional. *ICE: Revista de economía*, (858), 103-118. <https://www.guao.org/sites/default/files/biblioteca/Diferentes-teorias-del-comercio-intenacional.pdf>
- Goodenough, W. H. (1976, noviembre). Multiculturalism as the Normal Human Experience. *Anthropology & Education Quarterly*, 7(4), 4-7. <https://www.jstor.org/stable/3216509>
- Haberler, G. V. (1936). *The Theory of International Trade* (1st ed.).
- Hall, E. T. (1976). *Beyond Culture* (1st ed.). Anchor Books/ Doubleday. https://monoskop.org/images/6/60/Hall_Edward_T_Beyond_Culture.pdf

- Harrison, L. E., & Huntington, S. P. (2000). *La Cultura Importa*. The National Affairs, Inc.
http://gedeon.org.gt/es/blog/wp-content/uploads/2015/09/La-Cultura-Importa_L.Harrison.pdf
- Hastie, T., Tibshirani, R., James, G., & Witten, D. (2013). *An Introduction to Statistical Learning: With Applications in R* (G. James, Ed.; 1st ed.). Springer New York.
- Hofstede, G. (2011, diciembre 1). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1), 3-26.
<https://doi.org/10.9707/2307-0919.1014>
- Instituto Público de Investigación de Acuicultura y Pesca. (2021). *Camarón – IPIAP – Instituto Público de Investigación de Acuicultura y Pesca*. Instituto Nacional de Pesca. Recuperado noviembre 19, 2021, de
<https://www.institutopesca.gob.ec/camaron/>
- International Insurance Student. (n.d.). *¿Qué es el Choque Cultural?* Recuperado octubre 26, 2021, de <https://www.internationalstudentinsurance.com/espanol/explicado/salud-mental/choque-cultural/que-es-el-choque-cultural.php>
- Izaquita, N. Y., & Rodríguez, F. A. (2012, febrero 02). *Importancia de la cultura en los negocios internacionales*. UTADEO. Recuperado noviembre 07, 2021, de <http://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/handle/20.500.12010/1703>
- Jablonska, J. (2019, noviembre 12). *In Ecuador, sustainable shrimp for a sustainable future*. IBM. Recuperado noviembre 30, 2021, de <https://www.ibm.com/case-studies/sustainable-shrimp-partnership/>
- Jiménez, F., & Lahura, E. (1998). La nueva teoría del comercio internacional. *Departamento de Economía - Pontificia Universidad Católica del Perú*, (149), 1-120.
<http://files.pucp.edu.pe/departamento/economia/DDD149.pdf>

- Jimenez, L. A. (2018). *Criterio de Akaike para la selección de modelos con transformaciones*. Universidad Santo Tomas. Recuperado enero 21, 2022, de <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/12544>
- Kaldor, N. (1976, diciembre). Inflation and Recession in the World Economy. *The Economic Journal*, 86(344), 703-714. <https://doi.org/10.2307/2231447>
- Krugman, P. R. (1979, noviembre). Increasing returns, monopolistic competition, and international trade. *Journal of International Economics*, 9(4), 469-479. [https://doi.org/10.1016/0022-1996\(79\)90017-5](https://doi.org/10.1016/0022-1996(79)90017-5)
- Krugman, P. R., & Obstfeld, M. (2006). *Economía Internacional: Teoría y política* (7th ed.). Pearson Education. <https://fad.unsa.edu.pe/bancayseguros/wp-content/uploads/sites/4/2019/03/Krugman-y-Obstfeld-2006-Economia-Internacional.pdf>
- Legiscomex. (2021). *Cultura de Negocios con China*. Legiscomex. Recuperado diciembre 21, 2021, de <https://www.legiscomex.com/Documentos/cultura-negocios-china-rci308>
- Legis Editores S.A. (2015, diciembre 2). *Inteligencia de Mercados – Cultura de negocios con Ecuador*. Legiscomex. Recuperado diciembre 29, 2021, de <https://www.legiscomex.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/cultura-negocios-ecuador-final.pdf>
- Leontief, W. (1953, septiembre 28). Domestic Production and Foreign Trade; The American Capital Position Re-Examined. *Proceedings of the American Philosophical Society*, 97(4), 332 -349. <https://www.jstor.org/stable/3149288>
- Llamazares García-Lomas, O. (2015). *Negociación Internacional*. Global Marketing Strategies. <https://www.globalnegotiator.com/es/negociacion-internacional>

Mayorga, J. Z., & Martínez, C. (2018, marzo 18). Paul Krugman y el nuevo comercio internacional. *Criterio Libre*, 6(8), 73-86.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4547087>

Maza Solórzano, C. L. (2016). *Estudio de factibilidad para la introducción de Shrimps en el mercado este y oeste (USA)*. <http://201.159.223.180/handle/3317/6687>

Menard, S. (2002). *Longitudinal Research* (2nd ed., Vol. 76). Sage.

[https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=zbv-](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=zbv-S6owVqAC&oi=fnd&pg=PP7&dq=longitudinal+design+in+research&ots=nzT4wOEBdJ&sig=0Un11mgr3E7gv2-EEWD3DltHUTw#v=onepage&q=longitudinal%20design%20in%20research&f=false)

[S6owVqAC&oi=fnd&pg=PP7&dq=longitudinal+design+in+research&ots=nzT4wO](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=zbv-S6owVqAC&oi=fnd&pg=PP7&dq=longitudinal+design+in+research&ots=nzT4wOEBdJ&sig=0Un11mgr3E7gv2-EEWD3DltHUTw#v=onepage&q=longitudinal%20design%20in%20research&f=false)

[EBdJ&sig=0Un11mgr3E7gv2-EEWD3DltHUTw#v=onepage&q=longitudinal%20design%20in%20research&f=false](https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=zbv-S6owVqAC&oi=fnd&pg=PP7&dq=longitudinal+design+in+research&ots=nzT4wOEBdJ&sig=0Un11mgr3E7gv2-EEWD3DltHUTw#v=onepage&q=longitudinal%20design%20in%20research&f=false)

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2016, noviembre 11).

Acuerdo Comercial Ecuador – Unión Europea. Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca. Recuperado noviembre 25, 2021, de

<https://www.produccion.gob.ec/acuerdo-comercial-ecuador-union-europea/>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2020, junio 30).

Acuerdo de Colaboración Estratégica firmado entre el Instituto de Investigación Yellow Sea Fisheries de China y la Cámara Nacional de Acuicultura de Ecuador.

Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca. Recuperado noviembre 25, 2021, de <https://www.produccion.gob.ec/comunicado-oficial-3/>

Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2020, octubre). *Acuerdo*

Comercial entre Ecuador y EFTA. Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca. Recuperado noviembre 25, 2021, de

https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2020/10/Diptico_AC-Ecuador-Efta_compressed.pdf

- Mohamad. (2017, octubre 18). Appendix E: Hannan-Quinn Information Criterion (HQC). *Centro de ayuda*. <https://support.numxl.com/hc/es/articles/215531183-indice-E-Criterio-de-Informacion-Hannan-Quinn-HQC-#:~:text=Criterion-de-Information-Hannan-Quinn,un-conjunto-finito-de-modelos.&text=RSS-es-la,que-resultan-del-modelo>
- Molina Arias. (2017). ¿Qué significa realmente el valor de p? *Pediatr Aten Primaria*, *19*(76), 377-381. https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1139-76322017000500014
- Molinuevo, B., Pardo, Y., & Torrubia, R. (2011). Psychometric analysis of the Catalan version of the Alabama Parenting Questionnaire (APQ) in a community sample. *The Spanish Journal of Psychology*, *14*(2), 944-955. https://psycnet.apa.org/doi/10.5209/rev_SJOP.2011.v14.n2.40
- Monreal, J. (2019, septiembre). *Análisis del comportamiento exportador de la empresa española desde el enfoque de recursos y capacidades*. Murcia, España. Recuperado noviembre 17, 2021, de <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/11003/MonrealPerez.pdf?se>
- Nam, K. A. (2015). High-context and low-context communication. In *The SAGE Encyclopedia of Intercultural Competence* (1st ed., pp. 377-381). Janet M. Bennett.
- Nava, F. A. (2015). *Procesamiento de series de tiempo* (2nd ed.). FCE - Fondo de Cultura Económica.
- Nomura, S. (2018, julio). Interpersonal Communication: An Analysis from a Point of In-house Communications. *Business Communication Research and Practice*, *1*(2), 85-89. [10.22682/bcrp.2018.1.2.85](https://doi.org/10.22682/bcrp.2018.1.2.85)

- Organisation for Economic Co-operation Development. (2007). *Data and Metadata Reporting and Presentation Handbook*. OECD Publishing.
<https://www.oecd.org/sdd/37671574.pdf>
- Pedersen, P. B. (2002, enero 8). The Making of a Culturally Competent Counselor. *Online Readings in Psychology and Culture*, 10(3). <https://doi.org/10.9707/2307-0919.1093>
- Pintado León, E. G. (2017, febrero 03). *Identificación de síndrome de cabeza amarilla mediante técnicas patológicas en camarón *litopenaeus vanamei* en cultivos tradicionales*. UTMACH. Recuperado noviembre 27, 2021, de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/10517>
- Quiroa, M. (2019, junio 14). *Poder de negociación de los clientes*. Economipedia. Recuperado enero 7, 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/poder-de-negociacion-de-los-clientes.html>
- Quirola Suárez, W. R. (2021, mayo). *Análisis de las exportaciones de camarón, atún y pescado, en el período 2003-2009*. Repositorio de Tesis y Posgrado Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Recuperado noviembre 25, 2021, de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/2942>
- Ricardo, D. (1817). *The Principles of Political Economy and Taxation* (1st ed.). John Murray.
- Rodó, P. (2020, enero 22). *Criterio de información bayesiano*. Economipedia. Recuperado enero 21, 2022, de <https://economipedia.com/definiciones/criterio-de-informacion-bayesiano.html#:~:text=El-criterio-de-informacion-bayesiano,porque-minimizan-este-modelo.&text=De-esta-forma-tendremos-un,vamos-incluyendo-en-la-regresion>
- Rodríguez Cantú, A. M. (2001, septiembre). Impacto de la cultura en los Negocios Internacionales, un énfasis en los negocios con México. 2(2), 73. 1870-557X

- Román, C., & Vilema, F. (2016). Determinantes de la Innovación Sustentable de las Empresas Ecuatorianas. *Yachana Revista Científica*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.1234/ych.v5i2.375>
- Rosenberry, B. (2002). *World Shrimp Farming* (Vol. 15). Shrimp News International. <https://www.shrimpnews.com/Library/Old-Pages/WSF2002.html#Ordering>
- Rugel Cisneros, S. M. (2015). Aplicación del sistema generalizado de preferencias arancelarias plus para el ingreso de camarón ecuatoriano al mercado de la Unión Europea. *UTMACH*, 12. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/4478>
- Rugman, R. (1997). *Negocios internacionales: un enfoque de administración estratégica*. <http://www.elmayorportaldegerencia.com/Documentos/Negocios/Documentos-El-reto-de-los-negocios-internacionales.pdf>
- Salvatore, D. (1998). *Economía internacional* (4th ed.). McGraw-Hil.
- Smith, A. (1776). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* (1st ed.). William Strahan; Thomas Cadell.
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2021). *Ranking Empresarial 2021*. Supercias. Recuperado noviembre 23, 2021, de <https://appscvs.supercias.gob.ec/rankingCias/>
- Thirlwall, A. P. (2003). *Growth and Development: With Special Reference to Developing Economies* (7th ed.). Palgrave Macmillan.
- Trompenaars, F., & Woolliams, P. (2006, primavera). Cross-Cultural Competence: Assessment and Diagnosis. *Adaptive Options*, 5-9. https://www3.thtconsulting.com/downloads/licensees/Cross-Cultural_Competence_Assessment_and_Diagnosis.pdf
- Ullsco Azuero, E. S., Garzón Montealegre¹, V. J., Quezada Campoverde, J. M., & Barrezueta Unda¹, S. (2021, Junio). Análisis del comportamiento ECONÓMICO DE

- la exportación en el sector camaronero en el Ecuador, periodo 2015- 2019. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 4(S1), 112-119. 2631-2662
- UNESCO. (n.d.). *Interculturalidad*. Recuperado diciembre 17, 2021, de <https://es.unesco.org/creativity/interculturalidad>
- Vara-Horna, A. A. (2012). *Desde La Idea hasta la sustentación: Siete pasos para una tesis exitosa. Un método efectivo para las ciencias empresariales* (3rd ed.). Instituto de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y Recursos Humanos.
- White, E. C., McNamara, D. J., & Ahrens, E. H. (1981, febrero 1). Validation of a dietary record system for the estimation of daily cholesterol intake in individual outpatients. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 34(2), 199-203.
doi:<https://doi.org/10.1093/ajcn/34.2.199>
- Wilson, C. (2014). General Interviewing Issues. In *Interview Techniques for UX Practitioners* (pp. 113-117). Morgan Kaufmann. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-410393-1.00006-5>
- World Trade Organization. (2021). *Los principios del sistema de comercio*. World Trade Organization. Recuperado noviembre 25, 2021, de https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/fact2_s.htm#mfandbox
- Zabala, V., & Sánchez, J. (2019, febrero 14). *Ecuador es el segundo exportador mundial de camarón*. Revista Ekos. Recuperado noviembre 25, 2021, de <https://www.ekosnegocios.com/articulo/ecuador-es-el-segundo-exportador-mundial-de-camaron>
- Zambrano Alvarez, M. J. (2018, abril). *Las exportaciones de camarón ecuatoriano a Vietnam su evolución durante el período 2011 – 2016*. Repositorio UEES. Recuperado noviembre 25, 2021, de <http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/2470/1/Zambrano-Alvarez->

Maria-Jose-las-exportaciones-de-camaron-ecuatoriano-a-Vietnam-su-evolucion-
durante-el-periodo-2011-2016.pdf

Zambritisa S.A. (2019, marzo 20). *Preguntas acerca del Camarón*. Zambritisa SA.

Recuperado noviembre 26, 2021, de <http://www.zambritisa.com/preguntas.html>

Anexos

Anexo A. Formulario de encuesta a empresarios del sector camaronero

1. Sírvase indicar los productos acuícolas que exporta:
 - a) Camarón
 - b) Pescado
 - c) Langostinos
 - d) Otros elaborados del mar

2. ¿Entre los mercados internacionales usted exporta a China?
 - a) Sí
 - b) No

3. Si la respuesta a la pregunta anterior (2) fue afirmativa indicar el o los productos que exporta:
 - a) Camarón
 - b) Pescado
 - c) Langostinos
 - d) Otros elaborados del mar

4. Indicar el porcentaje de la producción exportada a China sobre la producción total de los productos comercializados con dicho país:
 - a) 1% al 5%
 - b) 6% al 10%
 - c) 11% al 20%
 - d) 21% al 30%
 - e) Más del 30%

5. Las exportaciones a China del o los productos comercializados se realizan:
 - a) Semanalmente
 - b) Mensualmente
 - c) Trimestralmente
 - d) Otro

6. ¿Cuál cree Ud. que ha sido el principal problema para su empresa a la hora de cerrar una negociación con empresas chinas?
- a) Falta de conocimiento cultural de ese país
 - b) Falta de conocimiento sobre ese mercado
 - c) Falta de competencia de los negociadores
 - d) Fuerzas de Negociación (poder negociador) muy elevado de la empresa de destino
 - e) Otro
7. ¿Cree Ud. que la diferencia cultural entre los dos mercados ha incidido en el éxito de alguna negociación comercial con China o en el resultado de dicha negociación?
- a) Sí
 - b) No
- ¿Por qué?
8. ¿Cree Ud. que la diferencia cultural entre los dos mercados ha incidido en el fracaso de alguna negociación comercial con China o en el resultado de dicha negociación?
- a) Sí
 - b) No
- ¿Por qué?
9. ¿Qué tipo de acciones o medidas cree Ud. que deben tomar las empresas para mejorar la efectividad de la negociación y sus resultados con el país asiático?
- a) Entrenar a los negociadores en protocolo de negociación internacional
 - b) Crear un programa de formación en negociación internacional
 - c) Planificar la negociación entre dos culturas distintas
 - d) Otro

10. Dada la importancia del mercado asiático, ¿cree Ud. que el gobierno debería implementar alguna acción para mejorar la efectividad de la negociación y sus resultados de las empresas ecuatorianas de este sector con China?

a) Sí

b) No

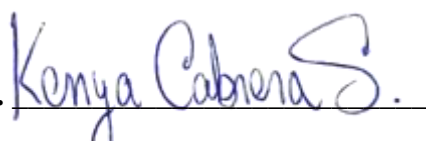
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Cabrera Suárez, Kenya Nicole**, con C.C: # **0954287975** y **Maldonado Carrera, María Paula**, con C.C: # **0953490638** autoras del trabajo de integración curricular: **El rol de la cultura en los resultados de las negociaciones internacionales del sector camaronero entre Ecuador y China**, previo a la obtención del título de **Licenciatura en Negocios Internacionales** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaramos tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizamos a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **21 de febrero** de **2022**

f. 

Cabrera Suárez, Kenya Nicole
C.C: **0954287975**

f. 

Maldonado Carrera, María Paula
C.C: **0953490638**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	El rol de la cultura en los resultados de las negociaciones internacionales del sector camaronero entre Ecuador y China.	
AUTOR(ES)	Cabrera Suárez Kenya Nicole Maldonado Carrera María Paula	
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Ing. Hurtado Cevallos Gabriela Elizabeth, Mgs	
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Empresariales	
CARRERA:	Negocios Internacionales	
TÍTULO OBTENIDO:	Licenciado en Negocios Internacionales	
FECHA DE PUBLICACIÓN:	21 de febrero del 2022	No. DE PÁGINAS: 105
ÁREAS TEMÁTICAS:	Investigación, Comercio, Negociación	
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Camarón, Cultura, Calidad, Comercio	
RESUMEN/ABSTRACT:	<p>El objetivo del presente trabajo de investigación es dar a conocer sobre el rol de la cultura en las negociaciones que se efectúan entre Ecuador y China, enfocándose en el sector camaronero dentro del periodo 2016 - 2020. Como revisión de la literatura se aplicaron teorías en las que se detallan el impacto cultural en las negociaciones, teorías referentes al comercio y la definición de lo que es la cultura. La investigación que se desarrolló es de tipo longitudinal, debido que, a través de la recolección de datos pertenecientes a entidades del Ecuador, fue posible comprobar la hipótesis planteada en este estudio. El proyecto implementó una regresión lineal, acompañado a su vez con un forecast, la hipótesis general no fue rechazada (la cultura si impacta en las negociaciones del sector camaronero entre Ecuador y China). El camarón ecuatoriano es un producto codiciado por muchos países, en especial en el continente asiático que se caracteriza por el consumo masivo de estos mariscos; Ecuador al estar ubicado en una geográfica que permite el desarrollo óptimo y propicio de esta especie da como resultado que su sabor, textura, frescura y calidad sea incomparable razón por la que es esencial descubrir nuevas formas y herramientas para potenciar y contribuir al crecimiento de las exportaciones de este producto a futuro en un gran mercado como lo es China, lo cual esta investigación busca realizar analizando la influencia que tiene el factor cultural dentro de una negociación internacional.</p>	
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-979257311 +593-985832834	E-mail: kenya.cabrera@outlook.com maapaula210@hotmail.com
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UIC):	Nombre: Román Bermeo, Cynthia Lizbeth	
	Teléfono: +593-984228698 Extensión:	
	E-mail: cynthia.roman@cu.ucsg.edu.ec	
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA		
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):		
Nº. DE CLASIFICACIÓN:		
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		