



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ECONOMÍA**

**TEMA:**

**“ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LA TECNIFICACIÓN DE LOS PROCESOS  
PRODUCTIVOS, EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES  
CAMARONERAS DEL CANTÓN GUAYAQUIL”**

**AUTOR:**

Orellana Cadena, Wilson Ricardo

**Trabajo de titulación previo a la obtención del grado de:  
ECONOMISTA**

**TUTORA:**

Ing. Baldeón Toledo, Amelia Janet, Mgs.

**GUAYAQUIL, ECUADOR**

2016



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ECONOMÍA**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Orellana Cadena, Wilson Ricardo** como requerimiento para la obtención del título de **ECONOMISTA**.

**TUTORA**

---

Ing. Baldeón Toledo, Amelia Janet, Mgs.

**DIRECTOR DE CARRERA**

---

Econ. Carrillo Mañay, Venustiano, M.Sc.

**Guayaquil, a los 23 días del mes de septiembre del año 2016**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ECONOMÍA**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Orellana Cadena, Wilson Ricardo**

**DECLARO QUE:**

El trabajo de titulación **“ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LA TECNIFICACIÓN DE LOS PROCESOS PRODUCTIVOS, EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES CAMARONERAS DEL CANTÓN GUAYAQUIL”**, 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 mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del trabajo de titulación referido.

**Guayaquil, a los 23 días del mes de septiembre del año 2016**

**EL AUTOR**

---

**Orellana Cadena, Wilson Ricardo**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ECONOMÍA**

### **AUTORIZACIÓN**

**Yo, Orellana Cadena, Wilson Ricardo**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LA TECNIFICACIÓN DE LOS PROCESOS PRODUCTIVOS, EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES CAMARONERAS DEL CANTÓN GUAYAQUIL”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

**Guayaquil, a los 23 días del mes de septiembre del año 2016**

**EL AUTOR**

---

**Orellana Cadena, Wilson Ricardo**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, aquel ser omnipotente a quien cada día me encomendé para culminar con éxito mi carrera profesional y cumplir mi sueño de ser Economista.

A mi familia, quienes con su gracia y su bondad plasmaron en mí el lema “el único limitante para llegar lejos es la falta de voluntad”.

A mi esposa, quien me acompañó desde el inicio de mi carrera siendo un joven bachiller y hoy me ve siendo un profesional digno de mi patria. A ella dedico cada noche de desvelo que me conllevó a culminar mi trabajo de titulación.

A aquellos docentes que nos impartieron sus saberes y experiencia en las aulas para desenvolvemos en la vida práctica, logrando hacer las clases muy cercanas a la realidad.

**Orellana Cadena, Wilson Ricardo**

## **DEDICATORIA**

El esfuerzo, la constancia y las ganas de superarme durante el desarrollo de mi proyecto de titulación se lo dedico en primer lugar a Dios quien ha sido y es mi guía de vida.

**Orellana Cadena, Wilson Ricardo**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ECONOMÍA**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

Ing. Baldeón Toledo, Amelia Janet, Mgs.

TUTORA

---

Econ. Carrillo Mañay, Venustiano, M.Sc.

DIRECTOR DE CARRERA

---

Econ. Jorge García Regalado

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

---

Econ. Granda Dávila, Manuel, M.Sc.

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA: ECONOMÍA**

**CALIFICACIÓN**

---

Ing. Baldeón Toledo, Amelia Janet, Mgs.

TUTOR

---

Econ. Carrillo Mañay, Venustiano, M.Sc.

DIRECTOR DE CARRERA

---

Econ. Jorge García Regalado

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

---

Econ. Granda Dávila, Manuel, M.Sc.

OPONENTE



# ÍNDICE GENERAL

<b>ÍNDICE GENERAL</b> .....	<b>V</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b> .....	<b>VII</b>
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b> .....	<b>VIII</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>IX</b>
<b>CAPÍTULO I</b> .....	<b>1</b>
<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	2
1.2 JUSTIFICACIÓN .....	10
1.3 OBJETIVOS .....	11
1.3.1 Objetivo general .....	11
1.3.2 Objetivos específicos .....	11
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>12</b>
<b>2. MARCO DE TEÓRICO</b> .....	<b>12</b>
2.1 ANTECEDENTES .....	12
2.2 BASES TEÓRICAS .....	14
2.2.1. Teoría clásica del comercio internacional .....	14
2.2.2. Teoría de la competitividad .....	15
2.3 BASES CONCEPTUALES .....	17
2.3.1 Pymes .....	18
2.3.2 Competitividad .....	19
2.3.3 Ventaja Competitiva .....	21
2.3.3.1 Aspectos que conforman la competitividad .....	21
2.3.3.2 Recursos financieros .....	22
2.3.3.3 Innovación .....	22
2.3.3.4 Tecnología .....	23
2.3.3.5 Inversión .....	23
2.3.4 Industria .....	24
2.3.4.1 Industria manufacturera .....	24
2.3.5 Industrialización .....	25
2.3.6 Proceso Productivo .....	25
2.3.7 Internacionalización .....	26
2.3.7.1 La internacionalización como emprendimiento en las PyMes .....	27
2.4 BASES LEGALES .....	27
2.4.1 Tratados, convenios o acuerdos internacionales .....	27
2.4.1.1 Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea .....	34
2.4.2 Leyes gubernamentales .....	34
2.4.3 Reglamentos .....	35
2.4.4 Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado .....	36
2.4.5 Requisitos para exportación de productos de acuicultura .....	37
2.4 HIPÓTESIS .....	37
<b>CAPÍTULO III</b> .....	<b>38</b>

<b>3. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>38</b>
3.1. MÉTODO .....	38
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	38
3.3. VARIABLES .....	39
3.4. FUENTES Y HERRAMIENTAS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN .....	39
3.5. TIPO DE DATO.....	41
3.5.1. Dato Cuantitativo.....	42
3.6. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	42
3.6.1. Población.....	42
3.6.2. Muestra .....	42
<b>CAPÍTULO IV .....</b>	<b>44</b>
<b>4. RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>44</b>
4.1. APLICACIÓN DEL MÉTODO DE ANÁLISIS DE MULTICRITERIO .....	58
4.1.1. Desarrollo del método .....	60
<b>CAPÍTULO V .....</b>	<b>64</b>
<b>5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>64</b>
5.1 CONCLUSIONES.....	64
5.2 RECOMENDACIONES .....	67
<b>ANEXOS .....</b>	<b>68</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>71</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Acuerdos Comerciales de Ecuador y demás países. ....	33
Tabla 2. Opciones limitantes para incursionar en la exportación. ....	46
Tabla 3. Nivel de importancia según criterios. ....	47
Tabla 4. Intereses según la elección del medio para exportar. ....	49
Tabla 5. Limitaciones para la exportación. ....	52
Tabla 6. Ponderación de criterios. ....	60
Tabla 7. Calificación individual por camaroneras productoras. ....	61
Tabla 8. Score individual de camaroneras productoras. ....	62
Tabla 9. Score por criterio. ....	63

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1. Participación de las empresas camaroneras en el Ecuador año 2016.....	3
Figura 2. Empresas Productoras y Exportadoras de Guayaquil año 2016.....	4
Figura 3. Crecimiento del PIB Sector Manufactura Año 2015. ....	5
Figura 4. Composición del PIB Manufacturero año 2015.....	6
Figura 5. Exportaciones no petroleras, principales grupos año 2014.....	7
Figura 6. Empresas Productoras y Exportadoras de Guayaquil año 2016.....	42
Figura 7. Camaroneras Encuestadas. ....	44
Figura 8. Camaroneras con miras a exportar. ....	45
Figura 9. Opciones limitantes para incursionar en la exportación.....	46
Figura 10. Nivel de importancia según criterios .....	47
Figura 11. Formas para iniciar exportación. ....	48
Figura 12. Intereses según la elección del medio para exportar.....	49
Figura 13. Clasificación del orden de la importancia para exportar.....	50
Figura 14. Camaroneras que hayan realizado inversión. ....	51
Figura 15. Áreas en la cual se realizó la inversión. ....	51
Figura 16. Áreas de Inversión.....	52
Figura 17. Limitaciones para la exportación. ....	53
Figura 18. Nivel de importancia para limitantes de exportación.....	54
Figura 19. Principales productos de exportación.....	54
Figura 20. Diversificación de productos. ....	55
Figura 21. Formas de adquisición de camarón.....	56
Figura 22. Destino de exportaciones .....	56
Figura 23. Implementación de inversión por el exportador. ....	57
Figura 24. Factores que inciden en las exportaciones.....	58

## **RESUMEN**

Los resultados de calidad en la producción de la industria camaronera, depende de la calidad de la materia prima, esto es desde los nauplios y alevines, hasta insumos para su desarrollo, cosecha y proceso para su comercialización. Adicionalmente, es necesaria una infraestructura de calidad que garantice el proceso de producción y comercialización. La infraestructura en la industria camaronera requiere de la compra de bombas axiales para la purificación del agua de las piscinas, equipos para supervisión de la cría como medidores de oxígeno, una serie de instrumentos para medición de salinización, oxigenación, equipos de transportación, enfriamiento, congelación, desvenado, empackado, entre otros. Es decir, que para producir camarón de alta calidad que sea competitivo dentro y fuera del mercado nacional, surge la necesidad que las pymes y grandes camaroneras del País, hagan inversión en insumos nacionales o extranjeros que los lleve a una tecnificación total de sus procesos. Es aquí donde surge el problema de competitividad de las pymes camaroneras del Cantón Guayaquil, ya que los costos de estos productos necesarios para la construcción de una infraestructura operativa y eficiente en el sector camaronero, necesita de alta inversión, lo que se transforma en una desventaja competitiva de las pymes ante las grandes camaroneras. Por ende, al no poder competir en calidad con las grandes camaroneras nacionales, las pymes tienen una barrera de entrada a mercados internacionales.

Es por esta razón, que este trabajo busca evaluar el impacto en la competitividad, por la falta de tecnificación en las etapas de producción de las pymes camaroneras del Cantón Guayaquil, a través de un proceso de investigación sistematizado que lleve al autor a una conclusión eficiente.

**PALABRAS CLAVES:** PYMES CAMARONERAS, TECNIFICACIÓN, COMPETITIVIDAD, PROCESOS PRODUCTIVOS, EXPORTACIÓN

## **ABSTRACT**

The excellent quality of the results in the shrimp industry depends on large amount of the quality of the inputs of the production process, including the quality of the alevines that is the raw material of this industry; to the inputs for its adequate growth, harvest and its commercialization. Additionally to this, it is necessary an infrastructure of high standards to assure the results.

The infrastructure in the shrimp industry requires: purchase of axial pumps to purify the water of the pools, supervision and measurement equipment to evaluate the salinization of the water, to measure the water oxygen, Transportation, and cooling, freezing, peeling and packing equipment, among others. Meaning this, that in order to produce shrimp of a high quality that attempts competitiveness in and out of the national market, it is necessary that the shrimp pymes invest large amounts of money in national and foreign equipment to assure that their production counts with total parameters of technology. Therefore, is in this point comes the competitiveness problem of the shrimp pymes in Guayaquil County, since the costs of an efficient and operative infrastructure of the sector, requires of a large investments. Consequently, this issue constitutes a competitive disadvantage of the pymes in front of the large Ecuadorian exporters. If the shrimp pymes in Guayaquil County cannot compete in quality standards with the national shrimp industries, the pymes also bear an entrance barrier to foreign markets.

Due to the reasons mentioned above, this study aims to evaluate the impact in competitiveness that arises from the lack of applying technology in the production processes of the shrimp pymes in Guayaquil County, through a systematic research procedure that leads the author to an effective conclusion.

**KEY WORDS:** SHRIMP PYMES, TECHNOLOGY IMPLEMENTATION, COMPETITIVENESS, PRODUCTION PROCESS, EXPORTS

# CAPÍTULO I

## 1. Introducción

El presente estudio radica acerca de los cambios que está dando el gobierno actual en la matriz productiva con base al sector camaronero que es uno de las principales fuentes de ingreso de divisas al país. Una de las aristas a considerares la innovación en tecnología, sin embargo son pocas las camaroneras que han invertido en innovación con el fin de generar productos con valor agregado y ser más competitivas, por lo tanto en el presente estudio se busca identificar cómo la falta de tecnología afecta a los procesos productivos de las camaroneras de la ciudad de Guayaquil.

El objetivo del proyecto es analizar como la falta de tecnología afecta en los proceso de producción de las Pymes camaroneras del cantón Guayaquil.

En el capítulo I se busca identificar y ampliar con más detalles específicos la problemática que radica la tesis, la situación económica del camarón en el país y la justificación del porqué el tema a analizar.

En el capítulo II se hará un barrido de teorías, conceptos y definiciones mediante la elaboración del marco teórico, con el fin de aclarar términos que se irán presentando a lo largo del proyecto, como competitividad, teoría de comercio internacional, etc. A su vez se detallará el marco legal con sus reglamentos, convenios, acuerdos y requisitos que se deberán tomar en cuenta para el sector camaronero.

Dentro del marco teórico se plantea la hipótesis ***¿cómo la falta de innovación en los procesos productivos merma la competitividad de las pymes camaroneras ante los grandes exportadores?***

A continuación en el capítulo III, se identifica de manera clara cuál es la metodología a emplearse para la recopilación de la información. Se aplicará las herramientas de investigación: encuestas y análisis de multicriterio para identificar la relevancia que le dan los camaroneros a los criterios e identificar cuál es el de mayor peso.

Dentro del capítulo IV se estipulan los resultados de investigación de las encuestas y el de análisis de multicriterio, en donde se expone de manera amplia y precisa el procedimiento que se siguió y lo que las camaroneras expusieron en la investigación.

En cuanto al capítulo V se expone las recomendaciones y conclusiones que el autor consideró pertinente con base de los resultados, la experiencia y falencias identificadas dentro de la etapa investigativa.

En resumen, la principal conclusión es que más del 50% de las pymes camaroneras buscan exportar sin embargo no lo realizan por el factor inversión, lo cual fue el criterio reflejado en el análisis Score. Este factor sería el principal a ser considerado por el gobierno en planes de apoyo e incentivo a que dicho sector se incline hacia la exportación.

## **1.1 Planteamiento del problema**

La industria nacional del producto primario camarón es una de las principales fuentes de ingreso de divisas al país, debido al impacto en las exportaciones de los productos tradicionales. Hasta el año 2014 existían en el país 210.000 hectáreas dedicadas exclusivamente a la producción del camarón, de las cuales la mayor cantidad se encuentra en la provincia del Guayas con un 60%, mientras que la diferencia se encuentra repartida en El Oro, Esmeraldas, Manabí y Santa Elena (Revista Líderes, 2014 ).

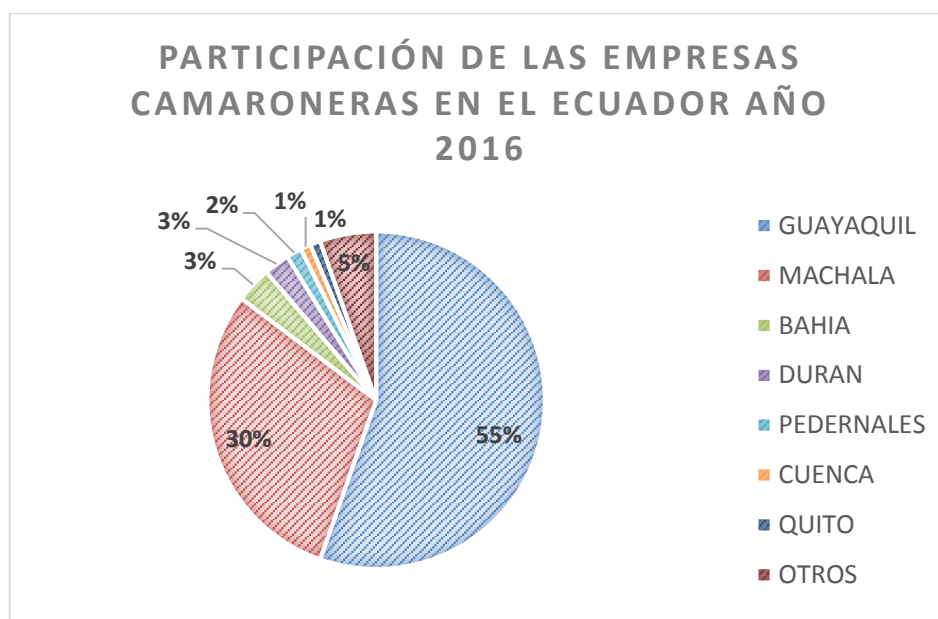
Al inicio del 2014, el país empezó exportando 20.000 toneladas de camarón, incrementando a 25.000 toneladas al finalizar el tercer mes del año (Revista Líderes, 2014).



Camposano (2015), presidente de la Cámara Nacional de Acuicultura indicó que el desarrollo económico generado por el sector camaronero ha abarcado unas 180.000 plazas de trabajo directo e indirecto en los últimos 5 años.

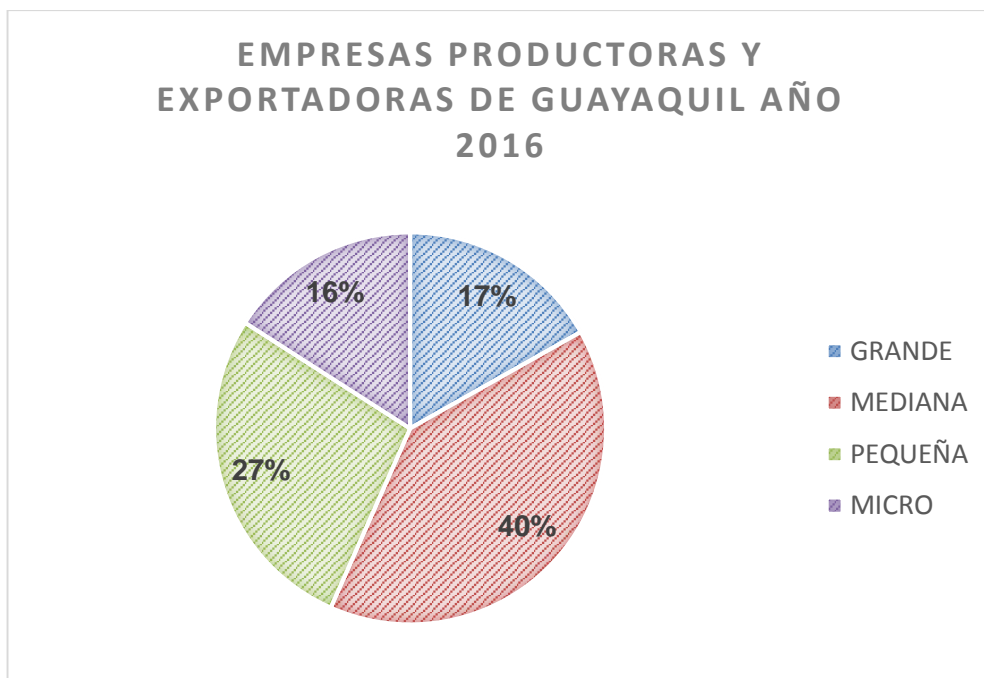
Dentro del sector camaronero se destacan dos categorías que son: productoras y exportadoras. Según los datos proporcionados por la Cámara Nacional de Acuicultura (2016), se visualizan que en el cantón Guayaquil existe un total de 113 empresas, representando el 55% del sector camaronero nacional en el país.

A continuación se muestra el gráfico con la proporción porcentual de las camaroneras según la ciudad en la que se encuentran.



**Figura 1.** Participación de las empresas camaroneras en el Ecuador año 2016. Adaptado de Cámara Nacional de Acuicultura (2016).

El gráfico que se visualiza a continuación muestra específicamente la distribución de las camaroneras por micro, pequeñas, medianas y grandes empresas de la ciudad de Guayaquil, llevando una mayor concentración en las medianas y grandes.



**Figura 2.** Empresas Productoras y Exportadoras de Guayaquil año 2016. Adaptado de Cámara Nacional de Acuicultura (2016).

Una de las principales empresas camaroneras exportadoras con mayor reconocimiento por su producto camarón es Expalsa, ubicándola en el puesto número 39 de las organizaciones ecuatorianas en relación con NIRSA Negocios industriales ubicándola en el puesto número 26 (Ekos Negocios, 2015).

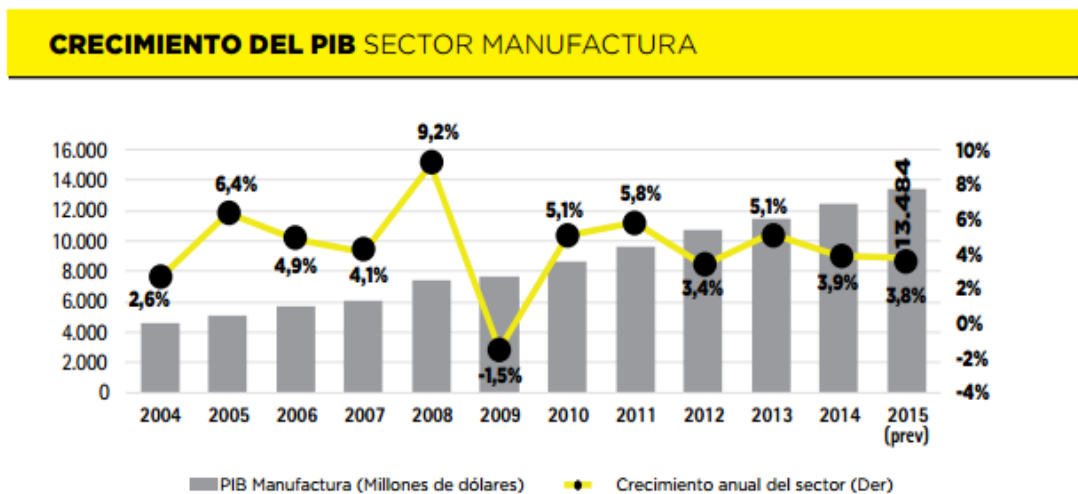
Expalsa se empezó a expandir con integración horizontal hacia adelante, dejando de ser sólo una productora a convertirse en una exportadora líder en el mercado, debido a su visión de crecer su negocio e incorporarse en un nuevo negocio que era la exportación del camarón.

Revista Líderes (2015), en una publicación realizada mencionaba que el país cuenta con seis sectores que le generan crecimiento económico, siendo:

1. Enseñanza y salud.
2. Transporte.
3. Manufactura.
4. Agricultura.
5. Construcción, y
6. Petróleo.

Para esto es importante recordar que el sector camaronero forma parte del gran sector manufacturero del país. Pablo Dávila (presidente de la Cámara de Industrias y Producción) indicó que existe una nueva dinámica en el sector manufacturero, para lo cual Juan Antonio Campuzano (Titular de la Cámara Nacional de Acuicultura) indicó que en la industria del camarón el procesamiento es un punto a favor siempre y cuando existan más líneas de financiamiento para los empresarios del sector.

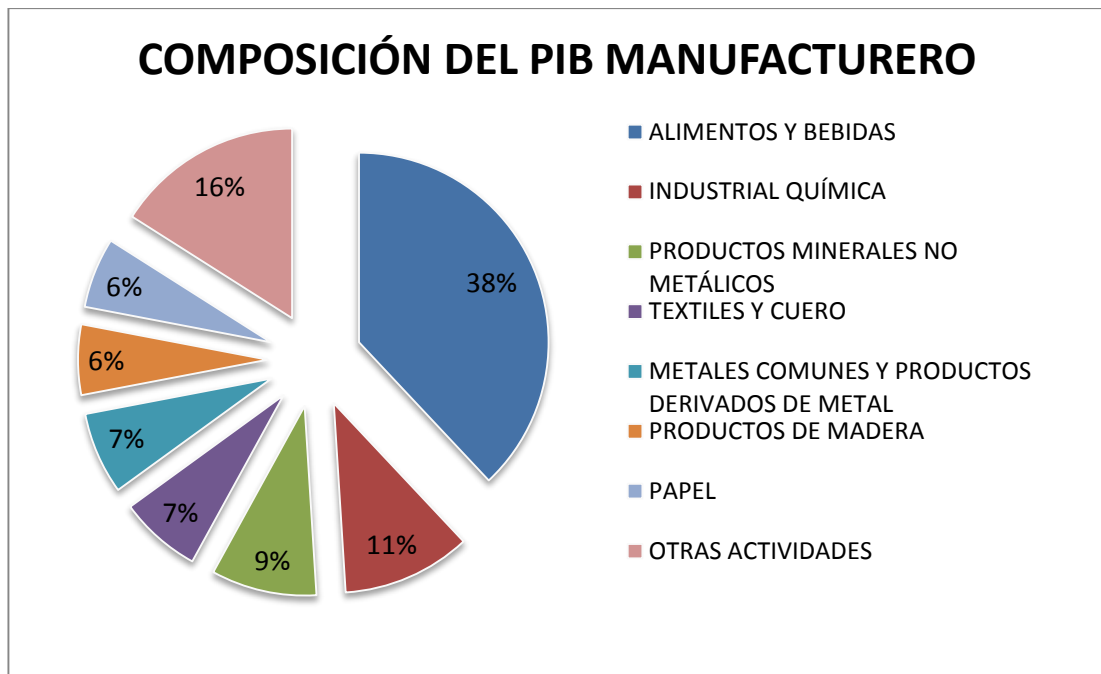
En el siguiente gráfico se apreciará el crecimiento del PIB en el sector manufacturero.



**Figura 3.** Crecimiento del PIB Sector Manufactura Año 2015.  
Adaptado Banco Central del Ecuador (2015)

Una de las categorías que mayor impacto presenta al PIB manufacturero es la “elaboración de alimentos y bebidas” siendo la principal industria más importante del país con un 38% de impacto al PIB.

Para una mejor comprensión de la industria de alimentos y bebidas se detallará los elementos que la conforman y el porqué de la mención en el presente estudio.

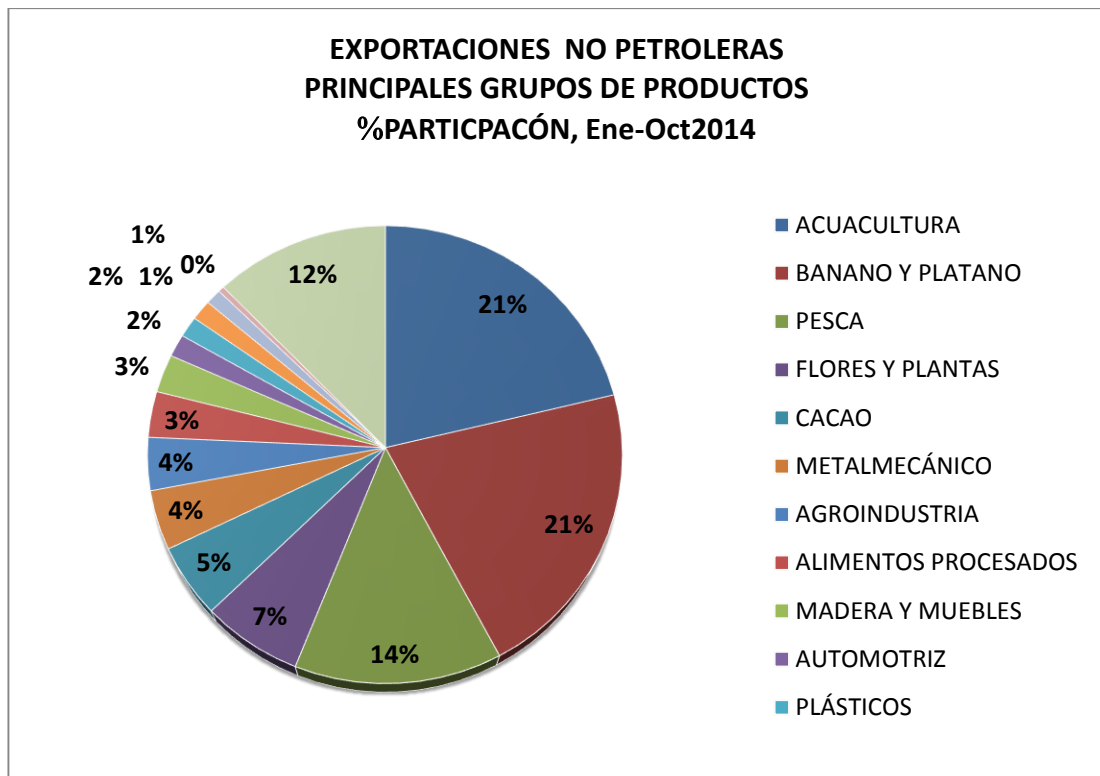


**Figura 4.** Composición del PIB Manufacturero año 2015.  
Adaptado de ProEcuador (2015)

Dicho sector es uno de los priorizados en el país, debido al nuevo giro de Ecuador con respecto a la producción de bienes primarios mediante un proceso de transformación de productos primarios en productos finales.

Desglosando y haciendo una breve explicación a los componentes de la industria de alimentos y bebidas, se aprecia en el gráfico que el referente a las bebidas es una industria con índices de crecimiento exponencial en el mercado interno. Así mismo la de mayor importancia está el procesamiento de productos acuáticos debido a su direccionamiento hacia mercados internacionales contando un porcentaje de aporte del 25% contando el 9% del camarón.

Según el boletín publicado por ProEcuador (2015), indica que a Octubre del año 2014 el sector de acuicultura era el principal sector de exportación no petrolera con un 21.27%, donde la pesca ocupaba el tercer lugar



**Figura 5.** Exportaciones no petroleras, principales grupos año 2014. Adaptación ProEcuador (2014).

Al año 2014 los principales países destinos de exportación no petrolera era Estados Unidos con un 27% y con una diferencia del 20% Colombia con un 7,55%, donde los siguientes países corresponden en su mayoría al continente Europeo (ProEcuador, 2015).

De acuerdo al Banco Central del Ecuador (2014), el camarón aporta en un 7% a la Composición del PIB Agropecuario.

Las principales causas que inciden en la problemática de la investigación son:

- Adquisición de recursos: económicos, infraestructura, talento humano y dominio de competencias de exportación.
- Apoyo por parte de las entidades gubernamentales y flujo comunicacional de las mismas hacia las PyMes camaroneras.
- Acceso a créditos a las PyMes camaroneras.
- Resistencia al cambio por parte de los propietarios/administradores.

Una de las principales barreras a la mejora de sus productos a ser exportados es la falta de técnicas y tecnología, o tal vez sea el desconocimiento a dichos temas, lo que afecta las ventajas de mejorar su oferta y la información necesaria para incursionar al mundo de la exportación. Con el fin de mermar lo mencionado, entidades como Pro Ecuador (2011) han desarrollado capacitaciones que buscan empoderar al Micro, pequeño y mediano empresario en el tema de exportaciones, para adquirir los conocimientos necesarios y aumentar su oferta y su demanda.

El apoyo de las entidades gubernamentales a un determinado sector se vuelve de gran importancia cuando la misma forma parte de los principales productos que mayor aporta al PIB, este es el caso del sector camaronero. Al año 2015 el camarón sube su posición siendo el segundo producto que mayor aporta al PIB no petrolero.

El Ministerio de Comercio Exterior (2014) en unión con PRO ECUADOR desarrollaron convenios con el fin de que el sector de acuicultura cuente con el soporte de las oficinas comerciales del país que se encuentran a nivel internacional, recibiendo beneficios como:

- Asesoría directa.
- Asistencia a ferias especializadas de otros país y
- Oportunidades de ampliar su mercado.

El principal acuerdo comercial realizado para beneficiar al sector camaronero fue con la Unión Europea (UE), en el cual se busca que el camarón ecuatoriano esté exento de impuestos al ingresar a dicho mercado, volviéndolo así competitivo en precios.

Dentro de las estrategias de apoyo e impulso al sector camaronero se agrega el ingreso al país Brasil, el cual de acuerdo a estudios realizados se ha determinado que el camarón tendrá gran apertura al lograr retirar la barrera fitosanitarias impuestas con el fin de evitar el ingreso de la enfermedad mancha blanca a Brasil; esto conllevará a que Ecuador llegue a exportar aproximadamente 30.000 toneladas de camarón al país en mención. Todas

las acciones realizadas para el sector de Acuicultura se dan con el fin de ayudar en tecnología y capacitación al empresario camaronero (Ministerio de Comercio Exterior, 2014).

En una publicación realizada por Diario PP El Verdadero (2012) hace referencia a los créditos ofrecidos por la Corporación Financiera Nacional (CFN), en el cual indica que del año 2011 al 2012 ha habido un incremento del 34% de los créditos otorgados a las áreas productivas del país. Del 100% de los préstamos el 70% corresponden a los sectores de turismo, industrial, artesanal y manufactura, siendo el último el área acogedora del sector camaronero. Dichos préstamo del sector manufactura están respaldados en un plan que busca implementar en tecnología del mencionado sector.

El objetivo principal de la CFN al otorgar más créditos es incrementar las exportaciones y disminuir el nivel de importaciones.

La CFN en el año 2014 desarrolló un programa llamado "Progresar", el cual está dado para otorgar créditos a las PyMes que no cuentan con las garantías requeridas por las instituciones financieras para acceder a préstamos. Estas acciones están direccionadas a cumplir los cambios propuestos en la Matriz Productiva (El Ciudadano, 2014).

De acuerdo a lo expuesto en los párrafos anteriores, se aprecia como el Comercio Exterior y la Corporación Financiera Nacional se encuentran realizando acciones que permitan a los empresarios PyMes abrir sus puertas a mercados internacionales, sin embargo dicha información deberá ser validada dentro de la investigación de mercado para determinar si las acciones están abarcando al sector camaronero y si existe el apoyo para que las Pymes camaroneras aumenten su cuota de mercado en el exterior.

Al hacer el planteamiento del hecho científico basados en antecedentes expuestos, lo cual afecta al desarrollo sostenible de las pymes camaroneras ecuatorianas, la pregunta de investigación que evalúa el presente estudio es: "¿Cómo la falta de tecnología en los procesos productivos de las Pymes camaroneras del Cantón Guayaquil, afecta la competitividad ante los grandes exportadores?"

## **1.2 Justificación**

El presente estudio tiene su relevancia en el impacto de los siguientes aspectos: económico, social, académico y profesional.

En cuanto a lo económico esta información sería de gran aporte para el fiel cumplimiento de lo expuesto en la Matriz Productiva del país, la cual busca que el país tenga superávit en exportaciones y no en importaciones.

Uno de los ejes del Plan Nacional del Buen Vivir busca “La Revolución del Conocimiento” la cual indica el cambio que se le otorga a la matriz productiva en cuanto a: ciencia, tecnología e innovación. Siendo estos factores importantes de la industrialización (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – Senplades, 2016).

La Universidad Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG) con su modelo pedagógico pretende generar una cultura académica que se fundamente en actitudes hacia el conocimiento y la investigación, por tal motivo se busca que las tesis de titulación tengan tintes investigativos.

Este presente proyecto no se aleja de lo esperado por el modelo pedagógico de la UCSG, debido a que mantiene un capítulo investigativo y presenta la triangulación de teorías de autores. El mismo permite a la siguiente promoción desarrollar un proyecto de investigación basándose en el presente archivo como información secundaria, para determinar el punto de partida de su tesis.

Tiene el fin de aportar con información valiosa para las entidades públicas, que permita determinar si la comunicación de las acciones realizadas está siendo bidireccional y si dichas actividades están teniendo el impacto esperado.

A su vez también busca que los empresarios PyMes tengan la información superficial de las acciones realizadas por las entidades públicas y se inciten en recibir los beneficios que aportan las mismas.



La experiencia como estudiante en estos cinco años ha sido de gran importancia para el desarrollo del presente proyecto. Combinar lo académico con lo investigativo le da un valor agregado a mi profesión de economista

### **1.3 Objetivos**

#### **1.3.1 Objetivo general**

Analizar cómo la falta de tecnología afecta los procesos de producción de las PyMes camaroneras del Cantón Guayaquil.

#### **1.3.2 Objetivos específicos**

1. Investigar el aporte que brinda la tecnología a la productividad del sector camaronero
2. Analizar las acciones realizadas por las entidades públicas para el apoyo de los PyMes camaroneros.
3. Determinar las barreras que limitan la tecnificación en los procesos productivos de las pymes camaroneras del Cantón.
4. Compararla información oficial publicada del sector camaronero con el conocimiento de los empresarios PyMes camaroneros.
5. Caracterizar la tecnificación del proceso de producción de las PyMes camaroneras de la ciudad de Guayaquil a través del Método de Análisis de Multicriterio

## **CAPÍTULO II**

### **2. Marco Teórico**

El marco de estudio del presente trabajo contribuirá a integrar las teorías, enfoques teóricos, estudios y antecedentes en general que se refirieran al problema de investigación. Por lo tanto, se ha detectado, y consultado literatura y documentos pertinentes al objeto de estudio que abarcará inicialmente con conceptos primordiales y esenciales para el desarrollo del proyecto, así mismo se revisará el estado de arte de las temáticas de investigación para identificar estudios ya realizados y que puedan aportar como fuente secundaria.

#### **2.1 Antecedentes.**

Con el fin de argumentar lo mencionado en el párrafo anterior, el presente estudio se sustenta en estudios y artículos relacionados al objeto de este estudio:

La Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales con sede en Ecuador (FLACSO) y el Ministerio de Productividad (MIPRO) realizaron un estudio enfocado en las micro, pequeñas y medianas empresas con el fin de identificar el impacto de las mismas en la economía del país. De igual manera fue realizado tras el convenio entre la FLACSO y el MIPRO, el cual abarcaba desarrollar investigaciones que permitan potenciar el sector manufacturero de las MIPYMES, tomando en consideración que dicho sector industrial estaba estipulado como prioritario en la estrategia de desarrollo endógeno (Jácome y King, 2012).

La finalidad de tomar en consideración en dicho convenio a las MIPYMES está en base a lo estipulado en el Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV), el cual

busca redistribuir y generar riqueza (SENPLADES, 2009), mediante la sustitución de las importaciones siendo más fácil incluir a las grandes empresas, sin embargo la finalidad es dinamizar el sector de las MIPYMES por lo cual se las incluye a las mencionadas en el proyecto del PNBV.

El sector a analizar específicamente es el camaronero para lo cual la Ingeniera Lorena Bernabé (2016) en su artículo del sector camaronero en el Ecuador pretende analizar de manera superficial las principales razones que han conllevado al crecimiento del sector en mención.

Bernabé indica que el sector camaronero ha tenido su relevante proceso gracias a la implementación de un sistema de producción extensivo de baja necesidad sembrando de 8 a 15 larvas por metro conllevando a que el precio del productor se elevara en un 100%. Dicho artículo indica que el 59% de las camaroneras se encuentran en la provincia del Guayas y en general el 77% son productoras y el 23% son exportadoras.

Otra fuente de recopilación y búsqueda de información de estudios ha sido el repositorio de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil en la cual se revisó artículos que traten alguna de las temáticas del proyecto. Agurto y Figueroa (2015) en su estudio muestra la situación de la competitividad de un sector determinado y cómo se ven afectados los sectores para la exportación, el mismo servirá para recopilar información necesaria e importante para el desarrollo del proyecto.

Uno de los temas importantes del presente proyecto es el proceso de producción del camarón, el cual al entenderlo se podrá indagar más a profundidad para desarrollar un análisis holístico del mismo.

Primero antes de hablar del proceso de producción del camarón se hará hincapié en las dos variedades de tipo de camarón: el de agua fría y el de aguas tropicales. El camarón cultivado en granja por lo general crece en aguas tropicales, por tal razón las camaroneras se ubican siempre cerca de las costas tropicales y subtropicales. La decisión de elegir la ubicación para la granja es una de las más importantes para la industria, debido que de ahí

bombardean el agua. Los camarones pasan por varias fases de su vida llamada fase larval criándose en estanques con una profundidad de un metro.

Las características biológicas del camarón se realizan por dos procesos macro: producción de semilla y engorde. El de producción hace alusión al camarón en la fase de larva y post larva, donde se llegan a sembrar entre 80 a 150 nauplios. El proceso de engorde abarca ya la etapa del crecimiento del camarón para que el mismo logre un peso de 10 a 20 gramos y pueda ser comercializado en las exportadoras, este paso dura en promedio unos 95 a 120 días dependiendo mucho de las condiciones climáticas. La realización de estos procesos requiere inversión de parte de la pymes camaroneras, lo cual es casi imposible si no se tiene apoyo público o privado.

## **2.2 Bases Teóricas**

Tamayo y Tamayo (2001) define las bases teóricas de la siguiente manera: “Cuando el investigador selecciona los elementos que a su inicio son representativos, esto influye en que lo que se quiere estudiar, exige un conocimiento previo para sustentar lo que se investiga” (p.95). Por lo tanto, para sustentar los objetivos de la investigación se ha hecho referencia a los siguientes fundamentos teóricos que están relacionados de manera directa e indirecta de la presente investigación, originando una lluvia de ideas que permiten aclarar aún más los conocimientos de cómo los procesos industrializados aumentan la competitividad de las PyMes camaroneras del Cantón Guayaquil

A continuación se presentan algunas teorías que darán soporte al marco de estudio del presente proyecto. La finalidad de traer a colación las teorías de la competitividad, es debido a que está relacionado con los procesos de producción y las capacidades productivas.

### **2.2.1. Teoría clásica del comercio internacional**

La ciencia económica estudia cada uno de los fenómenos económicos que suscitan. Varios economistas que estudian estos fenómenos usan diversas teorías por dos principales razones (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, 2016):

1. Comprender mejor el problema económico determinado.
2. Proyectar el resultado de cambio en diversas políticas y estrategias.

En la época de Adam Smith y David Ricardo, los estudios referentes al comercio internacional empezaron a formar parte de los estudios económicos. La teoría clásica del comercio internacional se basa en la teoría del valor del trabajo, en donde indica que el único factor imprescindible de la producción es el trabajo. Esta teoría nace del paradigma clásico que se basa en la división del trabajo y la productividad basada en tres parámetros (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, 2016):

- Las ganancias del comercio.
- Los patrones del comercio.
- Los términos de intercambio.

### **2.2.2. Teoría de la competitividad**

Con el inicio de los aportes realizados por el autor Adam Smith en su libro la riqueza de las naciones, el término de la competitividad empezó su auge en el área de los negocios, también fue relacionado con la ventaja comparativa de los precios y la producción de un mercado en contraste con otro. Después de lo expuesto por Smith, autores como J.M. McGee han en la década de los sesenta realizó una investigación exhaustiva acerca de la competitividad internacional, haciendo hincapié en el papel que participa la crisis en la balanza de pagos de las importaciones y exportaciones de una nación (Mera, 2012).

Demás autores dieron su aporte al término competitividad entre ellos está la Real Academia Española (1992), que define al término como capaz de

competir o que tiene las facultades necesarias para competir, esto lo complementa Morales y Pech (2000) indicando que es la facultad que se tiene para producir servicios o bienes internacionales logrando así un mejor estilo de vida para los ciudadanos de una nación.

A esto uno de los aportes más contemporáneos fue el realizado por el autor Jon Azua quien propuso una definición más corta de competitividad, indicando que es hacer las cosas de la mejor manera que los competidores, creando alianzas estratégicas y reinventando procesos que permitan hacer las cosas de manera distinta y eficiente (Azua, 2000).

Sin embargo hay que recalcar que los conceptos de competitividad surgieron a raíz de las teorías económicas clásicas, que con el paso del tiempo estas se fueron modificando de acuerdo a las tendencias de los cambios organizacionales, tecnológicos o productivos que se han ido presentando en el largo del tiempo. Por lo mencionado autores como Morales y Pech (2000) analizan la competitividad desde enfoques macroeconómicos y microeconómico.

Algunos autores relacionan al término de competitividad con la calidad, la diversificación, los factores de competencia imperfecta entre otros. A esto Adam Smith indica que la ventaja competitiva está basada en la especialización de maximizar beneficio. Así mismo recalcan que la nueva teoría del comercio indica que los agentes económicos están en la facultad de generar ventaja competitiva mediante estrategias comerciales (Lambona y Rozas, 2008).

Porter (1991) aporta su concepto de teoría de la competitividad indicando que el crecimiento de un país dependerá de la competitividad, basándose en la productividad que tenga el mismo para producir bienes y servicios. Mientras que en un nivel microeconómico los sectores, empresas y bienes son los que determinan la competitividad del área.

La pymes camaroneras contribuyen al desarrollo económico del país, y el aumento de su competitividad beneficiará más aún, a través de una mayor exportación a países de la Unión Europea donde hay gran demanda

insatisfecha, siendo conscientes que su competitividad sólo será alcanzada mejorando su técnicas y tecnologías en cada una de las etapas del proceso de producción.

### **2.3 Bases Conceptuales**

Según Tamayo (1993), la definición de términos básicos “es la aclaración del sentido en que se utilizan las palabras o conceptos empleados en la identificación y formulación del problema” (p.78). Por lo tanto, a continuación se procede a dar el significado preciso y según el contexto, a los conceptos principales, expresiones o variables involucradas en la pregunta de estudio de este proyecto.

- **Crecimiento económico:**

Hace alusión al incremento porcentual del PIB (Producto Interno Bruto) de una economía en un determinado tiempo (Blanchard, Pérez y Daniel, 2000).

Colander (1998, citado en Ibañez, 2011), indica que el término crecimiento económico es el incremento constante de la producción agregada en un periodo de tiempo determinado, el cual se va a medir por medio del Producto Interno Bruto (PIB), que calcula el valor a los precios del mercado en la producción total para uso final de bienes y servicios.

- **Desarrollo económico:**

A diferencia del crecimiento económico, el desarrollo económico abarca temas como: el nivel de producción, la esperanza de vida, indicadores de mortalidad, entre otros. Así mismo a este término se le atribuye la seguridad social y la libertad política (Blanchard, Pérez y Daniel, 2000).

- **Modernización económica:**

Salinas de Gortari 1990 (citado en Ibañez, 2011) indicó que la presencia de la clase y movimiento obrero, es y seguirá siendo la pieza clave para lograr hacer posible la modernización económica.

### 2.3.1 Pymes

Se conoce como PYMES al conjunto de pequeñas y medianas empresas que de acuerdo a su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas (Servicio de Rentas Internas – SRI 2016). Por lo general, en nuestro país las pequeñas y medianas empresas que se han formado realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que se destacan las siguientes:

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.

Las PyMes en Ecuador representan el 95% de las unidades productivas, generando el 60% del empleo y participan en el 50% de la producción nacional (Datos de la Corporación EKOS 2014). Estos y otros estudios evidencian la importancia que tienen la PyMes en el desarrollo de toda economía debido a la relación directa en la incidencia de generación de empleo. Es cierto, que al analizar los factores de crecimiento económico se identifican a las grandes empresas, como las responsables, sin embargo, los resultados evidencian que el crecimiento depende en buena medida del desempeño de sus PyMes.

Una de las características de las Pymes son sus estructuras más sencillas las cuales les permite adaptarse rápidamente a los requerimientos del mercado y clientes, y si éstas trabajan con grandes empresas igualmente pueden tener un trato más cercano con sus clientes. Por lo tanto, no causa sorpresa saber que las Pymes ecuatorianas, entre ellas las camarones son la base del



entramado productivo de un país, el cual va más allá del beneficio que recibe el propio empresario, ya que el beneficio impacta toda la sociedad.

Sin embargo, existen grandes dificultades que se relacionan con la competitividad y productividad de estos emprendimientos debido a la menor disponibilidad de recursos, acceso a créditos, lo que constituyen limitantes para emprender procesos de desarrollo tecnológico e industrialización, entre otros.

### **2.3.2 Competitividad**

La competitividad es productividad. Este es el precepto que sostiene Porter (1996), y es la base de su contribución a la teoría empresarial moderna. Otros conceptos de competitividad se reducen a establecer la capacidad de generación de rendimientos, en cuanto señalan que una empresa competitiva es la que logra la rentabilidad óptima a raíz de una inversión dada. (Ansoff, 1997; Thompson – Strickland: 1994). Por otro lado, otras definiciones avanzan en establecer que la competitividad es productividad por lo que se requiere una estrategia acorde a las metas propuestas para lograrlas en la industria en la cual se encuentra operando (Porter. M.: 1996).

La competencia se establece a tres niveles según Porter:

- 1- El análisis de la competencia internacional, situación característica de la actual integración económica mundial.
- 2- Competencia sectorial o por rama de actividad en que opera la empresa.
- 3- Competencia consigo misma o de excelencia en la búsqueda de sus mejores resultados, con independencia del exterior.

Un concepto que parte de la teoría del comercio internacional define a la competitividad como la capacidad de competir de la empresa en su sector actual o potencial, capacidad que vendrá sustentada por unas características de la empresa (análisis interno) y por unas condiciones y dimensiones del

marco competitivo (análisis externo). Por consiguiente, se entiende que la competitividad se mide tanto la posición relativa frente a la concurrencia, como la aptitud de la empresa para sostener de forma duradera la competencia con los otros oferentes del sector o rama de actividad. Una organización competitiva posee un conjunto de capacidades que le permite, según los casos, entrar, mantenerse o desarrollarse en un sector, constituido por las fuerzas competitivas ya conocida y que son susceptibles de oponerse o crear un conflicto con los objetivos, proyectos y actividades de la unidad económica (Bueno C. Eduardo: 1996).

Autores como Barber, Porter, W. Chan Kim y Renée Mauborgne en sus teorías al término competitividad coinciden en que para lograr ser competitivos se debe poseer valor agregado que permita diferenciarse con facilidad de la competencia creando de tal manera una competencia sana.

Una definición en que el autor del presente estudio, mayormente medita es la que define la competitividad como:

“La capacidad estructural de una empresa de generar beneficios sin solución de continuidad a través de sus procesos productivos, organizativos y de distribución.” (Fea. U. 1995. Pág. 47)

Donde:

- La capacidad estructural es función directa de sus principios estratégicos, del bagaje cognoscitivo de su factor humano y de su organización.
- La continuidad en la generación de beneficios y de la empresa misma, es directamente proporcional a su dinamismo estructural.

De las definiciones y conceptos citados, se puede sintetizar que la competitividad es entonces una característica interna de la empresa y que una empresa tiene continuidad, tan solo si es capaz de adaptarse al dinamismo del entorno, en el cual podría tener más peso los recursos Internos, como los financieros, humanos y tecnológicos, más que la oferta y la demanda. Por lo tanto, los postulados que definen que la competitividad es productividad (uso eficiente de los recursos), a lo mejor es realidad al mundo

empresarial de grandes organizaciones, más no se ajusta a la realidad de la micro y pequeñas empresas ecuatorianas, para las cuales realmente constituye un desafío mantenerse competitivos al no tener acceso a los adelantos tecnológicos por falta de fuentes de financiamiento; siendo este el caso de las Pymes camaroneras del Cantón Guayaquil.

### **2.3.3 Ventaja Competitiva**

Para definición de dicho término, JayBarney indica que una empresa logra obtener ventaja competitiva cuando se es: valioso, insustituible, raro e imitable (Alvarez, 2013). Una organización cuenta con ventaja competitiva cuando promueve una estrategia que permita crear valor para el cliente/usuario como para el accionista y que tenga como característica que no sea fácil de sustituir por algún competidor directo e indirecto.

Buendía (2013), afirma que para que una empresa logre contar con ventaja competitiva será preciso contar con un entorno adecuado, talento humano, necesidades, infraestructura económica y demás leyes que incentiven el comercio internacional así como también lugares de investigación que trabajen en cooperación con el sector privado.

#### **2.3.3.1 Aspectos que conforman la competitividad**

Estrada, García y Sánchez (2009), indican que la competitividad está dada por dos aspectos: aspectos externos (la empresa tiene bajo o ningún control sobre estos factores) y los aspectos internos (la organización tiene control sobre ellos, los recursos y las capacidades de la misma, los cuáles la hacen más competitiva con las empresas del sector).

De acuerdo a la problemática uno de los factores a investigar será los factores internos, específicamente la industrialización de los procesos con el fin de ahondar de manera enfocada en el tema para dar un aporte de carácter deductivo a la industria camaronera.

Dentro de la competitividad existen varios factores que permiten que una empresa y/o organización sea competitiva.

Entre esos factores que forman o generan la competitividad son:

- Recursos
  - Financieros.
  - Innovación
  - Tecnológicos.
  
- Capacidades/Conocimientos.

### **2.3.3.2 Recursos financieros**

Los recursos financieros son utilizados con el fin de ejecutar las operaciones de la organización, la adquisición del inventario, la cancelación de sueldos y la realización de inversiones a largo plazo. Los recursos financieros pueden ser obtenidos por las siguientes fuentes: (Econlik, 2015).

- Producto de la operación del negocio.
- Aportes de capital por parte de los socios.
- Financiamiento por entidades bancarias.

Los recursos financieros es toda aquella forma que permite a las entidades ejecutar sus operaciones comerciales, mediante la consecución y administración de dicho recurso monetario. La administración de dicho recurso implica:

- Obtener ingresos y recursos por medios autorizados públicos y/o privados y
- Redistribuir los recursos de forma equitativa.

### **2.3.3.3 Innovación**

Innovación es una herramienta utilizada por aquellos empresarios innovadores, la forma o el medio por el cual realizan un cambio para un negocio diferente. Acción y efecto de proveer de recursos con una nueva capacidad para producir riqueza. La innovación ayuda a crear recursos según Peter Drucker (1985, citado en Pymeactiva 2015).

De acuerdo al estudio inicial de innovación realizado por la OCDE en el año 1971, define a la misma como la primera aplicación de la ciencia y tecnología que conllevará a un éxito comercial (Revista Redes, 1996).

#### **2.3.3.4 Tecnología**

El autor Graham (citado por Bijiker, 2005) indicaba que la palabra tecnología presenta tres niveles que deben ser claramente especificados. Donde en el nivel más básico tecnología se refiere al conjunto de artefactos como computadoras, autos, etc. Un siguiente nivel también incluye las acciones humanas, el diseño y el manejo de las máquinas de aquel entonces. El tercer nivel hace alusión a dominio de competencias que posee el ser humano, al saber cómo hacer para poner en marcha una máquina y los procesos relacionados.

La tecnología abarca la aplicación de sistemas, técnicas y materiales para mejorar el proceso de aprendizaje según Collier (citado por Bijiker, 2005).

#### **2.3.3.5 Inversión**

Tarragó Sabaté (citado en Luis Garrido, 2006) trae a colación la definición del término “inversión”, en donde indica que la inversión monetaria se refiere a la aplicación de recursos financieros con fines de creación, ampliación, mejora de la productividad de una entidad, etc.

Inversión es todo aquel desembolso de recursos monetarios que se realiza para adquirir bienes o equipos que la organización utilizará por un largo periodo de tiempo para cumplir con un objeto social según Peumans (citado en Luis Garrido, 2006).

Algunos autores indican que los elementos de toda inversión son los siguientes:

1. Sujeto del proyecto: empresa.
2. Objetivo del proyecto: adquisición de un bien o aumento de inversión.
3. El costo de inversión: aquel valor que se deberá devengar en el periodo cero del proyecto.
4. Tiempo durante el cual la inversión generará ingresos financieros.

La Real Academia Española (2016), indica que invertir es cambiar, sustituir por sus contrarios la posición de las cosas, en otras palabras cambiar la forma de adquirir financiación.

#### **2.3.4 Industria**

Según la Real Academia Española (2016), el término industria hace relación a las operaciones que se deben de desarrollar conseguir y transformar productos o bienes naturales.

##### **2.3.4.1 Industria manufacturera**

La industria manufacturera hace referencia al proceso de transformación de los materiales físicos o químicos para volverse bienes nuevos. Dichos materiales que se transforman por lo general son productos de silvicultura, explotación de minera, acuacultura entre demás actividades de agricultura o manufacturera (Contraloría Panamá, 2015).

### **2.3.5 Industrialización**

La palabra industrialización hace alusión al proceso que conlleva a la transformación de una materia prima o producto primario en un producto final o un bien que será de uso para un siguiente proceso (Ekos Negocios, 2015).

La industrialización es un proceso macro por el cual sectores agrarios, mineros o con escasa tecnología empiezan a producir bienes manufacturados con mayor valor agregado.

Forma parte del proceso de modernización, de cambios y consiste en el conjunto de actividades por las cuales una sociedad de producción primaria se volca a una producción secundaria. En dicho sentido la industrialización no es más que los primeros pasos de crecimiento, desarrollo y modernización económica (Eumed, 2016).

### **2.3.6 Proceso Productivo**

La producción del camarón es una actividad con fines comerciales y productivos tecnificada por medio de la tecnología. Hoy en día existen dos variedades de camarón, aquel que crece en aguas frías y el de aguas tropicales. Una regla de oro en las productoras de camarón es ubicar su criadero cerca de las costas tropicales con el fin de poder bombear el agua desde el mar hacia la productora camaronera.

Los camarones son criados en estanques que por lo general ocupan un metro de profundidad y sin olvidar la ubicación cerca de las costas tropicales. La ubicación del área de producción del camarón puede ser ubicada sobre un área de cultivo de arroz o a su vez en tierras agrícolas.

En cuanto a las características del camarón, el cultivo del camarón está dividido en dos grandes procesos: producción de semilla y el de engorde. La fase de producción de semilla abarca el tiempo de larva y post larva, en donde se siembran de 80 a 150 nauplios por litro. La etapa de engorde abarca ya la

etapa de crecimiento del camarón hasta que llega a su tamaño o gramos comerciales para ser ofrecido en el mercado interno o internacional.

A nivel general los nauplios se obtienen de dos maneras: capturándolos o produciendo reproductores en cautiverio con el fin de lograr la reproducción, pero esto es desarrollado o ejecutado en laboratorios de maduración donde se encuentran los camarones machos y hembras que pueden reproducirse. Estos camarones reproductores son capturados del mar o en su defecto son criados en piscinas o estanques.

El cuidado que deben tener los camarones en las piscinas o estanques, debe ser tan minucioso desde el agua hasta el oxígeno que recibirán, debido a que esta favorece con el aspecto e imagen del camarón.

La recolección de la producción deberá abarcarse primero con el desfogue completo del agua y dejarla secar por un tiempo aproximado de 20 días hasta que la tierra se note cuarteada con el fin de que el sol haga el efecto de desinfectante.

La cosecha del camarón demora entre 98 y 120 días hasta lograr que el camarón llegue a un peso de 12y 17 gramos. El camarón es llevado a la planta de reproceso para separarlo de cualquier elemento que no forme parte del camarón. Posteriormente es cargado a unas tinas con hielo para ser transportadas a unas plantas de proceso donde se los clasifica en base a su tamaño.

El camarón puede ser empacado sin cabeza o entero, de acuerdo a la preferencia del cliente. La congelación del camarón es en base a una temperatura de 45 grados C para garantizar el clima que requiere el camarón.

### **2.3.7 Internacionalización**

La internacionalización se desarrolla dentro de un marco de alta competencia, formas de comunicación y transporte más rápidos, en donde la tecnología y el mundo virtual facilitan procesos y abaratan costos, implicando



en algunos casos la eliminación de fronteras, acortando distancias entre países y haciendo que el mundo de los negocios se vuelva cada vez más pequeño y accesible Delgadillo de Lira (citado en Araque y Arguello 2015).

### **2.3.7.1 La internacionalización como emprendimiento en las PyMes.**

Santiago García (2012) en la revista Ekos negocios mencionaba la factibilidad de abrir la oferta a países extranjeros integrantes de la ALADI. El enfoque por el cual se priorizó la internacionalización de pequeñas y medianas empresas, fue debido al mandato constitucional que se dio con el fin de abrir puertas al exterior de las Pequeñas y Medianas Empresas para los países que conforman la ALADI y lograr una integración regional que forme un mercado común latinoamericano.

## **2.4 Bases Legales**

Según Villafranca D. (2002) “Las bases legales no son más que se leyes que sustentan de forma legal el desarrollo del proyecto” explica que las bases legales “son leyes, reglamentos y normas necesarias en algunas investigaciones cuyo tema así lo amerite”. Por tal razón se ha considerado pertinente citar ciertas bases legales para el presente estudio:

### **2.4.1 Tratados, convenios o acuerdos internacionales.**

En una entrevista realizada por diario el Comercio a Rivadeneira (2015), Ministro de Comercio Exterior anunció que el acuerdo a realizarse con la unión Europea tendrá preferencia debido a que el país cuenta con una moneda más fuerte que los países socios andinos. Esto se realizará para lograr el objetivo del gobierno actual en cuanto a la matriz productiva, se buscará que exista mayor transferencia de tecnología y apertura a inversiones en el país.

En general el acuerdo realizado con la Unión Europea busca robustecer las posibilidades comerciales para la implementación y ejecución del mismo. Dichos vínculos deberán de aportar al fortalecimiento de las capacidades productivas y progreso económico que permanezca en el tiempo.

Dicho acuerdo en palabras textuales abarca los siguientes ítems (Comercio Exterior, 2015).

1. Sistema de franja de precios (página 4).
2. Autoridades investigadoras (página 4).
3. Aplicación de una medida de salvaguardia bilateral (página 5).
4. Implementación (página 7).
5. Trato nacional (página 7).
6. Personal clave y practicantes con grado universitario (página 9).
7. Proveedores de servicios contractuales (página 11).
8. Profesionales independientes (página 13).
9. Personas en visita breve de negocios (página 14).
10. Licencias individuales (página 15).
11. Excepción cautelar (página 17).
12. Excepciones generales (página 17).
13. Medidas de salvaguardia (página 19).
14. Acuerdos internacionales (página 21).
15. Protección de datos para ciertos productos regulados (página 22).
16. Variedades vegetales (página 23).
17. Información científica (página 25).

Lo mencionado en el párrafo anterior lo ratifica un boletín de PROECUADOR (2015), en el cual indica que dicho convenio con la UE permitirá a los ecuatorianos el ingreso de productos libres de aranceles a dicho mercado, con el fin de crear beneficios al corto y/o largo plazo como:

1. Incremento de la competitividad de los productos ecuatorianos.
2. Apertura a nuevos mercados de la Unión Europea.
3. Nuevas ofertas laborales para los ecuatorianos.

La importancia de realizar acuerdos con la Unión Europea se debe al porcentaje de exportaciones no petroleras derivadas a dicho mercado el cual al año 2015 fue de 25.55%, con incremento del 12% de años anteriores (ProEcuador, 2015).

Los principales antecedentes que marcaron el acuerdo comercial entre Ecuador y la Unión Europea fue lo siguiente:

Principales destinos de los productos de exportación ecuatorianos:

- Holanda
- Alemania
- España
- Francia e
- Italia

En donde los principales productos estrellas de exportación son:

1. Banano
2. Flores
3. Atún
4. Camarón
5. Cacao

Entre los principales acuerdos comerciales que tiene Ecuador con los demás países son los siguientes:

PAÍS	INSTRUMENTO	FECHA DE SUSCRIPCIÓN	ENTRADA EN VIGENCIA
CHILE	Acuerdo de Complementación Económica entre la República de Chile y la República de Ecuador	10-mar-08	29-ene-10
BRASIL	VIII Protocolo al ACE Nro. 59 con el cual la República federativa del Brasil otorga	30-dic-09	25-ene-11

	preferencias arancelarias a la República del Ecuador		
CUBA	II Protocolo Adicional al Acuerdo de Complementación Económica Nro. 46 celebrado entre la República del Ecuador y la República de Cuba	10-mar-10	25-ene-11
VENEZUELA	Acuerdo Marco de Cooperación entre la República de Ecuador y la República Bolivariana de Venezuela para profundizar los Lazos de Comercio y Desarrollo.	26-mar-10	02-dic-10
TURQUÍA	Acuerdo de Cooperación Comercial entre el Gobierno de la República de Turquía	01-dic-10	No vigente / se encuentra en la Asamblea
BRASIL	Memorando de entendimiento para la promoción e implementación de proyecto "Exportación por envíos postales para medias, pequeñas y micro empresas" entre el Gobierno de la República Federativa de Brasil y el Gobierno del Ecuador.	21-dic-10	21-dic-10
GUATEMALA	Acuerdo Parcial de Complementación Económica entre el Gobierno de la República del Ecuador y el Gobierno de la República de Guatemala.	15-abril-11	10-feb-13
IRAN	Acuerdo Comercial entre el Gobierno de la República del Ecuador y el Gobierno de la República Islam de Irán	21-abril-11	No vigente / se encuentra en la Asamblea
BRASIL	Acuerdo Complementario al acuerdo básico de cooperación técnica entre el Gobierno de la República Federativa de Brasil y el Gobierno de la República de Ecuador para la implementación de la televisión digital terrestre en Ecuador	17-jul-11	17-jul-11

BELARUS	Memorando de Entendimiento entre el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración de la República del Ecuador y el Ministerio de Asuntos Exteriores de la República de Belarús, para la Creación de la Comisión Mixta de Cooperación Económica – Comercial.	17-oct-11	17-oct-11
BRASIL	Memorando de entendimiento entre los gobiernos de la República Federativa de Brasil y el Gobierno de la República del Ecuador en materia de monitoreo comercial, Inversiones y financiación.	21-nov-11	21-nov-11
PANAMA	<p>Protocolo de Adhesión de la República de Panamá – Apertura de Mercados a favor de Ecuador</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• TM80 AP Mercados</li> <li>• TM80 Cooperación científica y tecnológica</li> <li>• TM80 Intercambio de bienes culturales, educacional, científico</li> <li>• TM80 OTC</li> <li>• TM80 Preferencial Regional</li> </ul>	02-feb-12	25-sep-12
INDONESIA	Memorando de entendimiento entre el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercial e Integración de la República del Ecuador y el Ministerio de Comercio de la República de Indonesia sobre Cooperación en Comercio e Inversiones	23-jun-12	23-jun-12
CATAR	Acuerdo de Cooperación Económica, Comercial y Técnica entre el Gobierno de la República del Ecuador y el Gobierno del Estado del Estado del Catar	16-feb-13	No vigente / se encuentra en la Asamblea
INDIA	Memorando de Entendimiento sobre Cooperación Económica entre el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración de la República del Ecuador y el Departamento de Comercio de la República de India		

FRANCIA	Acuerdo para la Cooperación en el Área de la Economía Solidaria y comercio justo, suscrito entre Ecuador y Francia		
COLOMBIA	Acta de la Reunión del Comité Técnico Binacional de Asuntos Económicos y Comerciales en el marco de la Comisión de la Vecindad e Integración Colombo Ecuatoriana	05-abr-13	05-abr-13
COLOMBIA	Declaración Presidencial	25-nov -13	25-nov-13
COLOMBIA	Acuerdo de Reconocimiento Mutuo	05-mar-97	05-mar-17
PERU	Comité Técnico Binacional de Facilitación de Comercio, Inversiones y turismo	18-mar-11	18-mar-11
PERU	IX Comisión de Vecindad Ecuatoriano-Peruano	19-sep-12	19-sep-12
PERU	Memorando de Entendimiento en Materia de Promoción Turística entre la Comisión de Promoción del Perú para la exportación del Turismo Promperu y el Ministerio de turismo del Ecuador	23-nov-12	23-nov-12
PERU	Memorando de Entendimiento Pro Ecuador y Pro Inversión	23-nov-12	23-nov-12
PERU	Declaración Conjunta Presidencial Ecuador – Perú	14-nov-13	14-nov-13
ARGENTINA	Acuerdo de cooperación en el área de la promoción comercial y transferencia de tecnología en materia de comercio internacional entre la República del Ecuador y la República Argentina.	22-mar-07	22-mar-07

ARGENTINA (ARG168)	Caddendum Nro. 1 al memorándum de entendimiento sobre colaboración en materia de acciones de promoción comercial entre el ministerio de relaciones exteriores, comercio e integración de la República del Ecuador y el Ministerio de Relaciones Exteriores, comercio internacional y culto de la República Argentina	21-abr-2008	21-abr-2008
ARGENTINA (ARG154)	Memorándum de entendimiento sobre colaboración en materia de acciones de promoción comercial entre el Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio Internacional y Culto de la República Argentina y el Ministerio de Relaciones Exteriores, comercio e integración de la República del Ecuador	20-sep-2007	20-sep-2007
CHILE (CHL255)	Acta I Reunión de la comisión económica comercial del Acuerdo de complementación económica Nro. 65 entre Chile y Ecuador	22-jul-11	13-mar-13
URUGUAY	Convenio de Cooperación Institucional entre el Instituto de promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR) y la Agencia de promoción de Inversiones y Exportaciones (Uruguay XXI)		22-nov-12
PANAMÁ (AIC066)	Acuerdo regional de apertura de mercados a favor de Ecuador Protocolo de adhesión de la República de Panamá	22-feb-12	25-sep-12
PANAMÁ	Acuerdo regional que instituye la preferencia arancelaria regional Protocolo de adhesión de la República de Panamá	2-feb-12	25-sep-12
REPÚBLICA DOMINICANA	Grupo conjunto de estudio de factibilidad para la profundización de la relaciones económicas y comerciales entre la República Dominicana y el Ecuador	14-oct-11	14-oct-11

Tabla 1. Acuerdos Comerciales de Ecuador y demás países.  
Adaptado de ProEcuador (2015).

#### **2.4.1.1 Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea**

En el año 2014, Ecuador y la Unión Europea firmaron un acuerdo de libre comercio con el fin que en el año 2016 se lleve a cabo dicho convenio (El Universo, 2014).

Uno de los objetivos primordiales de la Unión Europea está la transferencia de tecnología y la apertura a inversiones que permitan establecer empresas europeas que aporte de manera significativa al gobierno del actual presidente Rafael Correa, es decir que permita la consecución del objetivo de la matriz productiva. Se exportará al continente europeo no sólo recursos naturales sino también productos manufacturados con valor agregado. El acuerdo con la Unión Europea se espera que difiera de los acuerdos realizados con Lima y Bogotá. A nivel general en el convenio con la Unión Europea los principales productos ecuatorianos que se llegarán a vender son: banano, cacao, rosas y camarones, etc. (El Comercio, 2016).

#### **2.4.2 Leyes gubernamentales**

En el Congreso Nacional de Ecuador, promueven la Ley de Comercio Exterior e Inversiones, LEXI. El progreso y desarrollo del país exige de un comercio exterior y en expansión, que aporte de manera económica y en bienestar al país, permitiendo que la economía internacional y las relaciones con los demás países puedan estar bajo el respaldo tecnológico y de información. Dicho congreso también busca que el país no mantenga dependencia total por parte del petróleo y que diversifique sus exportaciones en demás productos.

De acuerdo a la Ley de Comercio Exterior e inversiones (LEXI) en el TÍTULO I DEL ÁMBITO Y OBJETO DE LA LEY, indica en su artículo 1 lo siguiente:

“La presente ley tiene por objeto normar y promover el comercio exterior y la inversión directa, incrementar la competitividad de la economía nacional, propiciar el uso eficiente de los recursos



productivos del país y propender a su desarrollo sostenible e integrar la economía ecuatoriana con la internacional y contribuir a la elevación del bienestar de la población” (Lexis S.A, 1998: página 5).

Así mismo en dicha ley, indican los integrantes del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones, en el cual están:

- a. Presidente de la República del Ecuador o representante permanente.
- b. El Ministro de Comercio Exterior, Industrialización y Pesca.
- c. Ministro de Relaciones Exteriores.
- d. Ministro de Agricultura y Ganadería.
- e. Ministro de Turismo.
- f. Presidente de la Federación Ecuatoriana de Exportaciones FEDEXPOR.
- g. Presidente de la Federación Nacional de las Cámaras de Industrias del Ecuador.
- h. Presidente de la Federación Nacional de Cámaras de Comercio del Ecuador.
- i. Presidente de la Federación Nacional de Cámaras de Agricultura del Ecuador o su representante.
- j. Un delegado de los sectores Agropecuario, Acuacultor y Pesquero de productos de exportación a nivel nacional.

(Lexis S.A, 1998: página 8).

### **2.4.3 Reglamentos**

En cuanto al Reglamento General para la organización y funcionamiento del instituto de promoción de exportaciones e inversiones extranjeras Pro Ecuador, se estipula lo siguiente bajo artículos:

“Art. 1.- Naturaleza.- El Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones Extranjeras , PRO ECUADOR, es una entidad de derecho público, de gestión desconcentrada, con independencia técnica, administrativa y financiera, adscrita, con su red de oficinas comerciales,

al Ministerio de Comercio Exterior, con sede en la ciudad de Guayaquil y competencia a nivel nacional” (Lexis, 2013: página 2).

Dicho instituto contará con diversos objetivos por los cuales fue creada, tales como:

1. Alcanzar una adecuada promoción de la oferta exportable de bienes y servicios del Ecuador consolidando las exportaciones actuales y fomentando la desconcentración y diversificación de exportadores, productos y mercados.
2. Lograr la diversificación y empoderamiento de la oferta exportable a través de la inversión que genere encadenamiento productivo e innovación tecnológica.
3. Alcanzar una adecuada cultura exportadora, con énfasis en los nuevos actores del comercio exterior.
4. Lograr la inserción estratégica en el comercio internacional de todos los productos nacionales, con especial énfasis en los bienes y servicios ofertados por las pequeñas y medianas empresas, y los actores de la economía popular y solidaria.

(Lexis, 2013: página 2:3).

#### **2.4.4 Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado**

En el pleno de la Asamblea Nacional, mencionan en su Artículo 52 de la Constitución de la República que se debe garantizar a la ciudadanía el derecho a elegir sin restricción alguna y a contar con acceso para adquisición de bienes o servicios. En su artículo 336 de la Carta Fundamental indica que el gobierno deberá de impulsar y apoyar para que se desarrolle en el país un comercio justo para el acceso de bienes y servicios de calidad.

En cuanto a la Ley Orgánica de Regulación y Control de Poder de Mercado en su artículo 1 tiene como finalidad evitar, prevenir, corregir, eliminar y amonestar el abuso del poder de mercado, así como las prácticas desleales

que buscan la eficiencia en los mercados, el comercio justo y el bien común de los consumidores y usuarios de la sociedad. En su artículo 7 habla sobre el poder de mercado la cual se refiere a la capacidad para influir de manera significativa en el mercado, se considera que tienen poder de mercado cuando pueden actuar de manera independiente sin prescindir de los competidores.

#### **2.4.5 Requisitos para exportación de productos de acuicultura.**

Para incursionar en el mercado e la exportación se deberá contar con la autorización respectiva del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca (MAGAP), el cual consta de tres pasos:

- **Paso 1:** Obtener autorización en el MAGAP
- **Paso 2:** Aprobar la verificación
- **Paso 3:** Obtener la certificación

El paso 1 se refiere al Acuerdo Ministerial y el Acta de Producción efectiva otorgada por la Subsecretaría de Pesca o Acuicultura, la cual expide un permiso y realiza una inspección del establecimiento. El paso 2 hace alusión a la presentación de los formularios de inscripción y aprobación mediante la verificación y la revisión al proceso técnico. Paso 3, para lograr exportar se debe de contar con los certificados de Calidad y certificados varios según las exigencias del país importador

#### **2.4 Hipótesis**

¿Cómo la falta de innovación en los procesos productivos merma la competitividad de las pymes camaroneras ante los grandes exportadores?

- Variable independiente: innovación
- Variable dependiente: exportación

# CAPÍTULO III

## 3. Metodología de investigación

### 3.1. Método

Quecedo y Castaño (2002) indican en término general que la definición de metodología, hace referencia a la forma en que se enfoca la problemática a investigar para buscar respuestas usando una herramienta de la investigación, para esto Hair, Bush y Ortinau (2010), definen a la investigación de mercado como un proceso sistemático, en el cual cada una de las funciones del proceso debe de diseñar métodos que permitan recopilar datos y administrarlos con el fin de dar una información válida que pueda ser analizada e interpretada para la toma de decisiones.

La investigación a realizarse se la hará al foco de estudio camaroneras exportadoras, con el fin de identificar los factores que inciden en la industrialización para mejorar la diversificación de los productos.

### 3.2. Tipo de investigación

Para el presente estudio se empleara dos tipos de investigación: exploratoria y descriptiva.

- **Investigación exploratoria:**

Una investigación exploratoria es una versión menor del estudio mayor. Es un estudio de menor escala que permitirá evidenciar y descubrir problemas técnicos, logísticos y estudios previamente realizados. Ayudará a demostrar la factibilidad de la aplicación de instrumentos de investigación para la debida recopilación de la información Teijlingen and Hundley (Hair, Bush y Ortinau, 2010).

- **Investigación descriptiva:**

Es aquella investigación que permite definir con precisión el objeto de estudio que se pretende investigar. El investigador deberá indagar en: que está sucediendo, cómo la realizará y en dónde, sin cuestionarse el por qué. Esta investigación tiene su relevancia al proporcionar información primaria que en relación con la exploratoria, este tipo de investigación se la considera la investigación mayor (Benassini, 2009).

### **3.3. Variables**

- Variable independiente: procesamiento industrializado
- Variable dependiente: exportación

### **3.4. Fuentes y herramientas de recopilación de información**

Se refiere al origen de la información: primaria y secundaria.

Como ya fue descrito en los puntos anteriores la herramienta a utilizar será la encuesta, la cual será realizada a las personas de las camaroneras productora o empacadora.

Según Del Castillo (2009), las herramientas cuantitativas son aquellas que recopilan información medible. Los resultados recopilados de dicha muestra pueden extrapolarse a nivel estadístico.

Mediante la aplicación de la herramienta cuantitativa encuestas, se espera determinar cuáles son los criterios objetivos más relevantes para las camaroneras productoras y que limitan su acceso a la exportación, verificar y determinar cuál es el nivel de apoyo que perciben los camaroneros del gobierno y si los cambios realizados son en base al nuevo giro económico del país.

- **Información primaria:**

Una fuente de información para el presente proyecto es utilizado cuando es requerido obtener información directamente de un grupo o mercado determinado con la finalidad de aprobar o rechazar una hipótesis. Dicha actividad es ejecutada mediante el uso de un procedimiento o técnica de recopilación de información (Fernández Nogales, 2004)

Para el proyecto a desarrollar se empleará como fuente de información primaria, la elaboración y ejecución de encuestas que permitan determinar las barreras de impedimento para la realización de industrialización en los procesos de las camaroneras productoras y exportadoras.

- **Información secundaria:**

La fuente de información secundaria es en base a la información ya publicada, es decir situación que no observó directamente, según Rodríguez Moguel (2005).

Como fuentes secundarias el investigador utilizará las siguientes entidades:

- Pro Ecuador
- FEDEXPOR
- Cámara Nacional de Acuicultura
- Superintendencia de compañías
- Lexis
- Comercio Exterior
- Ministerio de Productividad
- Artículos Científicos publicados

Para el presente estudio se utilizaran las herramientas: encuestas y el método de Análisis de Multicriterio.

- **Encuesta:**

Según Naresh K. Malhotra (2004), las encuestas son similares a las entrevistas pero con mayor número de personas a preguntarse, debe ser un formulario de preguntas bien estructurado que permita obtener la información requerida y cumplir el objetivo propuesto.

- **Método Análisis de Multicriterio:**

El método de análisis de multicriterio permite de una manera rápida y sencilla identificar alternativas preferibles. Dicho análisis cuenta con ventajas en su metodología como: definir claramente el problema que se desea resolver, identificar los criterios determinantes y relevantes para la decisión, determinar la ponderación a cada criterio basándose en expertos en el tema, etc.

Las fases del método son las siguientes (Roche y Constantino, 2005):

1. Identificar la meta general del problema.
2. Identificar las alternativas.
3. Listar los criterios a emplear en la toma de decisiones.
4. Asignar una ponderación para cada uno de los criterios.
5. Establecer en cuanto satisface cada alternativa a nivel de cada uno de los criterios.
6. Calcular el Score para cada una de las alternativas.
7. Ordenar las alternativas en función del Score. La Alternativa con el Score más alto representa la alternativa a recomendar.

La aplicación de este método en el presente estudio servirá para determinar a primera instancia cuál es la variable de mayor importancia para los camaroneros productores, la misma que servirá de eje de referencia para trabajar en dicha área o criterio y potenciar la extensión de dichas camaroneras en el área de la exportación.

### **3.5. Tipo de dato**

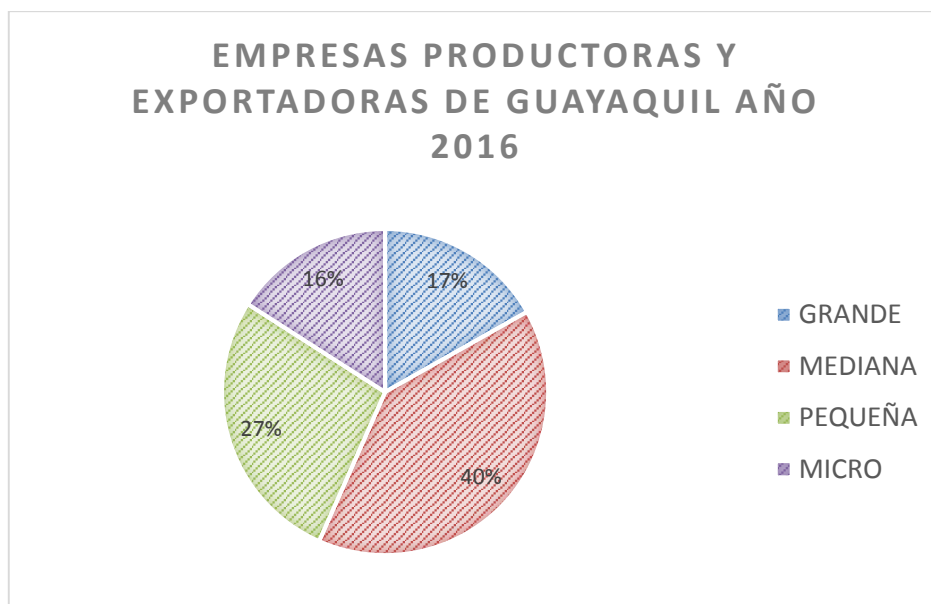
### 3.5.1. Dato Cuantitativo

Los datos cuantitativo serán recopilados por medio de las encuestas, en dónde se podrá analizar de manera descriptiva los resultados de la investigación de mercado a realizarse cumpliendo los objetivos determinados.

## 3.6. Población y muestra

### 3.6.1. Población

Con el fin de realizar el estudio pertinente, se seleccionó la población de camaroneras exportadoras y productoras, cuya población es de 76 empresas, de las cuales 70 son productoras y 6 exportadoras.



**Figura 6.** Empresas Productoras y Exportadoras de Guayaquil año 2016. Adaptado de Cámara Nacional de Acuicultura

### 3.6.2. Muestra



De acuerdo a lo expuesto por Arias (2006) indica que la muestra es un subconjunto que es representativo y cuantificable que se obtiene de una población.

A esto Bernal (2006) especifica que la muestra es la parte esencial e importante que se selecciona que será representativa de la población en general.

### **Ecuación de la muestra**

$$n = \frac{Z^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

### **Elementos de la ecuación**

**n:** Número de personas a entrevistar (tamaño de la muestra)

**Z<sup>2</sup>:** Nivel de confianza 1.96

**e<sup>2</sup>:** Margen de error 0.05

**P:** Probabilidad de éxito 50%

**Q:** Probabilidad de fracaso 50%

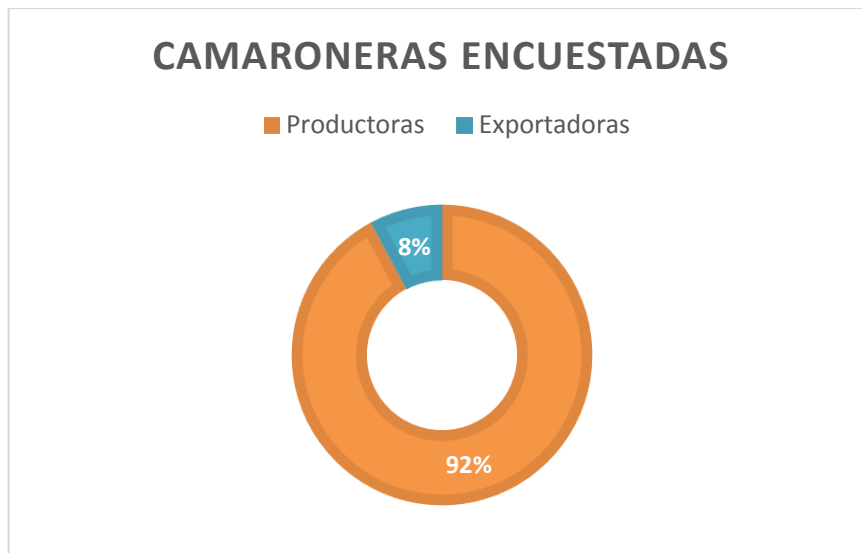
Dando como resultado de 64 empresas camaroneras a encuestar

## CAPÍTULO IV

### 4. Resultados de investigación

En el presente capítulo se presentarán los resultados y análisis de la investigación de mercado realizada a las camaroneras productoras y exportadoras.

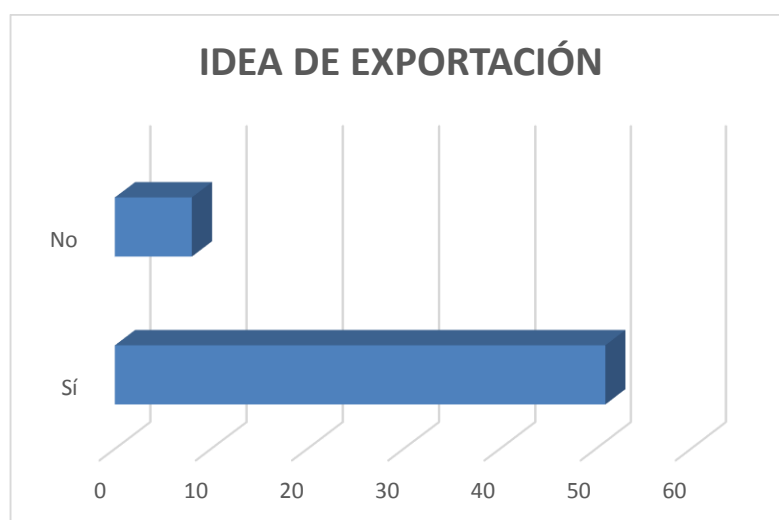
Con el fin de diferenciar si son productoras o exportadoras se puso un encabezado para identificar su actividad comercial. Una falencia que se evidenció a primera instancia fue que en la base de datos de la Cámara Nacional de Acuicultura no había coherencia entre la designación de pequeña o mediana con la que mencionaba la camaronera. De acuerdo a la aplicación de la fórmula de la muestra se definió encuestar a 64 camaroneras, siendo 59 productoras y 5 exportadoras.



**Figura 7.** Camaroneras Encuestadas.  
Adaptado levantamiento de información (encuestas)

## 1. ¿Tiene la camaronera como objetivo exportar en 3 años posteriores?

Se contabilizó sólo a las camaroneras productoras para realizar este grupo de preguntas donde las 59 indicaron respuesta afirmativa, es decir si tienen la idea de realizar integración vertical hacia adelante, mientras que 8 indicaron que no.



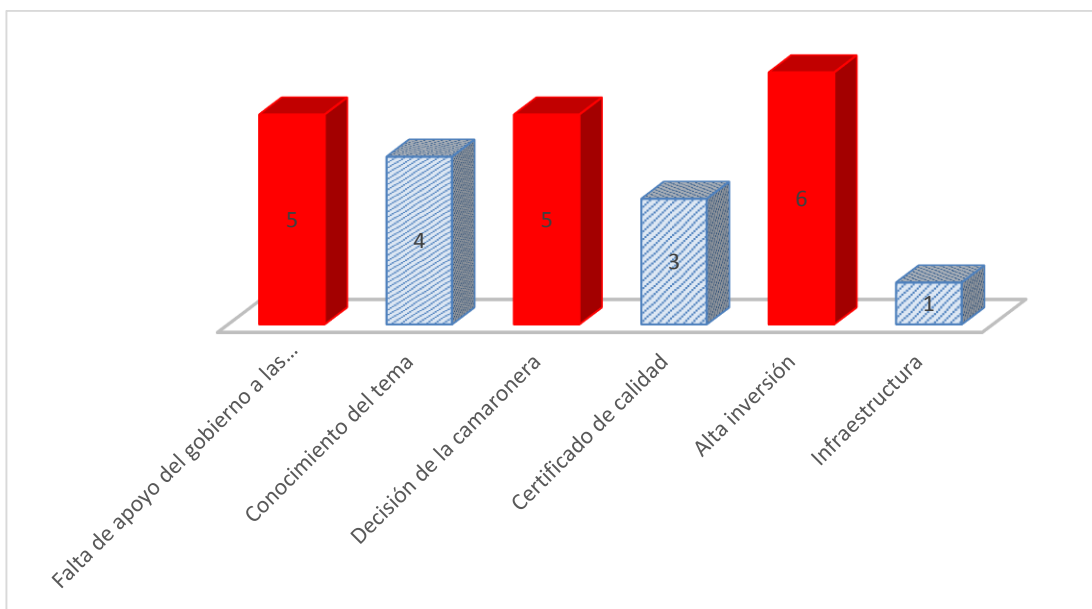
**Figura 8.** Camaroneras con miras a exportar.  
Adaptado levantamiento de información (encuestas)

## 2. ¿Indique sus opciones del por qué la camaronera no tiene miras a exportar? Indique tres opciones máximo.

De las camaroneras que indicaron que no tienen como objetivo a largo plazo incursionar en el negocio de la exportación, se les realizó la pregunta para identificar cuáles eran los factores que incidían en dicha decisión, siendo en un 25% el tema de alta inversión seguida con igual porcentaje del 21% la falta de apoyo del gobierno a las pequeñas empresas y la actitud de los propietarios que se muestran reacios al cambio por desconocimiento del mercado etc.

Opciones	Camaroneras	
Falta de apoyo del gobierno a las Pequeñas empresas	5	21%
Conocimiento del tema	4	17%
Decisión de la camaronera	5	21%
Certificado de calidad	3	13%
Alta inversión	6	25%
Infraestructura	1	4%
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

**Tabla 2.** Opciones limitantes para incursionar en la exportación.  
Adaptado levantamiento de información (encuestas)

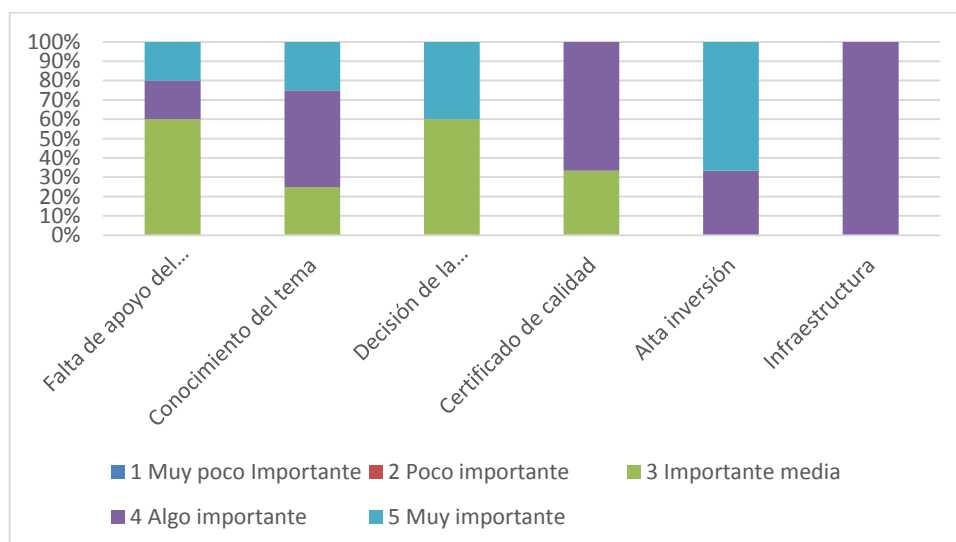


**Figura 9.** Opciones limitantes para incursionar en la exportación.  
Adaptado levantamiento de información (encuestas)

3. En base a sus opciones indicadas en la pregunta anterior, por favor califique del 1 al 5, (siendo 5 la más alta) el nivel de importancia a dicho criterio. La encuesta termina.

Criterio	1 Muy poco importante	2 Poco importante	3 Importante media	4 Algo importante	5 Muy importante
Falta de apoyo del gobierno a las Pequeñas empresas			3	1	1
Conocimiento del tema			1	2	1
Decisión de la camaronera			3		2
Certificado de calidad			1	2	
Alta inversión				2	4
Infraestructura				1	
TOTAL			8	8	8

**Tabla 3.** Nivel de importancia según criterios.  
Adaptado levantamiento de información (encuestas)

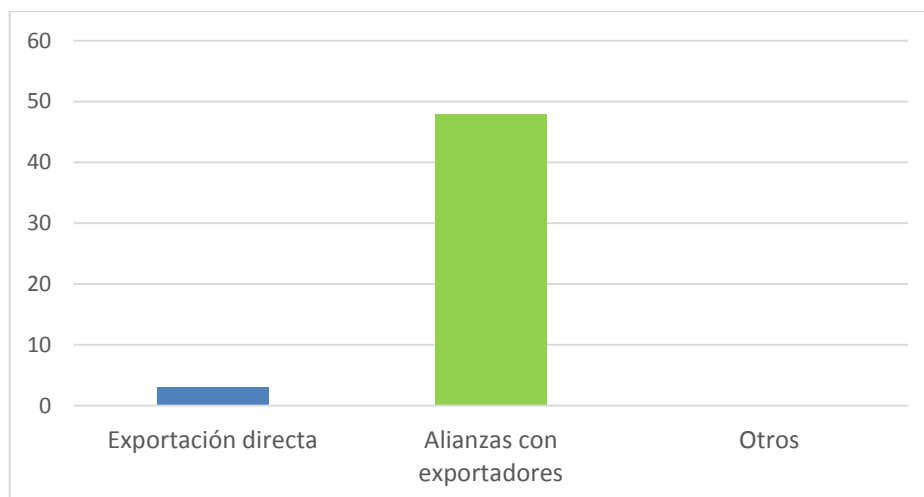


**Figura 10.** Nivel de importancia según criterios  
Adaptado levantamiento de información (encuestas)

Con el fin de determinar cuáles son los factores principales que limitan ingresar al mercado de la exportación, se les hizo una pregunta de nivel de importancia según los tres criterios expuestos por las camaroneras, en donde el alto nivel de inversión sigue siendo motivo de mayor importancia, seguido

por la actitud reacia de los directos o propietarios de las camaroneras quienes por desconocimiento del mercado o por riesgos de ingresar a un mercado nuevo no lo toman en consideración.

**4. Seleccione las formas por las cuáles usted incursionaría en el mercado de la exportación.**



**Figura 11.** Formas para iniciar exportación.  
Adaptado levantamiento de información (encuestas)

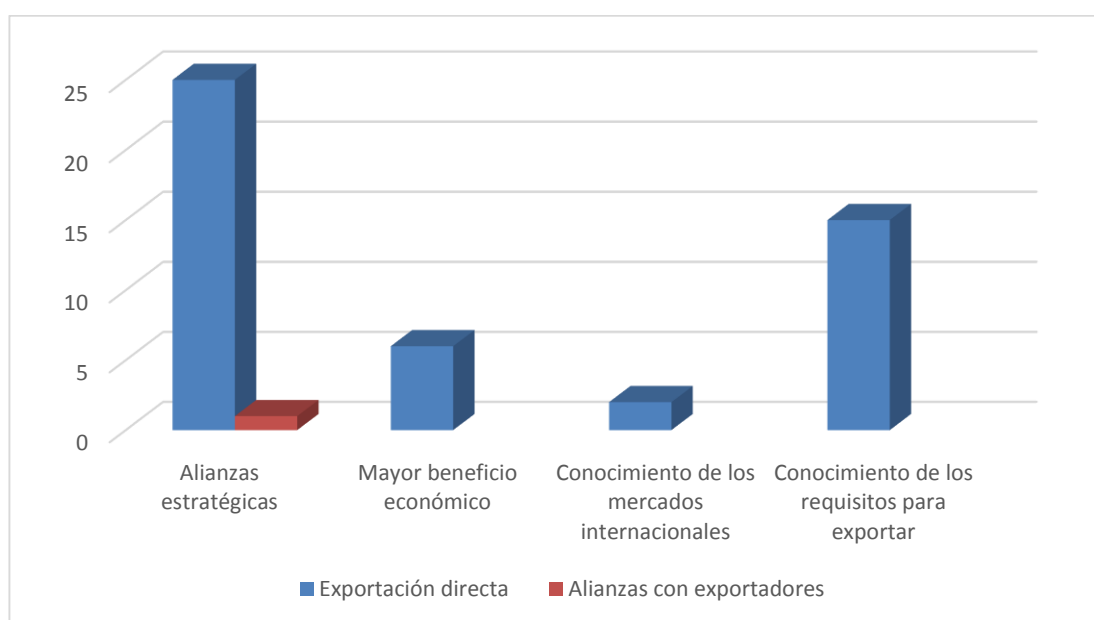
Entre los objetivos a largo plazo de las 51 camaroneras exportadoras está realizarlo mediante alianzas con exportadores en un 94% y la diferencia mediante exportación directa, las razones que lo conllevaría a inclinarse por dichas formas será explicado con detalle en la pregunta siguiente.

**5. En base a la pregunta anterior, ¿cuál fue la razón principal y la más importante que lo conllevaría a indicar dicha forma? Mencione 1 opción.**

Complementando la pregunta anterior los criterios determinantes de la elección del medio para exportar fueron diversificación de riesgo y conocimiento de los requisitos para exportar. Por lo validado con la pregunta anterior las camaroneras al ingresar a un mercado nuevo buscan generar alianzas con el fin de mermar el riesgo.

Opciones	Exportación directa	Alianzas con exportadores
Alianzas estratégicas		25
Mayor beneficio económico	1	6
Conocimiento de los mercados internacionales	2	2
Conocimiento de los requisitos para exportar		15
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>48</b>

**Tabla 4.** Intereses según la elección del medio para exportar. Adaptado levantamiento de información (encuestas)

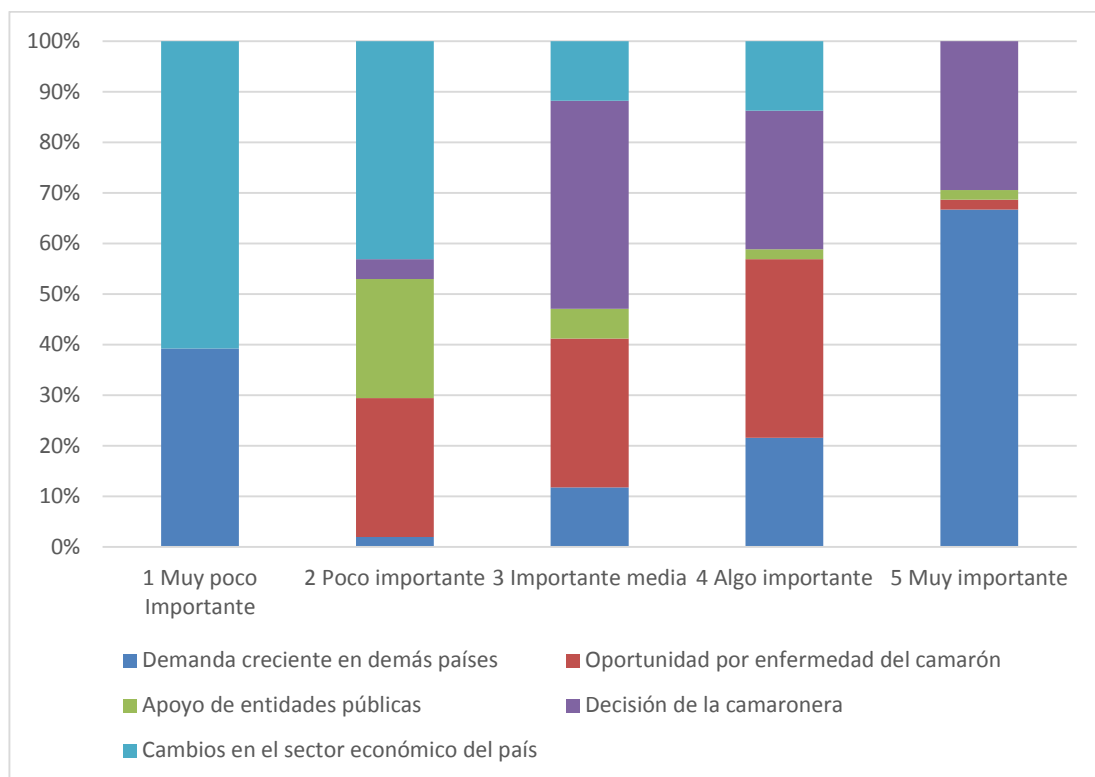


**Figura 12.** Intereses según la elección del medio para exportar. Adaptado levantamiento de información (encuestas)

**6. Clasifique los 5 criterios a continuación que usted tomaría en cuenta o ha tomado en cuenta para incursionar en el área de la exportación.**

El factor de mayor importancia a la hora de inclinarse hacia la exportación es por la demanda creciente en los demás países, puesto que indican que eso les permitiría ser proveedores de dichos mercados, así mismo también tiene

gran peso la decisión de los propietarios de la camaronera, debido a que son los que toman la última palabra. Los factores de menor importancia es el cambio en el sector económico del país, puesto que indican que las entidades públicas se preocupan más por las empresas grandes que por las pequeñas y medianas.

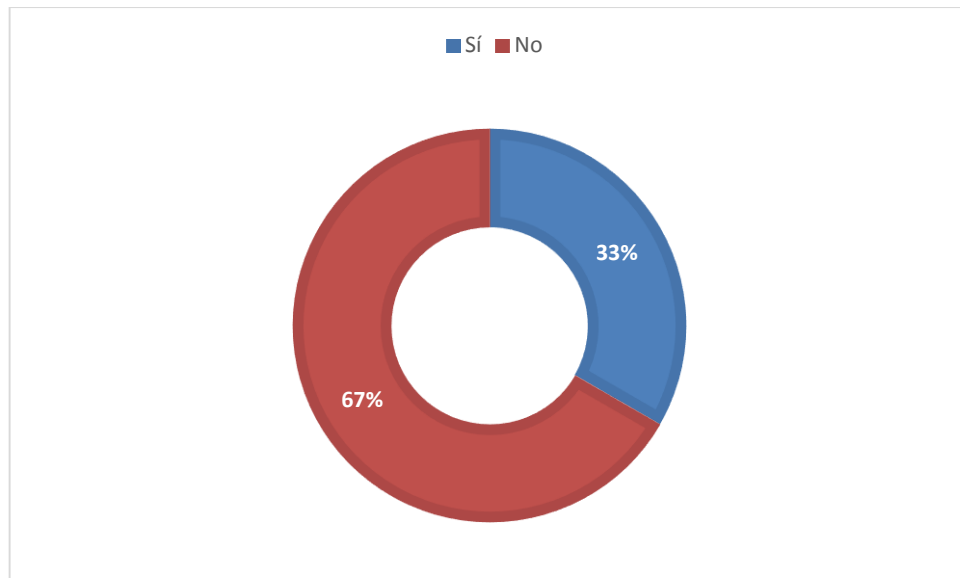


**Figura 13.** Clasificación del orden de la importancia para exportar. Adaptado levantamiento de información (encuestas)

### 7. ¿En los últimos 5 años la camaronera ha realizado alguna inversión de innovación en el proceso de producción?

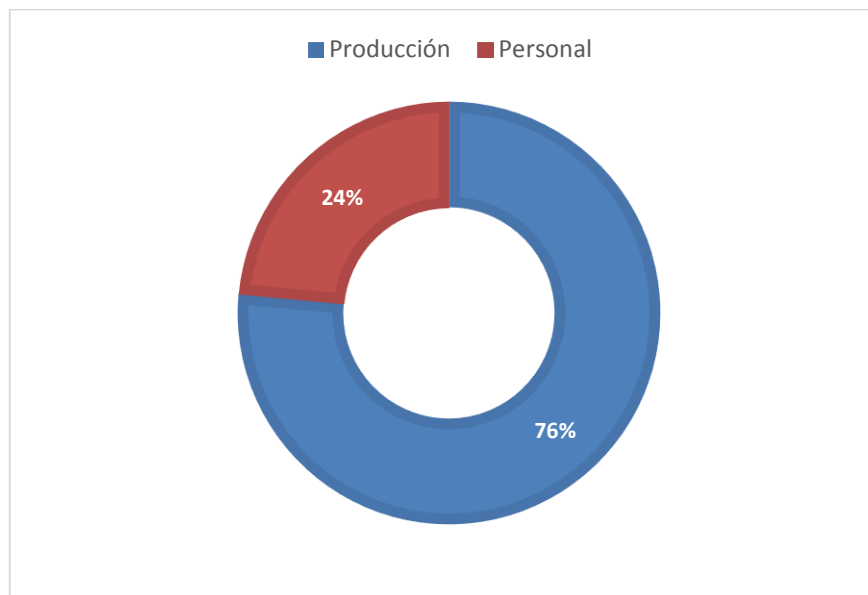
El 67% de las camaroneras encuestadas indicaron que no realizaron ningún tipo de inversión en innovación, mientras que el 33% indicó que sí hubo inversión que se realizó en la camaronera.





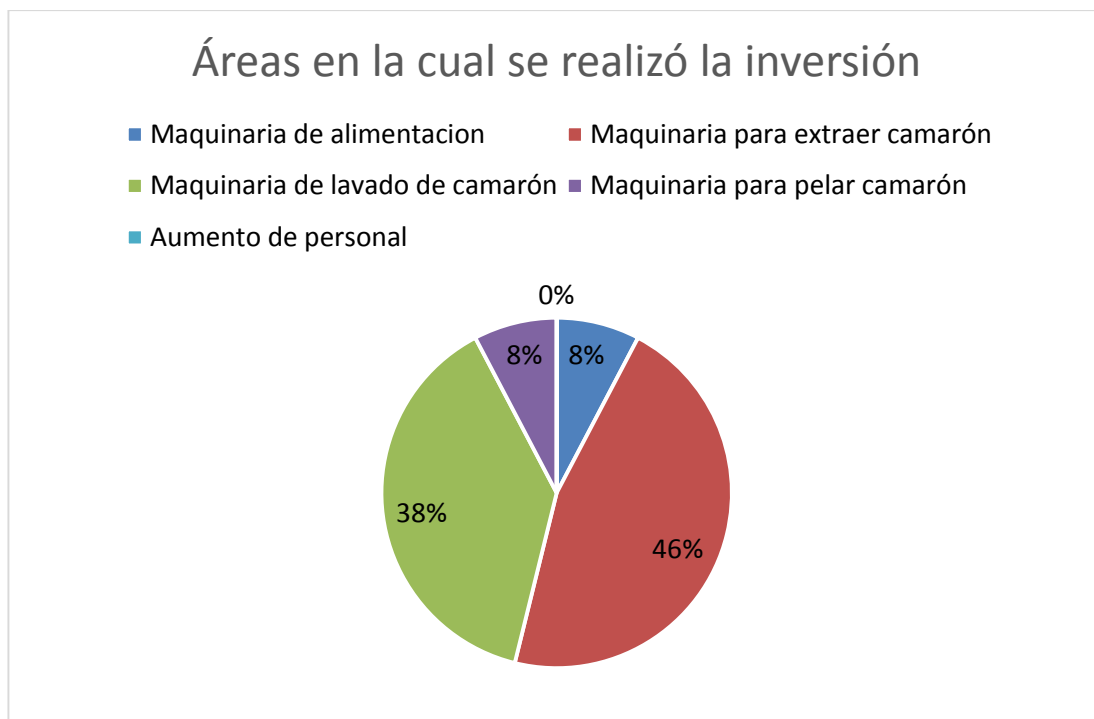
**Figura 14.** Camaroneras que hayan realizado inversión.  
Adaptado levantamiento de información (encuestas)

En cuanto a las áreas en las que hubo mayor inversión e innovación fue en la de producción (76%) debido a la operación comercial de las empresas y en personal (24%), según lo mencionado por los encuestados.



**Figura 15.** Áreas en la cual se realizó la inversión.  
Adaptado levantamiento de información (encuestas)

Las áreas en las cuáles se realizó las inversiones según los encuestados fueron:



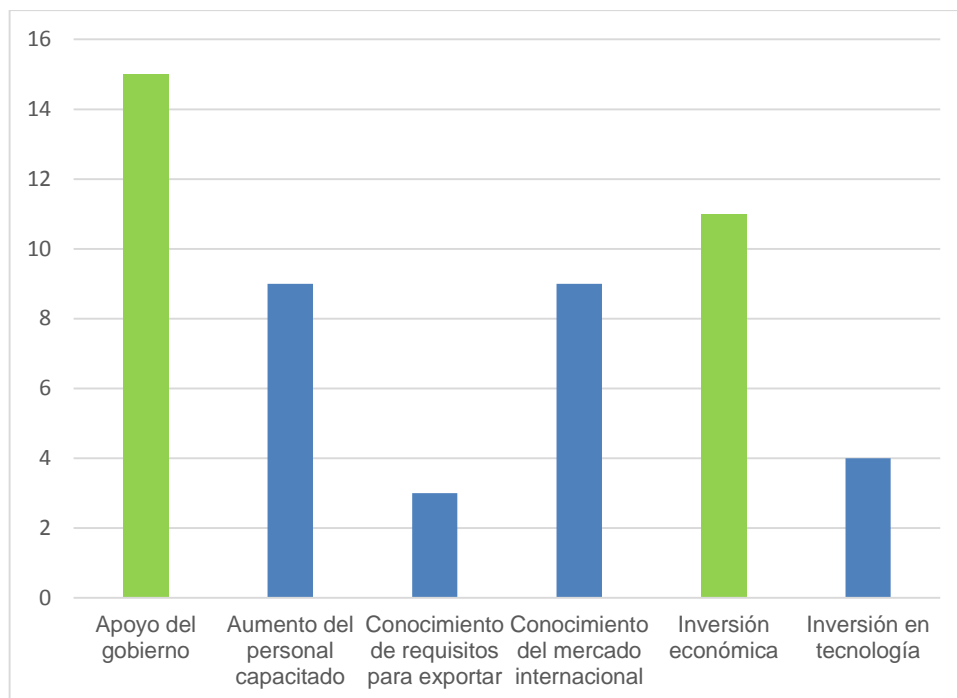
**Figura 16.** Áreas de Inversión.  
Adaptado levantamiento de información (encuestas)

#### 8. ¿Qué los limita como camaronera a incursionar en el área de exportación?

Opciones	Camaronera
Apoyo del gobierno	15
Aumento del personal capacitado	9
Conocimiento de requisitos para exportar	3
Conocimiento del mercado internacional	9
Inversión económica	11
Inversión en tecnología	4
Total	51

**Tabla 5.** Limitaciones para la exportación.  
Adaptado levantamiento de información (encuestas)

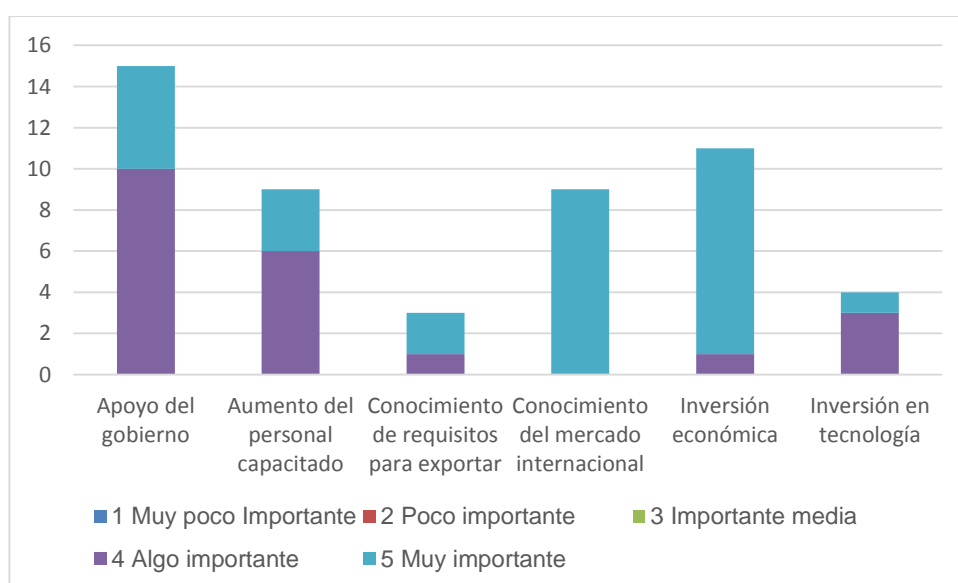
De acuerdo a las respuestas obtenidas por los encuestados, las principales barreras limitantes para incursionar en el área de la exportación son la falta de apoyo del gobierno en un 29%, seguido de inversión económica en un 22%, conocimiento del mercado internacional en un 18%, aumento del personal capacitado 18% y conocimientos de requisitos para exportar en un 6%.



**Figura 17.** Limitaciones para la exportación.  
Adaptado levantamiento de información (encuestas)

**9. De acuerdo a la pregunta anterior, califique sus opciones según el nivel de importancia (mencione 3 opciones).**

De acuerdo al nivel de importancia, una vez más la el factor económico sigue siendo el principal limitante para ingresar al mercado de exportación, seguido del conocimiento de los mercados internacionales.



**Figura 18.** Nivel de importancia para limitantes de exportación.  
Adaptado levantamiento de información (encuestas)

En caso de ser exportador se realizó las siguientes preguntas:

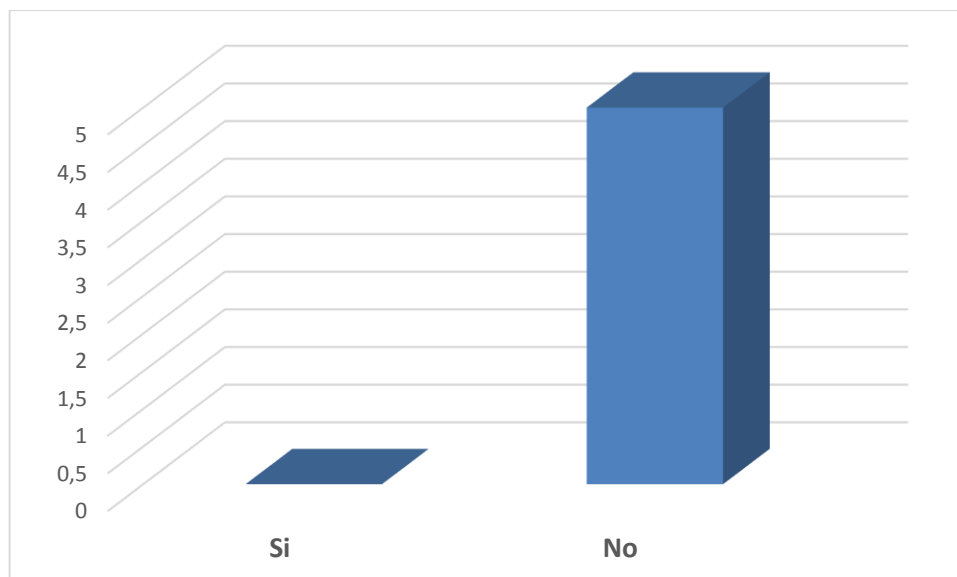
**1. Mencione cuáles son los principales productos que exportan.**



**Figura 19.** Principales productos de exportación.  
Adaptado levantamiento de información (encuestas)

Entre las principales presentación del camarón que exportan está el camarón pelado en un 60%, siguiéndole el camarón con cola en un 20% y el camarón en brochetas con el mismo porcentaje.

**2. La diversificación de sus productos para exportar es gracias a los cambios en el modelo económico del país.**

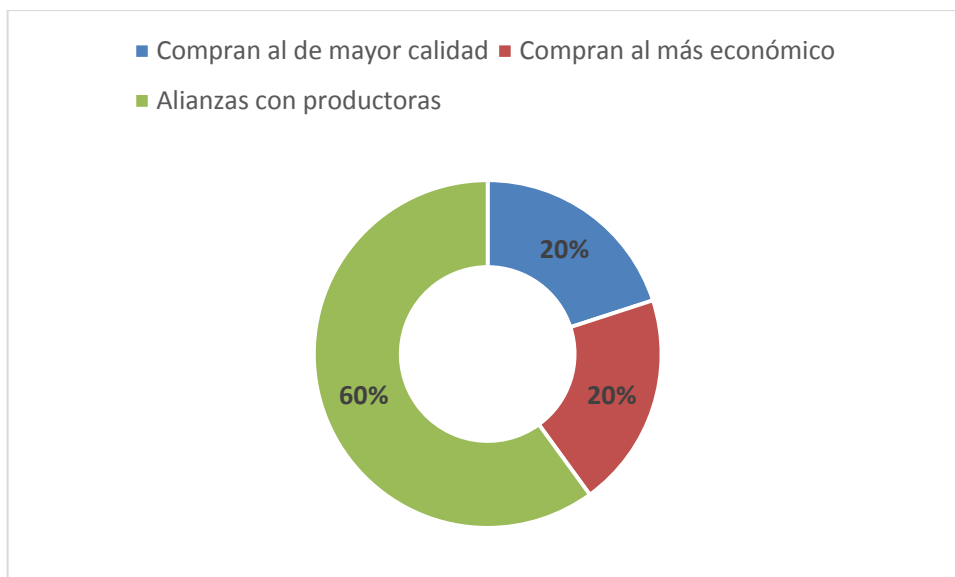


**Figura 20.** Diversificación de productos.  
Adaptado levantamiento de información (encuestas)

Las camaroneras exportadoras indicaron que la decisión de diversificar en sus productos no fue por las acciones del gobierno actual, sus decisiones fueron muchos años antes por las tendencias que pudieron visualizar en Norteamérica y en Europa.

### 3. ¿Cómo obtienen el camarón para exportación?

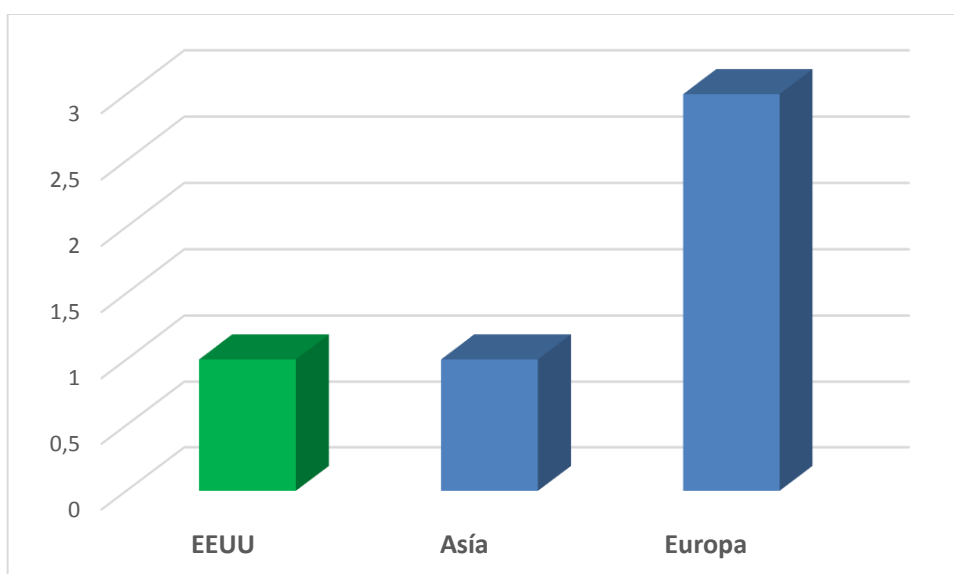
Las camaroneras encuestadas indicaron que realizan convenios de cooperación con las productoras con el fin de ganar – ganar, ellos le ofrecen un recurso para la producción y la productora les vende el producto a menor precio, dicha modalidad la realizan en n 60%.



**Figura 21.** Formas de adquisición de camarón.  
Adaptado levantamiento de información (encuestas)

#### 4. ¿Cuáles son los mercados principales a quienes le exportan camarón?

Los encuestados indicaron que el mercado europeo es donde más exportan debido a que compran el camarón en crudo a diferencia de EEUU que compran el camarón ya listo para comer.



**Figura 22.** Destino de exportaciones  
Adaptado levantamiento de información (encuestas)

**5. ¿Han realizado inversiones en las maquinarias para mejorar la calidad de sus productos?**

Al preguntarles si han realizado alguna inversión, 2 de las 5 camaroneras indicaron que no han realizado inversión, mientras que las 3 afirmaron que sí presentaron inversión en su producción.



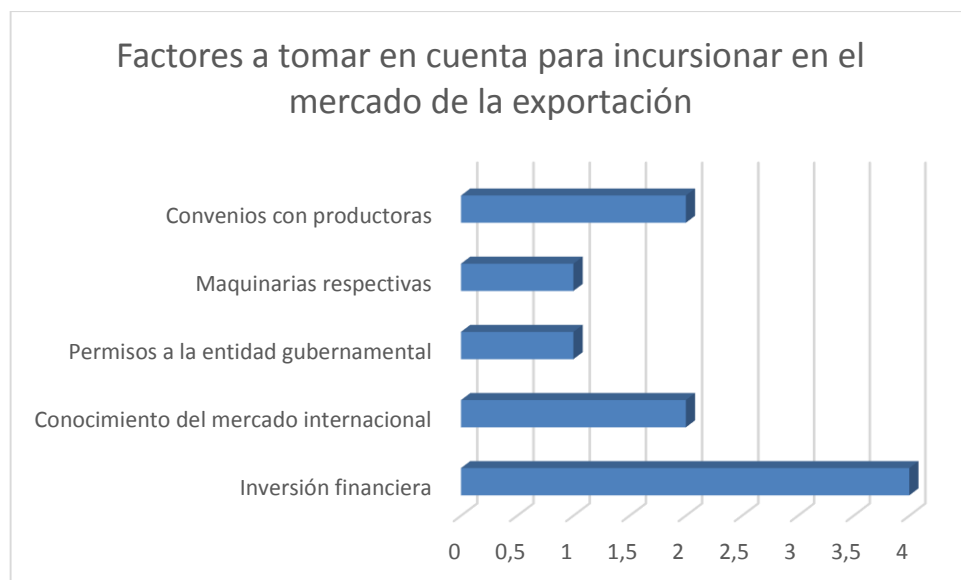
**Figura 23.** Implementación de inversión por el exportador. Adaptado levantamiento de información (encuestas)

**6. Mencione ¿cuáles son los procesos en los cuáles han innovado?**

El 40% de las exportaron ratificaron realizar alguna inversión en su producción, al preguntarles en qué realizaron dicha inversión indicaron en maquinaria para descabezar puesto que este paso manual hacia perder tiempo y aumentaba las horas del personal en realizar dicho proceso, así mismo invirtieron en el tanque de inspección de camarón para revisarlo antes de ingresar a proceso de empaque y cumplir con sus estándares de calidad.

**7. En base a su experiencia ¿Qué considera que fue lo principal y más importante que tomó en cuenta para incursionar en el mercado de exportación?**

En cuanto a los principales factores que indicaron los exportadores que se debería tomar en cuenta antes de incursionar en la exportación es la inversión financiera en un 40 en inversión financiera seguido de conocimiento de mercados internacionales y convenios con productores en un 20%.



**Figura 24.** Factores que inciden en las exportaciones. Adaptado levantamiento de información (encuestas)

#### **4.1. Aplicación del método de análisis de Multicriterio**

A continuación se detallará el sustento para la selección de cada criterio y el nivel de importancia para la respectiva ponderación.

Uno de los criterios a analizar es la **decisión de la camaronera**, en donde de acuerdo a una publicación realizada por Diario Correo (2013) y Diario Opinión (2016) indican que las empresas PyMes camaroneras en un 70% son empresas familiares. Vance, Groves, Paik y Kinder (2007, citado en López y Contreras, 2012) afirman que la toma de decisiones se da de dos formas lineal



(ejecutada en base a investigaciones, fechas, pruebas, etc.) y la no lineal (preferencia del propietario, corazonadas, intuiciones, etc.).

De acuerdo a lo expuesto por los autores en el párrafo anterior y relacionado con la investigación de campo realizada, los encuestados indicaron que cualquier decisión referente al negocio de la camaronera deberá ser aprobado por el dueño caso contrario por más viable que se proyecte una idea si no es agrado o el propietario no la considera aplicable, no se realiza. De acuerdo a lo expuesto se evidencia la relevancia y el nivel de importancia de dicho criterio con una ponderación de 5.

Las **alianzas estratégicas** son comúnmente empleadas debido a su nivel de impacto puesto que es una herramienta poderosa que proporciona a las organizaciones los nexos para ingresar en nuevos mercados y contar con acceso a tecnología para proveer productos con valor agregado. Estas alianzas no son una regla de oro, pueden ser aplicadas como no, sin embargo su aplicación le da un plus a la cadena de valor del producto o servicio. El emplearlas traerá grandes beneficios según lo expuesto por Wilson y Thompson (citado en Baldenegro, Denogean, Araiza y Carvajal, 2007).

En base a la literatura expuesta por los autores en mención se determina que la ponderación de las alianzas estratégicas es un nivel intermedio en numeración sería 3 debido a su nivel de relevancia.

Jiménez Martínez (2007), en su artículo científico “Determinantes para la internacionalización”, determinó mediante la investigación que las características internas de la empresa (capacidad de endeudamiento, infraestructura, acceso a proveedores, reconocimientos/certificaciones, conocimiento de su cliente) tienen un grado de relevancia medio alto, cuando la organización o entidad tiene como objetivo expandirse a mercados extranjeros. Así mismo indica que el apoyo del gobierno es fundamental cuando el sector en el que se trabaja es de gran potencial o están explorando mercados nuevos, el apoyo del gobierno abarca desde programas de capacitaciones hasta convenios o tratados con demás países.

En base a lo analizado el apoyo del gobierno en la internacionalización tiene gran relevancia, lo cual cuenta con una ponderación de 5.

A continuación se realizará el desarrollo del Método de Multicriterio Score.

#### 4.1.1. Desarrollo del método

##### 1. Identificar la meta general del problema.

Establecer la variable determinante para incursionar en el área de la exportación.

##### 2. Identificar las alternativas.

- a. Exportar.
- b. No Exportar.

##### 3. Listar los criterios a emplear en la toma de decisiones.

- a. Decisión de la camaronera.
- b. Alta inversión.
- c. Certificados de calidad.
- d. Apoyo del gobierno.
- e. Alianzas estratégicas.
- f. Conocimiento de los mercados internacionales.

##### 4. Asignar una ponderación para cada uno de los criterios.

CRITERIOS	Calificación	Ponderación
Alta Inversión	5	0,21
Certificados de Calidad	3	0,13
Apoyo del Gobierno	4	0,17
Alianzas Estratégicas	3	0,13
Conocimiento de los Merc. Inter.	5	0,21
Decisión de Camaronera	4	0,17

**Tabla 6.** Ponderación de criterios.

Adaptado levantamiento de información (encuestas)

**5. Establecer en cuanto satisface cada alternativa a nivel de cada uno de los criterios.**

n	Alta inversión en tecnología	Certificados de calidad	Apoyo del gobierno	Alianzas estratégicas	Conocimiento de los mercados internacionales	Decisión de Camaronera
1	5	4	3	3	4	4
2	4	3	1	2	4	3
3	4	4	2	3	5	4
4	5	4	1	5	4	4
5	4	5	3	3	5	5
6	5	4	3	5	4	4
7	5	4	1	5	4	4
8	4	4	1	5	3	3
9	5	3	1	4	4	3
10	5	3	1	4	5	4
11	5	4	4	3	5	4
12	5	5	2	3	5	3
13	4	4	2	3	4	4
14	4	4	1	3	5	4
15	4	5	1	3	4	4
16	4	4	1	3	3	3
17	5	4	1	3	4	3
18	4	4	2	3	5	4
19	5	4	2	3	3	4
20	5	5	1	4	4	5
21	4	4	2	3	5	4
22	4	5	1	2	4	3
23	4	3	2	3	4	3
24	4	4	1	3	4	4
25	5	3	1	3	5	4
26	5	4	1	4	4	4
27	4	5	2	3	5	3
28	3	3	2	4	4	4
29	4	5	2	3	5	3
30	4	5	1	4	4	3
31	5	4	1	5	4	4
32	4	3	1	3	3	2
33	4	4	2	3	4	4
34	5	5	1	4	4	4
35	4	5	2	3	4	4
36	5	4	2	4	4	3
37	5	4	2	2	4	3
38	4	5	1	3	5	4
39	4	3	1	4	4	2
40	5	4	2	5	5	4
41	5	4	2	4	5	3
42	4	5	2	4	5	3
43	5	4	1	4	4	4
44	4	4	2	4	4	3
45	5	3	1	3	4	4
46	3	5	2	4	3	2
47	4	4	1	4	4	4
48	4	4	2	5	4	3
49	4	5	1	4	5	3
50	5	4	1	3	3	2
51	4	5	2	4	3	3

**Tabla 7.** Calificación individual por camaroneras productoras. Adaptado levantamiento de información (encuestas)

## 6. Calcular el Score para cada una de las alternativas.

n	Alta Inversión en tecnología	Certificados de Calidad	Apoyo del Gobierno	Alianzas Estratégicas	Conocimiento de los Merc. Internacionales.	Decisión de Camaronera
1	1,04	0,50	0,50	0,38	0,83	0,67
2	0,83	0,38	0,17	0,25	0,83	0,50
3	0,83	0,50	0,33	0,38	1,04	0,67
4	1,04	0,50	0,17	0,63	0,83	0,67
5	0,83	0,63	0,50	0,38	1,04	0,83
6	1,04	0,50	0,50	0,63	0,83	0,67
7	1,04	0,50	0,17	0,63	0,83	0,67
8	0,83	0,50	0,17	0,63	0,63	0,50
9	1,04	0,38	0,17	0,50	0,83	0,50
10	1,04	0,38	0,17	0,50	1,04	0,67
11	1,04	0,50	0,67	0,38	1,04	0,67
12	1,04	0,63	0,33	0,38	1,04	0,50
13	0,83	0,50	0,33	0,38	0,83	0,67
14	0,83	0,50	0,17	0,38	1,04	0,67
15	0,83	0,63	0,17	0,38	0,83	0,67
16	0,83	0,50	0,17	0,38	0,63	0,50
17	1,04	0,50	0,17	0,38	0,83	0,50
18	0,83	0,50	0,33	0,38	1,04	0,67
19	1,04	0,50	0,33	0,38	0,63	0,67
20	1,04	0,63	0,17	0,50	0,83	0,83
21	0,83	0,50	0,33	0,38	1,04	0,67
22	0,83	0,63	0,17	0,25	0,83	0,50
23	0,83	0,38	0,33	0,38	0,83	0,50
24	0,83	0,50	0,17	0,38	0,83	0,67
25	1,04	0,38	0,17	0,38	1,04	0,67
26	1,04	0,50	0,17	0,50	0,83	0,67
27	0,83	0,63	0,33	0,38	1,04	0,50
28	0,63	0,38	0,33	0,50	0,83	0,67
29	0,83	0,63	0,33	0,38	1,04	0,50
30	0,83	0,63	0,17	0,50	0,83	0,50
31	1,04	0,50	0,17	0,63	0,83	0,67
32	0,83	0,38	0,17	0,38	0,63	0,33
33	0,83	0,50	0,33	0,38	0,83	0,67
34	1,04	0,63	0,17	0,50	0,83	0,67
35	0,83	0,63	0,33	0,38	0,83	0,67
36	1,04	0,50	0,33	0,50	0,83	0,50
37	1,04	0,50	0,33	0,25	0,83	0,50
38	0,83	0,63	0,17	0,38	1,04	0,67
39	0,83	0,38	0,17	0,50	0,83	0,33
40	1,04	0,50	0,33	0,63	1,04	0,67
41	1,04	0,50	0,33	0,50	1,04	0,50
42	0,83	0,63	0,33	0,50	1,04	0,50
43	1,04	0,50	0,17	0,50	0,83	0,67
44	0,83	0,50	0,33	0,50	0,83	0,50
45	1,04	0,38	0,17	0,38	0,83	0,67
46	0,63	0,63	0,33	0,50	0,63	0,33
47	0,83	0,50	0,17	0,50	0,83	0,67
48	0,83	0,50	0,33	0,63	0,83	0,50
49	0,83	0,63	0,17	0,50	1,04	0,50
50	1,04	0,50	0,17	0,38	0,63	0,33
51	0,83	0,63	0,33	0,50	0,63	0,50
	<b>46,67</b>	<b>26,25</b>	<b>13,50</b>	<b>22,63</b>	<b>44,38</b>	<b>29,83</b>

Tabla 8. Score individual de camaroneras productoras  
Adaptado levantamiento de información (encuestas)

**7. Ordenar las alternativas en función del Score. La Alternativa con el Score más alto representa la alternativa a recomendar.**

<b>CRITERIOS</b>	<b>SCORE</b>
Alta Inversión	46,67
Conocimiento de los Merc. Inter.	44,38
Decisión de Camaronera	29,83
Certificados de Calidad	26,25
Alianzas Estratégicas	22,63
Apoyo del Gobierno	13,50

**Tabla 9.** Score por criterio.  
Adaptado levantamiento de información (encuestas)

Al realizar el análisis del método de multicriterio se determinó que el criterio de alta inversión es el principal y el más importante con una ponderación de 46.67, es decir antes de incursionarse en el mercado de la exportación el principal factor que tomarán en cuenta será el económico.

Otro factor que también cuenta con una ponderación no tan lejana a la anterior es el conocimiento de los mercados internacionales, por lo tanto una vez que cuenten con el dinero necesario, se inclinarían hacia la exportación siempre y cuando cuenten con total información acerca de los nuevos mercados a los cuales se va a direccionar el producto.

Este análisis dará la pauta para identificar por dónde se debe empezar para potenciar a las Pymes camaroneras en el mercado de la exportación.

# CAPÍTULO V

## 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1 Conclusiones

En cuanto a la investigación realizada se determinó que en el país aún existe una cantidad poco considerable de camaroneras exportadoras, aún a pesar de que en el país está buscando obtener un superávit en exportaciones y no en importaciones.

Las herramientas aplicadas permitieron llegar a las siguientes conclusiones:

Del 100% de las camaroneras encuestadas el 13% indicó que no tienen como consideración abrirse hacia mercados internacionales de manera directa, debido a que sus principales razones son la alta inversión y la falta de apoyo del gobierno a las pequeñas empresas, puesto que consideran que dan prioridad a las empresas grandes.

Las camaroneras que sí cuentan con el deseo de exportar indicaron que lo desean realizar con alianzas debido a la parte económica y al conocimiento de los mercados internacionales, puesto que es abrirse hacia un segmento que ellos desconocen.

Sin duda alguna la principal razón que los conllevaría a abrirse a mercados internacionales es la demanda creciente existente en los demás países.

El 67% de las camaroneras en los últimos 5 años no realizaron inversión relacionada al área de producción debido a los altos niveles de inversión que esta incurre.

Así mismo en la aplicación del método de análisis de multicriterio, reflejó que el criterio a tomar en consideración es inversión alta y con una diferencia muy mínima, el conocimiento de mercados internacionales. Este resultado da el primer paso que deberá tomar en consideración la entidad pertinente para

lograr que las pymes camaroneras productoras se inclinen hacia el negocio de la exportación.

Durante la investigación se apreció que más del 50% de las camaroneras encuestadas presentan deseos de exportar y un porcentaje mínimo no tiene los deseos de exportar debido a las decisiones de los propietarios y a la alta inversión que se requiere.

Aún a pesar que las entidades como ProEcuador y Comercio Exterior tienen estrategias de impulso al empresario exportador, las camaroneras indicaron que el apoyo del gobierno para ellos es irrelevante puesto que consideran que estas entidades sólo apoyan a las empresas grandes y no a las Pymes

Una de las formas más convenientes para ellos exportar es la alianza con los exportadores, puesto que les permite mantener una relación ganar – ganar en donde ambos salen beneficiados. Uno de los factores que los motivan a incursionar en el área de la exportación es sin duda alguna la demanda creciente que existe en los demás países, lo cual permite a Ecuador que sea proveedor de dichos mercados.

En los últimos 5 años las camaroneras productoras, si realizaron inversión en un 70% en el área de producción, invirtiendo en maquinarias que les permitan tecnificar los procesos siendo mucho más eficientes y eficaces.

Los encuestados también indicaron cuáles son las razones que los limitan en la actualidad a incursionar en el área de la exportación, entre estas está el nulo apoyo del gobierno hacia ellos que son camaroneras Pymes y el incremento de personal capacitado que esté al tanto del manejo de las maquinarias y los procesos requeridos para iniciarse en el mercado de la exportación.

Las exportadoras indicaron que dentro de los principales factores que se deben de analizar antes de incursionar en el mercado de la exportación es la inversión, contar con recursos suficientes para estar preparados para los cambios que se den en los mercados internacionales y contar con la capacidad para adaptarse a los cambios. A su vez indicaron que otros factores importantes son la realización de alianzas estratégicas y

conocimiento del mercado al cual se va a exportar, cómo son, cómo prefieren el producto, en cuánto tiempo, entre otras, para tener un perfil ya del cliente potencial.

En base al Método de Análisis de Multicriterio, su aplicación permitió definir cuáles el criterio más relevante para iniciar en el mercado de la exportación, a lo cual se concluyó que la inversión es el factor que se debe de ahondar para potenciar a los productores camaroneros como exportadores. Así mismo el análisis arrojó un segundo criterio no tan aislado de la ponderación de inversión, el conocimiento de los mercados internacionales lo cual se llega a concluir que ingresar a un mercado internacional dependerá del dinero y en un segundo plano de que tanta información se conozca sobre el mercado a expandirse.

Del 100% de las PyMes que indicaron que sí desean exportar el 75% indicó que no realizó ningún tipo de inversión en tecnología e innovación por un motivo de dinero, mientras que el 25% indicó que sí lo realizaron y la inversión fue destinada en un 76% en producción específicamente en maquinarias para pelado de camarón, clasificadora de camarón, extracción de camarón entre otras. Si bien es cierto, se debe al bajo nivel de apoyo en financiación para las PyMes del sector en mención.

En conclusión, respondiendo a la hipótesis planteada se determinó que el no realizar inversiones en tecnología de maquinarias para mejorar los procesos de producción afecta a la competitividad de las pymes frente a las grandes exportadoras.



## 5.2 Recomendaciones

Para dar término a la presente investigación, que tiene por objeto evaluar el impacto de la falta de tecnificación en los procesos de producción de las Pymes Camaroneras del Cantón Guayaquil en la competitividad ante las grandes camaroneras, se recomienda que las entidades gubernamentales como ProEcuador y Comercio Exterior trabajen en programas de mejora de competitividad e inversión y capacitaciones en los conocimientos de los mercados internacionales.

Por otro lado, entidades de crédito públicas y privadas deben implementar políticas para apoyar la inversión de las pymes camaroneras a fin de que tecnifiquen su industria, reconociendo que este es un importante sector productivo en el desarrollo socio-económico del País y merece su atención. Un punto también destacable es desarrollar planes de financiamiento, préstamos a empresarios Pymes camaroneros para que empiecen a tecnificar e innovar sus procesos y puedan contar con mayores recursos para ingresar al Mercado competitivo del camarón de exportación.

También se recomienda que las empresas de promociones de exportación tanto públicas y privadas, incluyendo Cámaras de Comercio, Departamentos de Comercio de las embajadas, etc. realicen formas de contacto con las camaroneras para que las hagan partícipes de los eventos que realizan las entidades públicas con el fin de aumentar su actividad comercial de productora a exportadora.

Siendo el sector camaronero, el segundo que aporte en ingreso de divisas en el orden de productos de exportación, el cual tiene una importante contribución al PIB nacional, necesita de mucho más apoyo de un sin número de entes públicos y privados involucrados en el desarrollo socio-económico del Ecuador.

# ANEXOS

## Anexo 1.-Formato de encuestas

Exportador:

Productor:

En caso de ser productor responda lo siguiente:

1. ¿Tiene la camaronera como objetivo exportar en 3 años posteriores?
  - a. Sí (Continúe a la pregunta 4).
  - b. No (por favor responder la pregunta #2, #3 y la encuesta termina).
  
2. ¿Indique sus opciones del por qué la camaronera no tiene miras a exportar?  
Máximo 3
  
3. En base a sus opciones indicadas en la pregunta anterior, por favor califique del 1 al 5, (siendo 5 la más alta) el nivel de importancia a dicho criterio. La encuesta termina.

Criterio	1 Muy poco importante	2 Poco importante	3 Importante media	4 Algo importante	5 Muy importante

4. Seleccione las formas por las cuáles usted incursionaría en el mercado de exportación.
  - a. Exportación directa.
  - b. Alianzas con exportadores.
  - c. Otros  \_\_\_\_\_

5. En base a la pregunta anterior indique ¿cuál fue la razón principal y la más importante que lo conllevaría a indicar dicha forma? mencione 1 opción.

6. Seleccione 5 criterios a continuación que usted tomaría en cuenta o ha tomado en cuenta para incursionar en el área de la exportación y clasifíquelos según el orden de importancia.

Criterio	1 Muy poco Importante	2 Poco importante	3 Importante media	4 Algo importante	5 Muy importante
Demanda creciente en demás países					
Oportunidad por la enfermedad del camarón					
Apoyo de entidades públicas					
Decisión de la camaronera					
Cambios en el sector económico del país					

7. ¿En los últimos 5 años la camaronera ha realizado alguna inversión de innovación en el proceso de producción?

a. Sí

- i. Indique en qué realizó la inversión y el motivo.

1. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Motivo:

Calificar el nivel de importancia del proceso invertido.

Criterio	1 Muy poco Importante	2 Poco importante	3 Importante media	4 Algo importante	5 Muy importante

b. No (pase a la pregunta 9).

- i. Motivo:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

---

8. ¿Qué los limita como camaronera incursionar en el área de exportación?

9. De acuerdo a la pregunta anterior, califique sus opciones según el nivel de importancia (mencione 3 opciones).

Criterio	1 Muy poco importante	2 Poco importante	3 Importante media	4 Algo importante	5 Muy importante

En caso de ser exportador responda lo siguiente:

1. ¿Mencione cuáles son los principales productos que exportan?
2. ¿La diversificación de sus productos para exportar es gracias a los cambios en el modelo económico del país?
  - a. Sí
  - b. No
3. ¿Cómo obtienen el camarón para exportación?
4. ¿Cuáles son los mercados principales a quiénes le camarón?
5. ¿Han realizado inversiones en las maquinarias para mejorar la calidad de sus productos?
  - a. Sí (responda la pregunta 6).
  - b. No
6. Mencione cuáles son los procesos en los cuáles han innovado.
7. ¿Qué fue lo principal y más importante que se debe tomar en cuenta para incursionar en el mercado de la exportación?

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ministerio de Comercio Exterior. (2014). Apoyo para el sector exportador del sector de Acuicultura. Recuperado de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/apoyo-para-el-sector-exportador-de-acuicultura>

Diario PP El Verdadero. (2012). Entrega de créditos de la CFN aumentó. Recuperado de <http://www.ppdigital.com.ec/noticias/economia/6/entrega-de-creditos-de-la-cfn-aumento>

El Ciudadano. (2014). Programa Progresar incentiva con créditos productivos a emprendedores ecuatorianos. Recuperado de <http://www.elciudadano.gob.ec/programa-progresar-incentiva-con-creditos-productivos-a-emprendedores-ecuatorianos/>

Pro Ecuador. (2011). Investigación de Mercado y Estructura Financiera para el Exportador. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/event/investigacion-de-mercado-y-estructura-financiera-para-el-exportador-6/>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2016). Plan Nacional del Buen Vivir. Recuperado de <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vivir%202013-2017.pdf>

Servicio de Rentas Internas. (2016). Pymes ¿Qué son las Pymes?. Recuperado de <http://www.sri.gob.ec/de/32>

Porter, M. (1990). The competitive advantage of nations. Harvard Business Review. 4 trimestre. Recuperado de:

<http://www.uic.org.ar/IntranetCompetitividad/1%C2%BA%20jornada/2.%20lectura%20complementaria/1.%20ser%20competitivo%20-%20michael%20e.%20porter%20cap.%206.pdf>

Benítez Codas, M; (2012). Evolución del Concepto de Competitividad. Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias, ( ) 75-82. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=215025114007>

Sergio A. Berumen. (2006). Competitividad y desarrollo local. Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing. Editorial ESIC.

Álvarez Medina, M d L; (2003). Competencias centrales y ventaja competitiva: el concepto, su evolución y su aplicabilidad. Contaduría y Administración, ( ) 5-22. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39520902>

Buendía Rice, E A; (2013). El papel de la Ventaja Competitiva en el desarrollo económico de los países. Análisis Económico, XXVIII() 55-78. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=41331033004>

Econlink (02 de Jun de 2015). "Recursos Financieros". [en línea] Dirección URL: <http://www.econlink.com.ar/recursos/financieros> (Consultado el 04 de Ago de 2016)

Pymeactiva (2015). ¿Qué es innovación?. Recuperado de <https://pymeactiva.info/2012/03/02/que-es-innovacion/>

Bijker, W E; (2005). ¿Cómo y por qué es importante la tecnología?. Redes, 11() 19-53. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90702101>

Luis Garrido. (2006). Expuesto en [zonaeconomica.com](http://zonaeconomica.com). "Inversión". [en línea] Dirección

URL: <http://www.zonaeconomica.com/inversion/definicion> (Consultado el 01 de Jul de 2016)

Eumed. (201). Industrialización. Glosario de conceptos. Recuperado de <http://www.eumed.net/diccionario/definicion.php?dic=3&def=347>

Blanchard, Olivier; Pérez Enri, Daniel: Macroeconomía, Teoría y Política Económica con aplicaciones a América Latina. Prentice Hall Iberia, Buenos Aires, 2000  
Fuente: Crecimiento Económico (Econlink.com.ar - Federico Anzil - Octubre Del 2004)  
- <http://www.econlink.com.ar/economia/crecimiento/crecimiento.shtml>

Ibáñez Pérez, R; (2011). Crecimiento económico, desarrollo sustentable y turismo: Una aproximación del posicionamiento de Baja California Sur (BCS) en el Barómetro de Sustentabilidad. El Periplo Sustentable, () 75-118. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193417856004>

Alex Medina Giacomozzia, Alexis ConstanzoHidalgob, Rodrigo Sandoval Soto. Contad. Adm vol.57 no.4 México oct./dic. 2012. Recuperado de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0186-10422012000400004](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422012000400004)

Araque, W y Arguello, A. (2015). I Congreso Iberoamericano de investigación sobre MiPyme. Caracterización del proceso de internacionalización de empresas ecuatorianas. Quito. Recuperado de <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/385/File/Caracterizacion%20del%20proceso%20de%20internacionalizacion%20de%20las%20PyME%20ecuatorianas.pdf>

García, S. (2012). Ekos negocios. Pymes y el mercado internacional. Recuperado de

<http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=1211>

Porter, M. (1990). Ventaja competitiva. Editorial Alay Ediciones, S.L. Grupo Patricia Cultural.

EKOS NEGOCIOS. (2015). La industria en Ecuador. Recuperado de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=6442>

García Pérez de Lema, D; Sánchez Trejo, V G; Estrada Bárcenas, R; (2009). Factores determinantes del éxito competitivo en la Pyme: Estudio Empírico en México. Revista Venezolana de Gerencia, 14() 169-182. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29011523002>

Real Academia Española. 2016. Recuperado de <http://www.rae.es/>

Contraloría. (2015). Recuperado de <https://www.contraloria.gob.pa/inec/archivos/P4411C.pdf>

Uquillas, C. (2011). Eumed. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007c/313/sector%20primario%20de%20la%20economia%20de%20Ecuador.htm>

Rivadeneira, F. (2015). Diario El Comercio. Ecuador tendrá con UE un acuerdo comercial “mejor” que el de Perú y Colombia. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/ecuador-tendra-ue-acuerdo-comercial.html>

PROECUADOR. (2015). Boletín de Comercio Exterior. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/BoletinDiciembre14-final.pdf>



Lexis. (1998). Ley de Comercio Exterior e inversiones. Recuperado de [http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/LEY\\_DE\\_COMERCIO\\_EXTERIOR\\_E\\_INVERSIONES\\_LEXIS.pdf](http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/381/File/LEY_DE_COMERCIO_EXTERIOR_E_INVERSIONES_LEXIS.pdf)

Quecedo, R; Castaño, C; (2002). Introducción a la metodología de investigación cualitativa. Revista de Psicodidáctica, () 5-39. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17501402>

Hair, J., Bush, R., & Ortinau, D. (2010). Investigación de Mercado . En J. F. Hair, R. P. Bush, & D. J. Ortinau, Investigación de Mercado. México : Mc Graw Hill .

Benassini, M. (2009). Introducción a la Investigación de Mercados.

Revista Líderes. (2014). La industria Nacional de Camarón reflató con fuerza. Recuperado de <http://www.revistalideres.ec/lideres/industria-nacional-camaron-refloto-fuerza.html>

EKOS NEGOCIOS. (2015). La industria en Ecuador. Recuperado de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=6442>

Jácome.H y King.K. (2012). Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa. Ministerio de Productividad y Facultad Latinoamérica de Ciencias Sociales.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2009). República del Ecuador. Plan Nacional de Desarrollo, Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013: Construyendo un Estado Plurinacional e Intercultural. Quito. Disponible en: <http://plan.senplades.gob.ec/fases-de-la-nueva-estrategia>, consultada en diciembre 2012.

Bernabé, L. (2016). Sector camaronero: evolución y proyección a corto plazo. Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas (ESPOL). Recuperado de

<https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwi69obI7dfOAhXIFR4KHb09D2wQFgg0MAQ&url=http%3A%2F%2Fwww.revistas.espol.edu.ec%2Findex.php%2Ffenopina%2Farticle%2Fdownload%2F100%2F107&usg=AFQjCNHPXu0a-h5SGrUM1I4I10EPIX4I-w>

Aguro, C y Figueroa, C. (2015). Análisis de la competitividad del sector cafetalero ecuatoriano periodo 2007 – 2014. Repositorio Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Recuperado de [http://repositorio.ucsg.edu.ec/simple-search?query=&sort\\_by=score&order=desc&rpp=10&etal=0&filtername=dateIssued&filterquery=%5B2010+TO+2016%5D&filtertype>equals](http://repositorio.ucsg.edu.ec/simple-search?query=&sort_by=score&order=desc&rpp=10&etal=0&filtername=dateIssued&filterquery=%5B2010+TO+2016%5D&filtertype>equals)

El Universo. (2014). Ecuador y Unión Europea firman acuerdo comercial que esperan aplicar en 2016. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/12/12/nota/4334506/ecuador-ue-firman-acuerdo-comercial-que-esperan-aplicar-2016>

El Comercio. (2016). Ecuador tendrá con Unión Europea un acuerdo comercial “Mejor que el de Colombia y Perú. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/ecuador-tendra-ue-acuerdo-comercial.html>

ProEcuador. (2015). Requisitos para exportar productos de acuicultura. Recuperado de <http://www.proecuador.gob.ec/pubs/requisitos-para-exportar-productos-originarios-de-la-acuicultura-y-pesca/>

Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española (2001). Madrid.

Morales, M. A. y Pech, J. L. (2000). Competitividad y estrategia: el enfoque de las competencias esenciales y el enfoque basado en los recursos. *Revista Contaduría y Administración*, (197), pp. 47-63.

Azua, J. (2000). Alianza competitiva para la nueva economía. España: McGraw-Hill.

Mera. (2012). Estrategias de competitividad de las Micro, pequeñas y medianas empresas vinícolas de la ruta del vino del valle de Guadalupe, en baja California, México. Recuperado de <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2014/lmr/conclusiones.htm>

Pontificia Universidad Católica del Ecuador. (2016). Teorías clásicas del Comercio Internacional. Recuperado de <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/2-uncategorised/41-teoria-clasica-del-comercio-internacional>

Cámara Nacional de Acuacultura. (2016). Afiliados al CNA. Recuperado de <http://www.cna-ecuador.com/nosotros/afiliados>

Porter, M (1991). La ventaja competitiva de las naciones, Buenos Aires: Ed. Vergara.

Lombana, J. Rozas, S. Marco Analítico de la competitividad: Fundamentos para el estudio de la competitividad Regional. Pensamiento y Gestión No. 26.

Blog camarones. (2008). Producción de camarones. Recuperado de <http://camaronesexpo.blogspot.com/2008/02/produccion-de-camarones.html>

López, A y Contrerars, R. (2012). La toma de decisiones en las empresas familiares. Academia. Recuperado de [http://www.academia.edu/8816758/La\\_toma\\_de\\_decisiones\\_en\\_la\\_empresa\\_familiar](http://www.academia.edu/8816758/La_toma_de_decisiones_en_la_empresa_familiar)

Diario Correo. (2013). El desarrollo de las empresas familiares Pymes en la industria camaronera. Recuperado de <http://www.diariocorreo.com.ec/noticia.aspx?idNoticia=7566>

Diario Opinión. (2016). Promueven el desarrollo de empresas familiares.  
Recuperado de  
<http://www.diariopinion.com/deportes/imprimirArticulo.php?id=858281>

Baldenegro Campa, A; Denogean Ballesteros, F G; Araiza Salazar, S;  
Carvajal Flores, C; (2007). ALIANZAS ESTRATÉGICAS COMO  
ALTERNATIVA PARA EL DESARROLLO AGROPECUARIO EN LA  
REGIÓN DE CABORCA, SONORA. Revista Mexicana de  
Agronegocios, XI() 386-395. Recuperado de  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14102105>

Roche, H. y Constantino, V. (2005). Métodos Cuantitativos Aplicados a la  
Administración. Material de Apoyo Análisis Multicriterio. Recuperado de  
[http://www.ccee.edu.uy/ensenian/catmetad/material/MdA-Scoring-  
AHP.pdf](http://www.ccee.edu.uy/ensenian/catmetad/material/MdA-Scoring-AHP.pdf)

Naresh K. Malhotra. (2004). INVESTIGACION DE MERCADOS: UN  
ENFOQUE APLICADO (4ª ED.) de MALHOTRA, NARESH K. editorial:  
PRENTICE HALL MEXICO.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE ECONOMÍA

**Informe de Revisión URKUND**

Inicio - URKUND x D21552276 - WILSON ORI x

← → ↻ <https://secure.orkund.com/view/21247149-396127-402168#q1bKLVayijY0N9MxNLcAYksc>

**URKUND**

Dokument	<a href="#">WILSON ORELLANA TESIS.docx (D21552276)</a>
Inskickat	2016-08-30 19:25 (-05:00)
Inskickad av	amelia.baldeon@cu.ucsg.edu.ec
Mottagare	amelia.baldeon.ucsg@analysis.orkund.com
Meddelande	tesis de wilson orellana <a href="#">Visa hela meddelandet</a>

1% av det här c:a 32 sidor stora dokumentet består av text som också förekommer i 5 st källor.

Källförteckning  
+ Rankni  
+ >   
+   
+   
+   
+

---

**Ing. Baldeón Toledo, Amelia Janet, Mgs.**

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Orellana Cadena Wilson Ricardo** con C.C: # 0927581140 autor del trabajo de titulación: **Análisis del impacto de la tecnificación de los procesos productivos, en la competitividad de las Pymes camaroneras del cantón Guayaquil** previo a la obtención del título de **Economista** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro 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.- Autorizo 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, **31 de agosto de 2016**

f. \_\_\_\_\_

Nombre: **Wilson Ricardo Orellana Cadena**

C.C: 0927581140

## **REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

### **FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN**

<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Análisis del impacto de la tecnificación de los procesos productivos, en la competitividad de las Pymes camaroneras del cantón Guayaquil.		
<b>AUTOR(ES)</b>	Wilson Ricardo Orellana Cadena		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	Amelia Janet Baldeón Toledo		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas		
<b>CARRERA:</b>	Economía		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Economista		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	31 de agosto de 2016	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	94
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Tecnificación e innovación en la producción.		
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Pymes camaroneras, tecnificación, competitividad, procesos productivos y exportación.		

**RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):**

Los resultados de calidad en la producción de la industria camaronera, depende de la calidad de la materia prima, esto es desde los nauplios y alevines, hasta insumos para su desarrollo, cosecha y proceso para su comercialización. Adicionalmente, es necesaria una infraestructura de calidad que garantice el proceso de producción y comercialización. La infraestructura en la industria camaronera requiere de la compra de bombas axiales para la purificación del agua de las piscinas, equipos para supervisión de la cría como medidores de oxígeno, una serie de instrumentos para medición de salinización, oxigenación, equipos de transportación, enfriamiento, congelación, desvenado, empackado, entre otros. Es decir, que para producir camarón de alta calidad que sea competitivo dentro y fuera del mercado nacional, surge la necesidad que las pymes y grandes camaroneras del País, hagan inversión en insumos nacionales o extranjeros que los lleve a una tecnificación total de sus procesos. Es aquí donde el surge el problema de competitividad de las pymes camaroneras del Cantón Guayaquil, ya que los costos de estos productos necesarios para la construcción de una infraestructura operativa y eficiente en el sector camaronero, necesita de alta inversión, lo que se transforma en una desventaja competitiva de las pymes ante las grandes camaroneras. Por ende, al no poder competir en calidad con las grandes camaroneras nacionales, las pymes tienen una barrera de entrada a mercados internacionales.

<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> +593-4-6027653 / 0959181878	E-mail: ricardore_93@hotmail.com
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::</b>	<b>Nombre:</b> García Regalado Jorge	
	<b>Teléfono:</b> +593-989123565	
	garcia.regalado123@gmail.com	

#### **SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA**

<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>	
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>	