



**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y
COMERCIO**

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

**TRABAJO DE TITULACIÓN
MODALIDAD ANÁLISIS DE CASO**

TEMA:

INTERNACIONALIZACIÓN DE LOS PEQUEÑOS EMPRENDEDORES
BENEFICIARIOS DEL PROYECTO CHILD FUND EN MANTA, PROVINCIA DE
MANABÍ

AUTORA:

ANGIE SCARLETH MOTATO REVELO

TUTOR:

ECON. MARCOS VINICIO INTRIAGO DURÁN, MG.

MANTA

2026 - 1

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Angie Scarleth Motato Revelo**,

DECLARO QUE:

El contenido en el presente Trabajo de Titulación, **“Internacionalización de los pequeños emprendedores beneficiarios del Proyecto Child Fund en Manta, provincia de Manabí”** ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas y pie de las páginas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Los resultados, análisis, lecciones y recomendaciones obtenidas de un amplio estudio son única y exclusiva responsabilidad de Angie Scarleth Motato Revelo, datos que no pueden ser modificados sin la debida autorización.

A través de esta declaración, cedo la investigación a la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí para que la utilice como estime conveniente, según lo establecido por las Leyes y Reglamentos estipulados y por la normativa institucional vigente.

Manta, 01 de julio del 2026



Angie Scarleth Motato Revelo
CI: 1312384207

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1
		Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la Carrera de Comercio Exterior de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

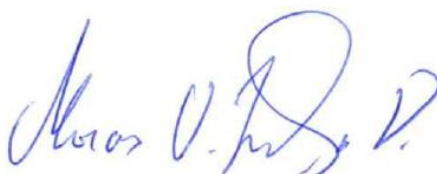
Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Titulación bajo la autoría de la estudiante Motato Revelo Angie Scarleth, legalmente matriculada en la carrera de Comercio Exterior, período académico 2025 (2) - 2026 (1), cumpliendo el total de **384 horas**, cuyo tema del Análisis de Caso es **"Internacionalización de los pequeños emprendedores beneficiarios de proyecto Child Fund en Manta, Provincia de Manabí"**

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 14 de julio de 2026.

Lo certifico,



Econ. Marcos Vinicio Intriago Durán.
Docente Tutor
Área: Comercio Exterior

UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO” DE MANABÍ

Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y

Comercio

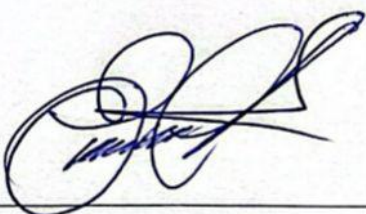
Carrera de Comercio Exterior

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN POR EL TRIBUNAL

Los miembros del tribunal de grado aprueban el informe del proyecto de análisis de caso, presentado por la Srta. Angie Scarleth Motato Revelo; de acuerdo con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Laica “Eloy Alfaro de Manabí”.

Con el tema **“Internacionalización de los pequeños emprendedores beneficiarios del proyecto ChildFund en Manta, Provincia de Manabí”**

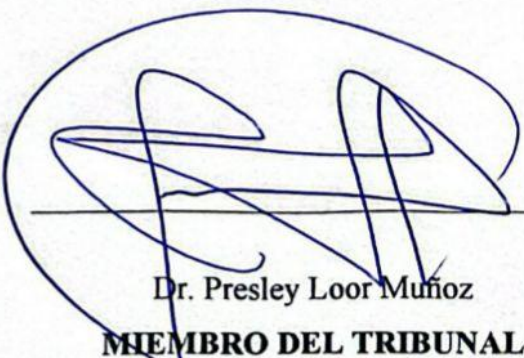
Para constancia firman:



Ing. Erick Calderero Villagómez
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL



Dra. Johanna Vélez Cedeño
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



Dr. Presley Looor Muñoz
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO DE SIMILITUD



Certificado de análisis
Compilatio Magister+ | ULEAM-ECU

Internacionalización de los pequeños emprendedores beneficiarios del proyecto Childfund en Manta, provincia de Manabí - Angie Motato

ID : 10be6714e8252e355ee2bc2780b2e8943cbb23b7



3%
Textos
sospechosos

Nombre del fichero : Internacionalización de los pequeños emprendedores beneficiarios del proyecto Childfund en Manta, provincia de Manabí - Angie Motato.txt
Tamaño del archivo original : 51,74 kB
Número de palabras : 5281

Depositante : Marcos Intriago Durán
Fecha de depósito : 6 de julio de 2026
Tipo de carga : interface
fecha de fin de análisis : 8 de julio de 2026

Resumen (sección 1/2)

Localización de los textos sospechosos en el documento :



Incluido en el porcentaje de textos sospechosos :



Similitudes

Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.

3%



No incluido en el porcentaje de textos sospechosos :



Textos entre comillas

Pasajes entre comillas, a menudo indicativos de una cita.

0%

DEDICATORIA

A Dios, por ser mi guía y fortaleza en cada paso de este camino.

A mis padres, por su amor incondicional, su sacrificio y por enseñarme que los sueños se alcanzan con esfuerzo y perseverancia.

A mis hermanos, por su compañía, su apoyo y por estar siempre presentes.

A mis abuelitas, pilares de amor y sabiduría que han marcado mi vida profundamente.

A mis abuelitos, que desde el cielo me han acompañado en silencio, guiando mis pasos con su luz.

Y a Jonky, mi fiel compañero de vida, que con su presencia alegró cada momento difícil de este proceso.

Angie Scarleth Motato Revelo

RECONOCIMIENTO (AGRADECIMIENTO)

A Dios, por ser la fuerza que me sostuvo a lo largo de esta etapa. Por iluminar mi camino en los momentos de incertidumbre y por darme la sabiduría, la paciencia y la fortaleza necesarias para culminar este proceso. Sin su guía, nada de esto hubiera sido posible.

A mis padres, por su apoyo incondicional, por cada sacrificio realizado en silencio y por creer en mí en todo momento. A mi familia en general, por ser mi sustento emocional y mi mayor motivación, por su compañía, su cariño y por estar presentes de una u otra forma a lo largo de este camino.

A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, por brindarme una formación académica de calidad y por ser el espacio donde desarrollé las competencias profesionales que hoy me permiten presentar este trabajo. A sus docentes y autoridades, por contribuir a mi crecimiento intelectual y humano.

Al Economista Vinicio Intriago Durán, tutor de esta tesis, por su orientación permanente, su dedicación y su compromiso con este proceso investigativo. Gracias por compartir su experiencia y conocimiento con generosidad, por sus observaciones oportunas y por guiarme con paciencia y profesionalismo hasta la culminación de este trabajo.

Y a mí misma, por elegir no rendirme. Por cada madrugada de esfuerzo, por cada obstáculo superado y por mantener la convicción de que era capaz de llegar hasta aquí. Este logro es el reflejo de mi dedicación y perseverancia.

A todos, mi más sincero y profundo agradecimiento.

Angie Scarleth Motato Revelo

ÍNDICE

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	I
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	II
CERTIFICADO DE SIMILITUD.....	IV
DEDICATORIA.....	V
RECONOCIMIENTO (AGRADECIMIENTO)	VI
RESUMEN/SUMMARY	VIII
1. Introducción	1
2. Antecedentes	2
3. Definición del Problema	3
3.1. Delimitación.....	3
3.2. Planteamiento.....	3
3.3. Preguntas.....	4
4. Justificación y propósito	4
5. Objetivos	4
5.1. Objetivo general.....	4
5.2. Objetivos específicos	5
6. Idea a Defender	5
7. Unidades de Análisis.....	5
8. Metodología	5
8.1. Nivel de Investigación	6
8.2. Diseño de la investigación	6
8.3. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información	6
8.4. Población y muestra	6
9. Marco Conceptual.....	7
9.1. Internacionalización empresarial	7
9.2. Internacionalización de micro, pequeñas y medianas empresas.....	7
9.3. Emprendimiento, movilidad humana e integración económica.....	8
9.4. Comercio electrónico y digitalización.	8
9.5. Competitividad internacional, propuesta de valor y diferenciación	9
9.6. Redes de apoyo, capital social y aprendizaje empresarial	9
10. Resultados Obtenidos.....	9
11. Análisis de Resultados	10
12. Lecciones y recomendaciones.....	11
13. Preguntas de Reflexión	13
14. Fuentes de Información.....	14
15. Anexos	16

RESUMEN

El presente estudio de caso analiza el proceso de fortalecimiento de las capacidades comerciales de familias migrantes, refugiadas y población de acogida en el cantón Manta, en el marco del proyecto de vinculación desarrollado por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí en conjunto con la fundación Child Fund, con el objetivo de evaluar en qué medida las estrategias implementadas contribuyen a la preparación de los emprendimientos para su introducción en mercados más amplios, incluyendo el comercio exterior. El estudio tomó un enfoque cualitativo, apoyado en técnicas como entrevistas, observación y análisis documental, aplicados a 25 emprendimientos, los hallazgos muestran avances en el uso de herramientas digitales, mejora en presentación de productos y mayor conocimiento comercial; sin embargo, persisten limitaciones en acceso a financiamiento, formalización y contactos internacionales, concluyendo que el acompañamiento técnico y la capacitación continua son factores clave para potenciar procesos de internacionalización en contextos de vulnerabilidad socioeconómica.

Palabras claves: internacionalización, MIPYME, población migrante, capacitación comercial, comercio electrónico

SUMMARY

This case study analyzes the process of strengthening the business capacities of migrant, refugee, and host families in the Manta canton, within the framework of a community engagement project developed by the Eloy Alfaro Lay University of Manabí in conjunction with the Child Fund Foundation. The objective is to evaluate the extent to which the implemented strategies contribute to preparing these businesses for entry into broader markets, including international trade. The study employed a qualitative methodological approach, supported by techniques such as interviews, observation, and document analysis, applied to 25 businesses. The findings show progress in the use of digital tools, improved product presentation, and greater market knowledge; however, limitations persist in access to financing, formalization, and international contacts. The study concludes that technical support and ongoing training are key factors in promoting internationalization processes in contexts of socioeconomic vulnerability.

Keywords: internationalization, MSMEs, migrant population, business training, e-commerce

1. Introducción

En el cantón Manta, provincia de Manabí, se desarrolló el Proyecto Child Fund entre los años 2023 al 2025, en el marco del convenio interinstitucional entre la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y la fundación Child Fund, en el que se beneficiaron 83 personas pertenecientes a familias migrantes, refugiadas y población de acogida; entre ellas participaron 38 hombres y 45 mujeres, en el marco de este proyecto los emprendedores han avanzado en su inserción a mercados internacionales como parte de los resultados del proyecto, tras recibir capital semilla, formación en planes de negocios y acompañamiento técnico de la ULEAM, por lo que el proceso de internacionalización representa una oportunidad estratégica para los pequeños emprendedores en contextos de movilidad humana, esta dinámica tiene especial relevancia en territorios donde el emprendimiento surge como una alternativa de subsistencia y crecimiento económico frente a condiciones de vulnerabilidad social.

Este estudio de caso tiene como propósito analizar el proceso de internacionalización de estos emprendedores, centrándose en los beneficios concretos obtenidos gracias a su participación en el proyecto, estos beneficios abarcan aspectos económicos como acceso a recursos iniciales, también formativos para adquirir conocimientos en gestión y comercialización, se consideran los beneficios relacionales generados a partir de la interacción con instituciones académicas, redes de apoyo y otros actores del entorno productivo, los cuales fortalecen las capacidades empresariales de los negocios de los emprendedores participantes del proyecto, capacidades necesarias para incursionar en mercados internacionales.

En un entorno marcado por la migración venezolana y la reactivación económica local de Manta, los beneficiarios enfrentan barreras típicas de la microempresa, como limitados volúmenes de producción y desconocimiento de requisitos de exportación (Tejeda-Aguilera, 2025), no obstante, el apoyo recibido ha permitido a varios de ellos explorar ventas digitales internacionales, alianzas con compradores externos y primeros pasos hacia la comercialización más allá de las fronteras locales. En un contexto donde la globalización y el comercio electrónico han ampliado las posibilidades de acceso a mercados internacionales, incluso para unidades productivas de pequeña escala, por lo que la digitalización se convierte en un elemento clave que facilita la visibilidad de los productos.

Con este trabajo se busca comprender desde la mirada de los propios emprendedores, cómo estos beneficios facilitan su proceso de internacionalización en Manta, aportando evidencia práctica sobre el potencial de proyectos de vinculación universidad-sociedad para impulsar la

inserción internacional de microemprendimientos (OIM, 2025), también se pretende identificar en qué medida estos procesos contribuyen a la sostenibilidad económica de los beneficiarios y al fortalecimiento del tejido productivo local.

Este trabajo aporta al análisis del comercio exterior desde una visión aplicada ya que el levantamiento de información es directamente a los participantes, aportando también a evidenciar cómo intervenciones locales como el Proyecto Child Fund – ULEAM pueden generar impactos reales en la internacionalización de pequeños emprendimientos, buscando describir una experiencia particular, y que de esta manera genere aprendizajes y documentar experiencias para que también puedan ser replicados en otros contextos similares, contribuyendo al estudio del desarrollo económico inclusivo y a la integración de poblaciones inmigrantes en dinámicas comerciales globales.

2. Antecedentes

Con la llegada de población migrante sobre todo venezolana ha incrementado la diversidad empresarial local, donde muchos optan por el emprendimiento como estrategia de inserción económica (OIM, 2025), la plataforma R4V en el Ecuador acoge alrededor de 440.000 personas venezolanas, muchas de las cuales han encontrado en el autoempleo una vía de sostenibilidad (Grupo de Trabajo para Refugiados y Migrantes, 2025).

El Proyecto Child Fund – ULEAM ejecutado entre septiembre de 2023 y agosto de 2025, benefició a 83 pequeños emprendedores de familias migrantes refugiadas y comunidad de acogida, a través de diagnóstico socioeconómico, elaboración de planes de negocios y entrega de un capital semilla de 896 dólares por cada emprendedor beneficiario, los participantes fortalecieron sus iniciativas productivas, algunos emprendedores han comenzado a explorar mercados externos mediante plataformas digitales obteniendo primeras ventas internacionales.

En el contexto nacional, las micro y pequeñas empresas ecuatorianas enfrentan desafíos para insertarse en cadenas globales de valor, pero también cuentan con oportunidades derivadas de acuerdos comerciales y el auge del comercio electrónico (Tejeda-Aguilera, 2025; CEPAL, 2018), el caso de los beneficiarios en Manta permite observar cómo el apoyo recibido se traduce en beneficios concretos que facilitan este proceso.

A nivel internacional la inserción de las pequeñas y medianas empresas en redes globales se ha consolidado como un factor clave de competitividad, la OCDE (2023) señala que las pymes que participan en cadenas globales de valor tienden a mostrar mayores niveles de

productividad, mejores ingresos y una oferta más diversificada, pero enfrentan mayores exigencias logísticas, regulatorias y tecnológicas (OCDE, 2023).

3. Definición del Problema

3.1. Delimitación

Tema macro: La internacionalización como herramienta para el desarrollo y fortalecimiento de los pequeños emprendimientos locales.

Delimitación: Pequeños emprendedores beneficiarios del Proyecto Child Fund en el cantón Manta, provincia de Manabí, durante el período 2023-2025.

Problemática: Los pequeños emprendedores suelen ofertar productos novedosos y de buena calidad; sin embargo, presentan limitaciones en financiamiento, formalización y acceso a mercados internacionales.

3.2. Planteamiento

El estudio plantea entre sus actividades identificar los beneficios concretos que los emprendedores participantes del proyecto han obtenido y que les han facilitado iniciar o avanzar en su proceso de internacionalización de sus negocios en el cantón Manta, analizando los impactos económicos por el acceso a capital inicial, en lo formativo en gestión y marketing internacional. Este planteamiento parte de la necesidad de comprender cómo estos beneficios transforman las limitaciones y barreras tradicionales de las microempresas de inmigrantes en oportunidades reales y accesibles de inserción comercio global.

CEPAL (2018) indica que a pesar de los avances aún existen limitaciones estructurales que dificultan una internacionalización sostenida, como la falta de certificaciones de calidad, desconocimiento de normativas técnicas internacionales, debilidades en branding y empaquetado, así como restricciones logísticas y financieras para acceder a mercados externos.

Por lo que surge la necesidad de analizar en profundidad cómo los beneficios otorgados por el proyecto han incidido realmente en la superación de estas barreras, y si estos son suficientes para garantizar un proceso de internacionalización viable y sostenible en el tiempo. El problema radica en comprender el alcance real de dichos beneficios y su impacto en la capacidad de los emprendedores para competir en entornos internacionales cada vez más exigentes.

3.3. Preguntas

¿Qué beneficios han obtenido los beneficiarios “pequeños emprendedores” del Proyecto Child Fund que les han permitido avanzar en su proceso de internacionalización?

¿Cómo han impactado los beneficios a los pequeños emprendedores en su capacidad para comercializar productos o servicios fuera del mercado local?

¿Qué percepción tienen los beneficiarios sobre los beneficios y limitaciones que experimentan en su proceso de internacionalización?

¿Qué otros beneficios (redes, conocimientos, confianza) han surgido de su participación en el proyecto y que apoyan su internacionalización?

4. Justificación y propósito

El estudio es pertinente porque permite conocer desde la voz de los propios emprendedores los beneficios que han obtenido y que les han abierto puertas hacia la internacionalización de sus negocios, en un contexto de migración venezolana en Manta y reactivación económica local, es importante comprender cómo el capital semilla, los conocimientos adquiridos y las redes generadas facilitan el proceso de internacionalización de microemprendimientos, resulta clave para generar evidencia práctica sobre la inserción internacional de pequeños empresarios migrantes.

Por lo que el trabajo aporta al campo del comercio exterior, ya que busca identificar los mecanismos que estos emprendedores tuvieron para superar barreras típicas como el desconocimiento de requisitos exportadores y la limitada escala productiva, por lo que el propósito es analizar el proceso de internacionalización de los pequeños emprendedores beneficiarios del Proyecto Child Fund en Manta, identificando los beneficios obtenidos y su impacto en su inserción a mercados internacionales.

5. Objetivos

5.1. Objetivo general

Analizar el proceso de internacionalización de los pequeños emprendedores beneficiarios del Proyecto Child Fund en Manta, identificando los beneficios obtenidos.

5.2. Objetivos específicos

- Identificar los beneficios económicos, formativos y relacionales recibidos por los pequeños emprendedores beneficiarios del Proyecto ChildFund en su proceso de internacionalización.
- Analizar cómo los beneficios recibidos han contribuido al fortalecimiento de la capacidad de los pequeños emprendedores para comercializar sus productos o servicios fuera del mercado local.
- Determinar los factores que facilitan u obstaculizan la internacionalización de los pequeños emprendedores.
- Describir el papel de las redes de apoyo, los conocimientos adquiridos y el capital relacional generado en el proceso de internacionalización de los pequeños emprendedores.

6. Idea a Defender

El acceso a capital semilla, capacitación y acompañamiento del Proyecto Child Fund ha contribuido a fortalecer las capacidades de los pequeños emprendedores, favoreciendo su proceso de internacionalización. Estos beneficios han permitido mejorar su competitividad, ampliar oportunidades de acceso a mercados y fortalecer el desarrollo de sus emprendimientos.

7. Unidades de Análisis

La unidad de análisis corresponde a los 25 emprendedores seleccionados como muestra intencional dentro del universo de 83 beneficiarios directos del Proyecto Child Fund en Manta, junto con los procesos de internacionalización iniciados por estos (ventas digitales, alianzas comerciales, primeras exportaciones).

8. Metodología

Este trabajo de titulación en la modalidad de análisis de caso, se enmarca con una metodología cualitativa debido a su enfoque en analizar los conocimientos y experiencias de los pequeños emprendedores sobre su proceso de internacionalización, Creswell (2023) indica que la investigación cualitativa permite explorar problemas sociales y humanos desde una perspectiva compleja, a través de distintos diseños metodológicos como el estudio de caso.

Por lo que el enfoque seleccionado es adecuado para comprender de manera profunda cómo los beneficios obtenidos por los beneficiarios del Proyecto Child Fund facilitan su proceso de internacionalización en Manta y los motivos que los impulsa.

8.1. Nivel de Investigación

De acuerdo con su naturaleza, esta investigación es de tipo descriptiva y explicativa. Según Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), la investigación descriptiva permite especificar las características y propiedades de un fenómeno dentro de un contexto determinado. Por su parte, Bernal (2022) señala que la investigación explicativa busca analizar las causas y relaciones que permiten comprender la ocurrencia de un fenómeno.

- Descriptivo: Porque se describirán los beneficios económicos, formativos y relacionales obtenidos por los emprendedores y su relación con el proceso de internacionalización.
- Explicativo: Porque se investigará cómo estos beneficios ayudan a superar barreras como el desconocimiento de procedimientos aduaneros y la limitada escala exportable.

8.2. Diseño de la investigación

El diseño de esta investigación será no experimental y transaccional.

- No experimental: Kerlinger y Lee (2002) señalan que la investigación no experimental se realiza sin manipular las variables de estudio, observando los fenómenos tal como ocurren en su contexto natural para posteriormente analizarlos.
- Corte transversal: Creswell y Creswell (2023) señala que los estudios cualitativos pueden desarrollarse en un periodo determinado, permitiendo analizar un fenómeno en un momento específico y comprender las experiencias de los participantes dentro de su contexto.

8.3. Técnicas e instrumentos de levantamiento de información

Se utilizarán las siguientes técnicas:

- Entrevistas semiestructuradas a 25 beneficiarios seleccionados intencionalmente (*ver Anexo A*).
- Ficha de observación (checklist) para registrar evidencias directas de los procesos de internacionalización (ventas digitales, documentos de exportación, alianzas, etc.) (*ver Anexo B*).
- Análisis documental de planes de negocios y registros de exportación proporcionados por los mismos beneficiarios (*ver Anexo C*).

8.4. Población y muestra

Se considera la población a los participantes del proyecto que en este caso fueron 83 emprendedores, beneficiarios directos del Proyecto Child Fund y ULEAM en la ciudad de Manta, Para este estudio de caso se consideró como muestra a 25 emprendedores, esta es una muestra intencional y no probabilística, el criterio de inclusión en la selección de la muestra es que participen de manera voluntaria aceptando ser parte de la muestra del estudio de caso y, que hayan iniciado algún proceso de internacionalización de sus negocios.

9. Marco Conceptual

9.1. Internacionalización empresarial

La internacionalización empresarial es un proceso mediante el cual una organización amplía sus operaciones y presencia hacia mercados extranjeros, con el propósito de diversificar riesgos, incrementar ventas, acceder a nuevos consumidores, Johanson y Vahlne (1977) sostienen que la internacionalización se da de manera gradual y no abrupta, en la medida en que la empresa acumula experiencia, conocimiento del mercado y confianza para asumir mayores compromisos en el exterior, este enfoque, conocido como modelo de Uppsala, explica que las firmas suelen avanzar por etapas, iniciando con actividades de menor riesgo, como exportaciones ocasionales o indirectas, hasta llegar a formas más complejas de inserción internacional.

Johanson y Vahlne (2009) actualizaron este modelo indicando que más allá de la distancia geográfica, el principal desafío reside en la “condición de outsider”, es decir, en la dificultad de acceder a redes relevantes dentro de los mercados internacionales, por lo que la internacionalización depende en cierta manera del conocimiento acumulado, sobre todo de la capacidad de la empresa para integrarse a circuitos comerciales, institucionales y relacionales.

9.2. Internacionalización de micro, pequeñas y medianas empresas

La CEPAL (2018) reconoce que las MIPYMES latinoamericanas suelen enfrentar problemas de productividad, baja innovación, escasa incorporación tecnológica y dificultades para acceder a financiamiento, esto reduce su capacidad de competir en mercados globales, sumado al cumplimiento de estándares técnicos, costos logísticos y limitada información sobre procedimientos de exportación.

Las MIPYMES también poseen fortalezas que pueden favorecer su expansión internacional, como flexibilidad, capacidad de adaptación y cercanía con segmentos específicos de consumidores, teoría de recursos y capacidades de Barney (1991) plantea que las ventajas competitivas sostenibles dependen de la posesión y organización de recursos valiosos, escasos

y difíciles de imitar. Knight y Liesch (2016) explican que la internacionalización contemporánea puede acelerarse cuando las firmas aprovechan tecnologías digitales, información en línea y contactos internacionales desde etapas tempranas.

La internacionalización de las MIPYMES depende de condiciones habilitantes que van más allá de la intención de vender en mercados externos, la internacionalización de pequeños emprendimientos debe entenderse como un proceso gradual de fortalecimiento productivo, tecnológico y comercial, la UNCTAD (2025) indica que entre los principales obstáculos persisten el acceso limitado al financiamiento, la baja adopción digital, la débil integración en cadenas de valor y la informalidad (UNCTAD, 2025).

El enfoque tradicional gradual convive con formas más dinámicas de inserción global, especialmente en economías donde el comercio electrónico ha reducido barreras de entrada, permitiendo comprender que la internacionalización de pequeños negocios debe pensarse tanto desde el volumen exportador, y desde su capacidad para generar vínculos comerciales fuera del mercado doméstico.

9.3. Emprendimiento, movilidad humana e integración económica

En situaciones migratorias, el autoempleo y la creación de pequeños negocios suelen convertirse en mecanismos de inserción económica, tanto por necesidad como por oportunidad, la Organización Internacional para las Migraciones (OIM, 2025) destaca que la población venezolana en Ecuador participa activamente en el mercado laboral, y aporta de forma significativa al dinamismo económico a través del consumo, la producción y el emprendimiento.

Los emprendimientos de personas migrantes combinan factores económicos, sociales y culturales, bajo la necesidad de generar sustento para su subsistencia, se apoya en experiencias previas y conocimientos adquiridos, aunque enfrentan limitaciones adicionales relacionadas con la informalidad, la inestabilidad de ingresos y acceso restringido al crédito.

9.4. Comercio electrónico y digitalización.

Según la UNCTAD (2021) la digitalización ha transformado profundamente las dinámicas del comercio internacional, especialmente para las pequeñas unidades productivas, esta transformación ha modificado la lógica tradicional del comercio exterior, donde antes el acceso internacional dependía en gran medida de grandes estructuras de distribución, representación comercial y/o inversión significativa.

El CEPAL (2022) sostiene que el comercio electrónico transfronterizo representa una oportunidad concreta para que las MIPYMEs de Latinoamérica amplíen su inserción internacional, pero esto exige capacidades digitales, manejo de datos, facilitación del comercio y soluciones logísticas acordes con las operaciones de pequeña escala (CEPAL, 2022). Sarmientos et al., (2024) encontraron que las MiPymes colombianas todavía presentan niveles bajos de madurez digital y que sus principales avances se concentran en redes sociales, banca digital y páginas web con fines comerciales, mientras que las barreras más frecuentes son los altos costos de inversión y falta de recursos financieros.

9.5. Competitividad internacional, propuesta de valor y diferenciación

Kotler y Keller (2016) señalan que el valor percibido por el cliente depende de múltiples factores como la calidad, la presentación, la marca, la experiencia de compra y la confianza que transmite el producto, por lo que en el comercio exterior tienen su importancia, variables como el branding, el empaque, el etiquetado, la identidad visual y la adaptación de la oferta; La competitividad internacional exige el cumplimiento de requisitos técnicos, sanitarios, logísticos y documentales, lo cual convierte a la preparación exportadora en un aspecto decisivo.

Por lo que, la internacionalización debe entenderse como un proceso de fortalecimiento integral, y no se trata solo de vender fuera del país, más bien es de desarrollar condiciones empresariales que permitan sostener esa presencia en el tiempo, la competitividad internacional combina recursos, capacidades, estrategia comercial y adaptación al entorno.

9.6. Redes de apoyo, capital social y aprendizaje empresarial

Coviello y Munro (1997) demostraron que las relaciones interorganizacionales facilitan la entrada a mercados internacionales, ya que proporcionan información, contactos, legitimidad y oportunidades comerciales, por lo que la empresa no se internacionaliza de manera aislada, y que es a través de vínculos con actores que reducen incertidumbre y abren caminos en el proceso.

10. Resultados Obtenidos

Los resultados muestran que todos los emprendedores recibieron beneficios directos mediante capital semilla, capacitación comercial y herramientas para el uso de medios digitales (100%), fortaleciendo sus capacidades para el desarrollo del negocio. Además, la mayoría mejoró el empaque, la presentación y la marca de sus productos (88%; 22 de 25 casos), favoreciendo una mejor preparación para competir en mercados más amplios. Asimismo, el

80% (20 de 25 casos) realizó ventas fuera del cantón Manta, mientras que únicamente el 4% (1 de 25 casos) concretó ventas fuera del Ecuador, evidenciando que la internacionalización aún es incipiente en los casos estudiados.

Los emprendedores identificaron la capacitación como el beneficio de mayor impacto, siendo destacada por el 44% (11 de 25 casos), debido a su aporte al fortalecimiento de conocimientos y habilidades comerciales. Por su parte, el capital semilla fue considerado el principal beneficio por el 36% (9 de 25 casos), ya que permitió mejorar procesos productivos, adquirir insumos y fortalecer la operación de los emprendimientos.

Aunque los beneficios fortalecieron los emprendimientos, persisten limitaciones que dificultan avanzar hacia mercados más amplios. Las principales barreras fueron los problemas operacionales relacionados con la distribución y los costos de transporte (24%; 6 de 25 casos), la limitada capacidad de producción (20%; 5 de 25 casos) y el desconocimiento de las normativas de exportación (20%; 5 de 25 casos). Estos resultados indican que aún existen restricciones para consolidar un proceso sostenido de internacionalización.

El proyecto también fortaleció las redes de apoyo de los emprendedores. La mayoría estableció contacto con compradores externos o intermediarios de otras ciudades y países (76%; 19 de 25 casos), ampliando sus oportunidades comerciales. Además, el 20% (5 de 25 casos) señaló que la generación de redes comerciales fue el principal beneficio recibido, al facilitar vínculos con clientes, proveedores y otros actores que pueden favorecer futuras oportunidades de internacionalización.

11. Análisis de Resultados

Los resultados evidencian que el proceso de internacionalización de los emprendedores beneficiarios del Proyecto ChildFund se encuentra en una fase inicial, orientada al fortalecimiento de capacidades comerciales más que a una inserción consolidada en mercados internacionales. Las mejoras en el empaque, la presentación, la marca, el uso de canales digitales y las ventas fuera de Manta muestran avances graduales que fortalecen la preparación para acceder a nuevos mercados.

La capacitación fue el beneficio más valorado por los participantes, al fortalecer conocimientos relacionados con la comercialización y la gestión del negocio. Por su parte, el capital semilla permitió mejorar las condiciones productivas y comerciales mediante la adquisición de insumos y el fortalecimiento operativo. Esto evidencia que el desarrollo de

capacidades y el acceso a recursos económicos son elementos complementarios para impulsar la internacionalización.

Las limitaciones identificadas en logística, capacidad de producción y conocimiento de las normativas de exportación muestran que aún existen restricciones que dificultan aprovechar plenamente los beneficios recibidos y avanzar hacia una presencia sostenida en mercados internacionales.

Asimismo, el establecimiento de contactos con compradores externos y la generación de redes comerciales fortalecieron el capital relacional de los emprendedores, ampliando sus oportunidades de vinculación con nuevos mercados.

Los hallazgos respaldan parcialmente la idea a defender, ya que los beneficios del Proyecto ChildFund fortalecieron capacidades, recursos y redes comerciales que favorecen la internacionalización; sin embargo, las limitaciones identificadas muestran que este proceso aún se desarrolla de manera gradual.

12. Lecciones y recomendaciones

Lecciones:

La investigación hizo posible descubrir que los beneficios económicos, relacionales y de formación que brindó el Proyecto ChildFund han ayudado en gran medida a fortalecer los pequeños emprendimientos. Mientras que las capacitaciones mejoraron las capacidades en planificación, comercialización y administración, además la obtención de capital semilla permitió adquirir herramientas, equipos e insumos esenciales para optimizar la producción. Asimismo, el acompañamiento técnico y la generación de contactos facilitaron que se expandieran las oportunidades para aprender y conectar comercialmente.

Una segunda lección importante a la que se llegó en el estudio de caso es que la capacitación a los emprendedores constituye un recurso tan valioso como el financiamiento, ya que, aunque el capital semilla permitió mejorar herramientas, insumos y condiciones básicas de producción, los beneficiarios notaron que la capacitación en promoción, comercialización y organización de negocios aumentó su confianza y preparación para pensar en exportar sus productos en el futuro. Esta lección muestra que el impacto de los beneficios obtenidos no se restringe a reforzar el emprendimiento en el mercado local; también influye la percepción de tener más habilidades para afrontar las demandas de mercados internacionales.

El análisis de los beneficios alcanzados demostró que su impacto es más significativo cuando los emprendedores utilizan, de manera constante, los recursos, conocimientos y redes de apoyo obtenidos a lo largo del proyecto. El desarrollo de estos beneficios potencia las habilidades empresariales, optimiza la competitividad y crea condiciones más favorables para avanzar hacia procesos de internacionalización más sostenibles.

Persisten obstáculos estructurales que limitan una internacionalización más estable, entre las principales barreras identificadas fueron la logística, la limitada capacidad productiva y el desconocimiento de normativa exportadora. En este sentido, la Organización Mundial del Comercio destaca que herramientas como el comercio electrónico, las plataformas digitales y las ventanillas únicas facilitan la participación de las pequeñas empresas en los mercados internacionales al disminuir burocracia, mitigar riesgos y mejorar la conectividad comercial (OMC, 2024).

Recomendaciones:

Se recomienda fortalecer las iniciativas de apoyo orientados a los pequeños emprendedores mediante la incorporación de componentes económicos, formativos y relacionales que permitan potenciar de manera integral sus capacidades. La combinación de financiamiento, capacitación especializada y generación de redes de contacto puede ayudar a contribuir la sostenibilidad de los negocios y crear condiciones más favorables para su futura participación en mercados internacionales.

Implementar programas de capacitación enfocados en comercio exterior, internacionalización, requisitos de exportación, estrategias de comercialización internacional y acceso a mercados digitales, de modo que los emprendedores fortalezcan sus conocimientos y desarrollen las competencias necesarias para encarar los desafíos de una futura exportación. Asimismo, el acompañamiento técnico y las asesorías personalizadas contribuirán a que los conocimientos adquiridos se traduzcan en acciones concretas orientadas al ingreso de sus productos en mercados internacionales.

Se aconseja implementar estrategias de monitoreo y seguimiento para aprovechar los beneficios adquiridos y fortalecer las habilidades de los emprendedores, lo que contribuirá a la consolidación de próximos procesos de internacionalización.

13. Preguntas de Reflexión

¿Qué beneficios han obtenido los beneficiarios del Proyecto Child Fund que les han permitido avanzar en su proceso de internacionalización?

Los beneficios identificados se dividen en económicos y formativos, por un lado, en lo económico el acceso al capital semilla permitió adquirir insumos, herramientas de producción y adecuación de espacios de trabajo, incrementando la capacidad de respuesta operativa. La formación en áreas como planificación financiera, marketing, formalización y planes de negocios otorgó a los beneficiarios una estructura administrativa de la que antes carecían, estos beneficios actuaron como una plataforma inicial para profesionalizar el emprendimiento.

¿Cómo han impactado los beneficios en la capacidad de los emprendedores para comercializar fuera del mercado local?

El impacto ha sido significativo en términos de expansión geográfica y visión comercial, el fortalecimiento de las habilidades de marketing y promoción digital permitió que los emprendimientos trascendieran las fronteras del cantón Manta, facilitando ventas en otras provincias e incluso contactos internacionales, la mejora en la presentación de los productos como el empaque, marca y etiquetado, incrementó la confianza de los emprendedores para ofrecer su oferta a compradores externos. Los resultados muestran que el 80% de los casos analizados ya comercializa fuera de su localidad, lo que confirma que el apoyo recibido eliminó la barrera de la "invisibilidad" del pequeño negocio.

¿Qué percepción tienen los beneficiarios sobre los beneficios y limitaciones que experimentan en su proceso de internacionalización?

Perciben el proyecto como una oportunidad de crecimiento que les otorgó herramientas para competir, la percepción general es de alta satisfacción frente a la capacitación, señalándola como el activo más duradero, y entre las limitaciones los emprendedores identifican los elevados costos logísticos y la escala limitada de producción como sus mayores retos.

¿Qué otros beneficios han surgido de su participación en el proyecto y que apoyan su internacionalización?

La participación en el proyecto fomentó la creación de redes de apoyo entre los mismos beneficiarios y de vínculos con la academia, generando un respaldo constante e incremento en la autoconfianza y la resiliencia, muchos emprendedores pasaron de ver su actividad como subsistencia a percibirla como una empresa con potencial exportable.

14. Fuentes de Información

- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. P. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. México: McGraw-Hill Education.
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2002). *Investigación del comportamiento: Métodos de investigación en ciencias sociales* (4.ª ed.). México: McGraw-Hill.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2018). *Mipymes en América Latina: Un frágil desempeño y nuevos desafíos para las políticas de fomento*. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/44148>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2022). *Oportunidades y retos para Mipymes de América Latina en el e-commerce transfronterizo*.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2024). *Estrategias para el éxito de mipymes lideradas por mujeres en el comercio electrónico transfronterizo*.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2025). *Comercio electrónico transfronterizo en América Latina: estrategias y herramientas para las pymes y las empresas lideradas por mujeres*.
- Coviello, N. E., & Munro, H. J. (1997). Network relationships and the internationalization process of small software firms. *International Business Review*, 6(4), 361–386. [https://doi.org/10.1016/S0969-5931\(97\)00010-3](https://doi.org/10.1016/S0969-5931(97)00010-3)
- Creswell, J. W., y Creswell, J. D. (2023). Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (6th ed.). Research Desing. <https://repositorio.ciem.ucr.ac.cr/bitstreams/ae80078e-e2b9-45d3-8964-baff8c949350/download>.
- Díaz de Astarloa, B. (2024). *Comercio electrónico transfronterizo en América Latina y el Caribe*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Grupo de Trabajo para Refugiados y Migrantes (R4V). (2025). *Cifras clave: Venezolanos en Ecuador*. <https://www.r4v.info/es/ecuador>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill Education.

- Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (1977). The internationalization process of the firm. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 23–32. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8490676>
- Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (2009). The Uppsala internationalization process model revisited. *Journal of International Business Studies*, 40(9), 1411–1431. <https://doi.org/10.1057/jibs.2009.24>
- Knight, G. A., & Liesch, P. W. (2016). Internationalization: From incremental to born global. *Journal of World Business*, 51(1), 93–102. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2015.08.011>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Dirección de marketing* (15.^a ed.). Pearson.
- Organización Internacional para las Migraciones (OIM). (2024). *Ecuador: Monitoreo de flujo de población venezolana (Ronda 19)*. <https://www.iom.int/es>
- Organización Internacional para las Migraciones (OIM). (2025). *Personas venezolanas aportan 900 millones de dólares anuales a la economía de Ecuador*. <https://www.iom.int/es/news>
- Organización Mundial del Comercio (OMC). (2024). *La digitalización adquiere protagonismo en los debates del Grupo sobre las Mipymes*. <https://www.wto.org/>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). (2023). *OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2023*. <https://www.oecd.org/>
- Bernal, C. A. (2022). Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales (5.^a ed.). Bogotá: Pearson Educación.
- Sarmiento Suárez, J. E., Gutiérrez Navas, E. B., & Ramírez Montañez, J. C. (2024). Oportunidades y desafíos para la digitalización de las mipymes en Colombia. *Pensamiento & Gestión*, (57), 128-154. <https://doi.org/10.14482/pege.57.240.855>.
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2025). *Leveraging digital technologies for MSMEs' integration into value chains*. <https://unctad.org/>
- Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. (2025). *Proyecto de Vinculación y Emprendimiento “Fortalecimiento de las actividades económicas, comerciales y administrativas de las familias migrantes refugiadas y comunidad acogida, del cantón de Manta, provincia de Manabí, periodo 2023-2025”*.

15. Anexos

Anexo A. Ficha de entrevista semiestructurada a emprendedores

Código del participante	
Fecha	
Lugar	
Sexo	
Nacionalidad	
Sector del emprendimiento	
Tiempo de funcionamiento	
Entrevistador/a	
Pregunta / ítem	Respuesta / registro
¿Qué apoyo recibió durante el proyecto para fortalecer su emprendimiento?	
¿De qué manera el capital semilla o la asistencia técnica aportaron al negocio?	
¿Qué conocimientos adquirió sobre comercialización, ventas, formalización o comercio exterior?	
¿Su producto o servicio ha logrado venderse fuera de Manta? ¿Cómo ocurrió?	
¿Ha tenido contacto con compradores, clientes o intermediarios de otras ciudades o países?	
¿Qué cambios realizó en empaque, presentación, marca o promoción?	
¿Qué papel han tenido las redes sociales o plataformas digitales en sus ventas?	
¿Cuáles son los principales beneficios obtenidos para avanzar hacia mercados más amplios?	
¿Qué limitaciones persisten para continuar el proceso de internacionalización?	
¿Qué recomendaciones propondría para fortalecer este proceso en otros emprendimientos?	

Elaboración propia

Nota: Esta ficha es un ejemplo de cómo se aplicó la entrevista a los emprendedores. Se repitió el procedimiento para los 25 emprendedores seleccionados, cuyos datos obtenidos se presentan en los resultados.

Anexo B. Ficha de observación de emprendimientos

Código del participante	
Fecha de observación	
Lugar observado	
Observador/a	
Pregunta / ítem	Respuesta / registro
1. El emprendimiento cuenta con empaque mejorado o presentación comercial definida.	
2. Se observa identidad visual, marca o elementos de diferenciación.	
3. Existen evidencias de promoción digital (redes sociales, catálogo, WhatsApp Business, etc.).	
4. El negocio registra ventas fuera de Manta.	
5. Existen indicios de contacto con clientes externos o compradores fuera del país.	
6. Se conservan registros documentales de ventas, pedidos o clientes.	
7. El producto o servicio muestra potencial de adaptación para otros mercados.	
8. Se identifican limitaciones visibles en producción, empaque, logística o formalización.	
Elaboración propia	

Anexo C. Ficha de análisis documental

Documento revisado	
Código del participante	
Fecha del documento	
Responsable del análisis	
Pregunta / ítem	Respuesta / registro
1. El plan de negocio define mercado objetivo y propuesta de valor.	
2. El documento evidencia uso del capital semilla o fortalecimiento del negocio.	
3. Se registran mejoras en presentación, marca, empaque o promoción.	
4. Se identifican ventas fuera del mercado local.	
5. Se mencionan clientes, contactos o alianzas comerciales externas.	
6. Existen elementos relacionados con comercio digital o proyección internacional.	
7. Se observan limitaciones relevantes para la internacionalización.	

Anexo D. Ficha matriz de sistematización

Pregunta / ítem	Respuesta / registro
1. Beneficio principal percibido.	
2. Tipo de capacitación recibida.	
3. Mejoras en producto, empaque o marca.	
4. Uso de canales digitales.	
5. Ventas fuera de Manta.	
6. Contacto con compradores externos.	
7. Ventas fuera del Ecuador.	
8. Limitación principal para internacionalizar.	
9. Percepción sobre preparación para exportar.	

Elaboración propia

Anexo E. Avances observados en el proceso de internacionalización

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Emprendedores con mejora en empaque, presentación o marca	22	88%
Emprendedores con ventas fuera de Manta	20	80%
Emprendedores con contacto con compradores externos	19	76%
Emprendedores con ventas fuera del Ecuador	1	4%
Emprendedores que utilizan canales digitales para promoción y venta	25	100%

Nota: Elaboración propia basado en las Entrevistas semiestructuradas, ficha de observación y sistematización de 25 casos.

Anexo F. Beneficios y limitaciones más frecuentes identificados en los casos analizados

Categoría	Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Beneficio principal	Capacitación	11	44%
Beneficio principal	Capital semilla	9	36%
Beneficio principal	Redes comerciales	5	20%
Limitación principal	Logística	6	24%
Limitación principal	Producción limitada	5	20%
Limitación principal	Normativa exportadora	5	20%

Fuente: Entrevistas semiestructuradas aplicadas a los emprendedores seleccionados.