

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ



Uleam
UNIVERSIDAD LAICA
ELOY ALFARO DE MANABÍ

PLANIFICACIÓN DEL ARTÍCULO ACADÉMICO

TÍTULO:

“Factores competitivos y su incidencia en la internacionalización de pymes agrícolas en el cantón Manta”

AUTORA: Cano Macías Marlyn Leonor


Facultad de ciencias administrativas contables y comercio

Carrera de administración de empresas

TUTOR: BSc. Marissa Alejandra Guevara Cañizares, Mg.

Manta – Manabí – Ecuador

I. CERTIFICADO DEL TUTOR

 Uleam <small>UNIVERSIDAD LAICA</small> <small>ELOY ALFARO DE MANABÍ</small>	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(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante CANO MACÍAS MARLYN LEONOR, legalmente matriculado/a en la carrera de Administración de Empresas, período académico 2024(2), cumpliendo el total de 400 horas, cuyo tema del proyecto de investigación es **"Factores competitivos y su incidencia en la internacionalización de pymes agrícolas en el cantón Manta"**.

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, 4 de diciembre de 2024.

Lo certifico,



Lic. Marissa Alejandra Guevara Cañizares, Mg.
Docente Tutora
Área: Investigación

Nota 1: Este documento debe ser realizado únicamente por el/la docente tutor/a y será receptado sin enmendaduras y con firma física original.

Nota 2: Este es un formato que se llenará por cada estudiante (de forma individual) y será otorgado cuando el informe de similitud sea favorable y además las fases de la Unidad de Integración Curricular estén aprobadas.

II. CERTIFICADO DE COMPILATIO



CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

ARTICULO MARLYN CANO

4%
Textos sospechosos



2% Similitudes (ignorado)
0% similitudes entre comillas
0% entre las fuentes mencionadas
4% Idiomas no reconocidos

Nombre del documento: ARTICULO MARLYN CANO.pdf
ID del documento: 5826b9a4b16cc0a760181c584e0b00593e4a40bb
Tamaño del documento original: 2,66 MB
Autores: []

Depositante: Marissa Guevara Cañizares
Fecha de depósito: 6/12/2024
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 6/12/2024

Número de palabras: 7690
Número de caracteres: 54.634

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.redalyc.org https://www.redalyc.org/journal/6381/638174353006/638174353006.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (33 palabras)
2	Documento de otro usuario #12ede5 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (30 palabras)
3	Documento de otro usuario #9943M El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (18 palabras)
4	dialnet.unirioja.es https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5833380.pdf	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (16 palabras)
5	refcale.uileam.edu.ec https://refcale.uileam.edu.ec/index.php/refcale/article/download/3850/2558/9334	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (16 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- <https://producepay.com/es/el-blog/panorama>
- <https://camaranavarra.com/2020/03/18/competitividad-e-internacionalizacion/>
- <https://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/24905/T>
- https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/21123/1/Trabajo_Titulacion_1244.p
- <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7878906>

III. DECLARACIÓN DE AUDITORIA

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Marlyn Leonor Cano Macías**, con cedula de identidad N°**1350851547**, declaro que el presente trabajo de titulación: "**Factores competitivos y su incidencia en la internacionalización de pymes agrícolas en el cantón Manta**" cumple con los requerimientos que la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí y la Facultad Administración de Empresas sugieren, cumpliéndose cada uno de los puntos expuestos y siendo meticuloso con la información presentada. A su vez, declaro que el contenido investigativo percibe el desarrollo y diseño original elaborado por la supervisión del tutor académico de investigación. La argumentación, el sustento de la investigación y los criterios vertidos, son originalidad de la autoría y es responsabilidad de la misma.



Marlyn Leonor Cano Macías

CI: 1350851547

E-mail: e1350851547@live.uileam.edu.ec

Telf: 0986005461

APROBACIÓN DEL TRABAJO**APROBACIÓN DEL TRABAJO**

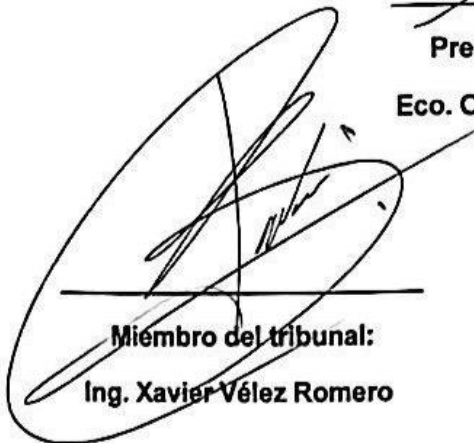
Los miembros del tribunal de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación sobre el tema: **"Factores competitivos y su incidencia en la internacionalización de pymes agrícolas en el cantón Manta"**, elaborado por la egresada Cano Macías Marlyn Leonor, el mismo que cumple con lo estipulado por reglamentos y disposiciones emitidas por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de la facultad Ciencias Administrativas, Contables y Comercio, de la carrera de Administración de Empresas.

Por constancia firma:



Presidente del tribunal:

Eco. Oscar Calderón Zamora



Miembro del tribunal:

Ing. Xavier Vélez Romero



Miembro del tribunal:

Ing. Evelyn Cano Lara

IV. DEDICATORIA

Dedico este trabajo, en primer lugar, a Dios, por haberme dado la fuerza, la sabiduría y las oportunidades para llegar hasta aquí. Su guía y su amor infinito han sido mi luz en los momentos más difíciles y mi inspiración para seguir adelante.

A mi madre Leonor, por ser mi ejemplo de fortaleza, sacrificio y amor incondicional. Gracias por creer en mí, incluso cuando yo dudaba de mis propias capacidades, y por enseñarme que con esfuerzo y dedicación todo es posible.

A mi abuelita Zoila, cuyo cariño, sabiduría y enseñanzas han marcado mi vida. Su apoyo constante y sus palabras llenas de amor siempre me han recordado lo importante que es nunca olvidar nuestras raíces.

A mis hermanos Joshua, Belén y Mabel, mis tías, Rocío y Magdalena por ser mi refugio y mi mayor apoyo. Gracias por estar conmigo en cada paso de este camino, por alentarme a dar lo mejor de mí y por ser mi motivo para luchar siempre por mis sueños.

A mi novio Giorgio, por su paciencia, comprensión y por ser mi compañero en esta travesía. Gracias por creer en mí incluso en los días más difíciles, por motivarme y por caminar a mi lado con tanto amor y fe.

A todos ustedes, gracias por ser mi fuerza, mi inspiración y mi mayor bendición. Este logro no habría sido posible sin su apoyo incondicional. Con todo mi amor y gratitud, este trabajo es para ustedes.

V. RECONOCIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento a mi familia, por ser mi pilar fundamental a lo largo de este camino. Su amor incondicional, sus palabras de aliento y su apoyo constante han sido esenciales para alcanzar este logro. Gracias por estar siempre a mi lado y por motivarme a dar lo mejor de mí.

A mi tutora Marissa, por su guía, paciencia y valiosos aportes durante el desarrollo de este trabajo. Su conocimiento y dedicación fueron claves para enriquecer este proyecto.

VII

A la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, por brindarme las herramientas académicas y el espacio para desarrollar mis habilidades. Este trabajo es el reflejo del esfuerzo conjunto y de las enseñanzas recibidas durante mi formación en esta institución.

A todos ustedes, gracias por contribuir de manera significativa a este importante logro en mi vida.

Factores competitivos y su incidencia en la internacionalización de pymes agrícolas en el cantón Manta

Autora: Cano Macías Marlyn Leonor

1. Resumen

Para que las pymes agrícolas puedan llevar a cabo el proceso de internacionalización, se tomaron en cuenta varios factores competitivos que inciden en este proceso, como lo es la falta de acceso a financiamiento. El objetivo principal de este artículo fue describir los factores competitivos que intervienen en el proceso de internacionalización de las pequeñas y medianas empresas agrícolas del cantón Manta. El alcance de esta investigación es de tipo descriptivo y se utilizó una metodología cuantitativa con un diseño no experimental donde se recolectó datos mediante cuestionarios dirigidos a una muestra intencional de 29 empresas que operan en el sector agrícola, se empleó el sistema de análisis de datos SPSS para procesar y analizar los datos recolectados. En base a las encuestas realizadas, se obtuvo que el 31,03% de los encuestados están en desacuerdo con que las pymes agrícolas tienen acceso adecuado al financiamiento para apoyar su internacionalización. Se concluyó que el proceso de internacionalización de las pymes agrícolas conlleva varios desafíos y oportunidades que inciden en este desarrollo, evidenciando la relevancia de cada uno de estos para que las pymes agrícolas puedan tener no solo acceso a mercados extranjeros sino también reconocimiento, mejorar su situación financiera y su competitividad frente a otros mercados.

Palabras Clave: Comercio internacional, apoyo financiero, competencia

2. Abstract

Competitive factors and their impact on the internationalization of agricultural SMEs in the Manta canton

Author: Cano Macias Marlyn Leonor

In order for agricultural SMEs to carry out the internationalization process, several competitive factors that affect this process were taken into account, such as the lack of access to financing. The main objective of this article was to analyze the influence of competitive factors in the internationalization process of agricultural SMEs in the Manta canton. The scope of this research is descriptive and corrective and a quantitative methodology was used where data was collected through questionnaires aimed at an intentional sample of 29 companies that operate in the agricultural sector, the SPSS data analysis system was used to process and analyze the collected data. Based on the surveys carried out, it was found that 31.03% of those surveyed disagree that agricultural SMEs have adequate access to financing to support their internationalization. It was concluded that the internationalization process of agricultural SMEs entails several challenges and opportunities that affect this development, evidencing the relevance of each of these so that agricultural SMEs can have not only access to foreign markets but also recognition, improve their situation. financial and its competitiveness compared to other markets.

Key words: International trade, financial support, competition

INTRODUCCIÓN:

Las pequeñas y medianas empresas (pymes) son un factor significativo para el crecimiento y desarrollo económico tanto local como regional en el país, aportando varios beneficios como generar empleo, satisfacer la demanda de productos en el mercado y contribuir al comercio nacional e internacional. En este contexto, el Cantón Manta, conocido por su alta producción agrícola y su cercanía a la costa ecuatoriana, ofrece un escenario único para el estudio de la internacionalización de la agricultura de pequeña escala. Sin embargo, estas empresas enfrentan muchos desafíos, desde infraestructura y tecnología limitadas hasta restricciones financieras y regulatorias. La competencia en el mercado global también significa que las pymes necesitan desarrollar una estrategia sólida para diferenciarse y promocionarse adecuadamente.

Competitividad

Según Muñoz, Lombeida, & Mosquera (2021) mencionan que la competitividad empresarial puede ser interpretada de diversas formas, en términos generales, se refiere a un conjunto de herramientas que al combinarse facilitan el liderazgo en el mercado y la superación de los competidores. Su relevancia radica en el aumento de la productividad mediante la eficiente utilización de recursos, lo que permite estar preparados para responder ágilmente a las demandas del mercado. Por otro lado, se menciona que la capacidad de ser competitivo representa una característica valiosa en toda organización, no solo para asegurar su continuidad en períodos desafiantes, sino también para impulsar su crecimiento y extender su permanencia con el paso de los años (Bailón, 2024).

Las micro y pequeñas empresas (pymes) desempeñan un papel crucial en la economía nacional; sin embargo, muchas de ellas no logran alcanzar el nivel de competitividad deseado principalmente debido a debilidades tanto internas como externas, lo que a menudo resulta en su cierre. Estas empresas deben esforzarse por mejorar sus procesos administrativos mediante la aplicación de técnicas y metodologías en la toma de decisiones y la gestión organizacional. Esto es evidente en el contexto ecuatoriano, donde se observa la falta de procedimientos

claros, diagramas de seguimiento y control del trabajo para respaldar la toma de decisiones, así como la ausencia de una estructura jerárquica definida en las empresas, lo que obstaculiza su competitividad en el mercado (Vega et al., 2021).

Entonces se puede decir que la competitividad empresarial puede ser interpretada de diversas formas, su relevancia radica en el aumento de la productividad mediante la eficiente utilización de recursos, lo que permite estar preparados para responder rápidamente a las demandas del mercado. En este mismo sentido, IMEF CDMX (2022) dice que la competitividad se convierte en un factor crucial para las empresas, ya que les permite desarrollar e implementar estrategias que sean capaces de producir bienes o servicios acorde a la preferencia de los clientes y así mismo poder competir en el mercado, además de influir significativamente en la toma de decisiones estratégicas de la empresa.

Pymes agrícolas

Cuando se habla de Pymes se hace referencia a pequeñas y medianas empresas que se componen de cierto número de empleados y por su volumen de ventas (pequeñas de 10 a 49 empleados y un volumen de ventas de 100.001 a 1.000.000 y las medianas de 50 a 199 empleados con un volumen de ventas de 1.000.001 a 5.000.000). Refiriéndonos a las pymes agrícolas son aquellas que abastecen la demanda de productos agrícolas en el mercado (café, banano, maíz, variedad de verduras, etc.) que están constituidas por recursos naturales y capital que cuenta con factores externos como internos que condicionan la producción (Catagña Lema, 2021).

Lema (2021) manifiesta que las pequeñas y medianas empresas agrícolas en Ecuador son aquellas pymes que satisfacen la demanda en los mercados agrícolas y a su vez representan una importante fuente de empleo en zonas rurales formado por mano de obra, recursos naturales y capital de trabajo. Además, Cedeño & Torres (2019) dicen que la producción está influenciada por factores tanto internos como externos, los cuales limitan su expansión frente a la globalización de los mercados. A diferencia de las empresas, las pymes ecuatorianas tienden a tener un enfoque más familiar, lo que a menudo resulta en una falta de innovación y tecnología, lo que a su vez las hace menos competitivas y dificulta su permanencia en el mercado.

Según el artículo de PRIMICIAS (2022) anuncia que conforme a información del Banco Central del Ecuador (BCE), el sector agropecuario juega un papel fundamental en la economía ecuatoriana ya que aporta un 7.7% al Producto Interno Bruto (PIB). Igualmente, tiene una

relevancia estratégica en el contexto global de la seguridad alimentaria, dado que genera el 95% de los alimentos consumidos en el país. La FAO indica que la Agricultura Familiar Campesina es responsable del suministro de productos para la exportación, representando el 80% de las Unidades de Producción Agropecuaria (UPAS) de cacao y el 93% de café, respectivamente.

De acuerdo con estos autores cabe mencionar que las pymes se diferencian de las grandes empresas tomando en cuenta su número de empleados y volumen de ventas, en el ámbito agrícola estas pymes abastecen la demanda de productos del campo en el mercado. En Ecuador, las pequeñas y medianas empresas agrícolas desempeñan un papel crucial al satisfacer la demanda en los mercados agrícolas y representan una fuente significativa de empleo en zonas rurales, utilizando mano de obra, recursos naturales y capital de trabajo. La producción en estas pymes está influenciada por factores tanto internos como externos que limitan su expansión en un mercado globalizado.

Internacionalización

Como se mencionó anteriormente, las pymes contribuyen de manera crucial al comercio nacional e internacional. En relación con este último punto, las pymes deben entender que la internacionalización implica un compromiso significativo. Por lo que Malla & Ángeles (2023) señalan que uno de los aspectos más relevantes para evaluar la capacidad de una empresa para internacionalizarse es su situación financiera y su capacidad para expandirse a nivel internacional. La gestión financiera es crucial para administrar recursos como maquinaria e insumos necesarios para la producción, requiriendo suficiente capital para inversiones. Además, el marketing efectivo juega un papel importante, ya que permite a la empresa posicionarse en el mercado objetivo, alcanzar a más consumidores y generar mayores ingresos (p.31).

En referencia al tema global, RIZZO & VILLECHENON (2020) dice que, en las últimas cuatro décadas, el concepto de internacionalización ha evolucionado significativamente junto con los grandes cambios en la economía global. Con la aparición de nuevas tecnologías se ha expandido las fronteras y generado nuevos desafíos para que diversos actores,

como empresas, instituciones, responsables políticos e investigadores, diversifiquen sus propuestas de valor. Actualmente, la internacionalización va más allá de la simple exportación de productos y servicios; se ha integrado en el comportamiento de diversas categorías de empresas alrededor del mundo.

Es necesario citar que la internacionalización implica que las empresas, tanto grandes corporaciones como pymes de países en desarrollo, buscan ampliar sus mercados y asegurar su viabilidad futura a través de operaciones de compra y venta en el extranjero. Este proceso incluye estrategias de expansión que consideran los riesgos empresariales, la diversificación de mercados, y la adquisición y despliegue de activos estratégicos (Duque et al., 2021).

En síntesis, es importante indicar que la internacionalización empresarial ha evolucionado profundamente en las últimas décadas debido a cambios significativos en la economía global y la introducción de nuevas tecnologías. Este proceso no se limita ya a la simple exportación de productos y servicios, sino que se ha integrado como una práctica fundamental en diversas categorías de empresas alrededor del mundo. Tanto grandes corporaciones como pequeñas y medianas empresas de países en desarrollo están adoptando estrategias de expansión que consideran los riesgos empresariales, la diversificación de mercados y la adquisición estratégica de activos, todo esto con el fin de asegurar el crecimiento y sostenibilidad en mercados internacionales.

Desafíos en la internacionalización

Hay que tomar en cuenta que la internacionalización también es compleja debido a la competitividad que conlleva. Navarra (2020), expresa que la internacionalización y la competitividad son dos conceptos que están estrechamente ligados dado que la competitividad es un requisito indispensable para lograr la internacionalización. Al mismo tiempo, la internacionalización conlleva competitividad, ya que cualquier empresa que se expanda de manera sostenible a nivel global es, por naturaleza, competitiva tanto a nivel nacional como internacional.

Otro punto que describe Bastida (2023) es que los productores y exportadores de productos agrícolas en Ecuador enfrentan varios desafíos que afectan su competitividad y crecimiento en el mercado internacional. La competencia, la falta de infraestructura en zonas rurales, la dificultad para obtener financiamiento, el cumplimiento de las normativas regulatorias y la escasez de mano de obra calificada son los principales problemas. Estos factores aumentan los costos, afectan la

calidad y limitan la capacidad de inversión y adopción de nuevas tecnologías, lo que repercute negativamente en la competitividad y sostenibilidad del sector agrícola ecuatoriano.

Asimismo, se menciona que las pequeñas y medianas empresas, presentan diversos obstáculos que impiden la planificación eficiente de su cadena logística y por tanto limitan la posibilidad de internacionalización, incluida la falta de información de distribución, exportaciones, bajo nivel de inversión en tecnología, falta de recursos financieros e infraestructura, baja capacidad de producción, falta de capacidad para hacer frente a las barreras culturales, etc. (Otálora, Joya, & Rojas, 2023). Además, Hoyos Villa (2019) identifica diversos factores que impulsan la internacionalización empresarial, los cuales se dividen en internos y externos. Los factores internos son aquellos que son inherentes a la empresa y están bajo su control, facilitando un mejor rendimiento en el mercado internacional. Por otro lado, los factores externos provienen del entorno y el contexto, y pueden favorecer o limitar el proceso de internacionalización.

Esto nos permite reconocer la importancia de la competitividad y la utilización eficiente de los recursos para llegar al mercado internacional. Para que las pequeñas y medianas empresas puedan competir a escala global, se necesita una situación financiera estable, logística eficiente y estrategias de marketing eficaces. También Ecuador necesita fortalecer las restricciones estructurales y fiscales para que su sector agrícola sea competitivo y sostenible. En ambos casos, la capacidad de competir internacionalmente está asociada con la capacidad de gestionar los recursos de manera efectiva y adaptarse a las demandas del mercado internacional.

En otras palabras, la internacionalización implica una dedicación considerable por parte de las pymes, ya que deben estar preparadas para enfrentar desafíos y comprometerse a largo plazo. Para que estas puedan internacionalizarse con éxito, deben tener una situación financiera sólida, gestionar eficazmente sus recursos y contar con suficiente capital para inversiones.

Las pequeñas y medianas empresas cada vez ofrecen más productos al mercado internacional, facilitando la adaptación de las empresas. Pero se ven frenados por sus propias fortalezas y debilidades. Lo que impide que las pequeñas y medianas empresas se globalicen en el mercado mundial y tengan planes y soluciones es el miedo a emprender. Internacionalización significa aprender a trabajar en un entorno altamente competitivo (Calle, Diaz, & Iozzeli, 2024).

En vista a la recopilación bibliográfica anterior, el objetivo que persigue este artículo es describir los factores competitivos que intervienen en el proceso de internacionalización de las pequeñas y medianas empresas agrícolas del cantón Manta, con el fin de hacer un aporte significativo al conocimiento de las pymes agrícolas para competir y tener éxito en el mercado internacional promover su crecimiento sostenible y fortalecer su posición en el contexto global.

En este estudio como método de recolección de información se aplicó una metodología cuantitativa con un alcance descriptivo, utilizando la técnica de la encuesta que ayuda a recolectar información a través de cuestionarios, lo que permitió obtener datos verídicos y asimismo realizar una discusión de datos correspondientemente, además de poder desarrollar las conclusiones y recomendaciones, y que los resultados obtenidos sirvan como una guía práctica para las pymes agrícolas de Manta.

MATERIALES Y MÉTODOS

El método de recolección de datos que se aplicó en este artículo fueron las encuestas, por lo tanto, se recolectó datos mediante cuestionarios dirigidos a pequeñas y medianas empresas que operan en el sector agrícola en la ciudad de Manta, para así obtener información y poder desarrollar de una manera más viable esta investigación.

Enfoque

En este artículo se utilizó un enfoque cuantitativo, Huamán, Treviño, & Medina (2022) mencionan que el enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos numéricos y el análisis estadístico para probar hipótesis, identificar patrones de comportamiento y validar teorías. Busca obtener un conocimiento preciso, objetivo y medible de la realidad.

Alcance

El alcance de esta investigación es de tipo descriptiva ya que se centró en identificar, detallar y analizar las características, factores y condiciones que influyen en el proceso de internacionalización de las pequeñas y medianas empresas agrícolas del cantón Manta. En contraste, Alban, Arguello, & Molina (2020) expresan en su artículo que, la investigación descriptiva es el tipo de investigación que tiene como objetivo describir algunas características fundamentales de grupos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan determinar la estructura o comportamiento de los fenómenos estudiados, proporcionando información sistemática comparable a la de otras fuentes.

Diseño

Como ya se mencionó, el enfoque de la investigación fue cuantitativo, empleando un diseño no experimental. Según Hernández, Fernández & Baptista (2019), mencionan que una investigación no experimental consiste en estudios que se realizan sin manipulación intencional de variables y en los que únicamente se observan y luego se analizan los fenómenos en su entorno natural.

Población y muestra

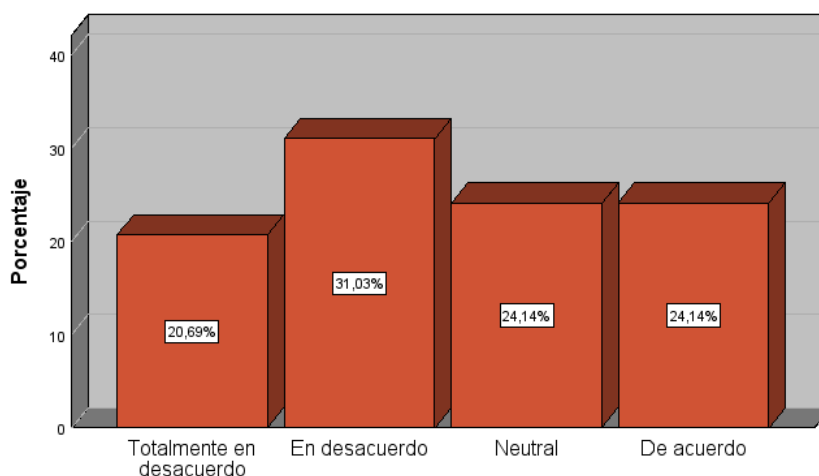
En este contexto, en el cantón Manta existen un total de 92 pymes agrícolas, según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2023). Por consiguiente, se empleó una muestra intencional a 29 empresas que permitió seleccionar específicamente a aquellas empresas con mayor relevancia y representatividad en el sector, asegurando así la validez y fiabilidad de los datos obtenidos para el desarrollo del estudio.

RESULTADOS

De las encuestas empleadas se obtuvieron los siguientes resultados:

1. ¿Considera que las pymes agrícolas tienen acceso adecuado al financiamiento para apoyar su internacionalización?

1. ¿Considera que las pymes agrícolas tienen acceso adecuado al financiamiento para apoyar su internacionalización?



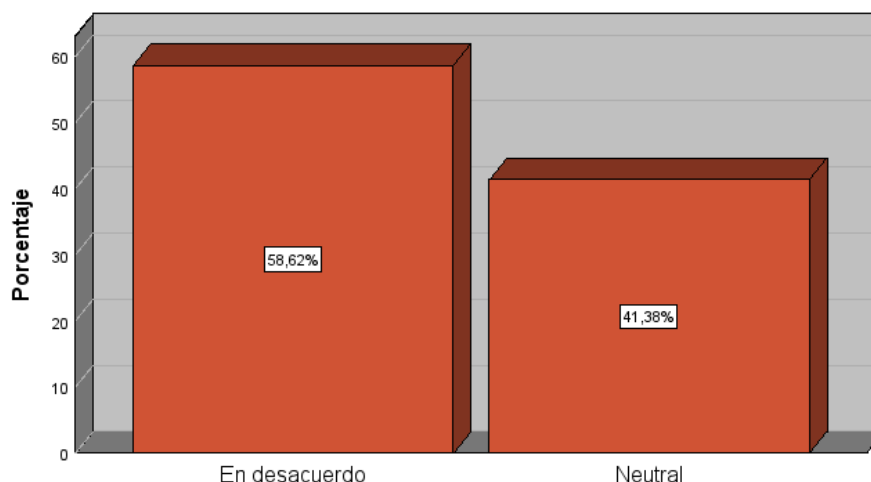
1. ¿Considera que las pymes agrícolas tienen acceso adecuado al ...

Gráfico 1 Dimensión acceso a financiamiento, variable factores competitivos que corresponde a la pregunta si existe un acceso adecuado al financiamiento para apoyar la internacionalización de pymes agrícolas

Según el gráfico 1, muestra que el 31,03% de los encuestados están en desacuerdo con que las pymes agrícolas tienen acceso adecuado al financiamiento para apoyar su internacionalización, por otro lado, el 24,14% indican que están de acuerdo y de manera imparcial y el 20,69% están totalmente en desacuerdo.

2. ¿Considera que las condiciones de financiamiento para las pymes agrícolas son favorables para competir en mercados internacionales?

2. ¿Considera que las condiciones de financiamiento para las pymes agrícolas son favorables para competir en mercados internacionales?



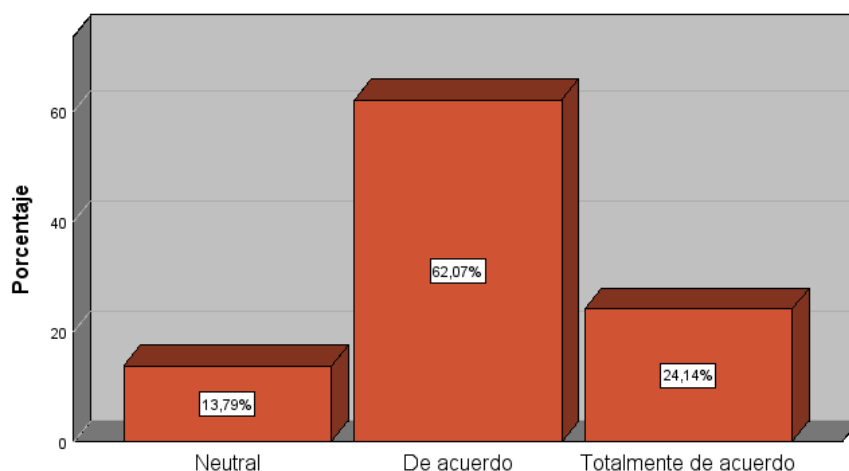
2. ¿Considera que las condiciones de financiamiento para las pymes agrícolas son favorables para competir en mercados internacionales?

Gráfico 2 Dimensión acceso a financiamiento, variable factores competitivos que corresponde a la pregunta si hay condiciones de financiamiento para las pymes agrícolas que favorezcan su competición en mercados internacionales

Según el gráfico 2, indica que el 58,62% de los encuestados están en desacuerdo con que las condiciones de financiamiento para las pymes agrícolas son favorables para competir en mercados internacionales, mientras que el 41,38% están de manera imparcial.

3. ¿Cree que la calidad de los productos agrícolas cumple con los estándares requeridos en mercados internacionales?

3. ¿Cree que la calidad de los productos agrícolas cumple con los estándares requeridos en mercados internacionales?



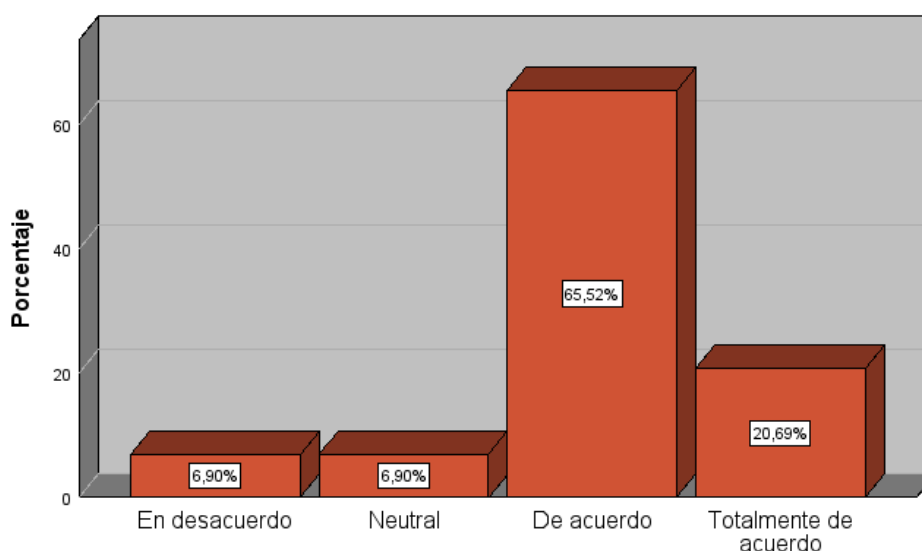
3. ¿Cree que la calidad de los productos agrícolas cumple con los estándares requeridos en mercados internacionales?

Gráfico 3 Dimensión calidad del producto, variable factores competitivos sobre la pregunta si la calidad de los productos agrícolas cumple con los estándares requeridos en mercados internacionales

Según el gráfico 3, muestra que el 62,07% de los encuestados están de acuerdo con que la calidad de los productos agrícolas cumple con los estándares requeridos en mercados internacionales, el 24,14% mencionan que están totalmente de acuerdo y un 13,79% están de manera imparcial.

4. ¿Su pyme agrícola cuenta con certificaciones de calidad que favorezcan su competitividad en el extranjero?

4. ¿Su pyme agrícola cuenta con certificaciones de calidad que favorezcan su competitividad en el extranjero?



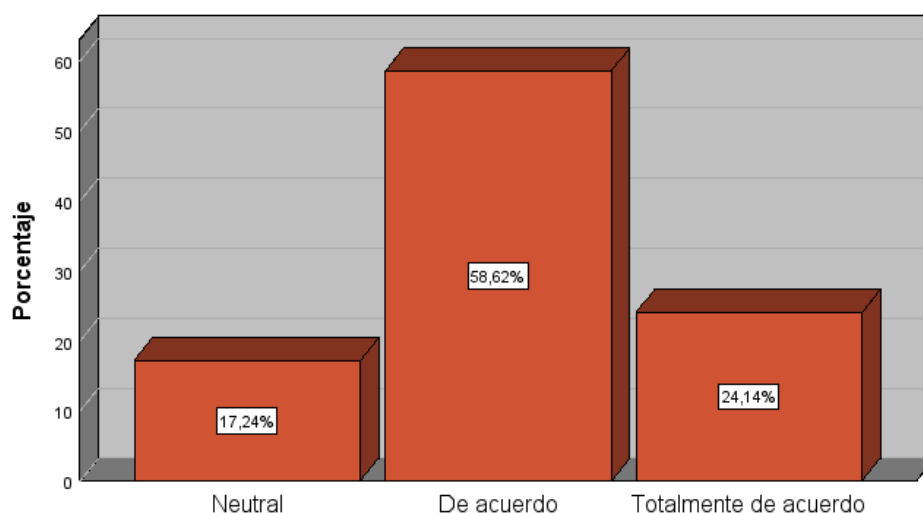
4. ¿Su pyme agrícola cuenta con certificaciones de calidad que ...

Gráfico 4 Dimensión calidad del producto, variable factores competitivos acerca de la pregunta si las pymes agrícolas cuentan con certificaciones de calidad que favorezca su competitividad en el extranjero

Según el gráfico 4, muestra que el 65,52% de los encuestados están de acuerdo con que sus pymes agrícolas cuentan con certificaciones de calidad que favorecen la competitividad en el extranjero, el 20,69% están totalmente de acuerdo, y un 6,90% están en desacuerdo y de manera imparcial.

5. ¿Considera que su pyme agrícola cuenta con la infraestructura correcta para ejercer la internacionalización de forma y exitosa?

5. ¿Considera que su pyme agrícola cuenta con la infraestructura correcta para ejercer la internacionalización de forma y exitosa?



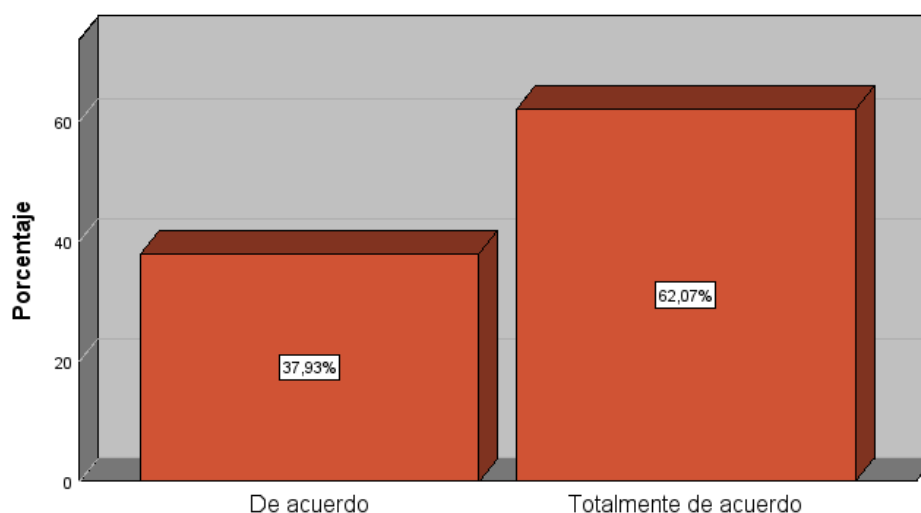
5. ¿Considera que su pyme agrícola cuenta con la infraestructura correcta para ejercer la internacionalización de forma y exitosa?

Gráfico 5 Dimensión capacidad de producción, variable factores competitivos sobre la pregunta si las pymes agrícolas cuentan con la infraestructura correcta para ejercer la internacionalización de forma exitosa.

Según el gráfico 5, evidencia que el 58,62% de los encuestados están de acuerdo con sus pymes agrícolas cuentan con la infraestructura adecuada para ejercer la internacionalización de forma exitosa, el 24,14% están totalmente de acuerdo y un 17,24% está de manera imparcial.

6. ¿Considera usted que implementando procesos eficientes en la producción ayuda a su empresa competir internacionalmente?

6. ¿Considera usted que implementando procesos eficientes en la producción ayuda a su empresa competir internacionalmente?



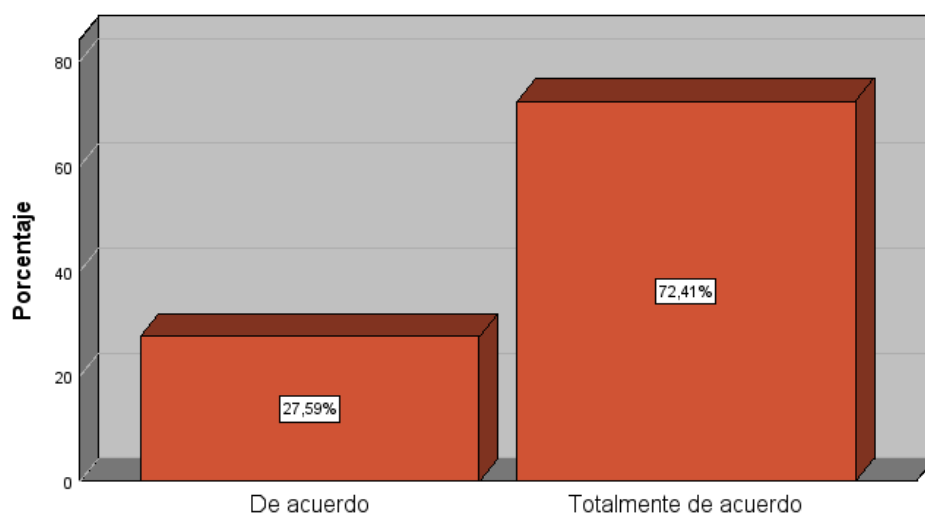
6. ¿Considera usted que implementando procesos eficientes en la producción ayuda a su empresa competir internacionalmente?

Gráfico 6 Dimensión capacidad de producción, variable factores competitivos acerca de la pregunta si la implementación de procesos eficientes en la producción ayuda a las empresas a competir internacionalmente

Según el gráfico 6 muestra que el 62,07% de los encuestados están totalmente de acuerdo con que implementando procesos eficientes en la producción ayuda a su empresa a competir internacionalmente y un 37,93% indican que están de acuerdo.

7. ¿Cree usted que su empresa se puede beneficiar de la aplicación de estrategias de mercadotecnia a las pymes agrícolas para competir internacionalmente?

7. ¿Cree usted que su empresa se puede beneficiar de la aplicación de estrategias de mercadotecnia a las pymes agrícolas para competir internacionalmente?



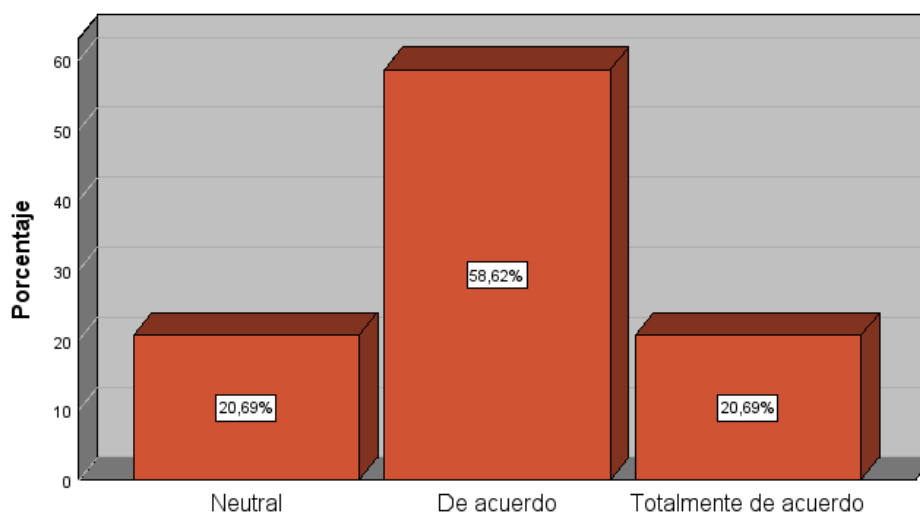
7. ¿Cree usted que su empresa se puede beneficiar de la aplicación de estrategias de mercadotecnia a las pymes agrícolas para competir ...

Gráfico 7 Dimensión marketing y ventas, variable factores competitivos acerca de la pregunta si las pymes agrícolas se pueden beneficiar de la aplicación de estrategias de mercadotecnia para competir internacionalmente

Según el gráfico 7 manifiesta que el 72,41% de los encuestados están totalmente de acuerdo con que su empresa agrícola se puede beneficiar de la aplicación de estrategias de mercadotecnia para competir internacionalmente, y un 27,59% están de acuerdo.

8. ¿Considera que las redes de distribución eficientes son efectivas para asegurar la llegada de los productos a mercados internacionales?

8. ¿Considera que las redes de distribución eficientes son efectivas para asegurar la llegada de los productos a mercados internacionales?



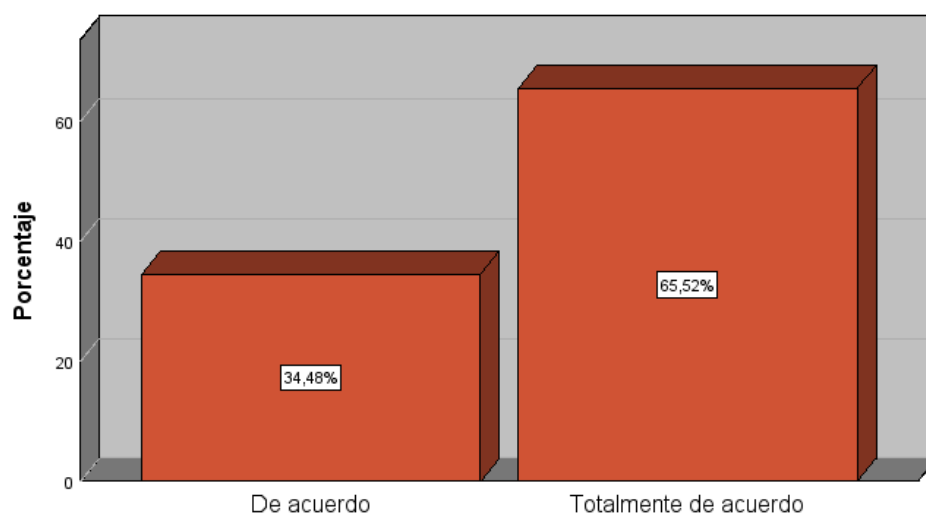
8. ¿Considera que las redes de distribución eficientes son efectivas para asegurar la llegada de los productos a mercados internacionales?

Gráfico 8 Dimensión marketing y ventas, variable factores competitivos sobre la pregunta si las redes de distribución eficientes son efectivas para asegurar la llegada de los productos a mercados internacionales

Según el gráfico 8, indica que el 58,62% de los encuestados están de acuerdo con que las redes de distribución eficientes son efectivas para asegurar la llegada de los productos a mercados internacionales, y el 20,69% muestra que están de acuerdo y de manera imparcial.

9. ¿Considera usted que el uso de las tecnologías avanzadas es un factor que influye en la internacionalización de las pymes agrícolas?

9. ¿Considera usted que el uso de las tecnologías avanzadas es un factor que influye en la internacionalización de las pymes agrícolas?



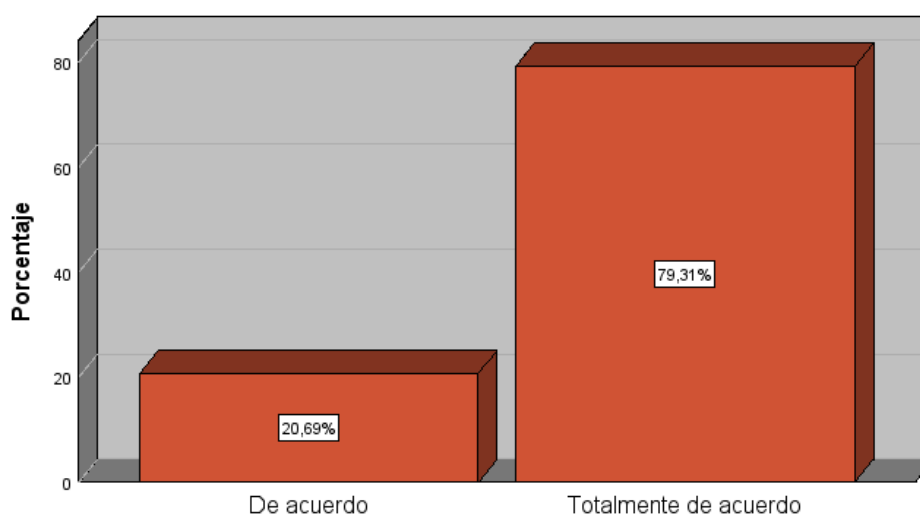
9. ¿Considera usted que el uso de las tecnologías avanzadas es un factor que influye en la internacionalización de las pymes agrícolas?

Gráfico 9 Dimensión innovación y tecnología, variable factores competitivos acerca de la pregunta de que si el uso de las tecnologías avanzadas es un factor que influye en la internacionalización de las pymes agrícolas

Según el gráfico 9, se evidencia que el 65,52% de los encuestados están totalmente de acuerdo con que el uso de las tecnologías avanzadas es un factor que influye en la internacionalización de las pymes agrícolas y un 34,48% indican que están de acuerdo.

10. ¿Cree usted que invertir en investigación y desarrollo de mercados internacionales beneficie las pymes agrícolas?

10. ¿Cree usted que invertir en investigación y desarrollo de mercados internacionales beneficie las pymes agrícolas?



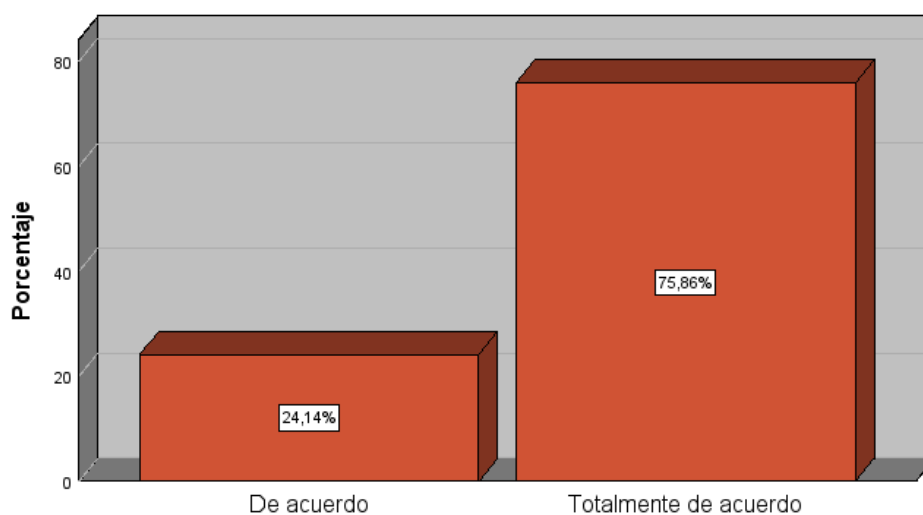
10. ¿Cree usted que invertir en investigación y desarrollo de mercados internacionales beneficie las pymes agrícolas?

Gráfico 10 Dimensión innovación y tecnología, variable factores competitivos sobre la pregunta si invertir en investigación y desarrollo de mercados internacionales beneficia las pymes agrícolas

Según el gráfico 10, muestra que el 79,31% de los encuestados están totalmente de acuerdo con que invertir en investigación y desarrollo de mercado internacionales beneficia a las pymes agrícolas en su internacionalización, y un 20,69% están de acuerdo.

11. ¿Cree usted que realizar un análisis detallado de la competencia en mercados internacionales ayude a las pymes agrícolas?

11. ¿Cree usted que realizar un análisis detallado de la competencia en mercados internacionales ayude a las pymes agrícolas?



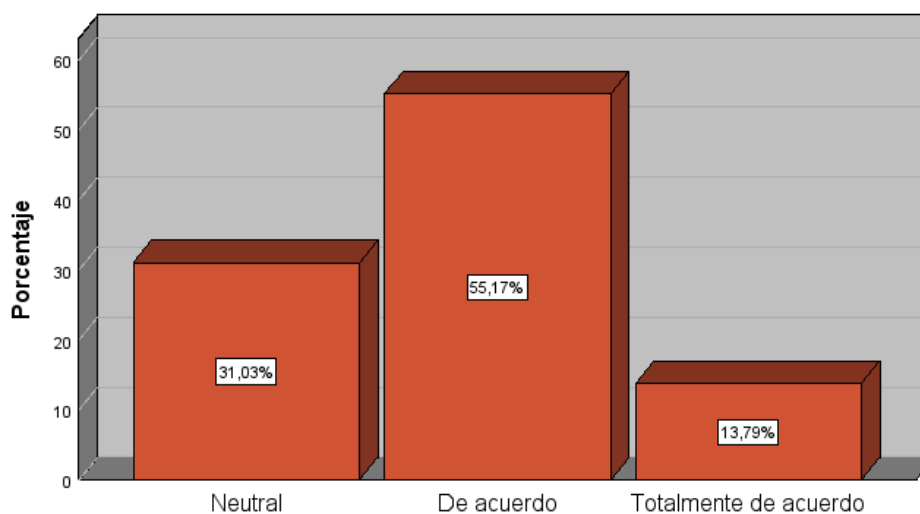
11. ¿Cree usted que realizar un análisis detallado de la competencia en mercados internacionales ayude a las pymes agrícolas?

Gráfico 11 Dimensión competencia, variable internacionalización sobre la pregunta si realizar un análisis detallado de la competencia en mercados internacionales ayude a las pymes agrícolas

Según el gráfico 11, manifiesta que el 75,86% de los encuestados están totalmente de acuerdo con que realizar un análisis detallado de la competencia en mercados internacionales ayuda a las pymes agrícolas, y un 24,14% mencionan que están de acuerdo.

12. ¿Su pyme agrícola tiene estrategias claras para diferenciarse de la competencia en mercados internacionales?

12. ¿Su pyme agrícola tiene estrategias claras para diferenciarse de la competencia en mercados internacionales?



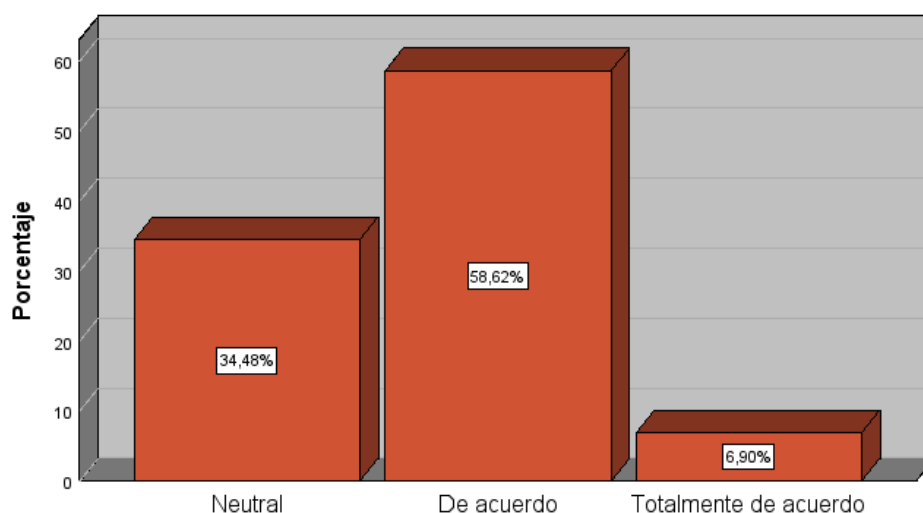
12. ¿Su pyme agrícola tiene estrategias claras para diferenciarse de la competencia en mercados internacionales?

Gráfico 12 Dimensión competencia, variable internacionalización acerca de la pregunta si las pymes agrícolas tienen estrategias claras para diferenciarse de la competencia en mercados internacionales

Según el gráfico 12, muestra que el 55,17% de los encuestados están de acuerdo con que las pymes agrícolas tengan estrategias claras para diferenciarse de la competencia en mercados internacionales, el 31,03% está de manera parcial y un 13,79% están totalmente de acuerdo.

13. ¿Su pyme agrícola tiene conocimientos adecuados de los mercados agrícolas internacionales en los que desea participar?

13. ¿Su pyme agrícola tiene conocimientos adecuados de los mercados agrícolas internacionales en los que desea participar?



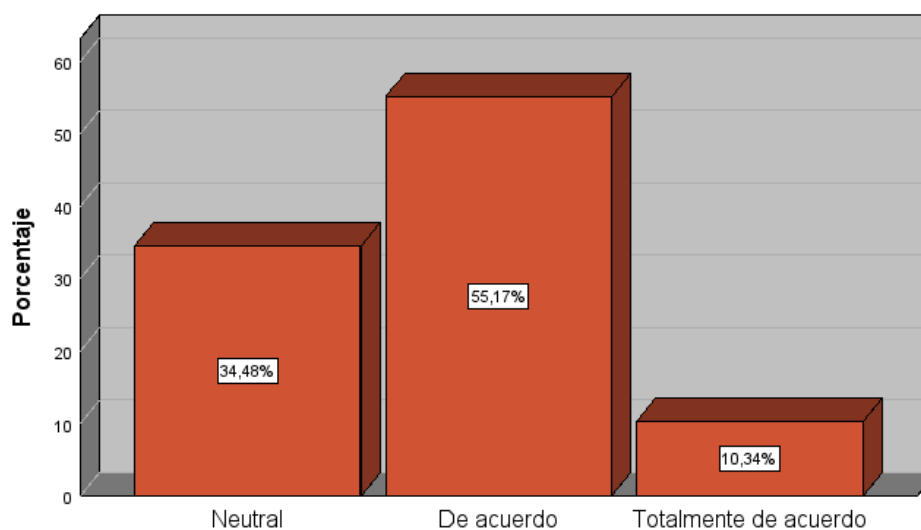
13. ¿Su pyme agrícola tiene conocimientos adecuados de los mercados agrícolas internacionales en los que desea participar?

Gráfico 13 Dimensión exportación, variable internacionalización sobre la pregunta si las pymes agrícolas tienen conocimientos adecuados de los mercados agrícolas internacionales en los que desea competir

Según el gráfico 13, indica que el 58,62% de los encuestados están de acuerdo con que las pymes agrícolas tengan conocimientos adecuados de los mercados agrícolas internacionales en los que desea participar, el 34,48% está de manera imparcial y un 6,90% está totalmente de acuerdo.

14. ¿Considera que su pyme agrícola está preparada para empezar a participar en mercados internacionales?

14. ¿Considera que su pyme agrícola está preparada para empezar a participar en mercados internacionales?



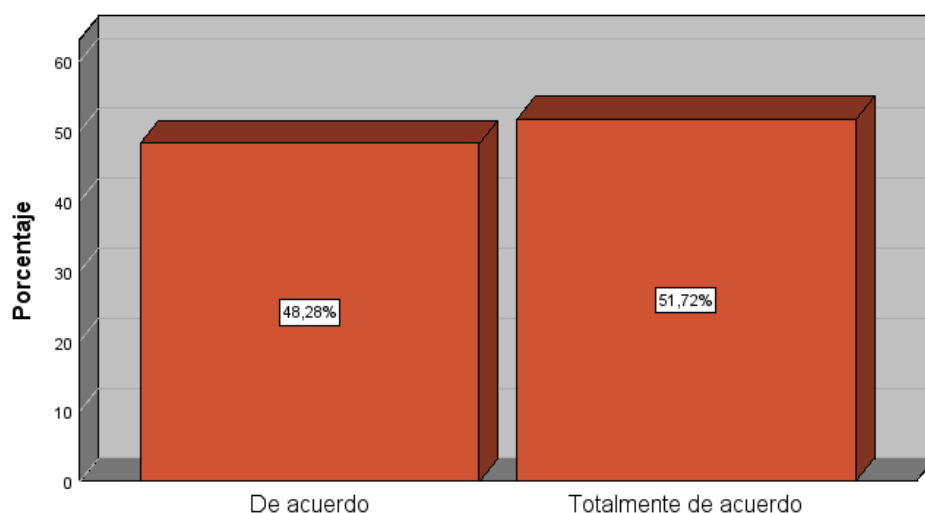
14. ¿Considera que su pyme agrícola está preparada para empezar a participar en mercados internacionales?

Gráfico 14 Dimensión exportación, variable internacionalización acerca de la pregunta si las pymes agrícolas están preparadas para empezar a participar en mercados internacionales

Según el gráfico 14, se evidencia que el 55,17% de los encuestados están de acuerdo con que las pymes agrícolas estén preparadas para empezar a participar en mercados internacionales, un 34,48% menciona que esta de manera imparcial y un 10,34% indica que está totalmente de acuerdo.

15. ¿Cree usted que las capacidades organizacionales y administrativas como las alianzas estratégicas ayudan a la internalización de las pymes agrícolas?

15. ¿Cree usted que las capacidades organizacionales y administrativas como las alianzas estratégicas ayudan a la internalización de las pymes agrícolas?



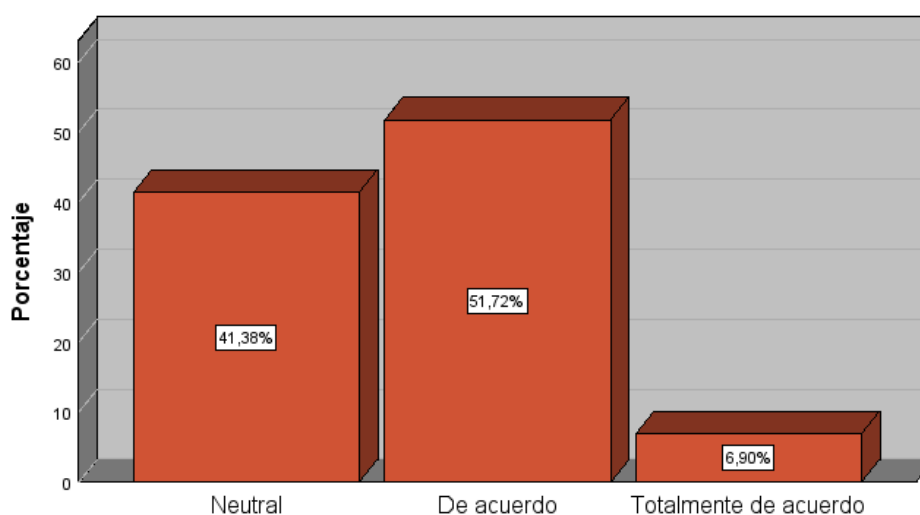
15. ¿Cree usted que las capacidades organizacionales y administrativas como las alianzas estratégicas ayudan a la internalización de las pyme...

Gráfico 15 Dimensión recursos y capacidades, variable internacionalización sobre la pregunta si las capacidades organizacionales y administrativas como las alianzas estratégicas ayudan a la internacionalización de las pymes agrícolas

Según el gráfico 15, muestra que el 51,72% está totalmente de acuerdo con que las capacidades organizacionales y administrativas como las alianzas estratégicas ayudan a la internacionalización de las pymes agrícolas, y un 48,28% están de acuerdo.

16. ¿Cree que su pyme agrícola cuenta con los recursos financieros necesarios para iniciar su internacionalización?

16. ¿Cree que su pyme agrícola cuenta con los recursos financieros necesarios para iniciar su internacionalización?



16. ¿Cree que su pyme agrícola cuenta con los recursos financieros necesarios para iniciar su internacionalización?

Gráfico 16 Dimensión recursos y capacidades, variable internacionalización acerca de la pregunta si las pymes agrícolas cuentan con los recursos financieros necesarios para iniciar su internacionalización

Según el gráfico 16, se evidencia que el 51,72% de los encuestados están de acuerdo con que su pyme agrícola cuenta con recursos financieros necesarios para iniciar su internacionalización, un 41,38% manifiesta que esta de manera imparcial y un 6,90% está totalmente de acuerdo.

DISCUSIÓN

Hablar sobre la internacionalización de las pymes agrícolas implica analizar los diferentes factores competitivos que influyen en este proceso. Las pymes agrícolas, cuando buscan expandirse a los mercados internacionales, enfrentan una serie de desafíos y oportunidades que dependen tanto de sus capacidades internas como de las condiciones externas del mercado. Por lo tanto, es fundamental identificar y evaluar estos factores para comprender su impacto en su capacidad para competir y crecer en el mundo global.

En este contexto, para responder el propósito de este artículo, e identificar los factores competitivos que influyen en el proceso de internacionalización de las pequeñas y medianas empresas agrícolas del cantón Manta, la investigación realizada permitió observar que los estudios mencionados muestran una relación positiva en los resultados obtenidos, uno de estos es la dificultad para obtener financiamiento donde en las encuestas realizadas muestra que el 31,03% (Gráfico 1) de los encuestados están en desacuerdo con que las pymes agrícolas tienen acceso adecuado al financiamiento para apoyar su internacionalización. Con base en lo anterior, y según lo planteado por Malla & Ángeles (2023) corroboran que el financiamiento desempeña un papel fundamental para apoyar a los productores y exportadores en el logro de sus objetivos de desarrollo, asimismo es importante para alcanzar el crecimiento sostenible y competitivo de la empresa, además es necesario para realizar inversiones considerables en infraestructura, tecnología y formación.

Por otro lado, se evidencia que la calidad de los productos es un factor importante en la internacionalización de las pymes agrícolas, ya que el 62,07% (Gráfico 3) de los encuestados están de acuerdo con que la calidad de los productos agrícolas cumple con los estándares requeridos en mercados internacionales, de igual manera el 65,52% (Gráfico 4) cuentan con certificaciones de calidad que favorecen su competitividad en el extranjero. Esto sugiere que los estándares y certificaciones de calidad en los productos agrícolas es un factor que si influye en la competitividad de las empresas dentro de los mercados internacionales. De acuerdo con el artículo proporcionado por Worldsys (2023) indica que, la adopción de estándares facilita la creación de productos y servicios que son seguros, confiables y de alta calidad. También ayuda a la incrementación de la productividad, reduce errores y optimiza los costos. Además, permite que nuevas empresas accedan a otros mercados y contribuyan al crecimiento del comercio global. Este factor va de la mano con uno de los objetivos específicos ya que gracias a las evidencias y contribuciones de autores se puede corroborar que estos indicadores son oportunidades que permiten a las pymes agrícolas competir en mercados internacionales.

Para acceder a los mercados globales, las pymes necesitan disponer de insumos y bienes adecuados para realizar exportaciones. Es por eso que una

gestión de producción eficiente es clave para que estas empresas logren posicionarse en el ámbito internacional y evolucionen hacia organizaciones establecidas. Por esta misma razón como se observa en el Gráfico 6, que el 62,07% de los encuestados están totalmente de acuerdo con que implementando procesos eficientes en la producción ayuda a su empresa a competir internacionalmente. Como mencionan en su artículo Loor, Cedeño, & García (2022), un aspecto esencial que todo emprendedor o gerente debe definir al emprender un proyecto es la cantidad de productos y/o servicios que debe generar, considerando los recursos disponibles, para alcanzar la eficiencia. Al determinar esto, podrá identificar la oferta, analizar las fluctuaciones del mercado y fijar el precio adecuado para cubrir los costos y asegurar un margen de ganancia. Igualmente, Otálora, Joya, & Rojas (2023) expresan que, las pequeñas y mediana empresas que logran expandirse en los mercados internacionales generalmente lo hacen gracias a una logística bien gestionada, que les permite consolidarse, generar empleo y promover la innovación.

Asimismo, otra oportunidad que se puede observar es la aplicación de estrategias de mercadotecnia para que las pymes agrícolas compitan internacionalmente, esto se puede notar gracias a que el 72,41% (Gráfico 7) de los encuestados están totalmente de acuerdo con este indicador. Del mismo modo, Cuenca & Maza (2022) fundamentan que las estrategias de marketing permiten a las empresas identificar las necesidades y características del mercado con el objetivo de ajustar su producto al mercado, implementando funciones de diseños estratégicos fundamentadas en el segmento de mercado para materializar negocios y expandirse. Por ello, es crucial implementar las estrategias de marketing necesarias y que se ajusten al tipo de negocio para impulsar la internacionalización de las pequeñas y medianas empresas. En conjunto, el plan de marketing internacional debe diseñarse, planificarse e implementarse bajo normas estrictas, pero también debe ser flexible y adaptable. Esto permite su revisión y la inclusión de nuevos elementos durante la realización de las acciones. Su uso como herramienta de gestión estratégica debe evolucionar a medida que crece el negocio (Montesdeoca & Cusme, 2020).

Finalmente, la dimensión de innovación y tecnología da como resultado que el 65,52% (Gráfico 9) de los encuestados están totalmente de acuerdo con que el uso de las tecnologías avanzadas es un factor que influye en la

internacionalización de las pymes agrícolas. La integración de los avances tecnológicos en el sector agrícola requiere la integración y el mejoramiento de las actividades productivas, incluyendo la incorporación de nuevos equipos, materias primas y capacitación humana. Esto asegura que sus productos se destaquen por su calidad superior y trabajo especializado, lo que permite a los empresarios incrementar sus ingresos a través de una producción más eficiente y de alto nivel. (Loor, Cedeño, & García, 2022). No obstante, según Sotomayor, Ramírez, & Martínez (2021) expresan que, en particular en el sector agrícola, una variedad de tecnologías emergentes está transformando los modelos de producción mediante innovaciones en la recopilación, almacenamiento, gestión, transferencia y análisis de grandes cantidades de datos. Un ejemplo destacado es el uso de la teledetección satelital, que genera información biofísica vinculada al crecimiento de los cultivos, facilitando el cálculo preciso de sus requerimientos de agua y riego, lo que incrementa significativamente su productividad. De igual forma este es uno de los factores que influyen en la competitividad de las pymes agrícolas en su proceso de internacionalización y que encaja con uno de los objetivos de este estudio, evidenciando la importancia de la tecnología para consolidar su posición en el mercado global.

CONCLUSIONES

Tal como se ha demostrado en este estudio, se determinó que existen factores competitivos que inciden en el proceso de internacionalización de las pymes agrícolas en la ciudad de Manta, siendo la falta de acceso adecuado a financiamiento y a condiciones favorables de crédito algunos de estos factores, ya que, uno de los aspectos más relevantes para evaluar la capacidad que tiene una empresa para internacionalizarse es su situación financiera, puesto que resulta crucial para administrar recursos como maquinarias e insumos necesarios para la producción, requiriendo suficiente capital para inversiones. Se identificó que la calidad de los productos es otra variable que influye en la capacidad de las pymes agrícolas para competir de manera internacional. Esto se debe a que la calidad garantiza productos más confiables y seguros para los consumidores extranjeros, lo que permite a estas empresas diferenciarse de la competencia y satisfacer necesidades. Asimismo, cumplir con estándares de calidad contribuye a perfeccionar los procesos productivos minimizar fallos y maximizar la eficiencia en el uso de recursos. Esto no solo mejora la competitividad de las pymes agrícolas, sino que también fortalece su reputación en mercados internacionales.

Se determinó que la capacidad de producción va de la mano con una gestión eficiente y una logística efectiva, esto constituye un elemento clave para el fortalecimiento de la empresa y también aporta valor a cada proceso y tarea llevada a cabo por la organización, facilitando la integración de todas las áreas

en alineación con los objetivos estratégicos como lo son el aumento de la productividad y la mejora de la competitividad, fundamentales para impulsar la internacionalización de la pyme agrícola, promoviendo su crecimiento y contribuyendo al desarrollo económico de la misma.

Se describió que las estrategias de marketing y ventas ayudan a la internacionalización de las pymes agrícolas ya que gracias a este factor se pueden determinar las necesidades que tiene el mercado con el fin de ajustar esas necesidades al mercado extranjero. Diseñar estrategias de marketing adaptadas a las características de la empresa es esencial para aumentar sus ventas en mercados internacionales, puesto que, en un mundo globalizado el uso efectivo de los medios digitales se ha convertido en una oportunidad y componente indispensable para lograr la expansión comercial.

Por último, se definió que la innovación y tecnología juega un papel importante en la internacionalización de las pymes agrícolas porque esta contribuye no solo en la competitividad, crecimiento empresarial, sino también en la permanencia en el mercado extranjero de las pequeñas y medianas empresas. Al igual, la inversión en tecnología es primordial ya que permite optimizar procesos productivos, mejorar la calidad de los productos y adaptarse a las demandas específicas de los mercados internacionales, fortaleciendo así su posición frente a la competencia global.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alban, G. G., Arguello, A. V., & Molina, N. C. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*. Obtenido de <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/860/1363>
- Antonio, M. C. (2021). Bienestar, identidad y agencia en 3 comunidades de pescadores artesanales en el norte de Manabí, Ecuador, desde una perspectiva de Red de Actantes. *Antropica*, XII (14). Recuperado el 13 de noviembre de 2024, de www.redalyc.org/pdf/7238/723878165009.pdf
- Bailón, Y. M. (2024). LA COMPETITIVIDAD Y SU RELACIÓN CON LA SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA: CASO DE ESTUDIO EMPRESA SKY DE ECUADOR. *Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa (REFCaIE)*, 12. Obtenido de <https://refcale.uleam.edu.ec/index.php/refcale/article/view/3850/2558>
- Bastida, O. (3 de Mayo de 2023). *Panorama general de la producción y exportación agrícola en Ecuador*. Obtenido de PRODUCEPAY: <https://producepay.com/es/el-blog/panorama-general-de-la-produccion-y-exportacion-agricola-en-ecuador/>

- Calle, S. B., Diaz, J. G., & Iozzeli, M. M. (2024). PYMES ecuatorianas: comercio exterior y fortalecimiento de mercados internacionales. *Digital Publisher*, 112 - 127. doi:doi.org/10.33386/593dp.2024.1.2124
- Cámara Navarra. (2020). Competitividad e internacionalización. *Cámara Navarra*. Obtenido de <https://camaranavarra.com/2020/03/18/competitividad-e-internacionalizacion/>
- Catagña Lema , W. J. (2021). Eficiencia de la distribución de espacio – layout en las PYMES Agrícolas de la provincia de. *UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE*. Obtenido de <https://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/24905/T-ESPE-044551.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cedeño, K., & Torres, K. (2019). FACTORES DE SUSTENTABILIDAD EN LAS MIPYMES AGRÍCOLAS ECUATORIANAS EN EL MERCADO INTERNACIONAL DE HORTALIZAS. *Repositorio Universidad de Guayaquil*.
- Cuenca Villacres , N., & Maza Choez , J. (2022). Estrategia de marketing internacional para potenciar el desempeño exportador de las pymes agrícolas de El Oro. *UTMACH*. https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/21123/1/Trabajo_Titulacion_1244.pdf
- Díaz Muñoz, G., Quintana Lombeida, M., & Fierro Mosquera, D. (2021). La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6, 145-161. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7878906>
- Duque, P., Meza, O., Zapata, G., & Giraldo, J. (2021). Internacionalización de empresas latinas: evolución y tendencias. *Económicas CUC*, 42(1), 122–152. Obtenido de <https://revistascientificas.cuc.edu.co/economicascuc/article/view/3012/3334>
- Hoyos Villa, O. A. (2019). Factores que impulsan la internacionalización en las pymes industriales del Eje Cafetero colombiano: estudio de caso. *Entramado*, 15(2), 78-103. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v15n2/1900-3803-entra-15-02-78.pdf>
- Huamán, J., Treviños, L., & Medina, W. (2022). Epistemología de las investigaciones cuantitativas y cualitativas. *Horizonte de la Ciencia*, 12(23), 27-47. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5709/570971314003/html/>
- IMEF CDMX. (12 de Enero de 2022). *Factores de competitividad de una empresa*. Obtenido de IMEF: <https://cdmx.imef.org.mx/blog/crecimiento-economico-en-mexico/factores-de-competitividad-de-una-empresa/>
- INEC. (2023). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos* . Obtenido de <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiZTM4MTU3NzgtOGE2YS00MDcxLThiYzYtNDE0NzFmOTNhODBiIiwidCI6ImYxNThhMmU4LWNhZWVtNDQwNi1iMGFiLWY1ZTI1OWJkYTExMiJ9>
- JCV Shipping . (2021). Internacionalizar VS exportar, ¿qué diferencias existen? *JCV Shipping*. Obtenido de <https://jcvshipping.com/diferencias-entre-exportar-e-internacionalizar/>
- Loor, N. M., Cedeño, M. I., & García, M. A. (2022). La tecnología en la producción de las pymes agrícolas de Portoviejo. *ECA Sinergia*, 95-106. <https://www.redalyc.org/journal/5885/588571220008/html/>
- Malla, A. C., & Angeles, J. S. (Noviembre de 2023). *DETERMINANTES PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU IMPACTO EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE PYMES EN EL SECTOR AGRÍCOLA* . Obtenido de https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/19715/T018_73246671_T.pdf?sequence=1

- Manterola, C., Rivadeneira, J., Delgado, H., Sotelo, C., & Otzen, T. (2023). ¿Cuántos Tipos de Revisiones de la Literatura Existen? Enumeración, Descripción y Clasificación. Revisión Cualitativa. *International Journal of Morphology*, 41. Obtenido de https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-95022023000401240#:~:text=Revisi%C3%B3n%20de%20la%20literatura:%20Se,Grant%20&%20Booth%2C%202009.
- Montesdeoca, V., & Cusme, J. (2020). Propuesta de un plan de marketing para las PYMES agrícolas de la provincia de Manabí, Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 6 (4), 1026-1049. doi:<http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i4.1520>
- Muñoz, G. A., Lombeida, M. D., & Mosquera, D. G. (2021). La competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 145-161. Obtenido de <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/1465/1834>
- Otálora, G. E., Joya, G. M., & Rojas, A. L. (2023). Capacidades logísticas como factores determinantes para la internacionalización de las pymes: una revisión sistemática de literatura. *Revista CEA*, 9(19). Obtenido de <https://revistas.itm.edu.co/index.php/revista-cea/article/view/2126/2787>
- PRIMICIAS. (18 de Marzo de 2022). La inversión en el sector agrícola representa una apuesta para el futuro. *PRIMICIAS*. Obtenido de <https://www.primicias.ec/noticias/patrocinado/la-inversion-en-el-sector-agricola-representa-una-apuesta-para-el-futuro/>
- RIZZO, H. L., & VILLECHENON, F. P. (2020). La Internacionalización de las PYMES Latinoamericanas y sus barreras: la aplicación del modelo de los tres cercos. *Management international / International Management / Gestión Internacional*, 24(2), 166–181. Obtenido de <https://www.erudit.org/fr/revues/mi/2020-v24-n2-mi05593/1072649ar.pdf>
- Serpa, L. R. (2023). *Estrategias de internacionalización y exportación de durazno al Ecuador*. Obtenido de <https://repositorio.unjfsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/9202/Tesis%20-%20Luis%20Peralta.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sotomayor, O., Ramírez, E., & Martínez, H. (2021). Digitalización y cambio tecnológico en las mipymes agrícolas y agroindustriales en América Latina. *Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)/Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO)*. <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/787ce64b-7f95-4a27-aad9-0a3dc9a3bb70/content>
- Vega, Y. L., Virhuez, N. E., Cuadra, Y. M., Zavaleta, R. M., & Ibáñez, J. C. (2021). La competitividad empresarial en las pymes: retos y alcances. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(5), 557-564. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202021000500557
- Worldsys. (2023). Normas ISO: El beneficio de estandarizar procesos. <https://www.worldsys.co/normas-iso-el-beneficio-de-estandarizar-procesos/#:~:text=Utilizar%20est%C3%A1ndares%20facilita%20crear%20productos,un%20comercio%20de%20forma%20global>.

9. Anexos

- Operacionalización de variable X

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
X. FACTORES COMPETITIVOS	X1. Acceso a financiamiento	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilidad de crédito - Condiciones de financiamiento
	X2. Calidad del Producto	<ul style="list-style-type: none"> - Estándares de calidad - Certificaciones de calidad
	X3. Capacidad de Producción	<ul style="list-style-type: none"> - Infraestructura y tecnología - Eficiencia en la producción
	X4. Marketing y ventas	<ul style="list-style-type: none"> - Estrategias de mercadotecnia - Redes de distribución
	X5. Innovación y tecnología	<ul style="list-style-type: none"> - Uso de tecnologías avanzadas - Inversión en investigación y desarrollo

Fuente: (Bastida, 2023)

- Operacionalización de variable Y

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES
Y. INTERNACIONALIZACIÓN	Y1. Competencia	<ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la competencia en mercados extranjeros - Estrategias de diferenciación
	Y2. Exportación	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento de mercados extranjeros - Participación en el mercado internacional
	Y3. Recursos y Capacidades	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos financieros disponibles - Capacidades organizacionales y administrativas

Fuente: (Navarra, 2020) (Otálora, Joya, & Rojas, 2023) (Malla & Angeles, 2023)

- **Matriz de consistencia**

PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLES
Problema general	Objetivo general	V. independiente
¿Cuáles son los factores competitivos que intervienen en el proceso de internacionalización de las pymes agrícolas en el cantón Manta?	Describir los factores competitivos que intervienen en el proceso de internacionalización de las pymes agrícolas del cantón Manta	Factores competitivos <ul style="list-style-type: none"> - Acceso a financiamiento - Calidad del producto - Capacidad de producción - Marketing y ventas - Innovación y tecnología
Problemas específicos	Objetivos específicos	V. dependiente
- ¿Cómo afecta el acceso al financiamiento a la internacionalización de las pymes agrícolas en el cantón Manta?	- Describir el acceso al financiamiento de las pymes agrícolas en el cantón Manta en el contexto de la internacionalización.	Internacionalización <ul style="list-style-type: none"> - Competencia - Exportación - Recursos y capacidades

<ul style="list-style-type: none"> - ¿Cómo la calidad del producto influye en la internacionalización de las pymes agrícolas en el cantón Manta? - ¿De qué manera la capacidad de producción afecta la internacionalización de las pymes agrícolas en el cantón Manta? - ¿De qué manera contribuyen las estrategias de marketing y ventas en la internacionalización de las pymes agrícolas en el cantón Manta? 	<ul style="list-style-type: none"> - Identificar la influencia de la calidad del producto en las pymes agrícolas del cantón Manta en relación con su potencial internacional. - Caracterizar la capacidad de producción de las pymes agrícolas en el cantón Manta, destacando su relevancia en los procesos de internacionalización. - Describir la relevancia de las estrategias de marketing y ventas utilizadas por las pymes agrícolas en el marco de su internacionalización. 	
--	---	--

<ul style="list-style-type: none">- ¿Qué papel toma la innovación y la tecnología en la internacionalización de las pymes agrícolas en el cantón Manta?	<ul style="list-style-type: none">- Definir las principales formas en que la innovación y la tecnología están presentes en las pymes agrícolas del cantón Manta y su contribución al proceso de internacionalización.	
---	---	--

Fuente: Elaboración propia

FACTORES COMPETITIVOS QUE INFLUYEN EN LA INTERNACIONALIZACIÓN DE PYMES AGRÍCOLAS

NOTA: EN EL TEXTO SE MENCIONA EL TERMINO "INTERNACIONALIZACIÓN" EL CUAL ES DEFINIDO COMO "Un proceso que consiste en la expansión de una empresa a mercados extranjeros, con el fin de crear vínculos con consumidores, empresas e instituciones de otros países".

1. **1. ¿Considera que las pymes agrícolas tienen acceso adecuado al financiamiento para apoyar su internacionalización?**

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

2. **2. ¿Considera que las condiciones de financiamiento para las pymes agrícolas son favorables para competir en mercados internacionales?**

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

3. **¿Cree que la calidad de los productos agrícolas cumple con los estándares requeridos en mercados internacionales?**

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

4. **¿Su pyme agrícola cuenta con certificaciones de calidad que favorezcan su competitividad en el extranjero?**

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

5. **¿Considera que su pyme agrícola cuenta con la infraestructura correcta para ejercer la internacionalización de forma y exitosa?**

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

6. **¿Considera usted que implementando procesos eficientes en la producción ayuda a su empresa competir internacionalmente?**

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

7. **¿Cree usted que su empresa se puede beneficiar de la aplicación de estrategias de mercadotecnia a las pymes agrícolas para competir internacionalmente?**

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

8. **¿Considera que las redes de distribución eficientes son efectivas para asegurar la llegada de los productos a mercados internacionales?**

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

9. **9. ¿Considera usted que el uso de las tecnologías avanzadas es un factor que influye en la internacionalización de las pymes agrícolas?**

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

10. **10. ¿Cree usted que invertir en investigación y desarrollo de mercados internacionales beneficie las pymes agrícolas?**

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

11. **11. ¿Cree usted que realizar un análisis detallado de la competencia en mercados internacionales ayude a las pymes agrícolas?**

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

12. **12. ¿Su pyme agrícola tiene estrategias claras para diferenciarse de la competencia en mercados internacionales?**

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

13. **13. ¿Su pyme agrícola tiene conocimientos adecuados de los mercados agrícolas internacionales en los que desea participar?**

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

14. **14. ¿Considera que su pyme agrícola está preparada para empezar a participar en mercados internacionales?**

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

15. **¿Cree usted que las capacidades organizacionales y administrativas como las alianzas estratégicas ayudan a la internacionalización de las pymes agrícolas?**

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

16. **¿Cree que su pyme agrícola cuenta con los recursos financieros necesarios para iniciar su internacionalización?**

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios

Envío del artículo a la revista (REFCaIE)

REFCaIE: Revista Electrónica Formación y Calidad Educ... Tareas 0 Español (España) Ver el sitio marlyn17


3915 / Cano / Factores competitivos y su incidencia en la internacionalización de pymes agrícolas en el cantón M [Biblioteca de envío](#)

Envíos

Flujo de trabajo **Publicación**

Envío **Revisión** Editorial Producción

Archivos de envío [Q Buscar](#)

 9575-1	marlyn17, BORRADOR FINAL DEL ARTÍCULO.pdf	enero	Otro
		20,	
		2025	

[Descargar todos los archivos](#)