



Entorno político-comercial y económico de los negocios internacionales para la exportación de productos ecuatorianos a base de guayusa en un contexto post pandemia

Navarrete Villamarin, Andrea Fernanda y Oña Iza, Kevin Ariel

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Comercio Exterior

Trabajo de integración curricular, previo a la obtención del título de Licenciado en Comercio Exterior

Econ. Martínez Benítez, Sylvia del Rocío

14 de febrero del 2022



Navarrete_Andrea_On_a_Ariel_Proyecto_de_investigacion.pdf

Scanned on: 0:37 February 16, 2022 UTC



Overall Similarity Score



Results Found



Total Words in Text

Identical Words	318
Words with Minor Changes	0
Paraphrased Words	0
Ommited Words	2030



Firmado electrónicamente por:
SYLVIA DEL ROCIO
MARTINEZ BENITEZ

.....
Martinez Benitez Sylvia del Rocio

DIRECTOR



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL
COMERCIO**

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de integración curricular, “Entorno político-comercial y económico de los negocios internacionales para la exportación de productos ecuatorianos a base de guayusa en un contexto post pandemia” fue realizado por los señores Navarrete Villamarin Andrea Fernanda y Oña Iza Kevin Ariel el cual ha sido revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 16 de marzo del 2022



Firmado digitalmente por:
SYLVIA DEL ROCIO
MARTINEZ BENITEZ

.....
Martinez Benitez Sylvia del Rocio
C. C. 1704635976



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL
COMERCIO
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Nosotros, **Navarrete Villamarin Andrea Fernanda** y **Oña Iza Kevin Ariel**, con cédulas de ciudadanía N°1724541766 y 1750904664 respectivamente, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de integración curricular: **Entorno político-comercial y económico de los negocios internacionales para la exportación de productos ecuatorianos a base de guayusa en un contexto post pandemia** es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Sangolquí, 16 de marzo del 2022

.....
Navarrete Villamarin Andrea Fernanda
C.C.: 172454176-6

.....
Oña Iza Kevin Ariel
C.C.: 1750904664



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL
COMERCIO
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Nosotros **Navarrete Villamarin Andrea Fernanda** y **Oña Iza Kevin Ariel**, con cédulas de ciudadanía N° 1724541766 y 1750904664 respectivamente, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de integración curricular: **Entorno político-comercial y económico de los negocios internacionales para la exportación de productos ecuatorianos a base de guayusa en un contexto post pandemia** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.

Sangolquí, 16 de marzo del 2022

Navarrete Villamarin Andrea Fernanda
C.C.: 172454176-6

Oña Iza Kevin Ariel
C.C.: 1750904664

Dedicatoria

Este proyecto de investigación es el resultado del esfuerzo conjunto de los que formamos este equipo de trabajo, quienes a lo largo de este tiempo hemos puesto en práctica nuestros conocimientos y capacidades, lo que ha permitido concluirlo alcanzando todas nuestras expectativas.

A nuestros padres y abuelos quienes a lo largo de nuestras vidas han guiado y motivado nuestra formación académica en todos los niveles; creyendo en nosotros en todo momento.

A nuestros docentes quienes nos han transmitido sus amplios conocimientos y sabios consejos, constituyendo un pilar fundamental en nuestro desarrollo profesional.

A nuestros amigos quienes han estado presentes en los buenos y malos momentos de nuestra trayectoria universitaria, creando recuerdos inolvidables.

Andrea Fernanda Navarrete Villamarin

Kevin Ariel Oña Iza

Agradecimiento

Primeramente, agradecemos a Dios y el Universo por brindarnos la gran oportunidad de superarnos y enriquecernos de conocimiento cada día.

A nuestros padres por su sabiduría, amor, sacrificio y apoyo incondicional durante toda nuestra vida, proporcionándonos las herramientas necesarias para desarrollarnos como buenos profesionales y excelentes seres humanos.

A nuestros hermanos y familiares cercanos quienes siempre han creído en nuestras capacidades intelectuales y personales, por celebrar todas nuestras victorias y acompañarnos en nuestros momentos de aflicción.

A nuestra tutora por su tiempo y dedicación a lo largo del proceso para la culminación exitosa de nuestro proyecto de investigación.

A la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE que nos ha brindado experiencias inolvidables y por permitirnos conocer a personas increíbles que han marcado nuestras vidas.

Andrea Fernanda Navarrete Villamarin

Kevin Ariel Oña Iza

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

Resumen	12
Abstract	13
Introducción	14
Capítulo I: El Problema	16
Planteamiento del problema	16
Formulación del problema	18
Preguntas directrices	18
Pregunta directriz general	18
Preguntas directrices específicas	18
Objetivos	19
Objetivo general	19
Objetivos específicos	19
Justificación	19
Capítulo II: Marco Teórico	21
Antecedentes de la investigación	21
Fundamentación teórica	26
Teoría del crecimiento económico	26
Teorías de comercio internacional	26
Teoría de la ventaja absoluta.	27
Teoría de la ventaja comparativa.	27
Definición de términos básicos	28
Negocios Internacionales	28
Entornos de los negocios internacionales.	29
Entorno económico.	29
Entorno político-comercial.	31
Internacionalización de una empresa.	34
Agroindustria y el contexto ecuatoriano	35
Definición.	35
Situación Actual.	35
Productos derivados de la guayusa (exportación).	36

	9
Principales destinos de las exportaciones de guayusa.	37
Hipótesis	37
Caracterización de las variables	37
Determinación de las variables	37
Categorías fundamentales	37
Operacionalización de las variables	38
Capítulo III: Marco Metodológico	38
Determinación de los métodos a utilizar	38
Diseño de la investigación	39
Técnicas e instrumentos de la investigación	40
Validez y confiabilidad de los instrumentos	41
Técnicas de procesamiento y análisis de datos	41
Capítulo IV: Análisis e Interpretación de Resultados	43
Entornos que inciden en la exportación de productos ecuatorianos a base de guayusa hacia el mercado europeo en un contexto post pandemia	43
Entorno Político-Comercial	43
Apoyo Gubernamental.	44
Apoyo Privado.	45
Acuerdos Comerciales.	47
Entorno Económico	48
Balanza comercial.	49
Volumen de exportaciones de productos no tradicionales.	50
Demanda europea de productos a base de guayusa.	51
Índices macroeconómicos más importantes de los países extranjeros en estudio en un contexto post pandemia	52
Alemania	52
Variación del PIB.	53
PIB per cápita.	53
Tasa de inflación.	54
Importaciones de bienes.	54
Francia	55
Variación del PIB.	55

	10
PIB per cápita.	56
Tasa de inflación.	56
Importaciones de bienes.	57
Países Bajos	58
Variación del PIB.	58
PIB per cápita.	59
Tasa de inflación.	60
Importaciones de bienes.	60
Productos industrializados ecuatorianos a base de guayusa con destino a mercados europeos	61
Exportación de productos industrializados a base de guayusa entre el periodo de 2020-2021 hacia el mercado europeo	61
Exportación de bebidas energizantes de guayusa y sus variantes en el periodo 2020-2021	63
Conclusiones	67
Recomendaciones	69
Bibliografía	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de las variables	38
Tabla 2. Balanza comercial del Ecuador 2020-2021 según valor FOB millones de USD	50
Tabla 3 Volumen de exportaciones de productos no tradicionales 2020-2021 según valor FOB USD	51
Tabla 4. Importaciones de guayusa por parte de Europa (2020-2021)	51
Tabla 5. Importaciones de guayusa de los principales países europeos (2020-2021)	52
Tabla 6. Producto Interno Bruto Anual de Alemania 2020-2021	53
Tabla 7. Producto Interno Bruto Per Cápita Anual de Alemania 2020-2021	53
Tabla 8. Tasa de inflación de Alemania 2020-2021	54
Tabla 9. Volumen de Importaciones de Bienes Alemania 2020-2021	54
Tabla 10. Volumen de Importaciones de Productos Ecuatorianos en Alemania 2020-2021	55
Tabla 11. Producto Interno Bruto de Francia 2020-2021	56
Tabla 12. Producto Interno Bruto Per Cápita Anual de Francia 2020-2021	56
Tabla 13. Tasa de Inflación de Francia 2020-2021	57
Tabla 14. Volumen de Importaciones de Bienes Francia 2020-2021	57
Tabla 15. Volumen de Importaciones de Productos Ecuatorianos en Francia 2020-2021	58
Tabla 16. Producto Interno Bruto Anual de Países Bajos 2020-2021	59
Tabla 17. Producto Interno Bruto Per Cápita Anual de Países Bajos 2020-2021	59
Tabla 18. Tasa de Inflación de Países Bajos 2020-2021	60
Tabla 19. Volumen de Importaciones de Bienes de Países Bajos	60
Tabla 20. Volumen de Importaciones de Productos Ecuatorianos en Países Bajos 2020-2021	61
Tabla 21. Descripción del código de la subpartida arancelaria 09.03.00.00.00	62
Tabla 22. Exportación de productos a base de guayusa a Europa (2020-2021)	62
Tabla 23. Top 3 Principales destinos europeos de la guayusa y sus derivados industrializados (2020-2021)	63
Tabla 24. Descripción de los códigos de la subpartida arancelaria 2202.99.00	64
Tabla 25. Exportación de bebidas energizantes desde Ecuador a nivel mundial (2020-2021)	65
Tabla 26. Principales zonas geográficas de destino de las bebidas energizantes (2020-2021)	65
Tabla 27. Top 7 principales importadores de bebidas energizantes a nivel mundial (2020)	66

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo analizar la situación actual de los entornos políticos-comerciales y económicos que inciden en los exportadores ecuatorianos de productos a base de guayusa durante los años 2020 y 2021, considerado como un periodo post pandemia, dado que a partir de su llegada se impusieron una serie de restricciones a la libre movilización de personas, bienes y servicios. A pesar de ello, se evidenció incremento en las exportaciones del sector agroindustrial. Es así, que en la investigación se describen los principales aspectos políticos-comerciales y económicos; las fluctuaciones macroeconómicas de los países destino: Alemania, Francia y Países Bajos; los antecedentes comerciales entre las naciones involucradas y la trayectoria de los principales productos a base de guayusa, hoja y bebidas energéticas. Así mismo, se realizó un análisis descriptivo y longitudinal; se aplicó el método deductivo y no experimental, utilizando instrumentos como estadísticas, información histórica, y otros aspectos en materia comercial y aduanera publicada por instituciones oficiales como fuente de información, dando lugar a un enfoque mixto. En conclusión, se determinó que a pesar de que existe apoyo gubernamental y privado hacia los exportadores ecuatorianos de productos a base de guayusa; la pandemia ocasionó gran inestabilidad en los mercados en estudio lo que en consecuencia influyó a que estos países europeos reduzcan sus importaciones.

- Palabras clave:

- **ENTORNOS COMERCIALES**
- **ENTORNOS ECONÓMICOS**
- **EXPORTACIÓN DE GUAYUSA**
- **PRODUCTOS ECUATORIANOS**
- **PAÍSES EUROPEOS**

Abstract

The objective of this study is to analyze the current situation of the political, commercial and economic environments that affect Ecuadorian exporters of guayusa-based products during the years 2020 and 2021, considered as a post-pandemic period, given that since its arrival, a series of restrictions were imposed on the free movement of people, goods and services. Despite this, there was evidence of an increase in exports in the agro-industrial sector. Thus, the research describes the main political, commercial and economic aspects; the macroeconomic fluctuations of the destination countries: Germany, France and the Netherlands; the commercial background between the nations involved and the trajectory of the main products based on guayusa, leaf and energy drinks. Likewise, a descriptive and longitudinal analysis was carried out; the deductive and non-experimental method was applied, using instruments such as statistics, historical information, and other aspects in commercial and customs matters published by official institutions as a source of information, giving rise to a mixed approach. In conclusion, it was determined that despite the existence of governmental and private support for Ecuadorian exporters of guayusa-based products, the pandemic caused great instability in the markets under study, which consequently influenced these European countries to reduce their imports.

- Key words:

- **BUSINESS ENVIRONMENTS**
- **ECONOMIC ENVIRONMENTS**
- **EXPORT OF GUAYUSA**
- **ECUADORIAN PRODUCTS**
- **EUROPEAN COUNTRIES**

Introducción

El Comercio Exterior constituye un aspecto fundamental para el desarrollo de la economía de cada país. Y para Ecuador, no es la excepción. Durante varias décadas las exportaciones ecuatorianas han sido enfocadas únicamente en pocos productos como el petróleo, cacao, banano y flores. Sin embargo, últimamente se ha ampliado la oferta exportable donde se incluyen productos pesqueros, frutas tropicales, guayusa, entre otros; y a su vez, productos con cierto grado de industrialización derivados de estas materias primas de gran calidad.

A pesar de la gran aceptación que tuvieron estos productos en el exterior y el crecimiento que se preveía en estos sectores, la llegada del covid-19 marcó una gran diferencia dada la incertidumbre que existía alrededor del mundo. Es así que a través de la presente investigación se describen los aspectos sobresalientes relacionados a los entornos políticos-comerciales y económicos desde la llegada de la pandemia por covid-19 y cómo influyen en las transacciones comerciales del Ecuador con el mercado internacional. Para ello, las temáticas han sido abordadas a través de diferentes capítulos:

Capítulo Primero: Establece el contexto bajo el cual se determinó el problema de estudio; donde se evidenciará el planteamiento del problema ambientado en la realidad actual dando paso al establecimiento de preguntas directrices bajo las cuales son abordados tanto el objetivo general como los objetivos específicos; sin olvidar, la justificación, que resalta los motivos por los cuales resulta importante realizar el estudio y su nivel de factibilidad.

Capítulo Segundo: Plantea el Marco Teórico del tema de estudio a través del cual se determinan los antecedentes de la investigación que permiten contextualizar los eventos actuales en base a la información histórica; así como también se reflejan las bases teóricas que

sustentan el estudio y la definición de términos básicos para mejorar la comprensión de lector. Contiene la formulación de la hipótesis a partir de las variables involucradas, destacando la caracterización de las mismas y su operacionalización.

Capítulo Tercero: Incluye el Marco Metodológico donde se describen los métodos y el diseño de investigación que es utilizado a lo largo del desarrollo del contenido; se determinan las técnicas e instrumentos implementados para alcanzar los objetivos procurando que estos sean válidos y confiables, y con ello, establecer las técnicas de procesamiento y análisis de datos.

Capítulo Cuarto: En primer lugar, se describe el entorno político-comercial presente en el Ecuador en cuanto al apoyo gubernamental y privado, y tratados comerciales. Seguido del entorno económico que incluye registros de la balanza comercial, volumen de exportaciones de productos no tradicionales y la demanda europea de productos a base de guayusa. Posteriormente se estudian los principales índices macroeconómicos como PIB, PIB per cápita, tasa de inflación y volumen de importaciones de Alemania, Francia y Países Bajos que constituyen los países europeos en estudio. Por último, se evidencia la subpartida arancelaria utilizada para la identificación de los productos a base de guayusa, tanto en su forma natural como en productos industrializados, y los principales destinos europeos a los cuales se dirige.

Para finalizar se detallan las conclusiones a las que se ha llegado a cabo, encadenando los objetivos con el contenido desarrollado. Así también se presentan recomendaciones que den apertura a que los lectores se interesen en conocer más acerca del tema.

Capítulo I: El Problema

Tema: Entorno político-comercial y económico de los negocios internacionales para la exportación de productos ecuatorianos a base de guayusa en un contexto post pandemia

1.1. Planteamiento del problema

La pandemia del COVID-19 que está afectando en la salud de las personas alrededor de todo el mundo, ha ocasionado que las naciones impongan restricciones sobre la libre circulación de personas, bienes y servicios provocando que la población cambie radicalmente su estilo de vida y de consumo afectando de manera directa en las relaciones comerciales internacionales.

Según el Banco Mundial (como se citó en CEPAL, 2020) la acelerada propagación del COVID-19 y las medidas adoptadas por los países han generado consecuencias que han afectado a las grandes economías del mundo de manera negativa. Las actividades productivas han disminuido e incluso se han interrumpido en Asia, Europa, Norteamérica y el resto del mundo, y ha existido cierres de fronteras. Es así, que el producto mundial en 2020 registró su mayor contracción desde la Segunda Guerra Mundial.

A mediados de mayo del 2020 el volumen del comercio mundial de bienes cayó alrededor de un 17,7 % con respecto al mismo mes, pero un año atrás, es decir en el 2019. Las economías emergentes de América Latina y el Caribe fueron las más afectadas; las exportaciones cayeron un 26,1% y las importaciones 27,4%, tomando en cuenta el mismo periodo de tiempo (CEPAL, 2020).

Pese a que en la región hubo un decrecimiento de las exportaciones, los sectores agrícolas y agropecuarios tuvieron un crecimiento del 0,9% ya que al ser productos esenciales y

de primera necesidad no sufrieron las consecuencias de las contracciones de las actividades económicas según datos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe.

Ecuador, a finales del año 2020, terminó con cifras positivas en la exportación de productos agrícolas industrializados pese a la pandemia y a las restricciones fronterizas. Esto se debe a que, según Felipe Ribadeneira, presidente del directorio de FEDEXPOR, (como se citó en Revista Líderes, 2021) estos bienes fueron priorizados por los consumidores a escala mundial ya que son productos con un alto rendimiento nutricional e inmunológico.

Entre los bienes de mayor aceptación en el mercado internacional están los productos derivados de la guayusa; el cual es un producto que se empezó a exportar al mercado europeo a inicios del año 2000 por sus beneficios nutricionales y como sustituto de ciertos productos con alto contenido de café o té negro. Según Import Promotion Desk (2020) la creciente esperanza de vida de los consumidores europeos y el contexto de la pandemia les motiva a buscar productos que mejoren su salud en general; lo que a su vez genera mayor demanda para estos productos.

Si bien el panorama durante la pandemia es positivo en este sector y que poco a poco se están flexibilizando las restricciones de libre circulación y el cierre de fronteras; es necesario analizar los diferentes entornos que afectan en los negocios internacionales en la exportación de los productos derivados de la guayusa antes, durante y después de la pandemia en los mercados que ofrecen mayores oportunidades para los proveedores.

Bajo este contexto se presentan las siguientes interrogantes, ¿Qué antecedentes comerciales existen respecto a productos industrializados de guayusa entre Ecuador y los países de la Unión Europea? ¿Cuáles son los principales factores económicos y comerciales que analizan los productores de guayusa para realizar operaciones de comercio exterior con países

Europeos? ¿Cómo han afectado las fluctuaciones de los índices macroeconómicos más importantes de Alemania, Francia y Países Bajos en la apertura de mercados a productos ecuatorianos derivados de la guayusa en un contexto post pandemia?

1.2. Formulación del problema

¿Cómo es el entorno político-comercial y económico de los negocios internacionales en la exportación de productos ecuatorianos a base de guayusa hacia el mercado europeo en un contexto post pandemia?

1.3. Preguntas directrices

1.3.1. Pregunta directriz general

¿Cuáles son las variables en el entorno político-comercial y económico dentro de los negocios internacionales en la exportación de productos ecuatorianos derivados de la guayusa hacia el mercado europeo en un contexto post pandemia?

1.3.2. Preguntas directrices específicas

- ¿Cuáles son los principales factores económicos y comerciales que analizan los productores de guayusa para realizar operaciones de comercio exterior con países europeos?
- ¿Cómo han afectado las fluctuaciones de los índices macroeconómicos más importantes de Alemania, Francia y Países Bajos en la apertura de mercados en un contexto post pandemia?
- ¿Qué antecedentes comerciales existen respecto a productos industrializados de guayusa entre Ecuador y los países de la Unión Europea?

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Analizar las variables que conforman el entorno político-comercial y económico dentro de los negocios internacionales en la exportación de productos ecuatorianos derivados de la guayusa hacia el mercado europeo en un contexto post pandemia.

1.4.2. Objetivos específicos

- Examinar los principales aspectos comerciales y económicos que inciden en los productores y fabricantes de productos derivados de guayusa para realizar operaciones de comercio exterior con países europeos.
- Reconocer las fluctuaciones de los índices macroeconómicos más importantes de Alemania, Francia y Países Bajos en la apertura de mercados en un contexto post pandemia.
- Identificar las exportaciones de productos industrializados de guayusa entre Ecuador y los países de la Unión Europea en el período 2020-2021.

1.5. Justificación

Los productos agrícolas ecuatorianos que son exportados han sobresalido por ser de gran calidad; y no es la excepción la guayusa. Es por ello que ciertos mercados internacionales han visto el potencial de esta planta y han dado lugar a la importación de productos de diferentes industrias ecuatorianas que la utilicen como base esencial del bien. Por ello, es indispensable que los exportadores ecuatorianos de productos a base de guayusa conozcan los factores que influyen en esta actividad tanto a nivel nacional como internacional.

En dicho contexto, se debe tener en cuenta que la crisis sanitaria por la que atraviesa el mundo cambió ciertos esquemas generando variaciones en los factores externos más importantes e influyentes, como lo es el político-comercial y económico, en las actividades de negocios internacionales.

La presente investigación es viable dado que existen diversas fuentes como antecedentes del sector agroindustrial y comercio exterior del Ecuador, previo a la llegada de la pandemia por COVID 19; no obstante, se pretenden sentar bases a través de las cuales se puedan realizar análisis y comparaciones tomando como referencia este suceso.

A nivel político y comercial, la identificación de elementos determinantes para los procesos de exportación permite a los productores de este sector agroindustrial estructurar sus procesos, así como identificar las principales oportunidades de entrada con estos productos a mercados europeos; específicamente a países como Francia, Alemania y Países Bajos. Así también, el entorno económico permitirá conocer aspectos sobre la capacidad productiva y exportadora del país; y a nivel internacional, la capacidad adquisitiva para el acceso de productos ecuatorianos a base de guayusa.

Por último, la investigación busca ser de utilidad metodológica para estudios que se realicen a futuro y que utilicen metodologías compatibles, posibilitando la comprensión y complementación del conocimiento respecto al tema central y variables abordadas.

Capítulo II: Marco Teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

Para el presente proyecto de investigación se utilizó información de diferentes autores que realizaron publicaciones de diversos trabajos relacionados al objeto de estudio. Entre ellos podemos mencionar:

Cano (2016) en su proyecto “Entornos de los negocios internacionales” determinó las definiciones y entornos que tienen cierta incidencia sobre las actividades de negocios internacionales; para ello utilizó un enfoque cualitativo y desarrolló una investigación descriptiva sobre el contenido. Así, como resultado obtuvo que los negocios internacionales siempre han tenido gran influencia en las economías de los países; y también concluye que la contaminación ambiental es consecuencia directa de los negocios internacionales por la utilización excesiva de recursos no renovables. Para ello, incita a que se establezcan marcos jurídicos que velen por la protección del medio ambiente.

Germán y Hurtado (2020) en los “Escenarios prospectivos postpandemia para la internacionalización del sector agroalimentario de Ecuador al año 2035” buscan identificar los ámbitos con una tendencia relativa elevada de ocurrencia para la internacionalización de productos ecuatorianos agroalimentarios en un contexto post pandemia. Para ello, los autores implementaron herramientas de la Escuela Francesa de Prospectiva, otros instrumentos propios de consulta y pruebas estadísticas. Los resultados obtenidos a partir de dicha investigación determinan que se debe optar por un modelo de globalización capitalista, implementar en el sector avances tecnológicos trascendentales, examinar las relaciones socioeconómicas de comunidades indígenas y encontrar esquemas que den lugar a convergencias en lugar de divergencias.

Soledispa y Solórzano (2021) en su trabajo de titulación denominado “Determinación de los factores clave de éxito para la internacionalización del sector de industria de alimentos en el Ecuador” tienen la intención de proporcionar una guía del proceso de internacionalización para empresas ecuatorianas pertenecientes a la industria alimentaria. Todo ello se lleva a cabo con un enfoque cualitativo y una postura epistemológica. Los autores concluyen que las empresas se enfrentan a una serie de factores de distintos entornos, sin embargo, uno de los más importantes es el entorno tecnológico dado que brinda varios beneficios a través del mejoramiento de la eficiencia de las empresas.

Sanabria (2020) plantea en su investigación “Análisis de caso” el objetivo de realizar un análisis del impacto de la crisis sanitaria del Covid-19 sobre la competitividad del sector agroexportador ecuatoriano utilizando variables cuantitativas y herramientas estadísticas y descriptivas. Con el presente estudio se determinó que los pequeños y medianos productores han sido muy perjudicados por la crisis sanitaria de forma que solo unos pocos han podido mantener su actividad productiva y acceso a financiamiento. Además, el autor insta a que se siga desarrollando este sector a través de la diversificación de productos, participación en ferias internacionales para dar a conocer los productos ecuatorianos y el aprovechamiento de acuerdos comerciales vigentes con otros bloques económicos.

Asencio, Narváez, León, y Márquez (2021) a través de su trabajo de investigación denominado “La agroindustria alimentaria y su relevancia en las exportaciones ecuatorianas”, plantean un análisis de los factores que intervienen en la cadena productiva del sector agroindustrial a nivel del Ecuador y a su vez en su participación en el ámbito internacional. Para llevarlo a cabo utilizaron un enfoque cualitativo, análisis exploratorio y documental de tal forma que el tema se pueda comprender en torno a las variables planteadas por los autores. Así

mismo, determinaron que este sector tiene gran importancia en la economía del país ya que se mantiene constantes; sin embargo, existen muy pocas políticas de promoción hacia el exterior y se mantienen procedimientos obsoletos y poco beneficiosos.

Bahamonde (2017) en su disertación titulada “De la Agroindustria a la Agroecología: una reflexión para el caso ecuatoriano” tiene como objetivo presentar y estudiar la agricultura industrial y la agricultura agroecológica para realizar una comparación y determinar su juicio; este procedimiento se desarrolla a través de una investigación documental que le permite obtener la información necesaria acerca de estas agro-filosofías. Con su indagación logró determinar que la agroecología proyecta un mayor nivel de sostenibilidad a lo largo del tiempo, donde además se consideran enfoques sociales, ambientales, económicos e incluso políticos.

Escalante, Urbina, Banderas, Farinango y Sotomayor (2021) en su aporte “Análisis de la estructura productiva de la economía ecuatoriana: Exportaciones del Sector Agrícola.” cuyo objetivo es tener un enfoque global sobre la situación actual y futura de las exportaciones del sector agrícola, se realizó un diagnóstico de dichas exportaciones que se llevaron a cabo en los últimos años donde se ha aplicado el método empírico documental y de proyección, mediante un análisis crítico sobre la estructura productiva de la economía ecuatoriana, enfocada en la inversión en innovación tecnológica y en políticas comerciales, donde se deduce que las exportaciones del sector agrícola pertenece a uno de los rubros más importantes de la economía del país y por ende es recomendable efectuar una actualización y modificación de su estructura productiva con la finalidad de que estos productos sean más competitivos en el mercado internacional.

Noboa (2016) en su trabajo de titulación “Plan de negocios para la exportación de Té de Guayusa hacia Italia-Roma” pudo establecer como objetivo primordial el desarrollo de una

propuesta, para la exportación de té de guayusa, en la cual se analiza el mercado italiano en diferentes aspectos de los negocios internacionales, bajo la metodología del análisis documental donde comprende el procesamiento analítico-sintético que, a la par, incluye descripción bibliográfica y general. Se obtiene como resultado la existencia de una alta demanda por este producto en Italia gracias a la diversificación y globalización del mercado enfocados a brindar servicios alternativos que contribuyen a mejorar la salud de la población.

Cedeño (2017) en su proyecto de investigación “Estudio de mercado comparativo entre Alemania y Reino Unido para la exportación de una bebida energizante a base de guayusa desde el Ecuador en el periodo 2010-2017. Caso empresa Waykana Guayusa” se buscó definir el mejor país de destino de acuerdo a las condiciones comerciales que favorezcan el proceso de introducción al mercado extranjero. Aplicando las herramientas de análisis como la matriz FODA, matrices de evaluación de factores internos y externos y la matriz de selección de mercado se llegó a la conclusión de que el país con mejores condiciones económicas, políticas, geográficas y facilidades físicas para hacer negocios con Ecuador es Alemania.

Duque (2019) en su investigación con el tema “Análisis comparativo de las exportaciones de bebidas energizantes con la guayusa hacia el mercado europeo” donde se planteó analizar la exportación de guayusa al mercado europeo como sustituto natural de las bebidas energizantes entre los años 2010-2017, se aplicó una documentación bibliográfica y documental con enfoque mixto para dar un tratamiento eficiente a la información tanto cuantitativa como cualitativa, se concluyó que la guayusa tiene las condiciones suficientes para tener una oportunidad penetración al mercado europeo, pues las importaciones de bebidas energizantes elaboradas a base de azúcar en Europa en el año 2017 disminuyeron en 13%, mientras que las exportaciones de guayusa se incrementaron un 10% anual.

Oquendo y Cevallos (2020) en su trabajo de titulación “Perfil de mercado para la exportación de infusión de guayusa a Madrid -España” se llevó a cabo una investigación deductiva con la fundamentación teórica del producto y su materia prima, donde se calculó la oferta exportable que se existe actualmente en el país disponible para su comercialización a nivel internacional, además de la determinación de la demanda internacional potencial y los costos aproximados de exportación, que dieron como resultado una variedad de oportunidades en el mercado internacional para la oferta de bebidas naturales con materia prima poco conocida o exótica para el mercado extranjero, al definir la oferta exportable se identificaron las ventajas competitivas, comparativas y absolutas que presenta el mercado madrileño para un producto bajo el concepto de la infusión de la guayusa.

Grefa (2020) en su investigación titulada como “Factores clave y generación de valor agregado a la producción de Guayusa Wiñak con perspectiva de exportación al mercado internacional” se enfocó en obtener información relevante sobre los factores claves que añaden un valor agregado a la producción de guayusa y su posterior comercialización al exterior. Gracias a la aplicación de una investigación bibliográfica con métodos analíticos y deductivos, conjuntamente, con la técnica de entrevista se determinó que la experiencia suficiente de los productores a la hora de cultivar su producto y al realizarlo de forma asociativa les permite contar con una mayor oferta y capacidad de negociación hacia el mercado objetivo que se determinó, el de los Estados Unidos, que consume alrededor del 60% de las exportaciones de Guayusa.

2.2. Fundamentación teórica

2.2.1. Teoría del crecimiento económico

Existen diferentes teorías que explican el crecimiento económico donde se determinan diferentes factores que influyen directamente a dicho planteamiento, tales como la acumulación de capital, inversión en tecnología e innovación, el capital humano, fuerzas externas e incluso el conocimiento, entre otros. Tomando en cuenta el presente objeto de estudio, se considera la teoría del crecimiento exógeno o también conocida como teoría neoclásica de crecimiento.

CEPAL (como se citó en Yépez, 2016) asegura que dicho modelo indica principalmente que el libre juego de las fuerzas del mercado generan desempleo y acentúan las desigualdades económicas, además se plantea que se deberá atraer capitales y empresas extranjeras para impulsar el crecimiento económico de las regiones priorizando una acción regulatoria del Estado por medio de políticas que aseguren el libre comercio y donde no se considera necesario aplicar políticas proteccionistas.

2.2.2. Teorías de comercio internacional

A partir del siglo XX, gracias a los avances en telecomunicaciones y medios de transporte, las diferentes naciones comenzaron a desarrollar lo que ahora conocemos como comercio internacional. Sin embargo, este empezó mucho tiempo atrás, por lo que varios pensadores analizaron el mercado y establecieron postulados a través de teorías. A continuación, se presentan las teorías más reconocidas promulgadas por Adam Smith y David Ricardo.

2.2.2.1. Teoría de la ventaja absoluta.

Adam Smith mediante su obra titulada como “La riqueza de las naciones”, propone que las naciones deben exportar aquellos bienes o servicios en los cuales mantiene una ventaja productiva frente a otros semejantes. Por ello, determina que la riqueza de las naciones es resultado de la especialización en la producción de algunos bienes, el consumo de parte de ellos, y el intercambio del excedente con productos extranjeros.

Así es como Silva, Corredor, Castellanos, González y Rozas (2012) determinan que los supuestos de esta teoría son:

- Libre movilidad de los factores de producción dentro del país.
- Costos de producción constantes.
- Ausencia de los costos de transporte.
- Mercado perfecto, sin barreras arancelarias.
- La tierra, el capital y el trabajo son recursos limitados.

Adam Smith, a su vez, ha sido reconocido por su oposición al proteccionismo mercantilista; donde bajo su apreciación, con la reducción absoluta de las importaciones, las naciones tienden a desaprovechar sus recursos dado que se encuentra en una situación donde debe producir ciertos bienes o prestar servicios en los cuales sus condiciones no son las más óptimas y por ende existe un menor aprovechamiento de recursos (Cue, 2015).

2.2.2.2. Teoría de la ventaja comparativa.

Adam Smith plantea que para que las naciones puedan tener relaciones comerciales entre sí es necesario que tengan una ventaja absoluta frente a la otra nación, pero existen

países que por sus condiciones geográficas, económicas o sociales no tienen la capacidad de poseer una ventaja absoluta.

Esta problemática es resuelta por David Ricardo que estableció que aun cuando un país tuviera una desventaja absoluta en la producción de ambos bienes con respecto a otra nación, si los costes relativos, es decir, el coste de un bien medido en términos del otro bien son diferentes el intercambio es posible y mutuamente fructuoso. El país menos eficiente debería especializarse en la producción y posterior exportación del bien en el cual su ventaja absoluta es inferior, dicho bien representa la ventaja comparativa que ha desarrollado el país. Mientras que, el país debería importar el bien en el que su desventaja absoluta es superior, dicho de otro modo, el bien por el que tendría desventaja comparativa (González, 2010).

2.3. Definición de términos básicos

Con el fin de esclarecer los conceptos que forman parte de la investigación, a continuación, se presentan los principales:

2.3.1. *Negocios Internacionales*

A lo largo de la historia, varios autores han definido los negocios internacionales como un proceso de intercambio donde están involucrados dos o más países; Mitre (2014) menciona que todas las transacciones que se realizan entre empresas, personas o incluso gobiernos de dos o más naciones son considerados como negocios internacionales. Estas transacciones son las responsables de generar movimiento de bienes y servicios, de capital, de personas y transferencia de tecnología, que se llevan a cabo fuera de los límites fronterizos nacionales.

Además, cabe recalcar que la globalización ha impulsado los negocios internacionales dada la necesidad de las empresas de llegar a satisfacer más mercados, así como de expandir su red de proveedores; de forma que exista mayor variedad, mejor calidad y reducción de costos.

2.3.1.1. Entornos de los negocios internacionales.

Según Cañaverl (2015), los entornos de los negocios internacionales son las variables, tanto externas como internas, que las organizaciones deben estudiar y analizar para ser competitivas en el mercado internacional.

Los principales entornos que influyen en negocios internacionales son: económico, político, comercial, social, tecnológico, jurídico y ambiental. En este caso, el enfoque estará dirigido hacia el entorno económico y político-comercial.

2.3.1.1.1. Entorno económico.

Chagolla (2010) asegura que es un conjunto de factores económicos que tienen una mayor incidencia en el desarrollo económico y financiero de una nación, tales como tasas de inflación, producto interno bruto, balanza de pagos, etc.

Dichos factores son de suma importancia para las empresas a la hora de introducirse en un mercado extranjero, su correcto manejo y evaluación de datos y estadísticas económicas permite minimizar riesgos y obtener rendimientos.

PIB. El valor de mercado tanto de los bienes como de los servicios finales producidos dentro de una nación en un periodo determinado se lo conoce como producto interno bruto (Mankiw, 2012).

Por lo general, este indicador macroeconómico se calcula de forma trimestral o anual en un valor monetario, en la mayoría de los casos en dólares, para agilizar su aplicación al momento de contrastarlo con otros países.

PIB per cápita. El PIB per cápita, es el indicador económico que mide la relación entre la renta de un país en un periodo determinado y su respectiva población (Sánchez, 2016).

Según Baldeón (2012) el PIB per cápita nos permite medir el nivel de producción promedio por cada habitante en el país. En el caso hipotético de que una economía donde los valores de los bienes y servicios generados en un periodo determinado se repartan de manera igualitaria.

Si bien es un indicador económico que evidencia el crecimiento de un país, suele tener ciertas limitaciones si se quiere conocer el poder adquisitivo real de cada uno de los ciudadanos, ya que no toma en cuenta factores como la educación, ratos de ocio o el valor de un entorno limpio, pese a eso, es una buena medida para calcular el bienestar económico.

Tasa de desempleo. Según el Banco Central del Ecuador (2005) la tasa de desempleo se define como el cociente de la fuerza laboral que se encuentra desempleada sobre la Población Económicamente Activa (PEA).

En otras palabras, esta tasa mide el porcentaje de la población de una nación que se encuentra en las condiciones y disposiciones ideales para laboral, sin embargo, no tiene un puesto de trabajo estable.

Tasa de Inflación. Comúnmente, los economistas usan el término “inflación” para describir aquellos niveles de aumento de los precios en la economía. La tasa de inflación es el

cambio porcentual en el nivel de precios con respecto al periodo que se toma como referencia. (Mankiw, 2012).

Al analizar el entorno económico es importante tomar en cuenta las fluctuaciones que sufre la inflación en un tiempo determinado ya que da una idea del manejo de la política monetaria de los países evaluados.

2.3.1.1.2. Entorno político-comercial.

Para la internacionalización de las empresas, también es importante que consideren el entorno político-comercial dado que las decisiones de los gobernantes y las relaciones comerciales internacionales que se desarrollen tendrán gran influencia, sea positiva o negativa, sobre las actividades que se llevan a cabo.

Según Álvarez (2004) el concepto más importante que los negociadores internacionales suelen apreciar en el ambiente político es el riesgo político, ya que se expresa por medio de las acciones y eventos inspirados por el gobierno que tienen un impacto sobre las empresas internacionales que trabajan dentro de un país en específico.

Son diversos los factores que se pueden analizar en relación al aspecto político como por ejemplo el sistema político, forma de organización, relaciones internacionales, etc.

Integración económica. Está caracterizada por establecer relaciones comerciales internacionales con el fin de facilitar el comercio internacional entre países. Según Matthews (2003) existen diversas formas de integración, entre ellas:

Área de libre comercio. Es la forma más básica de integración. Consiste en la reducción de barreras arancelarias de forma bilateral, de tal forma que cada país tiene la libertad de establecer aranceles con terceros países.

Unión aduanera. En esta forma de integración, los países establecen una política comercial común e impulsan la eliminación de aranceles con los países miembros de la unión.

Mercado común. Adicionalmente a los beneficios obtenidos con las anteriores fases de integración, se promueve la disminución de restricciones a la movilidad de factores entre países miembros: bienes, servicios, capitales y trabajo.

Unión económica. En ella se busca determinar políticas económicas armónicas entre los países miembros con el fin de eliminar discriminaciones por diferencias en este ámbito.

Unión monetaria. Su motivo principal es la adopción de una moneda única entre los países miembros y una política monetaria común.

Integración económica total. Implica la unificación de políticas monetarias, fiscales y sociales de los países que la integran.

Acuerdos Comerciales. Surgen a partir de las relaciones existentes entre países, así como el deseo de eliminar barreras que restringen el comercio entre ellos.

Según el Centro de Análisis Estratégico para la Agricultura (n.d.) El contrato legal se define como un tratado o convenio vinculante u obligatorio por el cual varios países se comprometen a llevar a cabo condiciones específicas en las transacciones internacionales para agilizar el comercio entre ellos.

Existe una gran diversidad de acuerdos comerciales firmados de acuerdo con la necesidad de cada país que es parte de la negociación. Así mismo, en cada uno se abordan aspectos y sectores que son estratégicos de ambas partes negociadoras.

Política comercial. Según Cue (2015) son las medidas que los gobiernos usan para restringir o impulsar el comercio internacional entre las naciones.

Cada país adopta una política comercial de acuerdo con su situación competitiva frente al entorno internacional de forma que su economía esté preparada para enfrentarse con competidores fuertes del sector y obtener ventajas comerciales.

Proteccionismo. Consiste en la intervención de las autoridades gubernamentales de un país para proteger sectores específicos de la economía de forma que los productos importados no acaparen todo el mercado dejando fuera a la industria nacional.

Existen diversos tipos de barreras que se establecen, sean estas arancelarias o no arancelarias. Algunos ejemplos de ello son: aranceles, cuotas, documentos previos y certificaciones, entre otros.

Libre mercado. Los postulados bajo esta doctrina determinan que el gobierno de un país debe tener una participación mínima en las decisiones de intercambios comerciales en negocios internacionales (Cue, 2015). Es así, que se busca promover un comercio libre de barreras de tal forma que los bienes y servicios puedan ingresar a otros mercados con mayor facilidad dando un impulso a la competitividad.

2.3.1.2. Internacionalización de una empresa.

Según Villarreal (2005) la internacionalización de una empresa se la define como una estrategia corporativa de crecimiento por diversificación geográfica a nivel internacional, a través de un proceso evolutivo y dinámico de largo plazo que afecta progresivamente a las diferentes actividades de la cadena valor y a la estructura organizativa.

En el mercado internacional existen un gran número de clientes potenciales con diferentes necesidades a satisfacer, es sumamente importante que las empresas al tener un enfoque global tengan la capacidad de crear valor tanto en sus procesos organizativos como en sus productos y servicios.

2.3.1.2.1. Exportación e importación.

Daniels, Radebaugh, y Sullivan (2013) aseguran que exportar e importar son los modos más populares de hacer negocios internacionales, especialmente entre las pymes y medianas empresas. Las exportaciones de mercancías se refieren a las ventas al extranjero de productos tangibles; mientras que las importaciones de mercancía son bienes que se traen hacia dentro de un país, es decir lo adquieren del exterior.

Las exportaciones e importaciones son actividades primordiales para todos los países porque son la principal fuente económica derivada de los negocios internacionales, son el reflejo de un mundo globalizado y de la liberación económica.

2.3.2. Agroindustria y el contexto ecuatoriano

2.3.2.1. Definición.

La industria se ha desarrollado gracias a los avances tecnológicos a lo largo de la historia, y esta ha permitido realizar grandes cambios en diferentes sectores. Uno de ellos es el agropecuario.

Según Cortés (2007) la agroindustria es el proceso de producción y transformación que engloba la materia prima, bienes y servicios de la producción agropecuaria; la industrialización de productos pecuarios y la comercialización para el consumidor final.

Por ello, existe una diversidad de productos que han sido sometidos a este proceso productivo, con el fin de agregar valor y que ganen mayor mercado a nivel nacional e internacional.

2.3.2.2. Situación Actual.

Para el desarrollo sustancial de la economía dentro de un país es necesaria la participación del sector agroindustrial que aprovecha la abundancia productiva primaria, tal es el caso de Ecuador donde se transforma materia prima en bienes que posee un mayor valor agregado, con mejores y destacadas ventajas comerciales que sus predecesores productivos (Centro de Investigaciones Económicas y de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, 2010).

Históricamente, la agroindustria ecuatoriana ha tenido una participación relevante en la estructura nacional productiva, por encima de otros sectores manufactureros y del sector agrícola (CEPAL, 2016).

Además, gracias a los constantes avances tecnológicos y de innovación de procesos corporativos y productivos, muchos de los productos ecuatorianos de este sector han tenido un notable crecimiento en los mercados internacionales.

Según Revista Líderes (2021) los productos que se han consolidado en dichos mercados han sido las sopas instantáneas en sobre a base de quinua, té de guayusa u horchata, conservas de vegetales, bocadillos de yuca o papa, tabletas con un alto porcentaje de cacao y bebidas de amaranto.

2.3.2.3. Productos derivados de la guayusa (exportación).

La guayusa al ser rica en nutrientes, diferentes industrias han buscado integrarla a varios de sus productos. Es así que Import Promotion Desk (2020) determina que las principales industrias que utilizan la guayusa (hojas, polvo y/o extracto) son la alimenticia y de bebidas, farmacéutica o para la salud, y de hogar y cuidado personal.

En la industria alimenticia y de bebidas, se utilizan sus hojas, polvo y extracto para la producción de té, confites como chocolates y snacks, y bebidas como cerveza y jugos.

Otra gran industria que usa la guayusa como materia prima de sus productos, es la industria farmacéutica o enfocada en la salud. Las bebidas energéticas, suplementos y proteínas en polvo son grandes ejemplos de productos en este sector.

Por último, varios productos para el cuidado de la piel son elaborados en base a polvo y/o extracto de guayusa, trayendo consigo múltiples beneficios para el bienestar cutáneo.

2.3.2.4. Principales destinos de las exportaciones de guayusa.

Al ser Ecuador el mayor productor de guayusa del mundo, se estima que alrededor del 98% de la guayusa del mundo proviene de este país (Import Promotion Desk, 2020).

Si bien gran parte de las exportaciones de este producto abastece el mercado mundial, para el objeto de estudio se tomó en cuenta los principales países europeos que ofrecen más oportunidades a los proveedores de los productos derivados de la Guayusa, como son Alemania, Francia y Países Bajos.

2.4. Hipótesis

El entorno político-comercial y económico de los negocios internacionales han ocasionado inestabilidad en las exportaciones de productos ecuatorianos derivados de la guayusa hacia el mercado europeo en un contexto post pandemia.

2.5. Caracterización de las variables

2.5.1. Determinación de las variables

A lo largo de la investigación, se han desarrollado dos variables principales. La exportación de productos ecuatorianos derivados de la guayusa corresponde a la variable dependiente ya que está influenciada por la variable independiente que concierne a los entornos de los negocios internacionales.

2.5.2. Categorías fundamentales

Exportación de productos ecuatorianos derivados de la guayusa: Exportar e importar son los modos más populares de hacer negocios internacionales, especialmente entre las pymes y medianas empresas. Las exportaciones de mercancías se refieren a las ventas al extranjero de

productos tangibles; mientras que las importaciones de mercancía son bienes que se traen hacia dentro de un país, es decir lo adquieren del exterior.

Entornos de los negocios internacionales: Los entornos de los negocios internacionales son las variables, tanto externas como internas, que las organizaciones deben estudiar y analizar para ser competitivas en el mercado internacional.

2.6. Operacionalización de las variables

Tabla 1

Operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Entornos de los negocios internacionales	<ul style="list-style-type: none"> - Entorno político-comercial. - Entorno económico 	<ul style="list-style-type: none"> - PIB y PIB per cápita - Tasa de inflación - Volumen de Importaciones - Acuerdos comerciales - Política comercial 	<ul style="list-style-type: none"> - Recolección de datos secundarios - Análisis Documental
Exportación de productos ecuatorianos derivados de la guayusa	<ul style="list-style-type: none"> - Productos a base de guayusa y sus derivados 	<ul style="list-style-type: none"> - Exportación hacia mercados europeos: Alemania, Francia y Países Bajos 	<ul style="list-style-type: none"> - Recolección de datos secundarios

Capítulo III: Marco Metodológico

3.1. Determinación de los métodos a utilizar

Para el presente trabajo de investigación se pretende realizar un estudio sobre los entornos políticos-comerciales y económicos, tanto a nivel nacional como internacional, que

influyen en los negocios internacionales con un enfoque en la exportación de productos ecuatorianos a base de guayusa. Para ello, se utiliza un análisis descriptivo y el método deductivo permitiendo alcanzar un mayor entendimiento del impacto de la pandemia por covid-19 en los procesos de exportación de productos ecuatorianos que utilizan la guayusa como insumo principal y que dirigen sus operaciones hacia mercados europeos.

La investigación es descriptiva ya que el objetivo general es describir el comportamiento de las variables nacionales e internacionales con respecto a los entornos políticos-comerciales y económicos que influyen en el volumen de las exportaciones de productos derivados de guayusa durante y después de la pandemia.

Es deductiva porque se analizan los acuerdos y relaciones comerciales entre Ecuador y los países de la Unión Europea, con el fin de establecer una idea clara del estado actual de las negociaciones comerciales que involucran los productos agroindustrializados de guayusa entre Ecuador y Alemania, Francia y Países Bajos.

Además, será desarrollada a través de un enfoque mixto, es decir, que involucra información cuantitativa como estadísticas y cualitativa como aspectos comerciales, por motivo de que este es el que mejor se acopla a las características y objetivos determinados para el proyecto.

3.2. Diseño de la investigación

Teniendo en cuenta que el objeto de estudio es analizar los entornos políticos-comerciales y económicos que afectan a las exportaciones de productos derivados de la guayusa en un contexto post pandemia, se recurre a un diseño no experimental que se aplica de manera longitudinal.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) el diseño no experimental es aquel estudio que se realiza sin la manipulación deliberada de las variables que intervienen y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para poder analizarlos. Además, estos mismos autores señalan que los estudios longitudinales son aquellos donde se recolectan datos de diferentes fuentes en distintos periodos de tiempo, para realizar inferencias sobre el desarrollo del problema de investigación.

Es por esta razón que los datos recolectados provienen de fuentes gubernamentales y de organismos internacionales enfocadas en medir el comercio internacional entre el inicio de la pandemia del COVID-19 y la flexibilización de las restricciones fronterizas, 2020 y 2021 respectivamente.

3.3. Técnicas e instrumentos de la investigación

Dada la naturaleza de la investigación, no se considera tomar una muestra porque los datos involucrados vienen de fuentes secundarias donde se proporciona información cuantitativa y cualitativa con el objeto de examinar los índices macroeconómicos y los entornos político-comercial y económico.

En dicho contexto, se realizará un análisis documental y recolección de datos a largo de la investigación, la información necesaria proviene de fuentes secundarias como: Banco Central del Ecuador; Banco Mundial; Trade Map (herramienta desarrollada por el Centro de Comercio Internacional INTRACEN); Acuerdo Comercial Multipartes Unión Europea-Ecuador; páginas oficiales del Gobierno del Ecuador, Alemania, Francia y Países Bajos e investigaciones relacionadas al objeto de estudio.

3.4. Validez y confiabilidad de los instrumentos

Para que un instrumento de medición sea utilizado en una investigación, Hernández, Fernández y Baptista (2014) determinan que estos deben cumplir con tres requisitos esenciales como lo es: confiabilidad, validez y objetividad.

La confiabilidad se logra según el grado en que la aplicación de un instrumento o método al mismo individuo concluye con resultados iguales.

La validez es obtenida si el instrumento mide las variables según lo esperado; es decir, se deberá descartar en caso de que se midan variables ajenas a la investigación.

La objetividad a través del consenso o mediciones múltiples sobre el tema en desarrollo, sin embargo, es uno de los instrumentos que posee mayor dificultad y requiere del establecimiento de estándares y aspectos de apoyo.

3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Para el desarrollo de la investigación se optó por realizar un análisis de contenido cuantitativo y revisión de datos secundarios.

Por análisis de contenido cuantitativo se hace referencia a aquella técnica que permite cuantificar los mensajes o contenidos en categorías y subcategorías con el fin de someterlo a un análisis estadístico básico. Es así que se estudian todos los datos históricos cuantitativos en relación a las exportaciones de productos ecuatorianos derivados de la guayusa recolectados de páginas web de instituciones oficiales de los países involucrados. Algunos de ellos son: índices macroeconómicos, PIB, PIB per cápita, tasa de inflación y tasa de desempleo.

Así también, la técnica de datos secundarios es aquella en la cual se revisan documentos, registros existentes y otros archivos que hayan sido recabados por otros investigadores con anterioridad acerca de la temática. La utilización de esta técnica está enfocada mayormente en la recolección de datos cualitativos relativos a acceso a mercados, barreras arancelarias y no arancelarias, normativa de origen, normativa legal, etc.. Esta información es contenida a través de fichas bibliográficas de tal forma que se resalten los aspectos más relevantes señalados por los autores o a su vez, temáticas estudiadas y dictaminadas que involucren directamente al sector exportador ecuatoriano con el europeo.

Una vez recolectada la información a través de las diferentes formas planteadas; se continuará con el análisis y procesamiento de datos.

Según Balestrini (2006) implica la manipulación y ordenación de los datos con el fin de resumirlos y que sirvan para establecer resultados pertinentes en función del objetivo de la investigación.

En el presente proyecto se codificaron los datos cualitativos obtenidos para facilitar su organización y procurar obtener resultados objetivos. Y posterior a ello, se tabularon para que la presentación de los datos sea amigable con los investigadores y con el lector.

Respecto a los datos cuantitativos, se han establecido tabulaciones, gráficos y análisis estadísticos básicos para determinar el estado actual de las variables de investigación.

Finalmente, se describen tanto los resultados del estudio cuantitativo como del cualitativo entre sí, para tener resultados que generen gran valor y respondan a las interrogantes de la investigación comprendiendo todos los aspectos del contexto.

Capítulo IV: Análisis e Interpretación de Resultados

4.1. Entornos que inciden en la exportación de productos ecuatorianos a base de guayusa hacia el mercado europeo en un contexto post pandemia

4.1.1 Entorno Político-Comercial

La Agricultura, a lo largo de varios años, ha sido una importante fuente de ingresos para el país dadas las favorables condiciones climáticas y privilegiada posición geográfica en la que está ubicado. Es por ello, que productos primarios como el cacao y banano han sido reconocidos a nivel mundial por su alta calidad.

A nivel industrial, el Ecuador ha tenido una desventaja tanto a nivel económico como cultural ya que no ha logrado atraer la inversión suficiente e implementar la tecnología necesaria para agregar valor a las materias primas. Actualmente, han existido varios esfuerzos para el desarrollo de este sector brindando mejores condiciones y creando nuevas oportunidades.

A pesar de todo ello, ha sido complejo para los productores y fabricantes introducir sus productos a mercados de otros países por barreras económicas presentes y su falta de conocimiento en materia de exportación.

En dicho contexto, tanto agentes gubernamentales como privados, han creado instituciones y programas que impulsen la internacionalización de los productos en países extranjeros, apoyando a los exportadores a través de tres formas: suministro de información, promoción y formación.

Al hablar de suministro de información se hace referencia a que las entidades asesorarán y compartirán datos sobresalientes sobre los países a los que se planea exportar

incluyendo barreras arancelarias y no arancelarias para la importación de cada producto y clientes potenciales en dicho país. Así también facilitarán estudios de mercado e informes estadísticos sobre las transacciones comerciales realizadas en periodos anteriores de tal forma que el exportador pueda analizar y determinar si su plan de negocio será rentable y podrá mantenerse a largo plazo.

Por otro lado se encuentra la promoción, en donde a través de estas entidades los productores/exportadores podrán participar en ferias internacionales para dar a conocer sus productos o a su vez generar agendas con posibles compradores en el extranjero.

Y por último la formación, gracias a la cual se darán a conocer las buenas prácticas productivas para asegurar la calidad de los productos; aspectos relacionados a empaque y almacenamiento; y los procesos para llevar a cabo la exportación al mercado destino.

Es así que diversas instituciones ecuatorianas tienen el objetivo de apoyar a estos sectores para su internacionalización, como por ejemplo:

4.1.1.1. Apoyo Gubernamental.

Los productores de guayusa pueden recibir apoyo gubernamental desde el inicio de las plantaciones. El Ministerio de Agricultura y Ganadería, a través de su Proyecto Nacional de Innovación Tecnológica Participativa y Productividad Agrícola, promueve la dotación de recursos tecnológicos e imparte asistencia técnica para el mejoramiento de procesos (Ministerio de Agricultura y Ganadería, s.f.). Gracias a ello, los medianos y pequeños productores estarán en mejores condiciones para garantizar la calidad de sus productos y obtener las certificaciones necesarias para el ingreso a otras naciones.

Para el sector industrial, el Viceministerio de Producción e Industrias es el encargado de velar por sus intereses a través de la creación de regulaciones y facilitación de entrada a este sector enfocados en: capacitaciones, mejora de condiciones de acceso a financiamiento, fomento al emprendimiento, buenas prácticas reguladoras, entre otras (Viceministerio de Producción e Industrias, s.f.). Con ello, garantizan el desarrollo de este sector e impulsan a la creación de una mayor oferta exportable diversificada hacia mercados internacionales.

Por otro lado, ProEcuador, parte del Viceministerio de Promoción de Exportaciones e Inversiones, es una entidad que tiene la función de ejecutar políticas y normas de promoción relacionadas a las exportaciones e inversiones del Ecuador, todo ello con el objetivo de impulsar una gran oferta de productos ecuatorianos y encontrar oportunidades de acceso a nuevos mercados (PRO ECUADOR, s.f.). Así también, gracias al apoyo de esta entidad, los exportadores de varios sectores de la industria ecuatoriana, como los productores de guayusa, pueden acceder a diferentes tipos de servicios ofertados de tal forma que puedan conocer todos los aspectos involucrados en cada etapa del proceso de exportación.

4.1.1.2. Apoyo Privado.

La Federación Ecuatoriana de Exportadores o más conocida como FEDEXPOR; es una institución privada que brinda apoyo a los distintos gremios del país enfocándose en la promoción de las empresas en el exterior (Federación Ecuatoriana de Exportadores [FEDEXPOR], 2022). A través de distintos programas ofertados, los exportadores pueden acceder a cursos que les permita estar capacitados y tengan el conocimiento necesario para realizar las exportaciones de sus productos. También, a través de su portal presenta información estadística sobre las transacciones comerciales históricas; así como los tratados comerciales vigentes que tiene el Ecuador con otros países.

Las Cámaras de Comercio de las principales ciudades y provincias del país, constituyen un facilitador para establecer relaciones comerciales entre empresarios nacionales y extranjeros. Su oferta de servicios incluye aspectos como: boletines informativos, ruedas de negociación, programas de formación, análisis sectoriales, estadísticas de comercio exterior y toda la información concerniente a clasificación arancelaria, normativa de origen, regulaciones ecuatorianas relacionadas y acuerdos comerciales vigentes.

Así mismo, dependiendo del país con el que se proyecte mantener relaciones comerciales, existen Cámaras de Comercio bilaterales, bajo representaciones oficiales, especializadas en el comercio entre ambas partes. En este caso, se estudiarán las correspondientes a los países involucrados en la investigación.

La Cámara Ecuatoriano - Alemana es un ejemplo de ellas. Esta institución brinda asesorías en materia comercial y jurídica para el intercambio de productos con este país. También organiza ferias comerciales con el fin de que los exportadores puedan ampliar su red de contactos y encuentren mercados específicos potenciales que generen oportunidades. Con el objetivo de brindar un mayor acceso a la tecnología a los diversos sectores estratégicos, esta institución ha desarrollado una serie de programas de cooperación enfocándose en el desarrollo y en las misiones empresariales (Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano-Alemana, 2022).

Para el caso francés, se estableció la Cámara Franco - Ecuatoriana. Por su parte, tiene el objetivo de proveer de herramientas que faciliten el comercio bilateral por medio de su red de negocios y expertos y las competencias adquiridas desde su creación (Cámara de Comercio e Industrias Franco-Ecuatoriana [CCIFEC], 2022). Además, han establecido tres fases principales para desarrollar su enfoque: conocer el mercado ecuatoriano, desplegar sus actividades en el exterior y por último, llevar a cabo el proceso de exportación.

Entre Países Bajos y Ecuador no existe una Cámara de Comercio que los relacione directamente. El país extranjero cuenta con su institución con gestión nacional a través de la cual empresarios de estos países pueden acceder a información sobre mercados internacionales y asesoramiento para el desarrollo de actividades comerciales a nivel nacional e internacional.

Así también, es importante recalcar el papel fundamental que cumplen los tratados comerciales en el desarrollo de intercambios entre países; gracias a que permiten mejorar las condiciones para la comercialización de productos, a raíz de la reducción y/o eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias negociadas previamente.

4.1.1.3. Acuerdos Comerciales.

Acuerdo Comercial Multipartes

En el año 2017, surgieron nuevas oportunidades para los productos ecuatorianos en mercados europeos, gracias al Acuerdo Comercial Multipartes firmado entre los representantes de Ecuador y la Unión Europea. Este acuerdo constituye un gran hito para el país dado que es el primer acuerdo comercial integral suscrito con un socio fuera de la región.

A pesar de que, en años anteriores, Ecuador era parte de un Sistema de Preferencias Generalizadas impartido por el reconocido bloque económico, este tenía impacto sobre pocos productos ecuatorianos lo que no beneficiaba totalmente a este país.

Desde sus inicios, generó muchas expectativas sobre productores y empresarios ecuatorianos, gracias a la desgravación arancelaria en una lista extensa de subpartidas arancelarias; así como también la reducción y/o eliminación de obstáculos al comercio exterior.

Es así que el objetivo principal del Acuerdo Multipartes está dirigido a fortalecer las relaciones comerciales bilaterales así como enfocarse en el respeto de los derechos humanos,

combatir contra la pobreza, impulsar el empleo digno, manifestar el compromiso medioambiental y el desarrollo sostenible.

Con miras únicamente en los mercados agrícolas ecuatorianos, pilar fundamental de la economía, las condiciones mejoraron sustancialmente desde la entrada en vigor del acuerdo. Así también, ha dado lugar a una desgravación arancelaria gradual y en otros aspectos, la certeza de que los procedimientos relacionados a los contingentes son transparentes, públicos, oportunos, no discriminatorios, que atiendan las necesidades del mercado y no representen un obstáculo al comercio.

Además, según lo establece la Delegación de la Unión Europea en Ecuador (2017), con el fin de reducir los trámites y procesos ineficientes e innecesarios, se establecieron normas que determinan el cumplimiento de los aspectos indispensables. En el caso del etiquetado, se estableció la información fundamental del producto y fabricante; así como la incorporación de pictogramas reconocidos internacionalmente.

Los productos de guayusa, por ejemplo, deben cumplir también con medidas fitosanitarias determinadas en la legislación nacional elaborada por criterios emitidos por organizaciones internacionales como la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria, o las originadas por la Comisión del Codex Alimentarius y de la Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE).

4.1.2. Entorno Económico

Ecuador ha pasado por diversas etapas donde su economía ha cambiado radicalmente. Desde la implementación de la dolarización, en el año 2000, cuenta con una moneda fuerte que pueda soportar los cambios externos que inciden en la economía.

Han existido constantes fluctuaciones en sus índices macroeconómicos durante los últimos veinte años, en consecuencia de cambios que influyen desde el exterior y situaciones internas relacionadas a gobernantes, relaciones internacionales, conflictos sociales, entre otros.

A continuación se describirá la situación de los aspectos más importantes que determinan el estado de la economía durante el periodo analizado.

4.1.2.1. Balanza comercial.

Las exportaciones ecuatorianas han sido caracterizadas por tener gran influencia por el petróleo. Sin embargo, en los últimos años, los productos no tradicionales han cobrado mucha importancia.

Gracias a la información recabada del periodo Enero-Noviembre (Tabla 2), durante el 2020 se registró una balanza comercial positiva con un superávit de \$3.175,30 millones de dólares donde las exportaciones totales representaron \$18.404,12 millones mientras que las importaciones totales un valor de \$15.228,81 millones.

Para el año 2021, a pesar de haber registrado un superávit de \$2.649,16 millones de dólares; la balanza comercial tiene una variación negativa del 16,6% respecto al año anterior dado que las importaciones tuvieron una variación mayor que las exportaciones. Es así, que las exportaciones totales entre el año 2020 y 2021 tuvieron un crecimiento de 31,3% mientras que las importaciones totales durante el mismo periodo incrementaron en 41,3%.

Tabla 2*Balanza comercial del Ecuador 2020-2021 según valor FOB millones de USD*

Periodo	Enero-Noviembre 2020	Enero-Noviembre 2021	Variación 2020-2021
Exportaciones totales	18.404,12	24.166,76	31,3%
Exportaciones petroleras	4.675,42	8.299,66	77,5%
Exportaciones no petroleras	13.728,70	15.867,09	15,6%
Importaciones totales	15.228,81	21.517,59	41,3%
Balanza comercial total (en millones de dólares)	3.175,30	2.649,16	-16,6%

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos del Banco Central del Ecuador.

4.1.2.2. Volumen de exportaciones de productos no tradicionales.

Según la información proporcionada por el Banco Central (Tabla 3), durante el año 2020 se exportaron \$2'498.287,32 en valor FOB de productos primarios (agrícolas) no tradicionales que incluyen flores, frutas, madera, etc. En cambio para el siguiente año, la tendencia creció en un 22,87% de forma que representa un valor de exportación FOB de \$3'069.645,16.

Por otra parte se encuentran las exportaciones de productos industrializados no tradicionales que incluyen bebidas, manufacturas, entre otros. Para el año 2020 tuvieron lugar una suma de \$3'081.289,45 de valor FOB mientras que para el 2021 un valor de \$3'635.343,41 lo que representa una variación positiva entre año y año de 17,98%.

Tabla 3

Volumen de exportaciones de productos no tradicionales 2020-2021 según valor FOB USD

Periodo	Enero-Noviembre 2020	Enero-Noviembre 2021	Variación 2020-2021
Exportación primarios no tradicionales	2'498.287,32	3'069.645,16	22,87%
Exportación industrializados no tradicionales	3'081.289,45	3'635.343,41	17,98%
Exportación productos no tradicionales	5'579.576,77	6'704.988,57	20,17%

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos del Banco Central del Ecuador.

4.1.2.3. Demanda europea de productos a base de guayusa.

El mercado europeo muestra una demanda de productos de guayusa mínima, pero en crecimiento (Tabla 4). Es así que para el año 2020, en este continente, se importaron \$24.090 mientras que para el año siguiente se reportó un valor de \$24.528 lo que da lugar a una variación positiva de 1,88%.

Tabla 4

Importaciones de guayusa por parte de Europa (2020-2021)

	Valor Importado 2020 (miles)	Valor importado 2021 (miles)	Variación 2020-2021
Europa	24.090	24.528	1,878%

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos International Trade Map.

En el caso de los países europeos en estudio, se puede notar un comportamiento poco alentador dado que: para Alemania se registra un crecimiento del 0,88%, para Francia un decrecimiento de 3,63% y para Países Bajos un valor negativo de 23,10% (Tabla 5).

Tabla 5

Importaciones de guayusa de los principales países europeos (2020-2021)

País importador	Valor Importado 2020 (miles)	Valor importado 2021 (miles)	Variación 2020-2021
Alemania	5.920	5.972	0,878%
Francia	3.002	2.893	-3,630%
Países Bajos	3.758	2.890	-23,097

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos International Trade Map.

4.2. Índices macroeconómicos más importantes de los países extranjeros en estudio en un contexto post pandemia

Para la exportación de cualquier producto, es fundamental conocer la situación de los índices macroeconómicos principales de los países destino. En concreto, para la presente investigación, se describirán los correspondientes a Alemania, Francia y Países Bajos ya que constituyen los principales destinos europeos de productos a base de guayusa.

4.2.1. Alemania

Para la mayoría de países, la pandemia por covid-19 tuvo grandes repercusiones en el ámbito económico, y no es la excepción Alemania. Según Santander Trade Markets (2021), Alemania es considerada la mayor potencia económica de su región y la cuarta a nivel mundial. Sin embargo, a raíz de la pandemia en el 2020, su economía tuvo una contracción del 6%.

4.2.1.1. Variación del PIB.

Alemania al ser una de las economías europeas más importantes, siempre se ha caracterizado por tener un Producto Interno Bruto muy elevado. Sin embargo, durante el año 2020 tuvo un decrecimiento del 4,56%. Para el 2021, la situación económica tuvo una mejoría teniendo una tasa de variación positiva del 3,051% (Tabla 6).

Tabla 6

Producto Interno Bruto Anual de Alemania 2020-2021

Índice Macroeconómico	2020	2021
Producto Interno Bruto (billones de USD)	3,843.335	4,230.172
Tasa de Variación	-4,560	3,051

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos del International Monetary Fund.

4.2.1.2. PIB per cápita.

Así mismo, para el año 2020 se evidencia que por cada habitante alemán le correspondía un ingreso de \$46 215,596. Para el siguiente año, tuvo un incremento, siendo así \$50 787,859 el Producto Interno Bruto Per Cápita del 2021 (Tabla 7).

Tabla 7

Producto Interno Bruto Per Cápita Anual de Alemania 2020-2021

Índice Macroeconómico	2020	2021
Producto Interno Bruto Per Cápita	46,215.596	50,787.859

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos del International Monetary Fund.

4.2.1.3. Tasa de inflación.

Otro de los índices macroeconómicos importantes es la tasa de inflación, la cual determinará los niveles de variación de precios. En dicho contexto, en el 2020 se presentó un 0,371% de variación de precios, mientras que para el 2021 incrementó a 2,881% (Tabla 8).

Tabla 8

Tasa de inflación de Alemania 2020-2021

Índice Macroeconómico	2020	2021
Tasa de inflación (%)	0.371	2.881

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos del International Monetary Fund.

4.2.1.4. Importaciones de bienes.

Un aspecto fundamental para el ingreso de productos ecuatorianos, radica en el volumen de importaciones que tiene Alemania para conocer el nivel de apertura hacia mercados exteriores. Durante los periodos estudiados, se puede observar que para el año 2020, este país redujo sus importaciones en un 5,319%, a raíz de la pandemia por covid-19. Para el año 2021, al mejorar las circunstancias, el volumen incrementó estableciéndose un 10,479% (Tabla 9).

Tabla 9

Volumen de Importaciones de Bienes Alemania 2020-2021

Índice Macroeconómico	2020	2021
Volumen de importaciones de bienes (%)	-5.319	10.479

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos del International Monetary Fund.

Para el caso de importaciones ecuatorianas, durante el 2020, Alemania importó \$398.928,00 dólares de productos, mientras que para el año siguiente los valores FOB disminuyeron a \$338 783,10 por lo que se evidencia un decrecimiento del 15,08% (Tabla 10).

Tabla 10

Volumen de Importaciones de Productos Ecuatorianos en Alemania 2020-2021

País Destino	2020		2021	
	TM (Peso Neto)	FOB	TM (Peso Neto)	FOB
Alemania	411.867,20	398.928,0	352.440,5	338.783,1

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos de International Trade Map.

4.2.2. Francia

En el caso de Francia, para el año 2020, se constituyó como la séptima potencia económica del mundo. A pesar de ello, la pandemia por covid-19 también ha ocasionado una gran contracción económica, y el riesgo que implica su prolongación puede ocasionar elevadas tasas de desempleo, competitividad debilitada, y una gran deuda pública y privada (Santander Trade Markets, 2021).

4.2.2.1. Variación del PIB.

En el año 2020, Francia tuvo una tasa de variación de -7,988% lo que representa un PIB de \$2.624,416 billones de dólares. Desde el último trimestre de ese año y los correspondientes al 2021, tuvo cierta recuperación económica de tal forma que el PIB creció en 6,293% (Tabla 11).

Tabla 11*Producto Interno Bruto de Francia 2020-2021*

Índice Macroeconómico	2020	2021
Producto Interno Bruto (billones de USD)	2,624.416	2,940.428
Tasa de Variación	-7,988	6,293

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos del International Monetary Fund.

4.2.2.2. PIB per cápita.

En el año 2020, Francia tuvo un Producto Interno Bruto Per Cápita de \$40.298,851 y para el 2021 un valor de \$45.028,265. Estas variaciones han sido producto de la trayectoria de la crisis sanitaria y sus afectaciones sobre cada país (Tabla 12).

Tabla 12*Producto Interno Bruto Per Cápita Anual de Francia 2020-2021*

Índice Macroeconómico	2020	2021
Producto Interno Bruto Per Cápita	40,298.851	45,028.265

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos del International Monetary Fund.

4.2.2.3. Tasa de inflación.

En el caso de la tasa de inflación francesa, durante el año 2020, tuvo una tasa muy baja, siendo esta de 0,525%. En cambio, para el año consiguiente, tuvo una gran alza, de forma que esta se estableció en 1,962% (Tabla 13).

Tabla 13*Tasa de Inflación de Francia 2020-2021*

Índice Macroeconómico	2020	2021
Tasa de inflación (%)	0.525	1.962

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos del International Monetary Fund.

4.2.2.4. Importaciones de bienes.

En cuanto al volumen de importaciones de bienes de Francia, este presenta la misma tendencia de los índices macroeconómicos estudiados. Dado que para el año 2020 tuvo una reducción del 10,652% mientras que para el año 2021 se recuperó e incrementó en 10,682% (Tabla 14).

Tabla 14*Volumen de Importaciones de Bienes Francia 2020-2021*

Índice Macroeconómico	2020	2021
Volumen de importaciones de bienes (%)	-10.652	10.682

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos del International Monetary Fund.

En 2020, Francia importó un valor FOB de \$272.121,40 de productos ecuatorianos. Para el año 2021, existió un crecimiento del 27,94% que constituye un valor de \$348.153,00 (Tabla 15).

Tabla 15*Volumen de Importaciones de Productos Ecuatorianos en Francia 2020-2021*

País Destino	2020		2021	
	TM (Peso Neto)	FOB	TM (Peso Neto)	FOB
Francia	69.453,6	272.121,4	67.690,9	348.153,0

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos de International Trade Map.

4.2.3. Países Bajos

Al igual que los demás países que se tomaron para este estudio, Países Bajos destaca por tener una economía fuerte y ser considerada como la 14va economía a nivel mundial en términos de Producto Interno Bruto.

4.2.3.1. Variación del PIB.

Si bien durante el inicio de la pandemia en 2020, Países Bajos tuvo una caída en su tasa de variación del 3,825%, su índice macroeconómico para el siguiente año mejoró en un 3,767%, es decir hubo un incremento de la actividad económica dentro del país, a pesar del contexto mundial (Tabla 16).

Tabla 16*Producto Interno Bruto Anual de Países Bajos 2020-2021*

Índice Macroeconómico	2020	2021
Producto Interno Bruto (billones de USD)	913.134	1,007.562
Tasa de Variación	-3.825	3.767

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos del International Monetary Fund.

4.2.3.2. PIB per cápita.

De igual manera, el comportamiento dentro del Producto Interno Bruto Per Cápita entre 2020 y 2021 fue positivo, incrementando de \$52 426,094 a \$57 714,876 el ingreso que le corresponde a cada habitante neerlandés, evidenciando así el crecimiento económico de la región pese a las dificultades sanitarias (Tabla 17).

Tabla 17*Producto Interno Bruto Per Cápita Anual de Países Bajos 2020-2021*

Índice Macroeconómico	2020	2021
Producto Interno Bruto Per Cápita	52,456.094	57,714.876

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos del International Monetary Fund.

4.2.3.3. Tasa de inflación.

La tasa de inflación para el país europeo creció entre 2020 y 2021, de 1,117% a 1,940% respectivamente, reflejando que si bien ha existido una recuperación de la actividad económica de las naciones europeas objeto de estudio, la inflación no ha parado de crecer (Tabla 18).

Tabla 18

Tasa de Inflación de Países Bajos 2020-2021

Índice Macroeconómico	2020	2021
Tasa de inflación (%)	1.117	1.940

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos del International Monetary Fund.

4.2.3.4. Importaciones de bienes.

Las importaciones que se llevaron a cabo en 2020 tuvieron decremento del 2,276% con respecto al año anterior y un crecimiento del 4,6% el año 2021, año donde se empezaron a flexibilizar las restricciones fronterizas, misma situación que se evidenció tanto Alemania como Francia (Tabla 19).

Tabla 19

Volumen de Importaciones de Bienes de Países Bajos

Índice Macroeconómico	2020	2021
Volumen de importaciones de bienes (%)	-2.276	4.600

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos del International Monetary Fund.

En el caso de Países Bajos, importó en el año 2020 desde Ecuador \$565 614,80 en productos lo que representó 389.763,2 toneladas métricas, mientras que para el año 2021 este

valor constituyó \$621.521,30. En base a dicha información se determina que existió un crecimiento del 9,88% en el periodo estudiado (Tabla 20).

Tabla 20

Volumen de Importaciones de Productos Ecuatorianos en Países Bajos 2020-2021

País Destino	2020		2021	
	TM (Peso Neto)	FOB	TM (Peso Neto)	FOB
Países Bajos	389.763,2	565.614,8	492.647,5	621.521,3

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos de International Trade Map.

4.3. Productos industrializados ecuatorianos a base de guayusa con destino a mercados europeos

4.3.1. Exportación de productos industrializados a base de guayusa entre el periodo de 2020-2021 hacia el mercado europeo

Es importante hacer hincapié que aún no existe una subpartida arancelaria que represente explícitamente a la guayusa y sus variantes industrializadas, lo que lleva a que muchas empresas ecuatorianas exportadoras de té de guayusa y bebidas energizantes de guayusa lo hagan bajo la subpartida 0903.00.00.00 perteneciente al capítulo 9 titulado como Café, té, yerba mate de la Nomenclatura de Designación y codificación de mercancías del Ecuador (Tabla 21). Por esta razón, se tomó en cuenta dicha subpartida para identificar el valor de las exportaciones entre 2020 y 2021 hacia el mercado europeo.

Tabla 21

Descripción del código de la subpartida arancelaria 09.03.00.00.00

Código	Descripción
09	Café, té, yerba mate y especias
0903.00.00.00	Yerba mate

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la Nomenclatura de Designación y codificación de mercancías del Ecuador.

En los años 2020-2021, la exportación de los productos industrializados a base de guayusa sufrió una caída, en 2020 se exportó hacia Europa \$146.000 y en 2021 \$112.600 de dólares americanos (Tabla 22), es decir se identificó un decrecimiento del 22,87% del valor exportado, lo cual es significativo ya que, según International Trade Center (2020) el crecimiento entre 2019-2020 fue del 73,33%.

Tabla 22

Exportación de productos a base de guayusa a Europa (2020-2021)

Año	Código	Subpartida	Valor exportado
2020	0903.00.00.00	Yerba mate	\$146.000,00
2021	0903.00.00.00	Yerba mate	\$112.600,00

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos del Banco Central del Ecuador.

Entre los principales destinos europeos se encuentran, Alemania, Francia y los Países Bajos. En 2020, la participación de estos tres países fue del 85,68%, mientras que en 2021 fue del 55,01%. (Tabla 23).

Tabla 23

Top 3 Principales destinos europeos de la guayusa y sus derivados industrializados (2020-2021)

Año	País de destino	Valor exportado	Participación
2020	Alemania	\$ 108.500,00	74,315%
	Francia	\$ 11.500,00	7,876%
	Países Bajos	\$ 5.100,00	3,493%
	Total		85,684%
2021	Alemania	\$ 35.400,00	31,439%
	Francia	\$ 21.200,00	18,87%
	Países Bajos	\$ 5.300,00	4,706%
	Total		55,015%

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos del Banco Central del Ecuador.

4.3.2. Exportación de bebidas energizantes de guayusa y sus variantes en el periodo 2020-

2021

Es importante resaltar que algunos productores de bebidas energizantes a base de guayusa exportan sus productos bajo la subpartida 2202.99.00, la cual engloba las subpartidas 2202.99.00.10 y 2202.99.00.90 (Tabla 24), si bien dentro de esta clasificación no especifica que

se trata únicamente de productos a base de esta planta amazónica se la tomó como referencia para poder realizar la identificación de las exportaciones de estos bienes entre 2020 y 2021.

Tabla 24

Descripción de los códigos de la subpartida arancelaria 2202.99.00

Código	Descripción
22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre
2202	Agua, incluidas el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada, y demás bebidas no alcohólicas, excepto los jugos de frutas u otros frutos o de hortalizas de la partida 20.09
2202.99.00	Las demás
2202.99.00.10	Bebidas energizantes, incluso gaseadas
2202.99.00.90	Las demás

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la Nomenclatura de Designación y codificación de mercancías del Ecuador.

Entre los años mencionados las exportaciones de las bebidas energizantes en valor FOB fueron de \$1.842.500 y \$2.268.900 respectivamente (Tabla 25). A pesar de que la pandemia ha dificultado las relaciones comerciales entre los países, esta subpartida tuvo un crecimiento del 23,14% aproximadamente.

Tabla 25*Exportación de bebidas energizantes desde Ecuador a nivel mundial (2020-2021)*

Año	Código	Subpartida	FOB
2020	2202.99.00	Las demás	\$ 1.842.500,00
2021	2202.99.00	Las demás	\$ 2.268.900,00

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos del Banco Central del Ecuador.

Las principales zonas geográficas de destino para la subpartida 2202.99.00 en valor FOB fueron Asia, Europa y América. Donde América es el principal destino de las exportaciones de bebidas energizantes con una participación del 99,08% en 2020 y del 98,8% en el año 2021, le sigue el continente asiático con una participación del 0,90% y 1% en los años 2020 y 2021 respectivamente y por último, Europa con una participación del 0,02% y 0,2% (Tabla 26).

Tabla 26*Principales zonas geográficas de destino de las bebidas energizantes (2020-2021)*

Año	Zona geográfica	FOB	Participación
2020	Asia	\$ 16.600,00	0,9%
	Europa	\$ 400,00	0,02%
	América	\$ 1.825.400,00	99,08%
2021	Asia	\$ 22.600,00	1%
	Europa	\$ 4.500,00	0,2%
	América	\$ 2.241.600,00	98,8%

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos del Banco Central del Ecuador.

Pese a que el mercado europeo no es el principal destino de los productos ecuatorianos, entre los principales países europeos que más importan bajo esta subpartida son España, Alemania, Países Bajos y Francia. Además de que 3 de los países mencionados están entre los principales importadores a nivel mundial de bebidas energizantes (Tabla 27), lo cual representa una gran oportunidad para poder abordar dichos mercados, ya que juntos representan alrededor del 12,8% de participación en las importaciones, superior a la participación de los Estados Unidos que es del 9,2%.

Tabla 27

Top 7 principales importadores de bebidas energizantes a nivel mundial (2020)

Posición	País de destino	Participación
1.-	Estados Unidos	9,2%
2.-	Alemania	6,5%
3.-	Reino Unido	6,3%
4.-	China	6,1%
5.-	Canadá	5,7%
6.-	Francia	3,3%
7.-	Países Bajos	3%

Nota. Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos International Trade Center.

Conclusiones

En primer lugar, al examinar el factor político-comercial que inciden en los productores y fabricantes de productos derivados de guayusa para realizar operaciones de comercio exterior con los países del viejo continente, se estableció que tanto el apoyo de agentes gubernamentales como del sector privado han impulsado la exportación de dichas mercancías, creando instituciones y programas que incentivan a la internacionalización de los productos en países extranjeros, apoyando a los exportadores a través de tres formas: suministro de información, promoción y formación. El Ministerio de Agricultura y Ganadería, a través de su Proyecto Nacional de Innovación Tecnológica Participativa y Productividad Agrícola, ProEcuador, FEDEXPOR y las Cámaras de Comercio bilaterales con los países de estudio, han permitido garantizar la calidad de los productos en su elaboración y la asesoría necesaria en los aspectos relacionados con los procesos de exportación y acceso a mercados. Además, el Acuerdo Comercial Multipartes entre Ecuador y la Unión Europea también ha contribuido a fortalecer la exportación de los productos a base de guayusa gracias a la desgravación arancelaria y la reducción y/o eliminación de obstáculos al comercio exterior.

Al tomar en cuenta el factor económico, se estableció que durante el periodo 2020-2021 la exportación de productos primarios (agrícolas) no tradicionales creció un 22,87%, mientras que las exportaciones de productos industrializados no tradicionales tuvieron una variación positiva de 17,98%, grupo al que pertenecen los productos de guayusa y sus derivados. Por consiguiente, al evidenciar que Europa fue de los principales importadores de este producto, específicamente Alemania, Francia y Países Bajos, y que existe apoyo tanto del sector público y privado, se demuestra que los productores y fabricantes de productos derivados de guayusa

tienen los suficientes recursos a su favor para realizar operaciones de comercio exterior con estos países.

Sin embargo, en cuanto a las fluctuaciones de los índices macroeconómicos de los tres países europeos en estudio, se observó que el PIB, PIB Per Cápita y el volumen de importaciones en el año 2020 ha decrecido y para el año 2021 estos índices se recuperaron. No obstante, la tasa de inflación que muestra la variación porcentual de los precios de los bienes de estos países ha seguido creciendo durante el mismo periodo. Si bien muchos indicadores se han recuperado gracias a la flexibilización de las medidas sanitarias y restricciones fronterizas, aún no existe un panorama favorable para poder acceder a dichos mercados, ya que al presentar crecimiento en la inflación, la probabilidad de tener bajos márgenes de ganancias para las empresas exportadoras es alta.

Al identificar a las exportaciones de productos a base de guayusa en el periodo 2020-2021, las exportaciones no han tenido un crecimiento considerable si se lo compara con periodos anteriores, lo que permite confirmar la hipótesis planteada, el entorno político-comercial y económico de los negocios internacionales han ocasionado inestabilidad en las exportaciones de productos ecuatorianos derivados de la guayusa hacia el mercado europeo en un contexto post pandemia.

Recomendaciones

Se debe realizar un estudio exhaustivo de la producción e industrialización de la guayusa en Ecuador para identificar las falencias y oportunidades de este sector para la comercialización en el extranjero, ya que en los últimos años este tipo de productos con propiedades nutricionales activas y funcionales han mantenido un crecimiento en el mercado internacional, especialmente en Norteamérica y Europa.

Además, se recomienda indagar las principales razones por las cuales los productos industrializados a base de guayusa han tenido un decrecimiento en las exportaciones hacia los países europeos, a pesar de la flexibilización de las medidas fronterizas y el creciente consumo de estos productos en estos mercados.

Bibliografía

- Álvarez Rateike, J. I. (2004, Marzo 12). *Plan de negocios de exportación de mezcal* (Issue 16). Bibliotecas UDLAP. Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/mems/alvarez_r_ji/
- Asencio Cristóbal, L. R., Narvárez Vásquez, G. A., León Limones, L. M., y Márquez Fajardo, N. M. (2021, Octubre). La agroindustria alimentaria y su relevancia en las exportaciones ecuatorianas. *Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador*, (129-152), 229. Recuperado de <http://repositorio.cidecuador.org/jspui/bitstream/123456789/796/1/LIBRO%20ADMINISTRACION%20OCTUBRE2021%20%281%29.pdf#page=129>
- Bahamonde Cobo, R. A. (2017, Julio). *De la Agroindustria a la Agroecología: una reflexión para el caso ecuatoriano* (Tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/14234/Disertacion%20de%20la%20agroindustrial%20a%20la%20agroecologia%20Rafael%20Bahamonde.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Baldeón Jibaja, E. P. (2012). *Análisis de las causas que determinaron el comportamiento del producto interno bruto en el Ecuador entre los años 2005-2009* (Tesis de grado). Universidad Politécnica Salesiana, Quito, Ecuador. Recuperado de: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/3999/1/UPS-QT03071.pdf>
- Balestrini, M. (2006). *Cómo se elabora el proyecto de investigación: (Para los Estudios formulativos o Exploratorios, Descriptivos, Diagnósticos, Evaluativos, Formulación de Hipótesis Causales, Experimentales y los Proyectos Factibles)*. Consultores Asociados BL.

Recuperado de https://issuu.com/sonia_duarte/docs/como-se-elabora-el-proyecto-de-inve

Banco Central del Ecuador. (2005). *Coyuntura del Mercado Laboral*. Recuperado de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/Empleo/mle200510.pdf>.

Banco Central del Ecuador. (2021). *Estadísticas de comercio exterior* [Base de datos].

Recuperado de <https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/2109181649/OpenDocument/opendoc/openDocument.faces?logonSuccessful=true&shareId=0>

Cámara de Comercio e Industrias Franco-ecuatoriana [CCIFEC]. (2022). Presentación. Cámara de Comercio e Industrias Franco-ecuatoriana. Recuperado de <https://www.ccifec.org/es/la-camara/presentacion.html>

Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano - Alemana. (2022). Sobre Nosotros. Cámara de Industrias y Comercio Ecuatoriano - Alemana. Recuperado de <https://ecuador.ahk.de/es/sobre-nosotros>

Cano Múnera, J. (2016). *Entornos de los negocios internacionales* (Monografía de pregrado). Universidad Libre Seccional Pereira, Pereira, Colombia. Recuperado de <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/17184/ENTORNOS%20DE%20LOS%20NEGOCIOS%20INTERNACIONALES.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cañaverl Vargas, K. Y. (2015). *Los entornos de los negocios internacionales* (Tesis de grado). Universidad Libre Seccional Pereira, Pereira, Colombia. Recuperado de <https://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/17165>.

Cedeño Andrade, J. L. (2017). *Estudio de mercado comparativo entre Alemania y Reino Unido para la exportación de una bebida energizante a base de guayusa desde el Ecuador en el*

periodo 2010-2017 (Tesis de grado). Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/13866>

Centro de Análisis Estratégico para la Agricultura. (n.d.). *Glosario básico: Los términos de comercio internacional más utilizados en la Organización Mundial del Comercio (OMC)*. Recuperado de <http://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/6565/BVE18039757e.pdf;jsessionid=D3FC79255CA97FDE978E6C9903A56A29?sequence=1>

Centro de Investigaciones Económicas y de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. (2010). *Boletín Mensual de Análisis Sectorial de MIPYMES No. 3*. Recuperado de <https://flacso.edu.ec/ciepymes/media/boletines/03.pdf>

CEPAL. (2016). *Los desafíos del Ecuador para el cambio estructural con inclusión social*. Recuperado de https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/40863/S1601309_es.pdf

CEPAL. (2020). *Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística*. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45877/1/S2000497_es.pdf

Chagolla Farias, M. A. (2010). *Análisis e interpretación de la información financiera*. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.

Comité de Comercio Exterior (2017). *Nomenclatura de designación y codificación de mercancías del Ecuador*. Recuperado de <http://www.pudeleco.com/files/a17026a.pdf>

Cortés Marín, E. A. (2007). La agroindustria y viabilidad del sector agropecuario. *Revista CES Medicina Veterinaria y Zootecnia*, 2(1), 74-80. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/3214/321428097010.pdf>

- Cue Mancera, A. (2015). *Negocios Internacionales: En un mundo globalizado* (Primera ed.). Larousse - Grupo Editorial Patria. Recuperado de https://books.google.com.ec/books?id=XNBUCwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=negocios+internacionales&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=negocios%20internacionales&f=false
- Daniels, J., Radebaugh, L., y Sullivan, D. (2013). *Negocios Internacionales: Ambientes y operaciones* (14ª ed.). Naucalpan de Juárez, México: Pearson Educación.
- Delegación de la Unión Europea en Ecuador. (2017). *Acuerdo Comercial Ecuador-Unión Europea - Cartilla informativa*. Delegation of the European Union to Ecuador. Recuperado de https://eeas.europa.eu/sites/default/files/cartilla_acuerdo_comercial_ue-ecuador_0.pdf
- Duque Fernández, H. J. (2019). *Análisis comparativo de las exportaciones de bebidas energizantes con la guayusa hacia el mercado europeo* (Tesis de Ingeniería). Universidad de las Fuerzas Armadas, Sangolquí, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/20691>
- Escalante Pineda, M.E., Urbina Bustos, S.S., Banderas Benítez, V.E., Farinango Salazar, R.A., y Sotomayor Cabrera, K.K. (2021). Análisis de la estructura productiva de la economía ecuatoriana: Exportaciones del sector agrícola. *Revista Sociedad & Tecnología*, 4(3), 380-398.
- Export Entreprises SA. (2021). *Alemania: Política y Economía*. Santander Trade Markets. Recuperado de: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/alemania/politica-y-economia>

Export Entreprises SA. (2021). *Francia: Política y Economía*. Santander Trade Markets.

Recuperado de: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/francia/politica-y-economia>

Federación Ecuatoriana de Exportadores [FEDEXPOR]. (2022). Página Principal. FEDEXPOR.

Recuperado de <https://www.fedexpor.com/>

Germán Hernández, C., y Hurtado Hurtado, J. (2020). Escenarios prospectivos pos pandemia para la internacionalización del sector agroalimentario de Ecuador al año 2035. *Revista de Estudios Políticos y Estratégicos*, 8(2), 36-66. Recuperado de <https://repositorio.utem.cl/bitstream/handle/30081993/1131/revista-estudios-politicos-estrategicos-epe-vol8-n2-2020-Hernandez-Hurtado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

González Blanco, R. (2010). Diferentes teorías del comercio internacional. Recuperado de <https://www.guao.org/sites/default/files/biblioteca/Diferentes%20teor%C3%ADas%20del%20comercio%20internacional.pdf>

Grefa Shiguango, A. J. (2020). *Factores clave y generación de valor agregado a la producción de Guayusa Wiñak con perspectiva de exportación al mercado internacional* (Tesis de Ingeniería). Universidad Estatal del Sur de Manabí, Manabí, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/3068>

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. Recuperado de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

- Import Promotion Desk. (2020, Junio). Exportando Guayusa a Europa. *Conocimientos prácticos sobre el mercado de su producto*, 17. Recuperado de https://www.importpromotiondesk.com/fileadmin/user_upload/Publikationen/factsheet/zutaten/PFS_Guayusa_ES_v1.pdf
- International Monetary Fund. (2021). *World Economic Outlook Database* [Base de datos]. Recuperado de: <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/weo-database/2021/October/select-country-group>
- International Trade Map. (2021). *Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas* [Base de datos]. Recuperado de <https://www.trademap.org>
- Mankiw, G. (2012). *Principio de Economía* (6ª ed.). Cengage Learning Editores. Recuperado de <https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/bd2711c3969d92b67fcf71d844bcbaed.pdf>.
- Matthews, A. (2003). Integración Regional Y Seguridad Alimentaria en Países en Desarrollo. FAO. Recuperado de <https://www.fao.org/3/y4793s/y4793s00.htm#Contents>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (s.f.). Proyecto Nacional de Innovación Tecnológica Participativa y Productividad Agrícola (PITPPA). Ministerio de Agricultura y Ganadería. Recuperado de <https://www.agricultura.gob.ec/proyecto-nacional-de-innovacion-tecnologica-participativa-y-productividad-agricola-pitppa/>
- Mitre Camacho, S. (2014). *Introducción a los negocios internacionales*. Fernando Hernández Contreras. Recuperado de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1394/>
- Noboa Ramírez, K. E. (2016). *Plan de negocios para la exportación de Té de Guayusa hacia Italia-Roma* (Tesis de grado). Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.ute.edu.ec/xmlui/handle/123456789/18372>
- Oquendo Cruz, R. M., y Cevallos Holguín, C. J. (2020). *Perfil de mercado para la exportación de infusión de guayusa a Madrid -España* (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica

Santiago de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Recuperado de

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/15143>.

PRO ECUADOR. (s.f.). Página Principal. PRO ECUADOR. Recuperado de

<https://www.proecuador.gob.ec/>

Revista Líderes. (22 de enero de 2021). *Más productos de la industria agroalimentaria van al*

exterior. Recuperado de [https://www.revistalideres.ec/lideres/productos-industria-](https://www.revistalideres.ec/lideres/productos-industria-agroalimentaria-exterior-pymes.html)

[agroalimentaria-exterior-pymes.html](https://www.revistalideres.ec/lideres/productos-industria-agroalimentaria-exterior-pymes.html)

Sanabria Villafuerte, H. L. (2020). *Análisis de caso* (Tesis de grado). Universidad Técnica de

Machala, Ecuador. Recuperado de

[http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/15996/1/T-](http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/15996/1/T-3853_SANABRIA%20VILLAFUERTE%20H%c3%89CTOR%20LUIS.pdf)

[3853_SANABRIA%20VILLAFUERTE%20H%c3%89CTOR%20LUIS.pdf](http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/15996/1/T-3853_SANABRIA%20VILLAFUERTE%20H%c3%89CTOR%20LUIS.pdf)

Sánchez Galán, J. (2016). *PIB per cápita*. Recuperado de

<https://economipedia.com/definiciones/renta-pib-per-capita.html>

Silva Guerra, H., Corredor Velandia, C., Castellanos Ramírez, A., González Ortiz, J., y Rozas

Gutiérrez, S. (2012). *Negocios internacionales. Fundamentos y estrategias* (J. Lombana

Coy, Ed.). Universidad del Norte. Recuperado de

[https://books.google.com.ec/books?id=pYjJGBEdRrEC&printsec=frontcover&dq=negoci-](https://books.google.com.ec/books?id=pYjJGBEdRrEC&printsec=frontcover&dq=negocios+internacionales&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=negocios%20internacion)

[os+internacionales&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=negocios%20internacion](https://books.google.com.ec/books?id=pYjJGBEdRrEC&printsec=frontcover&dq=negocios+internacionales&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=negocios%20internacion)

Soledispa Pincay, S. D., y Solórzano Flores, B. S. (2021). *Determinación de los factores clave de*

éxito para la internacionalización del sector de industria de alimentos en el Ecuador

(Tesis de pregrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.

Recuperado de [http://201.159.223.180/bitstream/3317/17136/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-](http://201.159.223.180/bitstream/3317/17136/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-622.pdf)

[622.pdf](http://201.159.223.180/bitstream/3317/17136/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-622.pdf)

Viceministerio de Producción e Industrias. (s.f.). Viceministerio de Producción e Industrias.

Recuperado de <https://www.produccion.gob.ec/viceministerio-de-produccion-e-industrias/>

Villareal Larrinaga, O. (2005). La internacionalización de la empresa y la empresa multinacional:

una revisión conceptual contemporánea. Recuperado de

<http://www.ehu.eus/cuadernosdegestion/documentos/524.pdf>

Yépez Hidalgo, R. M. (2016). *Analizando la senda y los factores de crecimiento del Ecuador desde*

1965 hasta el año 2013 (Tesis de Economista). Universidad Central del Ecuador, Quito,

Ecuador. Recuperado de [http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/8791/1/T-](http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/8791/1/T-UCE-0005-099-2016.pdf)

[UCE-0005-099-2016.pdf](http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/8791/1/T-UCE-0005-099-2016.pdf)