



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE  
DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN  
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA  
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR**

**TEMA**

**EXPORTACIÓN DE MADERA DE Balsa ECUATORIANA HACIA EL  
MERCADO CHINO**

**TUTOR**

**MGTR. SOZORANGA SANDOVAL HERMAN VLADIMIR**

**AUTORES**

**GUAMÁN MORAN NALIA DALILA**

**TIGUA LÓPEZ SARA ANA**

**GUAYAQUIL**

**2022**

<b>REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>	
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS</b>	
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b> Exportación de madera de balsa Ecuatoriana hacia el Mercado Chino.	
<b>AUTOR/ES:</b> Guamán Moran Nalia Dalila Tigua López Sara Ana	<b>REVISORES O TUTORES:</b> Mgtr. Sozorange Sandoval Herman Vladimir
<b>INSTITUCIÓN:</b> Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil	<b>Grado obtenido:</b> Licenciado en Comercio Exterior
<b>FACULTAD:</b> Administración	<b>CARRERA:</b> Comercio Exterior
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b> 2022	<b>N. DE PAGINAS:</b> 81 paginas
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b> Educación comercial y administración	
<b>PALABRAS CLAVE:</b> Exportaciones, madera de balsa, China, comercio internacional, política comercial.	
<b>RESUMEN:</b> El objetivo del presente trabajo de investigación fue de analizar las exportaciones de madera de balsa ecuatoriana hacia el mercado chino por medio del método comparativo durante el periodo 2017-2020. A través del estudio descriptivo se busca realizar una explicación de cómo han ido evolucionando las exportaciones de la madera de balsa de Ecuador en China de manera que se pueda entrar en detalle si hubo un aumento o disminución de estas. Se pudo conocer que las exportaciones promedio mensuales de la madera de balsa desde Ecuador hacia China en el 2017 hasta el 2019 fueron de 2.44 millones de dólares hasta 6.94 millones de dólares al 2019. Para el 2020 las mismas tuvieron un repunte de 28.73 millones de dólares. A partir de ello, se aplicó la prueba de	

diferencias de medias para poder conocer si de forma estadística, la media de las exportaciones de madera de balsa del 2020 es diferente a la de años anteriores.		
<b>N. DE REGISTRO (en base de datos):</b>	<b>N. DE CLASIFICACIÓN:</b>	
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b> Guamán Moran Nalia Dalila Tigua López Sara Ana	<b>Teléfono:</b> +593 98 522 4920 +593 99 481 7443	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:nguamanm@ulvr.edu.ec">nguamanm@ulvr.edu.ec</a> <a href="mailto:stigual@ulvr.edu.ec">stigual@ulvr.edu.ec</a>
<b>CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:</b>	DECANO, FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Mgtr. OSCAR MACHADO ÁLVAREZ Teléfono: 2596500 Ext. 201 <a href="mailto:omachadoa@ulvr.edu.ec">omachadoa@ulvr.edu.ec</a> DIRECTORA, CARRERA COMERCIO EXTERIOR PHD. MÓNICA VILLAMAR MENDOZA Teléfono: 2596500 Ext. 264 <a href="mailto:mwillamarm@ulvr.edu.ec">mwillamarm@ulvr.edu.ec</a>	

# CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

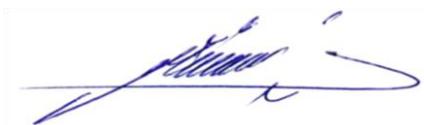
## EXPORTACIÓN DE MADERA DE Balsa ECUATORIANA

### INFORME DE ORIGINALIDAD

<b>9%</b>	<b>8%</b>	<b>2%</b>	<b>4%</b>
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

<b>1</b>	<b>repositorio.uasb.edu.ec</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>2</b>	<b>terminosesconomicos.win</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>repositorio.unemi.edu.ec</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>es.wikicore.net</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>es.coin-investments.com</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>dominiodelasciencias.com</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>Submitted to Unidad Educativa Particular Javier</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>lanacion.com.ec</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>9</b>	<b>rus.ucf.edu.cu</b> Fuente de Internet	



## DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los estudiantes egresados GUAMÁN MORAN NALIA DALILA y TIGUA LÓPEZ SARA ANA, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, EXPORTACIÓN DE MADERA DE Balsa ECUATORIANA HACIA EL MERCADO CHINO, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

Autor(es)



Firma:

GUAMÁN MORAN NALIA DALILA

C.I. 0958882375



Firma:

TIGUA LÓPEZ SARA ANA

C.I. 0954590402

## **CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación EXPORTACIÓN DE MADERA DE Balsa ECUATORIANA HACIA EL MERCADO CHINO, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de la facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

### **CERTIFICO:**

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: Investigación EXPORTACIÓN DE MADERA DE Balsa ECUATORIANA HACIA EL MERCADO CHINO, presentado por los estudiantes GUAMÁN MORAN NALIA DALILA y TIGUA LÓPEZ SARA ANA como requisito previo, para optar al Título de LICENCIADO EN COMERCIO EXTERIOR, encontrándose apto para su sustentación.



Firma:

SOZORANGA SANDOVAL HERMAN VLADIMIR

C.C. 07034408542

## **DEDICATORIA**

Dedicado especialmente a mi “madre” que está en el cielo, a ella que me enseñó a valorar la educación y también a superar las adversidades de la vida gracias a la gran misericordia de Dios.

**Guamán Moran Nalia Dalila**

Dedicado eternamente a mi Dios y Padre Celestial, por permitirme culminar en su inmensa misericordia este gran reto profesional, a mi eterna luchadora y amada madre Rosa Emilia López Basurto, quien siempre me apoya y bendice en sus oraciones.

**Tigua López Sara Ana**

## **AGRADECIMIENTO**

Primero a Dios, luego a mi madre que está en el cielo, a mi familia que con su ayuda han permitido que yo llegue hasta aquí y un especial agradecimiento a esta prestigiosa Institución de Educación Superior Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil que me ha forjado como profesional, no solo con conocimientos, sino también con ética y valores.

**Guamán Moran Nalia Dalila**

Especial agradecimiento a Dios, mi madre Rosa Emilia López Basurto, a mi familia, a mis amigos que extendieron su mano de apoyo durante todo este proceso, y a mi Alma Mater Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, por nutrirme de conocimientos y prepararme para enfrentar la vida y su entorno profesional.

**Tigua López Sara Ana**

## ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS	xiv
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	2
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	2
1.1 Tema	2
1.2 Planteamiento del Problema	2
1.3 Formulación del Problema	3
1.4 Sistematización del Problema	3
1.5 Objetivo General	3
1.6 Objetivos Específicos	3
1.7 Justificación	4
1.8 Delimitación del Problema	4
1.9 Idea a Defender	5
1.10 Línea de Investigación Institucional/Facultad	5
CAPÍTULO II	6
MARCO TEÓRICO	6
2.1 Marco Teórico	6
2.1.1 Comercio internacional	6
2.1.2 Teorías del comercio internacional	7
2.1.3 Ventaja de costo absoluto	7
2.1.4 Teoría de la ventaja comparativa de costos	7

2.1.5	Concepto de internacionalización	8
2.1.6	El modelo de Uppsala	10
2.1.7	Teoría de la internacionalización de redes	11
2.1.8	Las nuevas empresas y la globalización	12
2.1.9	Aranceles	13
2.1.10	Barreras no arancelarias	14
2.1.11	Tipos de barreras no arancelarias	14
2.1.12	La cláusula de la nación más favorecida	16
2.1.13	La cláusula de "trato nacional"	17
2.1.14	Acuerdos comerciales multilaterales	18
2.1.15	El Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio	18
2.1.16	La Organización Mundial del Comercio (OMC)	18
2.1.17	Madera de Balsa	19
2.1.18	Características	19
2.1.19	Usos	21
2.1.20	Ventajas	22
2.1.21	Desventajas	22
2.1.22	Ley de la oferta y la demanda	23
2.1.23	Demanda	23
2.1.24	Oferta	24
2.1.25	Curvas de oferta y demanda	24
2.1.26	Desplazamientos y movimiento	25
2.2	Marco Conceptual	25
2.3	Marco Legal	26
2.3.1	Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)26	

CAPÍTULO III	29
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	29
3.1    Metodología	29
3.2    Tipo de investigación	29
3.3    Enfoque	29
3.4    Técnica e instrumentos	29
3.4.1    Entrevista	30
3.4.2    Observación	30
3.4.3    Encuesta	30
3.5    Población	31
3.6    Muestra	31
3.7    Análisis de resultados	32
3.7.1    Resultados de encuesta	32
3.7.2    Resultados de entrevista	41
3.7.2.1    Entrevista a personas versadas del tema de exportación de madera de balsa	41
3.7.2.2    Entrevista a funcionario del ministerio de comercio exterior	43
3.7.3    Políticas de comercio internacional implementadas entre Ecuador y China durante el periodo 2017-2020.	44
3.7.4    Exportaciones de madera de balsa	46
CAPÍTULO IV INFORME FINAL	51
CONCLUSIONES	53
RECOMENDACIONES	54
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	55
ANEXOS	64

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Crecimiento de exportaciones	32
Tabla 2. Forma de comercialización de la madera	33
Tabla 3.Sistema de exportación	34
Tabla 4.Principal destino de exportación	35
Tabla 5.Opciones de mejora de exportaciones	36
Tabla 6.Recursos financieros	37
Tabla 7.Opinión de manejo logístico	38
Tabla 8. Conocimientos de requisitos de exportaciones a China	39
Tabla 9.Estrategias de internacionalización	40
Tabla 10.Estadísticas descriptivas exportaciones mensuales de madera de balsa	49
Tabla 11.Diferencia de medias	50

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Crecimiento de exportaciones	32
Figura 2. Forma de comercialización de la madera	33
Figura 3. Sistema de exportación	34
Figura 4. Principal destino de exportación	35
Figura 5. Opciones de mejora de exportaciones	36
Figura 6. Recursos financieros	37
Figura 7. Opinión de manejo logístico	38
Figura 8. Conocimientos de requisitos de exportaciones a China	39
Figura 9. Estrategias de internacionalización	40
Figura 10. Exportaciones globales de madera de balsa 2017-2020	46
Figura 11. Participación de exportaciones de madera de balsa	47
Figura 12. Exportaciones de madera de balsa de Ecuador a China valores FOB	48
Figura 13. Exportaciones de madera de balsa de Ecuador a China en toneladas	49

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1.Formato encuesta exportadores	64
Anexo 2.Formato de entrevista a personas versadas del tema de exportación de madera de balsa	66
Anexo 3.Formato de preguntas hacia funcionario del ministerio de comercio exterior	67

## INTRODUCCIÓN

La madera de balsa (*Ochroma pyramidale*) conocida por su uso en la industria de construcción y varios sectores que utilizan la madera como materia prima. Su bajo precio, amplia temperatura de funcionamiento, alta resistencia al impacto, buen aislamiento acústico y térmico, y excelente resistencia a la fatiga lo convierten en un producto atractivo para los fabricantes (Midgley, Blyth, Howcroft, Midgley, & Brown, 2010).

En Ecuador, las plantaciones comerciales se establecieron en 1937 y se han extendido por las provincias de Santo Domingo de los Tsáchilas, Cotopaxi, Esmeraldas y especialmente en Los Ríos. Las favorables condiciones geográficas, climáticas, hidrográficas y orográficas permiten cosechar entre 4 y 5 años después de la siembra (Stilwell, Smith, Cognato, Martinez, & Flowers, 2014).

En el mercado internacional, la madera de balsa es reconocida por sus características naturales, técnicas y de calidad, y los bloques debido a esto tienen una gran demanda. En este sentido, uno de los principales socios de Ecuador para la venta del producto es China ya que, en los últimos años, China ha abarcado más de la mitad de las exportaciones del producto ecuatoriano. Por lo anteriormente descrito, el presente trabajo de investigación busca analizar las exportaciones de madera de balsa ecuatoriana hacia el mercado chino por medio del método comparativo durante el periodo 2017-2020.

En base a lo anteriormente descrito, el documento se estructura de la siguiente manera: En el capítulo uno se detalla el planteamiento del problema y los objetivos de estudio. En el segundo capítulo se discuten las distintas teorías vinculadas al comercio internacional. En capítulo tres se describe la metodología utilizada para dar cumplimiento al objetivo de investigación. Finalmente, en el capítulo cuatro se redacta el informe final que resume los principales resultados, para así concluir y establecer las recomendaciones.

# CAPÍTULO I

## DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.1 Tema

Exportación de madera de balsa ecuatoriana hacia el Mercado Chino.

### 1.2 Planteamiento del Problema

La pandemia de COVID-19 ha perjudicado la economía mundial acarreando graves consecuencias que afectan a todas las comunidades e individuos. Moviéndose rápidamente a través de las fronteras, a lo largo de las principales arterias de la economía global, la propagación del virus se ha beneficiado de la interconexión subyacente y las debilidades de la globalización, catapultando una crisis de salud global a un shock económico mundial que ha golpeado a los más vulnerables.

En Sudamérica, se concentran el 77% de las exportaciones mundiales de madera de balsa, siendo los principales clientes Estados Unidos, la Unión Europea y China. Estando este último como el principal destino de las exportaciones ecuatorianas abarcando una participación superior del 50% (Trademap, 2020). Este producto es adquirido por países desarrollados que, al no ser productores, importan esta materia prima, procesan y exportan con un valor añadido o para fabricar las aspas de los aerogeneradores, necesarios para la producción de energía mediante el viento, es decir utilizado en la industria eólica como es el caso de China.

Ecuador se ha caracterizado por poseer una industria extractivista que se encarga de la explotación y comercialización de sus recursos naturales, entre los cuales se destaca la producción del petróleo, banano, café, cacao, rosas, entre otros. Si bien es cierto que, en Ecuador el cultivo de madera de balsa se realiza especialmente en la región Costa (exceptuando Pichincha) (Játiva, 2017), esto se debe a que el país tiene las condiciones climáticas favorables para el cultivo de la madera de balsa.

La producción de madera de balsa con el pasar del tiempo ha presentado un importante incremento en su demanda en el mercado chino, debido a que es utilizado para realizar mueblería, artesanías, marquetería, construcción etc. (Salazar, 2018).

No obstante, la historia ha demostrado que el mercado no es estático, cambia de acuerdo al contexto global, debido a los diferentes factores que lo afectan, tales como: políticas comerciales, acuerdos internacionales, etc. De tal manera que es incierto considerar que el actual nivel de exportaciones de la madera de balsa seguirá siendo rentable en el mercado chino ya sea a corto, mediano o largo plazo.

### **1.3 Formulación del Problema**

¿Cuál es el impacto económico de las exportaciones de madera de balsa ecuatoriana hacia el mercado chino durante el periodo 2017 -2020?

### **1.4 Sistematización del Problema**

- ¿Cuáles son las fuentes teóricas y documentales necesarios para a la exportación de madera de balsa desde Ecuador?
- ¿Cómo se puede evidenciar el desarrollo de las exportaciones de madera de balsa de Ecuador a China durante el periodo 2017 – 2020?
- ¿Cuál es la capacidad productiva de madera de balsa para satisfacer la demanda del mercado chino?

### **1.5 Objetivo General**

Analizar las exportaciones de madera de balsa ecuatoriana en el mercado chino, por medio del método comparativo durante el periodo 2017 – 2020, para la determinación del comportamiento económico de este producto y sus posibles consecuencias.

### **1.6 Objetivos Específicos**

- Recopilar fuentes teóricas y documentales, correspondiente a la exportación de madera de balsa hacia China.

- Realizar un estudio descriptivo donde se muestre el desarrollo de las exportaciones de madera de balsa de Ecuador a China durante el periodo 2017 – 2020.
- Determinar la capacidad de producción para la exportación de madera de balsa desde el territorio ecuatoriano hacia China.

### **1.7 Justificación**

Desde que comenzó el comercio, hasta la actualidad, los países se suman progresivamente al intercambio comercial porque se ha demostrado que esta actividad tiene un efecto significativo en el crecimiento económico y mejora la calidad de vida de los ciudadanos (Lee & Guo, 2017). Sin embargo, es importante considerar las limitaciones del comercio internacional, que establecen que no se pueden permitir operaciones 100% libres ya que esto afectaría en gran medida a las naciones subdesarrolladas. Si bien el comercio internacional genera beneficios sobre la riqueza y el acceso a nuevos y mejores productos, también se señala como una de las causas de mayor desigualdad en el mundo, considerando que los flujos de riqueza se concentran mayoritariamente en los dueños del capital.

Las grandes industrias y las pequeñas empresas basadas en productos forestales, como es el caso de la madera de balsa ecuatoriana, son una fuente de ingresos y empleo considerables. Menos reconocidos, pero también significativos, son el empleo y los ingresos asociados con el manejo de bosques naturales o plantaciones. Las exportaciones de productos forestales primarios y, cada vez más, de valor agregado (madera y no madera) generan importantes divisas para el país. De aquí radica la importancia del presente trabajo, al ser China el principal socio de Ecuador en lo que respecta a la madera de balsa, un cambio en el nivel de las exportaciones de la madera influirá en los productores locales de la madera de balsa en términos de ingresos, fuentes de empleo, etc.

### **1.8 Delimitación del Problema**

El presente proyecto de investigación, abarca el planteamiento y elaboración de un análisis comparativo de las exportaciones de madera balsa, teniendo como país

de destino China dentro del periodo 2017-2020, mediante la indagación de datos estadísticos de la comercialización y exportación de madera de balsa.

### **1.9 Idea a Defender**

Existe un aumento en las exportaciones de madera de balsa hacia el mercado chino en el periodo 2017-2020.

### **1.10 Línea de Investigación Institucional/Facultad**

- Línea de investigación institucional: Desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables.
- Líneas de facultad: Desarrollo empresarial y del talento humano Marketing, comercio y negocios globales.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Marco Teórico**

##### **2.1.1 Comercio internacional**

El comercio internacional es el intercambio de capital, bienes y servicios a través de fronteras o territorios internacionales porque existe una necesidad o un deseo de bienes o servicios. En la mayoría de los países, este comercio representa una parte significativa del producto interno bruto (PIB). Si bien el comercio internacional ha existido a lo largo de la historia, su importancia económica, social y política ha ido en aumento en los últimos siglos. Realizar comercio a nivel internacional es un proceso complejo en comparación con el comercio nacional (Senga, Fujimoto, & Tabuchi, 2017).

Cuando el comercio tiene lugar entre dos o más estados, factores como la moneda, las políticas gubernamentales, la economía, el sistema judicial, las leyes y los mercados influyen en el comercio. Para suavizar y justificar el proceso de comercio entre países de diferente nivel económico, se formaron algunas organizaciones económicas internacionales, como la Organización Mundial del Comercio. Estas organizaciones trabajan para la facilitación y el crecimiento del comercio internacional. Los servicios estadísticos de las organizaciones intergubernamentales y supranacionales y los organismos gubernamentales de estadística publican estadísticas oficiales sobre el comercio internacional (Rodríguez, 2019).

Un producto que se transfiere o vende de una parte en un país a una parte en otro país es una exportación del país de origen y una importación al país que recibe ese producto. Las importaciones y exportaciones se contabilizan en la cuenta corriente de un país en la balanza de pagos. El comercio mundial puede brindar a los consumidores y países la oportunidad de estar expuestos a nuevos mercados y productos. Casi todo tipo de producto se puede encontrar en el mercado internacional, por ejemplo: alimentos, ropa, repuestos, aceite, joyería, vino, acciones, divisas y agua (Helble & Shepherd, 2017).

### **2.1.2 Teorías del comercio internacional**

Con el tiempo, los economistas han establecido teorías que explican el comercio mundial. Estas teorías explican qué sucede exactamente en el Comercio Internacional. De las cuales se tomó las siguientes:

### **2.1.3 Ventaja de costo absoluto**

Esta teoría fue desarrollada por Adam Smith, él fue el padre de la Economía Moderna. Esta teoría surgió como una fuerte reacción contra las visiones mercantilistas proteccionistas sobre el comercio internacional. Adam Smith apoyó la necesidad del libre comercio como la única garantía para la expansión del comercio. Dijo que un país solo debe producir aquellos productos en los que tiene una ventaja absoluta. Según Smith, el libre comercio promovió la división internacional del trabajo. Mediante la especialización y la división del trabajo, los productores con diferentes ventajas absolutas siempre pueden ganar sobre la producción en la lejanía. Hizo hincapié en producir aquello en lo que un país se especializa para que pueda producir más a menor costo que otros países. Esta teoría dice que un país debe exportar un producto en el que tiene una ventaja de costos.

La teoría de Adam especificaba que la prosperidad de un país no debe estar premeditada por la cantidad de oro y otros metales preciosos que tenga, sino por el nivel de vida de sus ciudadanos.

### **2.1.4 Teoría de la ventaja comparativa de costos**

La teoría de costos comparativos fue dada por primera vez por David Ricardo. Más tarde fue pulido por Mill, Marshall, Taussig y otros. Ricardo dijo que la ventaja absoluta no es necesaria. También dijo que un país producirá donde haya una ventaja comparativa (Bellino & Fratini, 2021).

La teoría sugiere que cada país debe concentrarse en la producción de aquellos productos en los que tiene la mayor ventaja o la menor desventaja. Por lo tanto, un estado exportará aquellos suministros en los que tenga mayores beneficios e importará aquellos en los que tenga menos inconvenientes. La ventaja comparativa surge cuando un país no puede producir un producto de manera más competente

que otro país; sin embargo, tiene los recursos para fabricar ese producto con más habilidad que otros productos.

Las teorías discutidas anteriormente han ayudado a los economistas, el gobierno y las industrias a comprender el comercio internacional de una manera más saludable. La visión mercantilista dominó en los siglos XVII y XVIII. Los mercantilistas sostenían que el comercio no es libre y que su principal era conseguir excedentes. Sin embargo, no abordaron varios problemas. Adam Smith se opuso a la Teoría Mercantilista y destacó la importancia del libre comercio para aumentar la prosperidad de las naciones. La teoría de Smith fue criticada por David Ricardo y otros. Según Ricardo, cada nación debe enfocarse en la producción de aquellos bienes que más rindan. Heckscher - ohlin explicó el comercio de base con respecto a las dotaciones de factores. La teoría de Vernon analizó el efecto de los cambios técnicos en el patrón del comercio internacional.

La teoría mercantilista, la teoría de la ventaja de costos y la teoría de la ventaja comparativa asumían sólo dos mercancías, factores y países, y el resto de los factores como constantes. Por otro lado, las Nuevas teorías que consisten en la Teoría de la Vida del Producto y el Diamante de Porter se basan en suposiciones más explicables, que hablan de cambios en los factores. Por lo tanto, las nuevas teorías explican mejor el patrón del comercio mundial actual.

### **2.1.5 Concepto de internacionalización**

Como se registró en un artículo fundamental de Hayes y Abernathy (1980), el desempeño del déficit comercial de una nación no siempre puede explicarse por fenómenos macroeconómicos. Es necesario reconocer que el papel del empresario influye en la explicación de las actividades comerciales internacionales de una nación. Dado que una economía puede comprender varias industrias que albergan una variedad de empresas, parece razonable que el rol de los tomadores de decisiones dentro de tales organizaciones pueda, colectivamente, proporcionar una contribución sustancial al desempeño económico. En contraste con las teorías del comercio internacional, descritas anteriormente, las teorías de la internacionalización tratan de explicar cómo y por qué la empresa se involucra en

actividades en el extranjero y, en particular, cómo se puede conceptualizar la naturaleza dinámica de tal comportamiento.

La internacionalización se describe como el movimiento hacia el exterior de las operaciones de una empresa. Sin embargo, esta expresión podría enriquecerse para describir la internacionalización como el proceso de participación creciente en operaciones internacionales (Alcácer, Cantwell, & Piscitello, 2016). Esta última definición tiene en cuenta el crecimiento tanto hacia el interior como hacia el exterior de las empresas internacionales. Por ejemplo, el crecimiento del comercio de compensación, en forma de acuerdos de trueque o recompra, ilustra claramente la forma en que el crecimiento hacia el exterior se relaciona con el crecimiento hacia el interior (Castaño, Méndez, & Galindo, 2016).

El proceso de internacionalización de las empresas ha sido objeto de una amplia atención e investigación empírica (Aguilera, Crespí, Infantes, & Pascual, 2020). Welch y Luostarinen (1988) han revisado exhaustivamente esta literatura y han llegado a la conclusión de que existe una amplia gama de caminos potenciales que cualquier empresa podría tomar en la internacionalización (Gammeltoft & Cuervo, 2021). Una variedad de enfoques y perspectivas han contribuido a la comprensión contemporánea de la internacionalización de las empresas. Por ejemplo, se han formulado modelos económicos, econométricos, organizativos, de marketing y de gestión que ayudan a explicar los problemas estructurales y de comportamiento que subyacen a la teoría de la internacionalización (Gammeltoft & Cuervo, 2021). Sin embargo, a pesar de tal profusión de interés por parte de estos académicos, un enfoque ha desarrollado un importante cuerpo de literatura sobre el tema de la internacionalización: el desarrollo de las exportaciones.

Dado que las actividades exportadoras de la empresa cambian constantemente, el modo de comportamiento exportador, naturalmente, tiende a ser el desarrollo y un gran número de estudios han adoptado este marco de referencia al estudiar la dinámica y evolución de las empresas proceso de internacionalización (Samiee & Chirapanda, 2019). Se ha sostenido que la literatura relacionada con la internacionalización, desde una perspectiva de desarrollo exportador, es probablemente una de las áreas de conocimiento más avanzadas y maduras en los negocios internacionales (Crick, Crick, & Chaudhry, 2020). Esto se debe

principalmente a que estos estudios sintetizan muchos de los conceptos desagregados en el área y dedican su atención a preguntas desafiantes como: qué factores determinan el avance de la empresa en el camino de la internacionalización; cuáles son las fases que caracterizan el proceso exportador; y cuáles son los ingredientes de un patrón típico de comportamiento exportador.

Esta sección conceptual describe un área importante de la literatura empresarial internacional que resume el desarrollo de las teorías de la internacionalización, donde se organiza de la siguiente manera: modelo de Uppsala, el paradigma ecléctico, la teoría de redes y las empresas nacidas a nivel mundial.

### **2.1.6 El modelo de Uppsala**

Algunos investigadores han identificado el "modelo de etapas" como una orientación determinista de valor limitado. Los límites teóricos del modelo, la capacidad para explicar el fenómeno y la implementación de la internacionalización necesitan ser investigados más a fondo sobre una línea longitudinal, mirando el poder explicativo y la congruencia entre lo teórico y lo empírico (Verbeke, 2020).

Forsgren (2015) criticó los modelos de comportamiento del proceso de internacionalización, como el modelo de Uppsala, donde el conocimiento y el aprendizaje tienen un impacto profundo en la forma en que la empresa accede a los mercados externos. Aunque desde su introducción este modelo ha sido utilizado por muchos investigadores, su enfoque se ha limitado al conocimiento del proceso de internacionalización de la firma. Sin embargo, el conocimiento es un concepto crucial en el modelo, ya que incide en la predicción del comportamiento de la empresa a la hora de internacionalizarse. Por otra parte, una conclusión básica de varios estudios sobre el ingreso a mercados extranjeros se centra en la falta de conocimiento y experiencia (que solo se adquiere a través de las operaciones actuales en el exterior).

La teoría de la internacionalización basada en procesos ha sido examinada por varios investigadores, principalmente abordando su idoneidad para explicar las primeras etapas de la internacionalización de las PYME (Welch & Luostarinen, 1988). Esta teoría, que es un hito crucial en la investigación empresarial internacional, ha sido revisada desde entonces por Johanson y Vahlne (2003),

quienes propusieron un modelo integrador (basándose en el modelo de red y el proceso basado en modelos).

Basado en el modelo de Uppsala, el trabajo de Figueira-de-Lemos, Johanson y Vahlne (2011) desarrolló la perspectiva de la gestión de riesgos y su implicación para el análisis de las etapas de internacionalización de las empresas. Mostraron que, durante el proceso de internacionalización, el nivel de riesgo cambia como resultado de cambios de incertidumbre y el nivel de compromiso.

En definitiva, podemos decir que, en el modelo de internacionalización de las etapas de Uppsala, la firma aumenta paulatinamente su participación internacional (información y experiencia). El modelo básicamente contempla las siguientes etapas:

- Sin actividades de exportación regulares
- Exportación a través de representantes independientes (agentes o distribuidores)
- Establecimiento de una filial de ventas en el extranjero
- Establecimiento de unidades de producción / fabricaciones extranjeras.

### **2.1.7 Teoría de la internacionalización de redes**

La teoría de redes surge del trabajo realizado por investigadores del Grupo de Compras y Marketing Industrial (IMP) (Brito & Silva, 2009), pero rápidamente ganó popularidad en la literatura empresarial internacional. Esta teoría tiene como objetivo analizar y comprender los sistemas industriales a través de tres variables:

- Actores (individuos, empresas o grupos)
- Actividades
- Recursos (recursos físicos como materiales, equipos, edificios; recursos financieros; recursos humanos; y recursos intangibles, por ejemplo, conocimiento, imagen de marca).

La teoría de redes de internacionalización es una expansión de la teoría del proceso de internacionalización (modelo de Uppsala) y describe los mercados industriales de las PYME como redes de empresas, basándose en la teoría de la dependencia de recursos. El supuesto básico de esta teoría se basa en la afirmación de que los actores (empresas) dependen de recursos controlados por otras partes. El acceso a los recursos y la construcción de relaciones representan el proceso de consumo de recursos. Dado que el objetivo de la empresa es sobrevivir, la internacionalización es una forma de aumentar las posibilidades de supervivencia, tanto en el corto como en el mediano plazo (Éltető & Udvari, 2019).

La unidad de análisis en la teoría basada en redes ya no es la empresa. En cambio, la atención se centra en la relación entre varios actores, como competidores, proveedores, clientes y distribuidores, que componen la red general (Éltető & Udvari, 2019). La teoría de redes se utiliza especialmente para explicar la internacionalización de las PYME y se aplica en la investigación sobre el espíritu empresarial internacional.

#### **2.1.8 Las nuevas empresas y la globalización**

Los rápidos cambios en los negocios y la economía global obligaron a las empresas a acelerar las estrategias de entrada al mercado internacional, que no son captadas por los modelos incrementales y tradicionales. A pesar de los esfuerzos por desarrollar nuevos trabajos, modelos, teorías y evidencias en el área de la internacionalización empresarial, estos desarrollos teóricos no han coincidido con la economía de rápido desarrollo (Fernandes, Ferreira, Lobo, & Raposo, 2020).

El entorno global emergente sustenta varios estudios que analizan a las PYME y los emprendedores, ya que ya no compiten únicamente en sus mercados nacionales. Como tal, la investigación sobre el emprendimiento internacional creció dramáticamente como resultado de su multiplicidad de enfoques alternativos que abandonaron los modelos transaccionales jerárquicos para adoptar modelos relacionales basados en redes, en los que la información, el conocimiento y la tecnología forman parte de una perspectiva de gestión simbiótica centrada en un mundo de redes multipolares (Kim & Cavusgil, 2020).

Las nuevas empresas internacionales, o nacidas globales, son los fenómenos más recientes de la internacionalización. Esta innovación se basa en las primeras etapas del proceso de internacionalización, reflejando la insuficiencia de las teorías establecidas de la internacionalización para explicar los 'nuevos' fenómenos (Catanzaro, Messeghem, & Sammut, 2011).

### **2.1.9 Aranceles**

En economía, un arancel es un tipo de impuesto recaudado por un estado. A menudo se asocia con las aduanas, en cuyo contexto también se les conoce como aranceles o derechos. El término se utiliza a menudo para describir un impuesto sobre determinados artículos comprados en el extranjero. Propiamente, un arancel difiere de un impuesto en que se recauda sobre productos básicos, transacciones financieras, propiedades, etc. específicos, y no sobre individuos (Ruiz, 2020). Los derechos pueden ser derechos de importación, impuestos especiales, derechos de timbre, derechos de sucesión o muerte, etc; pero no imposiciones directas como los impuestos sobre la renta de las personas físicas.

Las tasas de derechos de aduana son un porcentaje determinado por el valor total de las mercancías pagadas en otro país. La calidad, tamaño o peso del producto no son factores determinantes (Padin, 2019). La intención de esta forma de deber es proporcionar una manera de protección comercial para los trabajos, la economía, el medio ambiente y otros intereses de cada país mediante el control de la entrada y salida de mercancías. Se pueden imponer aranceles sobre mercancías restrictivas y prohibidas que se envían dentro y fuera de un país. La imposición y recaudación de derechos también contribuyen a contribuir al fondo común de ingresos de una nación.

A diferencia de otros impuestos, los objetivos arancelarios no se recaudan tanto, sino más bien convincentes. Los aranceles aplicados a ciertos bienes generalmente aumentan sus precios, lo que resulta en un consumo menor de lo esperado de bienes importados, lo que resulta en menores importaciones. Esto favorece la producción y la industria del país y mejora la balanza de pagos del país. Pero si bien, en principio, revivir la industria de un país parece una política proteccionista ideal, la verdad es que existen problemas únicos al aplicar aranceles a todos los bienes

importados de una manera común. El más importante de todos es la reciprocidad. Es decir, el país de origen de las mercancías aplica tasas similares, lo que reduce las exportaciones a las mercancías (Krugman, Obstfeld, & Melitz, 2018).

### **2.1.10 Barreras no arancelarias**

Son barreras comerciales que restringen la importación o exportación de bienes por medios distintos a los aranceles. La Organización Mundial del Comercio (OMC) identifica varias barreras no arancelarias al comercio, que incluyen licencias de importación, inspecciones previas al envío, reglas de origen, retrasos personalizados y otros mecanismos que previenen o restringen el comercio (Lobyrev, 2018). Los países desarrollados utilizan barreras no arancelarias como estrategia económica para controlar el nivel de comercio que realizan con otros países. Al tomar decisiones sobre las barreras no arancelarias a implementar en el comercio internacional, los países basan las barreras en la disponibilidad de bienes y servicios para la importación y exportación, así como las alianzas políticas existentes con otros socios comerciales (Peters & Peters, 2017).

Los países desarrollados pueden optar por liberar a otros países de estar sujetos a impuestos adicionales sobre bienes importados o exportados y, en su lugar, crear otras barreras no arancelarias con un efecto monetario diferente.

### **2.1.11 Tipos de barreras no arancelarias**

Las barreras no arancelarias pueden adoptar las siguientes formas:

- **Barreras proteccionistas:** Las barreras proteccionistas están diseñadas para proteger ciertos sectores de las industrias nacionales a expensas de otros países. Las restricciones dificultan que otros países compitan favorablemente con los bienes y servicios de producción local. Los obstáculos pueden adoptar la forma de requisitos de licencia, asignación de contingentes, derechos antidumping, depósitos de importación, etc. (Winham, 2019).
- **Políticas de asistencia:** Aunque las políticas de asistencia están diseñadas para proteger a las empresas y empresas nacionales, no

restringen directamente el comercio con otros países, pero implementan acciones que pueden impedir el libre comercio con otros países (Burke, 2019). Los ejemplos de barreras de asistencia incluyen procedimientos personalizados, requisitos de empaque y etiquetado, estándares y normas técnicas, estándares sanitarios, etc.

- Políticas no proteccionistas: Las políticas no proteccionistas no están diseñadas para restringir directamente la importación o exportación de bienes y servicios, pero los resultados generales pueden conducir a restricciones de libre comercio. Las políticas están diseñadas principalmente para proteger la salud y seguridad de personas y animales mientras se mantiene la integridad del medio ambiente (Rojas, 2017).
- Acuerdos comerciales: Un acuerdo comercial (también conocido como pacto comercial) es un tratado de impuestos, aranceles y comercio de amplio alcance que a menudo incluye garantías de inversión. Existe cuando dos o más países acuerdan términos que les ayudan a comerciar entre ellos. Los acuerdos comerciales más comunes son de tipo preferencial y de libre comercio, los cuales se concluyen con el fin de reducir (o eliminar) aranceles, cuotas y otras restricciones comerciales sobre los artículos comercializados entre los signatarios (Herreros, 2019).
- Acuerdos comerciales bilaterales: El comercio bilateral es el intercambio de bienes entre dos naciones que promueven el comercio y la inversión. Los dos países reducirán o eliminarán aranceles, cuotas de importación, restricciones a las exportaciones y otras barreras comerciales para fomentar el comercio y la inversión. Los propósitos de los acuerdos comerciales bilaterales son extender el acceso entre los mercados de los dos países y aumentar su crecimiento económico (Sánchez, 2018).
- Reciprocidad: En el comercio internacional, el otorgamiento de concesiones mutuas en tarifas, cuotas u otras restricciones comerciales.

La reciprocidad implica que no se pretende ni se espera que estas concesiones se generalicen a otros países con los que las partes contratantes tienen tratados comerciales. Se pueden realizar acuerdos de reciprocidad entre países individuales o grupos de países. La extensión lógica de la reciprocidad es el desarrollo de una unión aduanera completa (por ejemplo, la Unión Europea) que elimina mediante concesiones mutuas progresivas todos los aranceles y otras restricciones entre los países participantes.

La membresía en la Organización Mundial del Comercio (OMC) excluye hasta cierto punto el establecimiento de tratados de reciprocidad, porque los países miembros de la OMC asumen la obligación de otorgar a todos los demás miembros el trato de nación más favorecida (extensión a los países miembros de todas las concesiones comerciales hechas a los no miembros) (Núñez, 2017).

#### **2.1.12 La cláusula de la nación más favorecida**

En las relaciones económicas internacionales y la política internacional, la nación más favorecida (NMF) es un estado o nivel de trato otorgado por un estado a otro en el comercio internacional. El término significa que el país que recibe este tratamiento debe recibir nominalmente las mismas ventajas comerciales que la "nación más favorecida" del país que otorga dicho tratamiento (las ventajas comerciales incluyen aranceles bajos o cuotas de importación elevadas). En efecto, un país al que se le ha concedido la condición de NMF no puede recibir un trato menos ventajoso que cualquier otro país con la condición de NMF por parte del país promotor. Existe un debate en los círculos jurídicos sobre si las cláusulas NMF de los tratados bilaterales de inversión incluyen únicamente normas sustantivas o también protecciones de procedimiento. Los miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC) acuerdan concederse la condición de NMF entre sí. Las excepciones permiten el trato preferencial de los países en desarrollo, las zonas regionales de libre comercio y las uniones aduaneras. Junto con el principio de trato nacional, la NMF es una de las piedras angulares del derecho comercial de la OMC (Cometti, 2018).

Según las reglas de la Organización Mundial del Comercio (OMC), un país miembro no puede discriminar entre socios comerciales y si se otorga un estatus especial a un socio comercial, el país debe extenderlo a todos los miembros de la OMC. En pocas palabras, la NMF es una política comercial no discriminatoria, ya que garantiza la igualdad de comercio entre todos los países miembros de la OMC.

### **2.1.13 La cláusula de "trato nacional"**

Al igual que la cláusula de nación más favorecida, la cláusula de trato nacional (TN) es una obligación fundamental del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), que contribuye a la aplicación del principio de no discriminación. El NT establece que los estados miembros de la Organización Mundial del Comercio (OMC) no deben otorgar a los productos importados un trato menos favorable que a los productos nacionales similares una vez que hayan cruzado la frontera (Morales Lozano, 2017).

La redacción de NT en el GATT es la siguiente. "Los productos producidos en el territorio de una Parte Contratante importados en el territorio de otra Parte Contratante no estarán sujetos directa o indirectamente a impuestos u otros costos internos de cualquier naturaleza, superiores a los que se apliquen directa o indirectamente a productos nacionales similares" (Artículo III.2). El alcance de esta declaración es muy amplio. De hecho, el término "otros costos" se refiere a otras cuantificaciones internas que rigen leyes, reglamentos, requisitos y combinaciones que afectan la venta, oferta, compra, transporte, distribución o uso de un producto en el mercado nacional. Regulación de medios. Procesamiento o uso de un producto en particular en una cantidad o proporción particular. Se consideran todas las medidas directas o indirectas. Además de los bienes, los servicios y la propiedad intelectual también se ven afectados por NT, ya que esta cláusula se menciona tanto en el Acuerdo General sobre Comercio de Servicios como en el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad. Propiedad intelectual relacionada con el comercio (ADPIC). Por último, la Declaración no indica que se refiera únicamente a medidas internas que sean explícitamente discriminatorias y, por tanto, no discriminatorias a priori, sino discriminatorias en determinadas circunstancias. Las medidas que causan NT son inconsistentes (Cabrera, 2018).

#### **2.1.14 Acuerdos comerciales multilaterales**

Los acuerdos comerciales multilaterales son tratados comerciales entre tres o más naciones. Los acuerdos reducen los aranceles y facilitan a las empresas la importación y exportación. Dado que se encuentran entre muchos países, son difíciles de negociar. Ese mismo alcance amplio los hace más sólidos que otros tipos de acuerdos comerciales una vez que todas las partes los firman. Los acuerdos bilaterales son más fáciles de negociar, pero estos son solo entre dos países. No tienen un impacto tan grande en el crecimiento económico como un acuerdo multilateral (Rosales, 2017).

#### **2.1.15 El Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio**

El Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) es un acuerdo legal entre muchos países, cuyo propósito general era promover el comercio internacional mediante la reducción o eliminación de barreras comerciales como aranceles o cuotas. Según su preámbulo, su propósito era la "reducción sustancial de aranceles y otras barreras comerciales y la eliminación de preferencias, sobre una base recíproca y mutuamente ventajosa".

Además de facilitar las reducciones arancelarias aplicadas, la primera contribución del GATT a la liberalización del comercio "incluye consolidar las reducciones arancelarias negociadas durante un período prolongado (que se hizo más permanente en 1955), estableciendo la generalidad de la no discriminación a través del trato de nación más favorecida (NMF) y nacional. La situación del trato, asegurando una mayor transparencia de las medidas de política comercial y proporcionando un foro para futuras negociaciones y para la solución pacífica de controversias bilaterales. Todos estos elementos contribuyeron a la racionalización de la política comercial y la reducción de las barreras comerciales y la incertidumbre política (Sluman, 2017).

#### **2.1.16 La Organización Mundial del Comercio (OMC)**

Es la única organización internacional global que se ocupa de las reglas del comercio entre naciones. En su centro se encuentran los acuerdos de la OMC, negociados y firmados por la mayor parte de las naciones comerciantes del mundo

y ratificados en sus parlamentos. El objetivo es ayudar a los productores de bienes y servicios, exportadores e importadores a realizar sus negocios (Comercio, 2017).

### **2.1.17 Madera de Balsa**

La madera de balsa, (*Ochroma pyramidale*), es un árbol tropical de crecimiento rápido en la familia de las malvas (*Malvaceae*), conocido por su madera extremadamente liviana y de color claro. La balsa se puede encontrar desde el sur de México hasta Bolivia y es una planta común en gran parte de su área de distribución. La madera se ha utilizado durante mucho tiempo en muchas aplicaciones comerciales, como la construcción de modelos, embalaje y aislamiento, y también en dispositivos de flotación (balsa en español significa "balsa" o "flotador"). La fibra de la semilla se utiliza como relleno para colchones y cojines (Campoverde, 2014).

La madera de balsa tiene una corteza pálida y, como muchos árboles tropicales, no tiene anillos de crecimiento anual. Puede crecer más de 5 metros (16,5 pies) por año a pleno sol, alcanzando una altura máxima de unos 30 metros (100 pies). Las hojas grandes, generalmente concentradas en los extremos de las ramas, son puntiagudas en las puntas y acorazonadas en la base. Los árboles de balsa florecen a los tres o cuatro años de edad, y las flores blancas solitarias generalmente son polinizadas por murciélagos. El fruto es una cápsula y contiene muchas semillas con pelos largos que permiten que las semillas se dispersen a grandes distancias. (Consulte el recuadro: Árboles “voladores”). Las semillas permanecen viables en el suelo durante muchos años y pueden germinar después de que se quema o se abre un espacio en el dosel del bosque. La balsa puede ocurrir en rodales mixtos o de especies puras y en bosques maduros, donde la sombra y el crecimiento más lento dan como resultado una madera más densa (Castro & Aristega, 2017).

### **2.1.18 Características**

De acuerdo con Borrega y Gibson (2015), la madera de balsa posee las siguientes características:

- Color y apariencia: el duramen de balsa se identifica como un color óxido pálido y no forma parte de la madera comercial. La mayoría de

sus tableros provienen de su albura, que puede ser de color blanquecino o tostado, a veces con un tinte rosado o amarillo.

- Grano: Su grano es recto y tiene una textura media con un brillo tenue. Se caracteriza por tres tipos de grano:
- Grano A: este tipo de hoja Balsa se distingue por sus fibras largas que se ven a simple vista como un grano de líneas largas. En hojas, Balsa es muy flexible y también puede doblarse en las curvas con mucha facilidad. También se deforma muy fácilmente.
- Grano B: En forma de hoja de este grano, Balsa muestra algunas de las cualidades del Grano A y el Grano C. Las líneas de fibra aquí son más cortas que las de A-Grain Grain y son más rígidas al contacto a través de la hoja. Se puede utilizar para una variedad de propósitos.
- Grano C: En forma de hoja, este grano de balsa tiene un hermoso aspecto moteado. Se siente rígido al tocarlo a través de una sábana y se puede partir muy fácilmente. Sin embargo, teniendo cuidado de usarlo bien, puede ayudar a construir modelos ligeros y fuertes. De los tres tipos de grano, este es el más resistente a la deformación. A menudo se le conoce como cuarto de grano.
- Grano final: Su grano final tiene poros grandes en disposición aleatoria.
- Resistencia a la podredumbre: Su albura se denomina perecedera y también es propensa al ataque de insectos.
- Facilidad de trabajo: Es fácil trabajar con él y no es tan afilado como para desafilarse las cuchillas afiladas de los cortadores. Sin embargo, su baja densidad puede provocar superficies borrosas cuando se utilizan cortadores desafilados. Para unir láminas o tablones de balsa, se prefiere el pegamento a los clavos. También se presta muy bien para teñir y terminar, aunque puede absorber mucho material en las primeras capas.
- Alergias: Balsa no causa reacciones severas, aunque la irritación de la piel no es infrecuente.

- Precios: La balsa de alta calidad y baja densidad es costosa de comprar. Sin embargo, cuando se compran tablas grandes de esta madera en los comerciantes, el costo es razonable.
- Sostenibilidad: la madera de balsa crece rápido y sin el uso de fertilizantes, también puede crecer de forma sostenible. En las regiones donde se cultiva de forma nativa, es un árbol de maleza y, dado que no vive mucho, necesita ser cosechado, lo que lo hace ideal para el cultivo de plantaciones sin impactar negativamente a la Naturaleza.

### 2.1.19 Usos

Hay varios usos de la madera de balsa, tales como:

- Aeronaves: Se pueden utilizar con mucho éxito para hacer estructuras ligeras y rígidas como pruebas de puentes modelo y para hacer aviones ligeros de madera. En estos días, se utiliza en aviones para construir compartimentos de pasajeros.
- Maquetas de aviones: La principal atracción de esta madera son sus características más destacadas: es liviana, fuerte y flexible para productos como maquetas de madera para aviones.
- Palas de tenis de mesa: Las palas de tenis de mesa se fabrican colocando láminas de balsa laminada entre capas de madera contrachapada.
- Botes y tablas de surf: Las embarcaciones, como los botes y las tablas de surf, se fabrican colocándolas entre capas de fibra de vidrio para reforzar su flexibilidad y resistencia, al tiempo que aumentan el peso total de la embarcación.
- Muebles: los diseñadores recurren cada vez más a la madera de balsa como material para muebles, alabando su sostenibilidad como un árbol de rápido crecimiento junto con sus propiedades estéticas.
- Buen aislante: La madera de balsa es buena para aislar refrigeradores y hogares, gracias a sus propiedades térmicas únicas.

- Instrumentos musicales de cuerda: los diseñadores de instrumentos musicales, particularmente instrumentos de cuerda como violines, utilizan la balsa por su excelente acústica.
- Puentes modelo: Es útil para estudiantes de física e ingeniería que necesitan construir puentes modelo.

#### **2.1.20 Ventajas**

- La madera de balsa es ligera, lo que la convierte en la madera perfecta para la fabricación de modelos.
- Esta madera es más ligera y puede flotar en el agua durante algún tiempo, por lo que esta madera se fabrica con señuelos de pesca.
- El árbol de balsa crece naturalmente muy rápido. Completa la longitud de 27 metros en 10-15 años para que haya más madera disponible en el tiempo de trabajo.
- Esta madera se encuentra fácilmente en forma de tacos y tacos en cualquier tienda, cuyo precio no es demasiado para que todo el mundo pueda llevársela.
- Retiene mucha agua, por lo que es muy fuerte.
- Al ser de baja densidad, es bastante fácil trabajar con él Balsa tiñe y termina bien.

#### **2.1.21 Desventajas**

- La durabilidad de la madera de balsa no es mucha, por lo que no podemos hacer los muebles que usamos en nuestra casa con esta madera.
- Si esta agua se estropea cuando hay demasiada agua, entonces no podemos usarla ni siquiera al aire libre.
- Esta madera es liviana y altamente inflamable por lo que pronto se quema cuando se expone al fuego.

- La albura de la madera de balsa no tiene resistencia a la putrefacción. Así que esto es susceptible al ataque de insectos. Por lo tanto, se requiere más cuidado.

### **2.1.22 Ley de la oferta y la demanda**

La ley de oferta y demanda es una teoría que explica la interacción entre los vendedores de un recurso y los compradores de ese recurso. La teoría define la relación entre el precio de un bien o producto determinado y la disposición de las personas a comprarlo o venderlo. Generalmente, a medida que aumenta el precio, la gente está dispuesta a ofrecer más y demandar menos y viceversa cuando el precio baja (Becker, 2017).

La teoría se basa en dos "leyes" separadas, la ley de la demanda y la ley de la oferta. Las dos leyes interactúan para determinar el precio de mercado real y el volumen de bienes en el mercado.

La ley de la oferta y la demanda, una de las leyes económicas más básicas, se relaciona de alguna manera con casi todos los principios económicos. En la práctica, la disposición de las personas a ofrecer y demandar un bien determina el precio de equilibrio del mercado o el precio donde la cantidad del bien que las personas están dispuestas a ofrecer es igual a la cantidad que las personas demandan (Leamer & Stern, 2017).

### **2.1.23 Demanda**

La ley de la demanda establece que, si todos los demás factores permanecen iguales, cuanto mayor sea el precio de un bien, menos personas demandarán ese bien. En otras palabras, cuanto mayor sea el precio, menor será la cantidad demandada. La cantidad de un bien que los compradores compran a un precio más alto es menor porque a medida que sube el precio de un bien, también lo hace el costo de oportunidad de comprar ese bien (Norris & Vaizey, 2018).

Como resultado, la gente naturalmente evitará comprar un producto que los obligue a renunciar al consumo de algo más que valoren más. El siguiente gráfico muestra que la curva tiene una pendiente descendente.

### **2.1.24 Oferta**

Al igual que la ley de la demanda, la ley de la oferta demuestra las cantidades vendidas a un precio específico. Pero a diferencia de la ley de la demanda, la relación de oferta muestra una pendiente ascendente. Esto significa que cuanto mayor sea el precio, mayor será la cantidad ofrecida. Desde la perspectiva del vendedor, el costo de oportunidad de cada unidad adicional tiende a ser cada vez mayor. Los productores ofrecen más a un precio más alto porque el precio de venta más alto justifica el costo de oportunidad más alto de cada unidad adicional vendida (Hu, 2019).

Es importante que tanto la oferta como la demanda entiendan que el tiempo es siempre una dimensión en estos gráficos. La cantidad demandada u ofrecida, que se encuentra a lo largo del eje horizontal, siempre se mide en unidades del bien durante un intervalo de tiempo dado. Los intervalos de tiempo más largos o más cortos pueden influir en las formas de las curvas de oferta y demanda.

### **2.1.25 Curvas de oferta y demanda**

En cualquier momento dado, la oferta de un bien llevado al mercado es fija. En otras palabras, la curva de oferta, en este caso, es una línea vertical, mientras que la curva de demanda siempre tiene pendiente negativa debido a la ley de la utilidad marginal decreciente. Los vendedores no pueden cobrar más de lo que el mercado soportará en función de la demanda del consumidor en ese momento (Ozga, 2017).

Sin embargo, durante intervalos de tiempo más largos, los proveedores pueden aumentar o disminuir la cantidad que ofrecen al mercado en función del precio que esperan cobrar. Entonces, con el tiempo, la curva de oferta se inclina hacia arriba; cuanto más esperen cobrar los proveedores, más estarán dispuestos a producir y llevar al mercado.

Para todos los períodos, la curva de demanda tiene pendiente negativa debido a la ley de la utilidad marginal decreciente. La primera unidad de un bien que demanda cualquier comprador siempre se destinará al uso de mayor valor para ese comprador. Por cada unidad adicional, el comprador la usará (o planea usarla) para un uso sucesivamente de menor valor (Aspromourgos, 2019).

### 2.1.26 Desplazamientos y movimiento

Para la economía, los "movimientos" y "desplazamientos" en relación con las curvas de oferta y demanda representan fenómenos de mercado muy diferentes. Un movimiento se refiere a un cambio a lo largo de una curva. En la curva de demanda, un movimiento denota un cambio tanto en el precio como en la cantidad demandada de un punto a otro de la curva. El movimiento implica que la relación de demanda se mantiene constante (Barr, 2020).

Por lo tanto, se producirá un movimiento a lo largo de la curva de demanda cuando el precio del bien cambie y la cantidad demandada cambie según la relación de demanda original. En otras palabras, ocurre un movimiento cuando un cambio en la cantidad demandada es causado únicamente por un cambio en el precio y viceversa.

Al igual que un movimiento a lo largo de la curva de demanda, la curva de oferta significa que la relación de oferta se mantiene constante. Por lo tanto, se producirá un movimiento a lo largo de la curva de oferta cuando el precio del bien cambie y la cantidad ofrecida cambie según la relación de oferta original. En otras palabras, ocurre un movimiento cuando un cambio en la cantidad ofrecida es causado únicamente por un cambio en el precio y viceversa.

## 2.2 Marco Conceptual

**Bienes:** Son artículos que satisfacen los deseos humanos y brindan utilidad, por ejemplo, a un consumidor que realiza la compra de un producto satisfactorio.

**Organismos Gubernamentales:** es una organización permanente o semipermanente en la maquinaria del gobierno que es responsable de la supervisión y administración de funciones específicas, como una administración.

**Arancel:** Un arancel es una forma de impuesto que grava ciertos bienes, servicios u otras transacciones que se importan y exportan.

**Transacción:** Una transacción es un acuerdo completo entre un comprador y un vendedor para intercambiar bienes, servicios o activos financieros. Pero en la contabilidad empresarial, esta definición simple puede complicarse.

**Impuestos:** una contribución obligatoria a los ingresos estatales, gravada por el gobierno sobre los ingresos de los trabajadores y las ganancias comerciales, o agregada al costo de algunos bienes, servicios y transacciones.

**Barreras comerciales:** Son restricciones inducidas por el gobierno al comercio internacional.

**Importación:** Una importación es un bien o servicio comprado en un país que se produjo en otro.

**Derecho antidumping:** es un arancel proteccionista que un gobierno nacional impone a las importaciones extranjeras que cree que tienen un precio por debajo del valor justo de mercado.

**Políticas comerciales:** es el conjunto de iniciativas del gobierno de un país sobre comercio internacional, es decir, sobre la importación y exportación de productos y servicios de ese país a otros.

**Cláusula:** Disposición de un contrato, tratado, testamento o cualquier otro documento similar, público o privado, que expresa alguna condición.

## **2.3 Marco Legal**

### **2.3.1 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)**

En el artículo 4 del COPCI, en sus literales m, o y p establece los siguientes fines del código: “m. Establecer los principios e instrumentos fundamentales de la articulación internacional de la política comercial de Ecuador; (...) o. Fomentar y diversificar las exportaciones; p. Facilitar las operaciones de comercio exterior” (p.5)

Por lo que el artículo mencionado anteriormente, entre sus fines busca que a través del gobierno se fomente las exportaciones de los productos y mejorar el comercio internacional con los demás países.

En cuanto al artículo 78, hace referencia a las medidas arancelarias que puede optar el gobierno ecuatoriano y se dividen en las siguientes modalidades:

a. Aranceles fijos, cuando se establezca una tarifa única para una subpartida de la nomenclatura aduanera y de comercio exterior; o, b. Contingentes arancelarios, cuando se establezca un nivel arancelario para cierta cantidad o valor de mercancías importadas o exportadas, y una tarifa diferente a las importaciones o exportaciones que excedan dicho monto (p.31).

En este sentido el gobierno ecuatoriano podrá establecer aranceles para poder hacer frente a shocks a nivel internacional.

En referencia al artículo 78, hace referencia a las medidas no arancelarias que puede optar el Comité de Comercio Exterior

a. Cuando sea necesario para garantizar el ejercicio de un derecho fundamental reconocido por la Constitución de la República; b. Para dar cumplimiento a lo dispuesto en tratados o convenios internacionales de los que sea parte el Estado ecuatoriano; c. Para proteger la vida, salud, seguridad de las personas y la seguridad nacional; d. Para garantizar la preservación del medio ambiente, la biodiversidad y la sanidad animal y vegetal; e. Cuando se requiera imponer medidas de respuesta a las restricciones a exportaciones ecuatorianas, aplicadas unilateral e injustificadamente por otros países, de conformidad con las normas y procedimientos previstos en los respectivos acuerdos comerciales internacionales y las disposiciones que establezca el órgano rector en materia de comercio exterior; f. Cuando se requieran aplicar medidas de modo temporal para corregir desequilibrios en la balanza de pagos; g. Para evitar el tráfico ilícito de sustancias estupefacientes y psicotrópicas; y, h. Para lograr la observancia de las leyes y reglamentos, compatibles con los compromisos internacionales, en materias tales como controles aduaneros, derechos de propiedad intelectual, defensa de los derechos del consumidor, control de la calidad o la comercialización de productos destinados al comercio internacional, entre otras (p.31).

El artículo anterior es relevante porque ante problemas económicos o de cualquier índole, el estado puede aplicar medidas no arancelarias en beneficio de los intereses del Ecuador.

El artículo 93 hace referencia a los mecanismos que deben aplicarse para cumplir con el fomento de las exportaciones:

a. Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios; b. Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por la importación de insumos y materias primas incorporados a productos que se exporten, de conformidad con lo establecido en este Código; c. Derecho a acogerse a los regímenes especiales aduaneros, con suspensión del pago de derechos arancelarios e impuestos a la importación y recargos aplicables de naturaleza tributaria, de mercancías destinadas a la exportación, de conformidad con lo establecido en el libro V de este Código; d. Asistencia o facilitación financiera prevista en los programas generales o sectoriales que se establezcan de acuerdo al programa nacional de desarrollo; e. Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones, impulsadas por el Gobierno nacional; y, f. Derecho a acceder a los incentivos a la inversión productiva previstos en el presente Código y demás normas pertinentes (p.35).

En este sentido, el gobierno resalta la importancia de los acuerdos comerciales para facilitar el comercio exterior. Otro beneficio es la exoneración de tributos en la importación de productos que sirva para la fabricación de bienes que serán exportados.

Por otra parte, el artículo 131 del COPCI establece que los productos de exportación serán regulados, examinados o verificados por la Administración Aduanera hasta que la autoridad naval, aérea o terrestre que corresponda, autorice la salida del medio de transporte.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 Metodología**

El método deductivo, es un proceso de pensamiento lógico que utiliza el enfoque de arriba hacia abajo para ir de lo más general a lo más específico. Implica el uso de supuestos generales y premisas lógicas para llegar a una conclusión lógica. A partir de la teoría revisada en el capítulo anterior, se pudo comprender cómo funciona el comercio internacional y por ende facilitará el análisis de las exportaciones de madera de balsa ecuatoriana hacia el mercado chino por medio del método comparativo durante el periodo 2017-2020.

#### **3.2 Tipo de investigación**

A través del estudio descriptivo se busca especificar las características y hechos más relevantes que se analizan en la investigación, es decir, dar una explicación de cómo se dan los procesos a fin de mejorarlos y fundamentar la propuesta (Ballestin & Fábregues, 2018). Es por ello que a través del estudio descriptivo se busca realizar una explicación de cómo han ido evolucionando las exportaciones de la madera de balsa de Ecuador en China de manera que se pueda entrar en detalle si hubo un aumento o disminución de estas.

#### **3.3 Enfoque**

En el enfoque cualitativo, se debe hablar de entendimiento en profundidad en lugar de exactitud: se trata de obtener un entendimiento lo más profundo posible (Paz, 2014, p. 1). Para la elaboración del presente trabajo de investigación se presenta un enfoque cualitativo, que permita tener un acercamiento al fenómeno estudiado, para de este modo permitirá sacar conclusiones que contribuyan a la exportación de la misma y así lograr estándares de calidad que se tienen previstos aplicar basadas a las políticas de comercio entre ambos países.

#### **3.4 Técnica e instrumentos**

De acuerdo a las técnicas de recolección de datos se utilizarán entrevistas semi elaboradas a ciertas personas versadas del tema de exportación de madera de balsa

y a un funcionario del Ministerio de Comercio Exterior para así lograr tener mayor acercamiento al tema de estudio, el análisis de los datos recopilados a través de los instrumentos de investigación, permitirá identificar el impacto económico de la exportación de madera de balsa hacia mercado chino.

#### **3.4.1 Entrevista**

A través de esta técnica se obtiene información de manera personal, directa y verbal. Consiste en efectuar un diálogo planificado entre el investigador y el entrevistado, entendido éste como el sujeto de estudio. Se dan de forma continua con el propósito de conocer las apreciaciones o puntos de vista que este individuo concibe acerca de determinados tema o tópico (Nuñez, 2016).

La entrevista se optó para realizarla a los exportadores de madera de balsa y a un funcionario del ministerio de comercio exterior para que den sus puntos de vista sobre la comercialización de la madera de balsa al mercado chino.

#### **3.4.2 Observación**

La observación es una técnica de investigación que consiste en observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones o situaciones, con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación (Castellanos, 2017).

La observación fue aplicada en el presente trabajo puesto que se utilizaron datos de fuente secundaria como, por ejemplo, las exportaciones ecuatorianas de madera de balsa tanto a nivel global como hacia China.

#### **3.4.3 Encuesta**

La investigación por encuesta se refiere a un tipo particular de diseño de investigación en el que el método principal de recopilación de datos es la encuesta. En este diseño de estudio, los investigadores utilizan las encuestas como una herramienta para obtener una mayor comprensión de las perspectivas individuales o grupales en relación con un concepto o tema de interés en particular. Una encuesta generalmente consta de un conjunto de preguntas estructuradas donde cada pregunta está diseñada para obtener un dato específico (Beins, 2017).

Lo anteriormente descrito, se ajusta al presente trabajo porque se realizó una encuesta a las empresas exportadoras de madera de balsa, de manera que se pueda conocer de forma cuantitativa sus percepciones acerca de cómo funciona el sector exportador.

### **3.5 Población**

La población representa el conjunto de elementos o sujetos de estudio, generalmente con características similares sobre los que se investiga o hacen estudios (Lugo, 2016). En el presente estudio la población está representada en virtud del número de participantes que conocen con mayores datos importantes para precisar las actividades que se llevan a cabo en la exportación de madera de balsa con respecto a la interrelación de la productividad y los procesos operativos de exportación. De acuerdo a datos del Banco Central del Ecuador existen 38 empresas dedicadas a la exportación de madera de balsa. Adicionalmente, se busca también entrevistar a un miembro del ministerio de comercio exterior para que brinde sus puntos de vista sobre el sector de madera de balsa.

### **3.6 Muestra**

Al ser una baja población y al utilizar la entrevista como herramienta de recopilación de información se optó por el muestreo no probabilístico por conveniencia, por lo que se escogió una población de 30 empresas, para la encuesta y se va a entrevistar a dos empresas exportadoras de madera y a un funcionario del ministerio de comercio exterior.

### 3.7 Análisis de resultados

#### 3.7.1 Resultados de encuesta

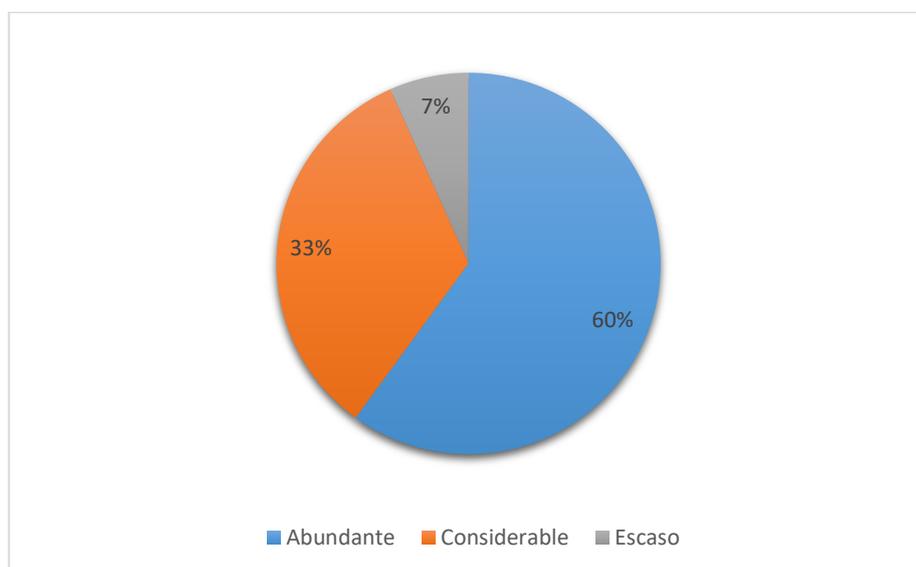
¿Cree que ha existido un crecimiento de los exportadores de balsa?

**Tabla 1. Crecimiento de exportaciones**

Indicador	Absoluta	Relativa
Abundante	18	60%
Considerable	10	33%
Escaso	2	7%
TOTAL	30	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Guamán & Tigua (2021)



**Figura 1. Crecimiento de exportaciones**

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Guamán & Tigua (2021)

En la pregunta 1 del cuestionario se analiza la opinión de los encuestados sobre si hubo un crecimiento de los exportadores de balsa, el 60% mencionaron que es abundante, el 33% señalaron la opción de considerable y el 7% restante escogió la opción de escaso.

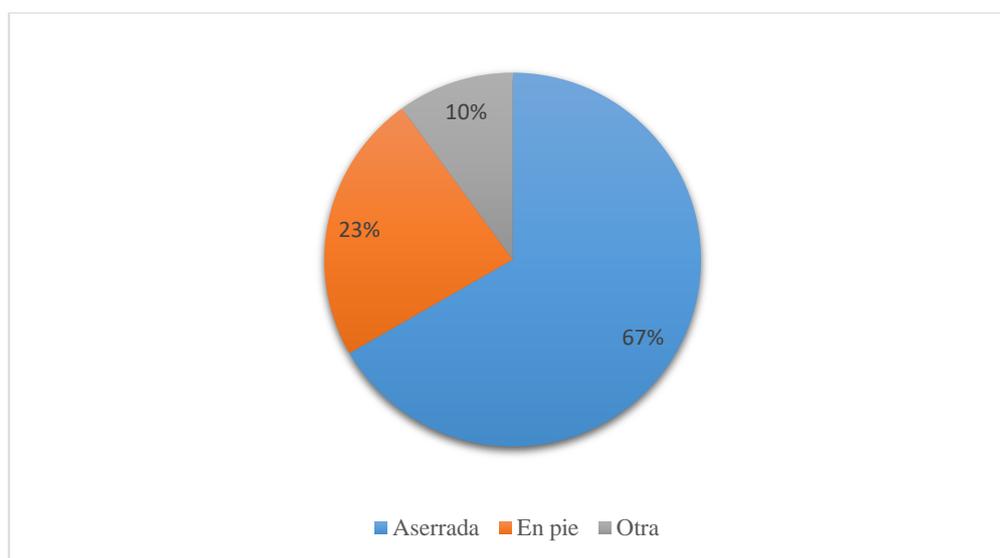
## ¿Cuál es la forma común en que usted comercializa la madera de balsa?

**Tabla 2. Forma de comercialización de la madera**

<b>Indicador</b>	<b>Absoluta</b>	<b>Relativa</b>
Aserrada	20	67%
En pie	7	23%
Otra	3	10%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Guamán & Tigua (2021)



**Figura 2. Forma de comercialización de la madera**

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Guamán & Tigua (2021)

En la pregunta 2 del cuestionario se analiza cual es la forma más común en que se comercializa la madera de balsa, el 67% de las personas encuestadas mencionaron que, en forma aserrada, el 23% señalaron la opción de en pie y el 10% restante escogió la opción de otra.

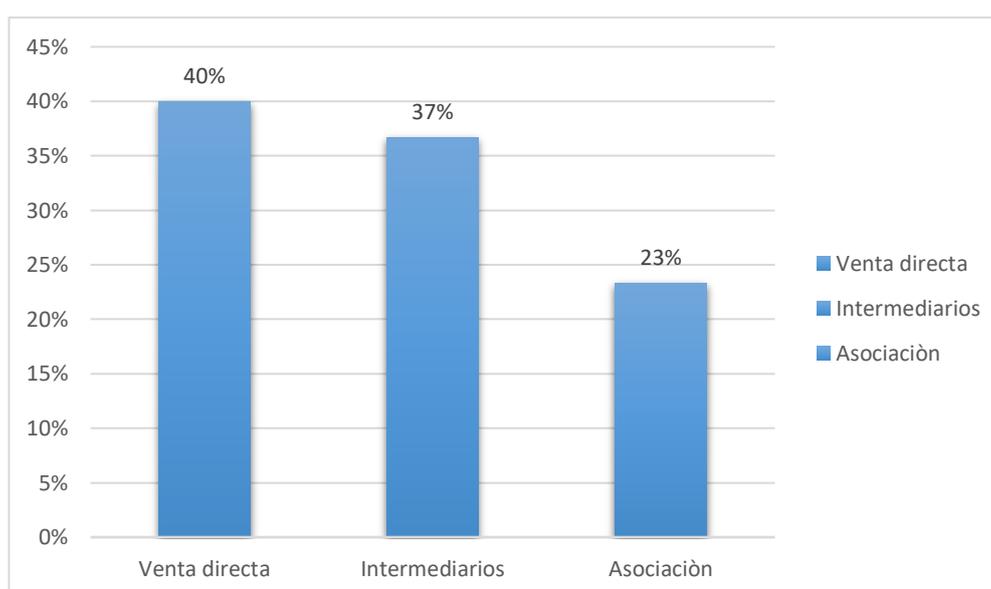
## ¿Cuál es el sistema utilizado para exportar la madera de balsa?

**Tabla 3. Sistema de exportación**

Indicador	Absoluta	Relativa
Venta directa	12	40%
Intermediarios	11	37%
Asociación	7	23%
TOTAL	30	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Guamán & Tigua (2021)



**Figura 3. Sistema de exportación**

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Guamán & Tigua (2021)

En la pregunta 3 del cuestionario se analiza cual es el sistema utilizado para exportar la madera de balsa, el 40% de las personas encuestadas mencionaron que, de forma directa, el 37% señalaron la opción de intermediarios y el 23% restante escogió la opción de asociación.

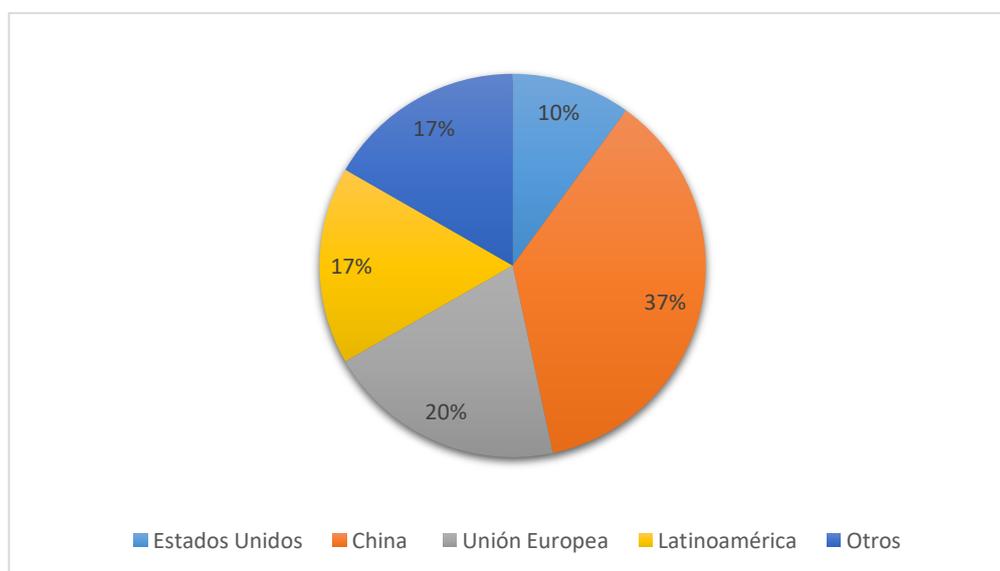
## ¿Cuál es su principal destino de exportación?

**Tabla 4. Principal destino de exportación**

Indicador	Absoluta	Relativa
Estados Unidos	3	10%
China	11	37%
Unión Europea	6	20%
Latinoamérica	5	17%
Otros	5	17%
TOTAL	30	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Guamán & Tigua (2021)



**Figura 4. Principal destino de exportación**

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Guamán & Tigua (2021)

En la pregunta 4 del cuestionario se analiza cuál es su principal destino de exportación, el 10% eligieron Estados Unidos, el 37% señalaron la opción de China, el 20% escogieron Unión Europea, el otro 17% indicaron Latinoamérica y el 17% restante mencionaron otros destinos.

## ¿Qué ayudaría a las exportadoras de balsa a cumplir con sus pedidos?

**Tabla 5. Opciones de mejora de exportaciones**

Indicador	Absoluta	Relativa
Perfeccionar los métodos de trabajo	17	56%
Obtener materia prima de pequeños productores	8	27%
Comprar producto procesado	5	17%
TOTAL	30	100%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Guamán & Tigua (2021)



**Figura 5. Opciones de mejora de exportaciones**

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Guamán & Tigua (2021)

En la pregunta 5 del cuestionario se analiza qué ayudaría a las exportadoras de balsa a cumplir con sus pedidos, el 57% de las personas encuestadas mencionaron que, perfeccionar los métodos de pago, el 27% señalaron la opción de obtener materia prima de pequeños productores y el 17% restante escogió la opción de comprar producto procesado.

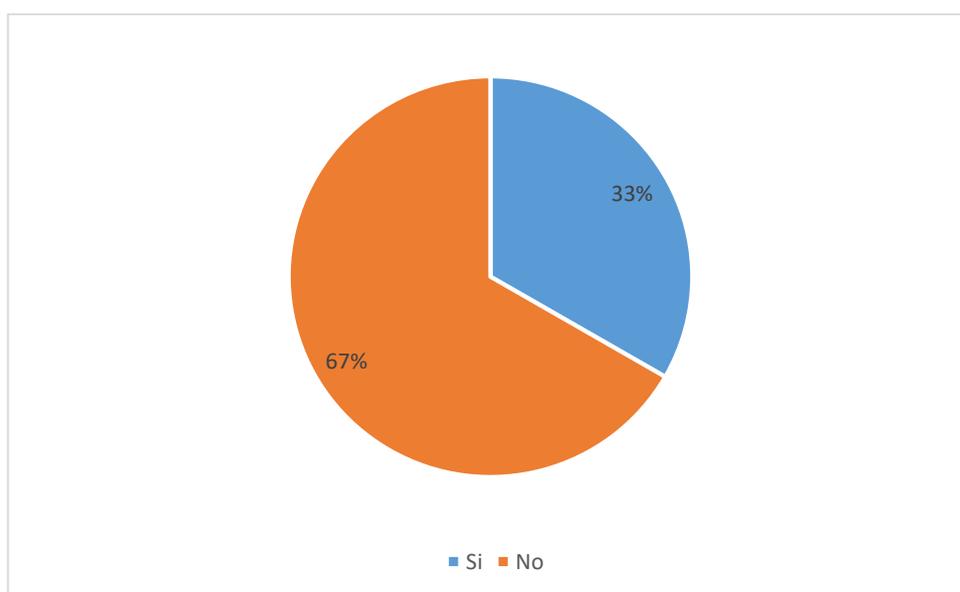
**¿La empresa cuenta con los recursos financieros para apoyar activamente la comercialización de sus productos en los mercados extranjeros objetivos?**

**Tabla 6. Recursos financieros**

<b>Indicador</b>	<b>Absoluta</b>	<b>Relativa</b>
Si	10	33%
No	20	67%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Guamán & Tigua (2021)



**Figura 6. Recursos financieros**

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Guamán & Tigua (2021)

En la pregunta 6 del cuestionario se analiza si la empresa cuenta con recursos financieros para apoyar activamente la comercialización en los mercados extranjeros, el 33% de las personas encuestadas mencionaron que, si y el 67% restante indicaron que no.

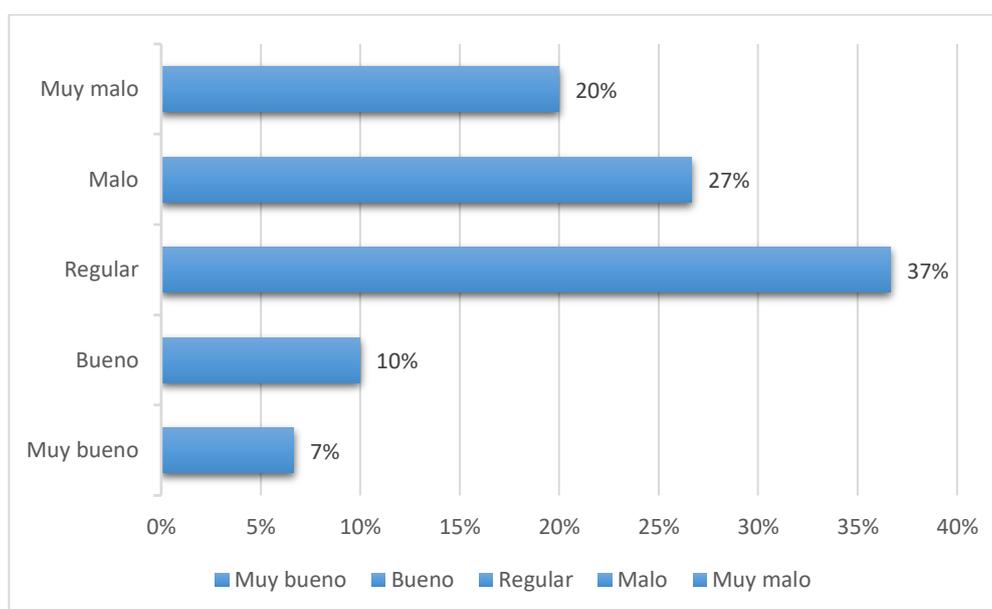
**¿Cómo considera el manejo logístico de la empresa tanto a nivel nacional como internacional?**

**Tabla 7. Opinión de manejo logístico**

<b>Indicador</b>	<b>Absoluta</b>	<b>Relativa</b>
Muy bueno	2	7%
Bueno	3	10%
Regular	11	37%
Malo	8	27%
Muy malo	6	20%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Guamán & Tigua (2021)



**Figura 7. Opinión de manejo logístico**

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Guamán & Tigua (2021)

En la pregunta 7 del cuestionario se analiza cómo se considera el manejo logístico de la empresa tanto a nivel nacional como internacional, el 07% indicaron muy bueno, el 10% señalaron la opción de bueno, el 37% escogieron regular, el otro 27% indicaron que es malo y el 20% restante mencionaron que es muy malo. .

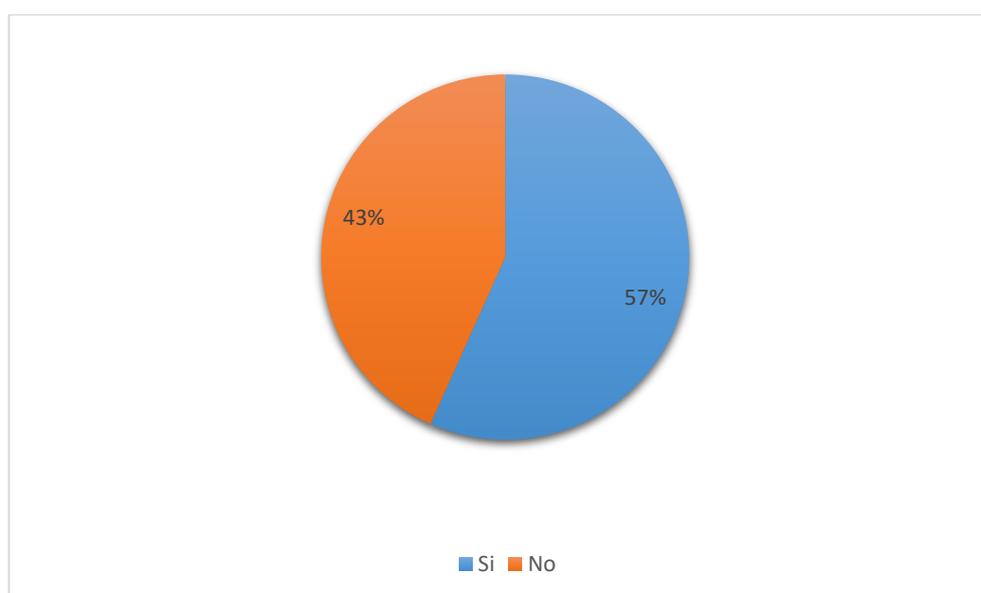
**¿La empresa conoce los requisitos que debe cumplir el producto para la exportación a China?**

**Tabla 8. Conocimientos de requisitos de exportaciones a China**

<b>Indicador</b>	<b>Absoluta</b>	<b>Relativa</b>
Si	17	57%
No	13	43%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Guamán & Tigua (2021)



**Figura 8. Conocimientos de requisitos de exportaciones a China**

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Guamán & Tigua (2021)

En la pregunta 8 del cuestionario se analiza si la empresa conoce los requisitos que debe cumplir el producto para la exportación a China, el 57% de las personas encuestadas mencionaron que, si y el 43% restante indicaron que no.

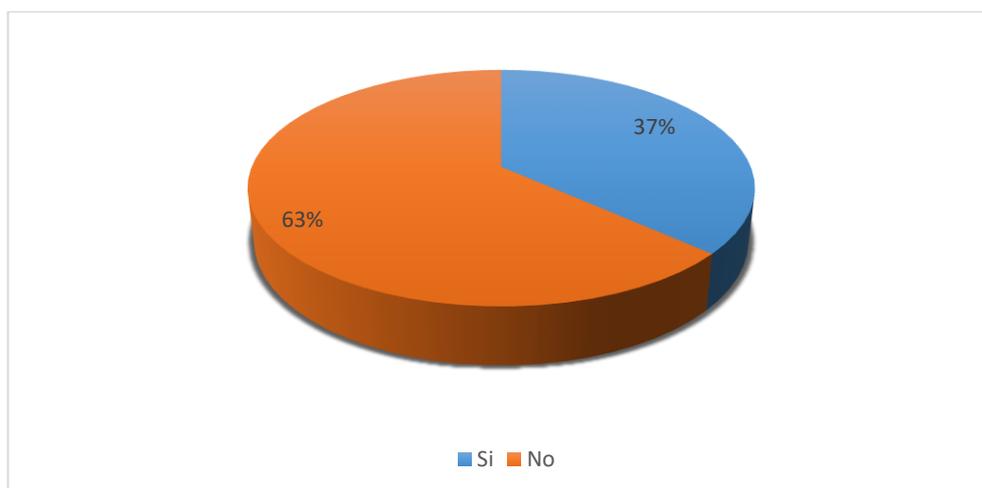
**¿La empresa posee alguna estrategia de exportación o de marketing internacional para la exportación del producto al mercado chino?**

**Tabla 9. Estrategias de internacionalización**

<b>Indicador</b>	<b>Absoluta</b>	<b>Relativa</b>
Si	11	37%
No	19	63%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Guamán & Tigua (2021)



**Figura 9. Estrategias de internacionalización**

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Guamán & Tigua (2021)

En la pregunta 9 del cuestionario se analiza si la empresa posee alguna estrategia de exportación o de marketing internacional para la exportación del producto al mercado chino, el 37% de las personas encuestadas mencionaron que, si y el 63% restante indicaron que no.

### **3.7.2 Resultados de entrevista**

#### **3.7.2.1 Entrevista a personas versadas del tema de exportación de madera de balsa**

##### **1. ¿Cómo define usted el estado actual del sector productivo de madera de balsa?**

Los entrevistados coinciden en que es un mercado que está creciendo:

Persona 1: se ha incrementado actualmente

Persona 2: muy bueno, muchos quieren comercializar madera de balsa

Persona 3: Con las exportaciones hacia China, se ha convertido en un negocio que genera ingresos

##### **2. ¿Cuáles son las ventajas y generalidades del uso de la balsa?**

Los entrevistados coinciden que es una madera de fácil aserrado y de moldear:

Persona 1: Es una madera blanda y se asierra con facilidad

Persona 2: El aserrado y por ser blanda se moldea fácilmente.

Persona 3: El aserrado, fácil ligera y blanda, facilita el aserrado.

##### **3. ¿El estado brinda apoyo gubernamental para el mejoramiento de este sector?**

Los entrevistados coinciden en que ha impulsado las líneas de créditos para cultivar:

Persona 1: Han dado crédito para cultivar

Persona 2: han dado crédito a las pymes dependiendo del cultivo.

Persona 3: A través de créditos.

**4. ¿Qué aspectos considera usted que perjudican o benefician la competitividad de la madera de balsa ecuatoriana?**

Los entrevistados coinciden en que la madera balsa ecuatoriana es de buena calidad y la falta de tecnología para su explotación sería la limitante:

Persona 1: la madera de balsa que se produce es de buena calidad.

Persona 2: Un aspecto que perjudica es la competencia que tiene en país con países vecinos

Persona 3: La falta de tecnología para su explotación

**5. ¿Cree usted que el sector de madera de balsa aportaría en alguna medida a la economía del país?**

Los entrevistados coinciden en que si apoyaría en gran medida a la economía del país:

Persona 1: Si, como lo ha venido haciendo.

Persona 2: Si, es un producto de producción nacional.

Persona 3: Enormemente, tenemos las condiciones para producir una madera buena.

**6. ¿El sector de madera de balsa aportaría en el cambio de la matriz productiva?**

Los entrevistados coinciden en que si aportaría un cambio en la matriz productiva:

Persona 1: Si, por su calidad.

Persona 2: Si, por las políticas de reforestación que garantiza la producción continúa.

Persona 3: Si, el Estado ha facilitado medidas para que incentiva su producción

**7. ¿Su empresa tiene capacidad de aumentar la producción para cubrir pedidos?**

Los entrevistados coinciden en que de ser necesario trabajarían en aumentar la producción:

Persona 1: Actualmente si, aunque de ser necesario aumentaría la producción

Persona 2: Si, cumplimos con los pedidos

Persona 3: Si, disponemos de hectáreas para cultivar.

**8. ¿Considera necesario que se elabore un plan estratégico para facilitar la exportación de madera de balsa al mercado chino?**

Los entrevistados coinciden en que si es necesario abordar un plan que facilite la comercialización de la madera hacia China

Persona 1: Sí, que solidifique el mercado.

Persona 2: Es necesario, contribuiría a consolidar el mercado.

Persona 3: Muy necesario, China es un gigante para la comercialización

**3.7.2.2 Entrevista a funcionario del ministerio de comercio exterior**

**1. ¿Considera usted que la capacidad de gestión/supervisión de las autoridades reguladoras del sector influyen en el desempeño de las exportaciones de madera de balsa al mercado chino? Explique**

Respuesta: Sí, el Estado debe crear los canales que hagan falta para consolidar este mercado, ya que hay potencial en el país para la explotación de este recurso de manera sostenible.

**2. ¿Considera usted que el exceso de regulación (documentación procedimientos y leyes) del marco regulatorio es factor determinante en las exportaciones de madera de balsa al mercado chino?**

Respuesta: Sí, aunque se está trabajando en conjunto con acuerdos bilaterales entre ambos países para que los trámites sean menos tediosos y el pequeño productor también cuente con la ventaja para exportar

**3. ¿Cree usted que el acceso de financiamiento a largo plazo, es un factor influyente en el desempeño de las exportaciones de madera al mercado de China?**

Respuesta: Sí, les permitirá a las pequeñas empresas productoras invertir en la tecnología que le haga falta para cubrir la demanda que actualmente prevalece.

**4. ¿Considera usted que el costo de transporte son factores influyentes en el desempeño de las exportaciones de madera aserrada al mercado de China?**

Respuesta: por supuesto, y en ese punto el Estado está llevando planes que mejore los canales logísticos de producción de la madera de balsa.

**5. ¿Cree usted que la informalidad presente en el sector forestal influye en las exportaciones de madera de balsa al mercado chino?**

Respuesta: por supuesto, brinda un escenario positivo para la producción de la madera de balsa.

**3.7.3 Políticas de comercio internacional implementadas entre Ecuador y China durante el periodo 2017-2020.**

China y Ecuador han desarrollado fuertes lazos para invertir en áreas tales como; la educación, la producción nacional y la creación de energía para consumo interno; con el fin de reestructurar los antiguos modelos administrativos que han sido utilizados en el país. Esta relación toma fuerza luego a falta de liquides tras declarar como ilegítima la deuda externa del país, Ecuador perdió el financiamiento

de los organismos de crédito proveniente de occidente, por lo que afianzaron estrategias financieras con los préstamos chinos. (Parrales et al., 2015)

De esta relación y por las características implementadas en los sistemas de producción de ambos países se han visto favorecidas y reducida. Por una parte, en China, se convirtió en la “fábrica del mundo”, lo que le permitía reducir los costos de producción, mientras que, en Ecuador esto resultó en el encarecimiento de los costos de mano de obra., generando de acuerdo a lo descrito por Rodríguez et al (2020) que “Ecuador se vuelve poco competitivo frente a los productos importados desde China que por sus bajos costos tienen gran aceptación en el mercado ecuatoriano” (p.275)

No obstante, para el año 2020, tras la crisis sanitaria se registró por primera vez en 20 años un saldo favorable en la balanza comercial para el país de 111.997.270 millones de dólares, impulsado por la activa gestión de defensa comercial y promoción de los productos ecuatorianos en el exterior.

De acuerdo a las cifras emitidas por el Banco Central, Ecuador exportó a China 2.037.293.920 millones de dólares, mientras que importó 1.925.296.650 millones de dólares. Los principales productos de exportación de Ecuador hacia China forman parte del sector de la acuicultura con 63 %, otros 15 %, forestal y productos elaborados 14 %, banano y plátano 6 %, pesca y metalmecánico 1 % cada uno. Las exportaciones no petroleras del país sumaron 1.831.880.499 millones de dólares, mientras que las importaciones alcanzaron los 1.829.215.140, con un saldo favorable de 2.665.359 millones de dólares (Embajada de Ecuador en China, 2020)

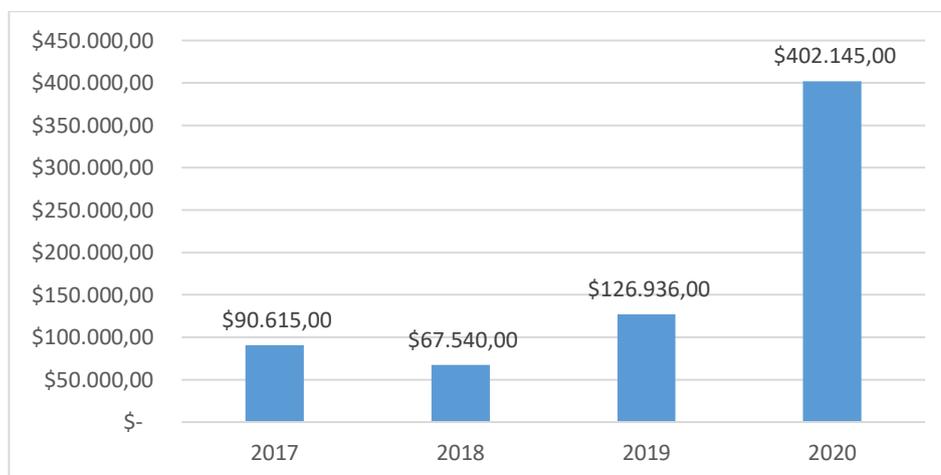
China es el cuarto socio comercial de Ecuador, se espera que para marzo del 2022 se continúa solidificando los acuerdos económicos con China, con la negociación y firma del tratado de libre comercio, en donde se provee que permita el incremento sustancial de las exportaciones ecuatorianas hacia el gigante asiático, así lo manifestó el embajador ecuatoriano en ese país, Carlos H. Larrea, en el marco de la XVIII Convención Internacional del Banano, que tuvo lugar en formatos presencial y virtual. (Red Cancillería, 2021)

Todo este proceso corresponderá tener en cuenta las asimetrías existentes, la capacidad competitiva y los sectores sensibles que influyan en la economía del país.

Siendo importante el factor de atracción de capitales y mejorará las políticas que fomente la competitividad de las exportaciones ecuatorianas a través de condiciones arancelarias más favorables. (Red Cancillería, 2021)

### 3.7.4 Exportaciones de madera de balsa

En la figura 10 se presenta la evolución de las exportaciones globales de la madera de balsa durante el periodo 2017 al 2020. Donde para el 2017 las exportaciones fueron de 90.62 millones de dólares, para el 2018 las mismas se redujeron en 67.54 millones de dólares a una tasa del 25%, para el 2019 las exportaciones crecieron en 126.94 millones de dólares a una razón del 88%. Finalmente, para el 2020 las mismas evidenciaron una expansión de 402.15 millones de dólares a una tasa del 217%.

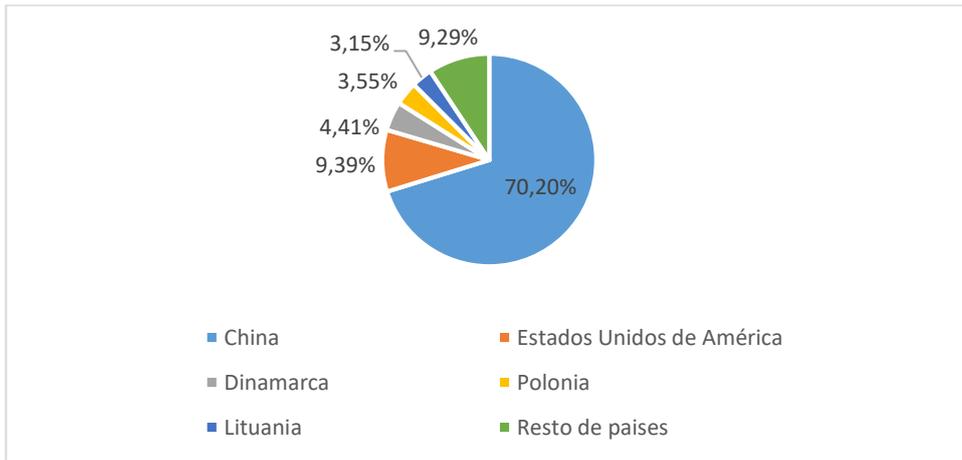


**Figura 10. Exportaciones globales de madera de balsa 2017-2020**

Fuente: Trademap (2021)

Elaborado por: Guamán & Tigua (2021)

En la figura 11 se presenta la participación de las exportaciones globales de la madera de balsa donde China las lidera abarcando el 70.20% de las ventas mundiales del producto, en segundo lugar, se encuentra Estados Unidos con el 9.39% del total de las exportaciones, Dinamarca se ubica en tercer lugar con el 4.41%, en cuarto lugar esta Polonia con el 3.55%, en el quinto lugar esta Lituania con el 3.15% y finalmente, el resto de países abarcan el 9.29% del total de las exportaciones.

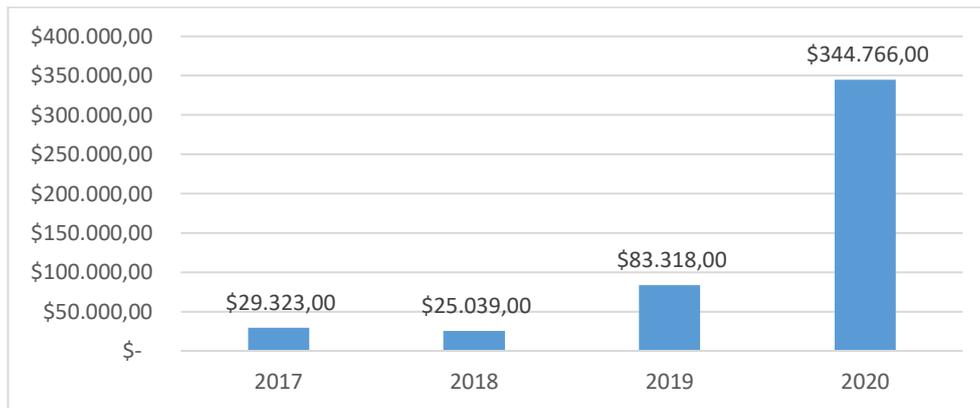


**Figura 11. Participación de exportaciones de madera de balsa**

Fuente: Trademap (2021)

Elaborado por: Guamán & Tigua (2021)

En la figura 12 se presenta la evolución de las exportaciones de la madera de balsa entre Ecuador y China durante el periodo 2017 al 2020. Donde para el 2017 las exportaciones fueron de 29.32 millones de dólares, para el 2018 las mismas se redujeron en 25.04 millones de dólares a una tasa del 15%, para el 2019 las exportaciones crecieron en 83.32 millones de dólares a una razón del 233%. Finalmente, para el 2020 las mismas evidenciaron una expansión de 344.77 millones de dólares a una tasa del 314%.

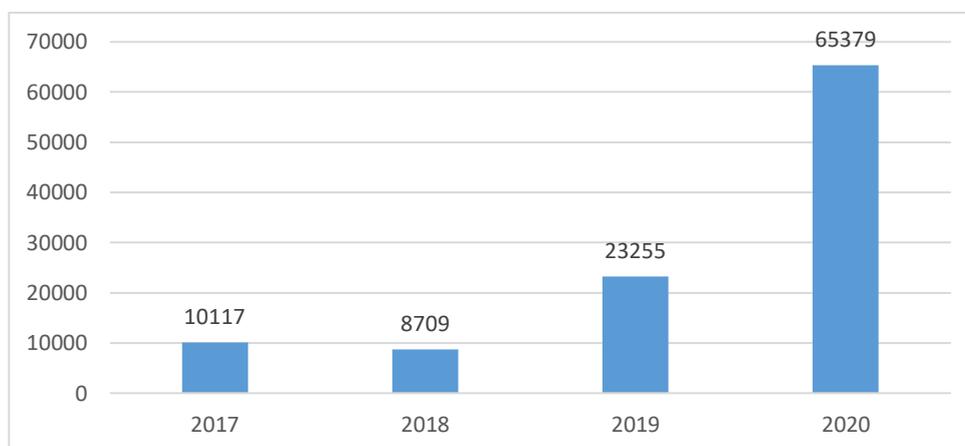


**Figura 12. Exportaciones de madera de balsa de Ecuador a China valores FOB**

Fuente: Trademap (2021)

Elaborado por: Guamán & Tigua (2021)

En la figura 13 se presenta la evolución de las exportaciones de la madera de balsa entre Ecuador y China en toneladas durante el periodo 2017 al 2020. Donde para el 2017 las exportaciones fueron de 101 mil toneladas, para el 2018 las mismas se redujeron en 87 mil toneladas a una tasa del 14%, para el 2019 las exportaciones crecieron en 232 mil toneladas a una razón del 167%. Finalmente, para el 2020 las mismas evidenciaron una expansión de 653 mil toneladas a una tasa del 181%.



**Figura 13. Exportaciones de madera de balsa de Ecuador a China en toneladas**

Fuente: Trademap (2021)

Elaborado por: Guamán & Tigua (2021)

En la tabla 10 se presenta el resumen de las estadísticas descriptivas sobre exportaciones de madera de balsa demostrando que para el año 2018 fueron el punto más bajo siendo de 2,07 millones de dólares, mientras que en el 2020 las ventas en el extranjero de la madera de balsa fueron de 28,73 millones de dólares siendo las más altas del periodo de estudio.

**Tabla 10. Estadísticas descriptivas exportaciones mensuales de madera de balsa**

Año	Media	N	Desv. Desviación	Desv. Error promedio
Año 2017	2443,92	12	966,251	278,933
Año 2018	2071,92	12	1029,243	297,117
Año 2019	6943,25	12	6150,089	1775,378
Año 2020	28730,58	12	10334,541	2983,325

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Guamán & Tigua (2021)

En la tabla 11 se presenta la prueba de diferencia de medias para comparar las exportaciones mensuales de la madera de balsa en los años 2017, 2018 y 2019 frente a las del 2020. Los resultados sugieren que para todos los años las ventas de madera de balsa al exterior del 2020 son superiores a las de los años anteriores y son estadísticamente significativas al 1%.

**Tabla 11. Diferencia de medias**

Periodos	Media	Intervalo de confianza inferior 95%	Intervalo de confianza superior 95%	t	Gl	Sig. (bilateral)
2017 - 2020	-26286,67	-32694,32	-19879,01	-9,029	11	0.00
2018 - 2020	-26658,67	-33749,98	-19567,35	-8,274	11	0.00
2019 - 2020	-21787,33	-28787,86	-14786,8	-6,85	11	0.00

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Guamán & Tigua (2021)

## **CAPÍTULO IV**

### **INFORME FINAL**

El presente trabajo tuvo como objetivo analizar las exportaciones de madera de balsa ecuatoriana en el mercado chino, por medio del método comparativo durante el periodo 2017 – 2020, para la determinación del comportamiento económico de este producto y sus posibles consecuencias. En este sentido, se recopiló información por medio de encuestas, entrevistas y análisis documental. A partir de ello se obtuvieron los siguientes hallazgos:

En función de las encuestas, se determinó que, la mayor parte de las exportaciones aumentaron. Del mismo modo, el 37% de los encuestados afirmaron que su principal socio comercial es China. Cabe mencionar que el 40% de las ventas son directas y un 56 % de las empresas necesita perfeccionar sus métodos de trabajo para cumplir con los pedidos de madera de balsa.

No obstante, un 67% de los encuestados afirman que no cuentan con los recursos financieros suficientes para la comercialización activa de sus productos en el mercado extranjero. Así mismo, se evidenció que el 37% de las empresas tienen irregularidades en el manejo logístico en general.

Por otra parte, los resultados indican que el 57% de las empresas conocen los requisitos necesarios para la exportación al mercado chino. Sin embargo, el 63% de estas no poseen alguna estrategia de marketing internacional.

En contraste con las encuestas, se realizaron entrevistas a personas versadas del tema de exportación de madera de balsa, las cuales afirman que para llevar a cabo sus actividades productivas se financiaban por medio de créditos gubernamentales. Por otra parte, consideran que deben existir mejoras tecnológicas con la finalidad de mejorar la producción de la madera de balsa. Finalmente, los mismos concluyen que fomentar la exportación de madera de balsa aporta a la mejora en la economía ecuatoriana.

Por último, a través de una investigación documental se obtuvo la siguiente información:

Las exportaciones globales de madera de balsa durante el 2017 fueron de \$90 615,00 mientras que en el año 2018 fueron de \$67 540,00 mostrando una disminución aproximada de 23 millones de dólares. Sin embargo, para el 2019 la cifra aumento alcanzando \$126 936.00 y llegaría a su pico máximo en el 2020 con \$402 145,00 evidenciando un crecimiento de 3 veces su valor en relación con el 2019 y un aumento de 4,4 veces su valor en comparación al 2017.

Por otra parte, las exportaciones ecuatorianas hacia China pasaron de 10 mil toneladas con un valor de \$29 323,00 durante el 2017 a 8 mil toneladas con un valor de \$25 039.00 para el 2018, en reflejo a la disminución del rubro internacional de este producto durante ese año. Después, en el año 2019 incremento la exportación a 23 mil toneladas con un ingreso de \$83 318,00 mientras, que en el 2020 alcanza su mayor cifra con 65 mil toneladas a un precio de \$344 766,00 demostrando un incremento financiero para el 2020 de 4 veces su valor en comparación al 2019 y de 11 veces para el 2017.

## CONCLUSIONES

Con el desarrollo del trabajo investigativo se concluye que:

Las exportaciones de madera de balsa hacia china han demostrado ser un mercado rentable para las pequeñas y grandes compañías productoras en el Ecuador, teniendo un crecimiento exponencial durante los últimos años. Sin embargo, las empresas ecuatorianas han presentado irregularidades durante el proceso de exportación, ligadas a la logística y al marketing, mismos que generan pérdidas a corto plazo, que afectaran el desarrollo de este mercado a largo plazo.

La evidencia demuestra que a través de los recientes acuerdos comerciales con China ha permitido que exista un aumento de las exportaciones hacia dicho mercado y que, gracias a los factores medio ambientales de Ecuador, este posee las condiciones necesarias para la producción de madera de balsa.

Durante el periodo del 2017 – 2020 las exportaciones de madera de balsa de Ecuador hacia China entraron en auge, teniendo un crecimiento durante los tres primeros años, que aumento desmedidamente en el 2020, mismo año donde la pandemia ocasionada por el COVID - 19 afecto la economía mundial.

Las empresas cuentan con una limitada capacidad de producción, afectada principalmente por la falta de recursos financieros, logísticos y tecnológicos. Por lo tanto, si se pretende satisfacer la demanda actual de madera de balsa en el mercado chino, las empresas requieren de un apoyo financiero externo y una mejor gestión de recursos.

## **RECOMENDACIONES**

En base al presente trabajo investigativo se realizan las siguientes recomendaciones:

Analizar el impacto de las exportaciones de madera de balsa y otros productos forestales durante los próximos años con el fin de promover que el Ecuador esté preparado para los cambios que se generen en el mercado internacional.

Mantener un estudio de mercado que indique variables que afecten la exportación de la madera de balsa al mercado chino.

Que el gobierno o grandes empresas brinde apoyo económico a los pequeños productores de balsa para que así mejoren la producción de materia prima y por lo tanto su futura exportación al mercado correspondiente.

Investigar la demanda de diferentes productos elaborados a partir de la madera de balsa con el fin de integrarlo a la oferta exportable.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilera, R. V., Crespí, R., Infantes, P. M., & Pascual, B. (2020). Business groups and internationalization: Effective identification and future agenda. *Journal of World Business, 55*(4), 101050.
- Ahn, J. (2020). *A theory of domestic and international trade finance*. Emerald Publishing Limited.
- Alcácer, J., Cantwell, J., & Piscitello, L. (2016). Internationalization in the information age: A new era for places, firms, and international business networks? *Journal of international business studies, 47*(5), 499-512.
- Aspromourgos, T. (2019). What is supply-and-demand? The Marshallian cross versus classical economics. *Review of Political Economy, 31*(1), 26-41.
- Barr, N. (2020). *Economics of the welfare state*. Oxford University Press.
- Becker, G. S. (2017). *Economic theory*. Routledge.
- Beins, B. C. (2017). *Research method: A tool for life*. Cambridge University Press.
- Bellino, E., & Fratini, S. M. (2021). Absolute advantages and capital mobility in international trade theory. *The European Journal of the History of Economic Thought, 1*-23.
- Borrega, M., & Gibson, L. J. (2015). Mechanics of balsa (*Ochroma pyramidale*) wood. *Mechanics of Materials, 84*, 75-90.
- Brack, D. (2017). *International trade and the Montreal Protocol*. Routledge.

- Brito, C., & Silva, S. (2009). When trust becomes the fourth 'C' of cooperation'. *The Marketing Review*, 9(4), 289–299.
- Burke, P. J. (2019). Overcoming barriers to solar and wind energy adoption in two Asian giants;. *India and Indonesia. Energy Policy*, 1216-1228.
- Cabrera, O. S. (2018). Análisis de la cláusula de Nación Más Favorecida en los convenios para evitar la doble imposición: aspectos generales e implicaciones para el caso colombiano . *Revista Derecho Fiscal*, 13.
- Campoverde, M. (2014). *Análisis de las exportaciones de madera de balsa y su impacto en el crecimiento del PIB del Ecuador en el año 2012* . Quevedo: Tesis de pregrado, Universidad Tecnica Estatal de Quevedo.
- Cantwell, J. (2015). An introduction to the eclectic paradigm as a meta-framework for the cross-disciplinary analysis of international business. En J. Cantwell, *The eclectic paradigm* (págs. 1-22). London: Palgrave Macmillan.
- Cantwell, J., & Narula, R. (2001). The eclectic paradigm in the global economy. *International Journal of the Economics of Business*, 8(2), 155-172.
- Castaño, M. S., Méndez, M. T., & Galindo, M. Á. (2016). Innovation, internationalization and business-growth expectations among entrepreneurs in the services sector. *Journal of Business Research*, 69(5), 1690-1695.
- Castro, A. A., & Aristega, K. (2017). *Plan de exportación de madera aserrada de balsa al mercado de Valparaíso-Chile*. Guayaquil: Tesis de pregrado, ULVR.

- Catanzaro, A., Messeghem, K., & Sammut, S. (2011). Towards a typology of born again international SMEs. *World Conference Proceedings*. International Council for Small Business (ICSB).
- Comercio, O. M. (2017). *Organización Mundial del Comercio*. Obtenido de Organización Mundial del Comercio: [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/safeg\\_s/safeg\\_info\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/safeg_s/safeg_info_s.htm).
- Cometti, Z. (2018). Cláusula de la nación más favorecida en derecho internacional de las inversiones: alcances y desafíos. . *Anuario de Derecho Público*,, 256-268.
- Connolly, M. B., & Swoboda, A. K. (2018). *International trade and money*. Routledge.
- Crick, J. M., Crick, D., & Chaudhry, S. (2020). Entrepreneurial marketing decision-making in rapidly internationalising and de-internationalising start-up firms. *Journal of Business Research*, 113, 158-167.
- Dunning, J. H. (1977). Trade, location of economic activity and the MNE: A search for an eclectic approach. En J. H. Dunning, *The international allocation of economic activity* (págs. 395-418). London: Palgrave Macmillan.
- Dunning, J. H. (2015). The eclectic paradigm of international production: a restatement and some possible extensions. *The eclectic paradigm*, 50-84.
- Dunning, J. H., & Lundan, S. M. (2008). Institutions and the OLI paradigm of the multinational enterprise. *Asia Pacific Journal of Management*, 25(4), 573-593.

- Éltető, A., & Udvari, B. (2019). Export of Hungarian SMEs—testing network internationalisation. . *JEEMS Journal of East European Management Studies*, 24(4), , 614-635.
- Embajada de Ecuador en China . (2020). Ecuador-China, nuevas perspectivas. *Revista Semestral*.
- Fernandes, C. I., Ferreira, J. J., Lobo, C. A., & Raposo, M. (2020). The impact of market orientation on the internationalisation of SMEs. *Review of International Business and Strategy*, 30(1), 123-143.
- Figueira-de-Lemos, F., Johanson, J., & Vahlne, J. E. (2011). Risk management in the internationalization process of the firm: A note on the Uppsala model. . *Journal of World Business*, 46(2), 143-153.
- Forsgren, M. (2015). The concept of learning in the Uppsala internationalization process model: a critical review. *Knowledge, Networks and Power*, 88-110.
- Gammeltoft, P., & Cuervo, A. (2021). Enriching internationalization process theory: insights from the study of emerging market multinationals. *Journal of International Management*, 27(3), 100884.
- Ghacholiades, M. (. (2017). *The pure theory of international trade*. Routledge.
- Guisinger, S. (2001). From OLI to OLMA: incorporating higher levels of environmental and structural complexity into the eclectic paradigm. *International Journal of the Economics of Business*, 8(2), 257-272.

- Hayes, R. H., & Abernathy, W. J. (1980). Managing our way to economic decline. *Harvard Business Review*, July-August, 67-77.
- Helble, M., & Shepherd, B. (2017). *Win-win: how international trade can help meet the sustainable development goals*. Asian Development Bank Institute.
- Herreros, S. (2019). *La regulación del comercio electrónico transfronterizo en los acuerdos comerciales: algunas implicaciones de política para América Latina y el Caribe*.
- Hiscox, M. J. (2020). *International trade and political conflict*. Princeton University Press.
- Hu, M. (. (2019). *Sharing economy: making supply meet demand*. Springer.
- Játiva, Edison. (2017). *Análisis de la cadena de valor de la madera de balsa: el caso de la provincia de Esmeraldas, Ecuador*. Ecuador: Congreso Internacional de Contaduría , Administración e Informática .
- Johanson, J., & Vahlne, J. E. (2003). Business relationship learning and commitment in the internationalization process. *Journal of international entrepreneurship*, 1(1), 83-101.
- Kim, D., & Cavusgil, E. (2020). Antecedents and outcomes of digital platform risk for international new ventures' internationalization. *Journal of World Business*, 55(1), 101021.
- Krugman, P., Obstfeld, M., & Melitz, M. J. (2018). *International trade: theory & policy*. Pearson Education Limited.

- Leamer, E. E., & Stern, R. M. (2017). *Quantitative international economics*.  
Routledge.
- Liu, C. (2017). International competitiveness and the fourth industrial revolution.  
*Entrepreneurial Business and Economics Review*, 5(4), 111-133.
- Lobyrev, V. T. (2018). *Belt and Road transport corridors: Barriers and  
investments*. Saint Petersburg.
- Midgley, S., Blyth, M., Howcroft, N., Midgley, D., & Brown, A. (2010). Balsa:  
biology, production and economics in Papua New Guinea. *ACIAR  
Technical Reports Series*, (73).
- Morales Lozano, F. M. (2017). *Monopolio rentístico de licores destilados vs.  
principio de trato nacional del acuerdo GATT*.
- Norris, K., & Vaizey, J. (2018). *The economics of research and technology*.  
Routledge.
- Núñez, N. G. (2017). Reciprocidad y trabajo en la tecnología social de una  
economía urbana popular. *Revista Latinoamericana*, 47.
- Ozga, S. A. (2017). Supply and Demand. En S. A. Ozga, *The Rate of Exchange  
and the Terms of Trade* (págs. 13-24). Routledge.
- Padin, J. M. (2019). Los aranceles aduaneros como herramienta de protección  
comercial. Límites y alternativas para repensar el caso argentino. *Ensayos  
de Economía.*, 115-136.
- Parrales et al. (2015). Análisis del impacto económico de las relaciones  
comerciales de Ecuador con China en los años 2010-2013. *Rev. SINAPSIS*,

7(2), Recuperado de:

<https://www.itsup.edu.ec/myjournal/index.php/sinapsis/article/download/70/64/>.

Peters, M., & Peters, M. (2017). *Trading Barriers*. Princeton University Press.

Red Cancillería. (21 de octubre de 2021). *Acuerdo de Libre Comercio con China*

*impulsará exportaciones ecuatorianas*. Obtenido de

[www.cancilleria.gob.ec](http://www.cancilleria.gob.ec):

<https://www.cancilleria.gob.ec/china/2021/10/29/acuerdo-de-libre-comercio-con-china-impulsara-exportaciones-ecuatorianas/>

Rodríguez et al. (2020). China una alianza favorable o desfavorable para América

Latina y su influencia en la economía de Ecuador. *Revista Universidad y*

*Sociedad*, 12(4), 275-280.

Rodríguez, C. H. (2019). *Comercio internacional*. Red Tercer Milenio.

Rojas, J. J. (2017). La crisis económica mundial¿ La proliferación del

proteccionismo como una causa efecto? *Revista En-contexto/IS*.

Rosales, S. &. (2017). *Análisis de los acuerdos comerciales de Ecuador al 2015 y*

*ventajas que tendría al firmar nuevas alianzas en el exterior*.

Ruiz, G. R. (2020). *El derecho a la educación: Definiciones, normativas y*

*políticas públicas revisadas*. . EUDEBA.

Salazar, J. (2018). *Análisis de la Cadena de Suministros y Comercialización de*

*Madera Balsa (Ochroma pyramidale) de la Empresa BALPLANT al*

*Mercado Chino*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.

- Samiee, S., & Chirapanda, S. (2019). International marketing strategy in emerging-market exporting firms. *Journal of International Marketing*, 27(1), 20-37.
- Sánchez, C. R. (2018). *Los acuerdos comerciales bilaterales: el caso colombiano (1990-2015)*. CENES.
- Senga, S., Fujimoto, M., & Tabuchi, T. (2017). *Ricardo and international trade*. Taylor & Francis.
- Sharmiladevi, J. C. (2017). Understanding Dunning's OLI Paradigm. *Indian Journal of Commerce and Management Studies*, 8(3), 47-52.
- Sluman, A. J. (2017). *INTRODUCCIÓN. EL ESCENARIO DEL COMERCIO INTERNACIONAL*.
- Stilwell, A. R., Smith, S. M., Cognato, A. I., Martinez, M., & Flowers, R. W. (2014). *Coptoborus ochromactonus*, n. sp. (Coleoptera: Curculionidae: Scolytinae), an emerging pest of cultivated balsa (Malvales: Malvaceae) in Ecuador. *Journal of Economic Entomology*, 107(2), 675-683.
- Swoboda, A. K. (2018). *International trade and money*. . Routledge.
- Trademap. (4 de Junio de 2020). *List of exporters for the selected product*  
*Product: 440722 Virola, imbuia and balsa, sawn or chipped lengthwise, sliced or peeled, of a thickness of > 6 mm, sanded, or end-jointed, whether or not planed*. Obtenido de Trademap:  
[https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c440722%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=1%7c%7c%7c%7c%7c440722%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)

- Verbeke, A. (2020). The JIBS 2019 Decade Award: The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. *Journal of International Business Studies*, 51(1), 1-3.
- Welch, L. S., & Luostarinen, R. (1988). Internationalization: Evolution of a concept. *Journal of general management*, 14(2), 34-55.
- Winham, G. R. (2019). *The evolution of international trade agreements*. University of Toronto Press.

## **ANEXOS**

### **Anexo 1.Formato encuesta exportadores**

**¿Cree que ha existido un crecimiento de los exportadores de balsa?**

Abundante

Considerable

Escaso

**¿Cuál es la forma común en que usted comercializa la madera de balsa?**

Aserrada

En pie

Otra

**¿Cuál es el sistema utilizado para exportar la madera de balsa?**

Venta directa

A través de intermediarios

Por medio de asociación

**¿Cuál es su principal destino de exportación?**

Estados Unidos

China

Unión Europea

Latinoamérica

Otros

**¿Qué ayudaría a las exportadoras de Balsa a cumplir con sus pedidos?**

Perfeccionar los métodos de trabajo

Obtener materia prima de pequeños productores

Comprar producto procesado

**¿La empresa presenta suficiente capacidad de producción para comercializar el producto en el mercado chino?**

Si

No

**¿La empresa cuenta con los recursos financieros para apoyar activamente la comercialización de sus productos en los mercados extranjeros objetivos?**

Si

No

**¿Cómo considera el manejo logístico de la empresa tanto a nivel nacional como internacional?**

Muy bueno

Bueno

Regular

Malo

Muy malo

**¿La empresa conoce los requisitos que debe cumplir el producto para la exportación a China?**

Si

No

**¿La empresa posee alguna estrategia de exportación o de marketing internacional para la exportación del producto al mercado chino?**

Si

No

**Anexo 2.Formato de entrevista a personas versadas del tema de exportación de madera de balsa**

- 1. ¿Cómo define usted el estado actual del sector productivo de madera de balsa?**
- 2. ¿Cuáles son las ventajas y generalidades del uso de la balsa?**
- 3. ¿El estado brinda apoyos gubernamentales para el mejoramiento de este sector?**
- 4. ¿Qué aspectos considera usted que perjudican o benefician la competitividad de la madera de balsa ecuatoriana?**
- 5. ¿Cree usted que el sector de madera de balsa aportaría en alguna medida a la economía del país?**
- 6. ¿El sector de madera de balsa aportaría en el cambio de la matriz productiva?**
- 7. ¿Su empresa tiene capacidad de aumentar la producción para cubrir pedidos?**
- 8. ¿Considera necesario que se elabore un plan estratégico para facilitar la exportación de madera de balsa al mercado chino?**

### **Anexo 3.Formato de preguntas hacia funcionario del ministerio de comercio exterior**

- 1. ¿Considera usted que la capacidad de gestión/supervisión de las autoridades reguladoras del sector influyen en el desempeño de las exportaciones de madera de balsa al mercado chino? Explique**
- 2. ¿Considera usted que el exceso de regulación (documentación procedimientos y leyes) del marco regulatorio es factor determinante en las exportaciones de madera de balsa al mercado chino?**
- 3. ¿Cree usted que el acceso de financiamiento a largo plazo, es un factor influyente en el desempeño de las exportaciones de madera al mercado de China?**
- 4. ¿Considera usted que la infraestructura de las carreteras y el costo de transporte son factores influyentes en el desempeño de las exportaciones de madera aserrada al mercado de China?**
- 5. ¿Cree usted que la informalidad presente en el sector forestal influye en las exportaciones de madera de balsa al mercado chino?**