



*Normativas para impulsar la internacionalización de emprendimientos de snacks de banano en la provincia de El Oro*

*Regulations to promote the internationalization of banana snack businesses in the province of El Oro*

*Regulations to promote the internationalization of banana snack businesses in the province of El Oro*

Jean Pierre Carrión-Saavedra <sup>I</sup>

[jeanpey09@gmail.com](mailto:jeanpey09@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0001-5872-1175>

María Esther Salcedo-Rentería <sup>II</sup>

[mariaesther171@gmail.com](mailto:mariaesther171@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0003-2047-5890>

**Correspondencia:** [jeanpey09@gmail.com](mailto:jeanpey09@gmail.com)

Ciencias Económicas y Empresariales

Artículo de Investigación

\* **Recibido:** 20 de enero de 2023 \* **Aceptado:** 15 de febrero de 2023 \* **Publicado:** 20 de marzo de 2023

I. Universidad Técnica de Machala, Ecuador.

II. Universidad Técnica de Machala, Ecuador.

## Resumen

Para ingresar a un proceso de internacionalización las empresas deben estar preparadas tanto en el ámbito económico, productivo y legislativo, que les permita incursionar de forma eficiente en el mercado internacional, en este sentido, los emprendedores de snacks de banano de la provincia de El Oro, desean abarcar e incursionar nuevos mercados exteriores, por lo que necesitan ejecutar de forma adecuada el ámbito legislativo, a tal efecto el presente trabajo de investigación estableció como objetivo aportar a los emprendedores de snacks de banano de la provincia de El Oro, las respectivas normativas que impulsen su proceso internacionalización, mediante el diseño de un cuadro de procesos que integre la revisión del marco legislativo de comercio internacional del Ecuador en conjunto con investigación documental. La investigación según su enfoque es cualitativa y de carácter descriptiva, que usó los métodos analítico-sintético, inductivo - deductivo y sistematización, que permitieron identificar y establecer las principales normativas que intervienen en el proceso de internacionalización enfocado a la exportación de los snacks de banano. Los resultados indican que las normativas que impulsan el proceso de internacionalización de los snacks de banano son: La ley de emprendimiento e innovación, el COPCI, el Reglamento V del COPCI, Estructura del Arancel del Ecuador, La ley de propiedad intelectual y la Normativa técnica sanitaria de productos de uso humano para exportación. Se concluye que las seis normativas revisadas son necesarias para que los emprendedores de snacks de banano pueden incursionar en el proceso de internacionalización enfocado a la exportación.

**Palabras Clave:** Normativas; Internacionalización; Snacks de banano.

## Abstract

To enter into an internationalization process, companies must be prepared both in the economic, productive and legislative spheres, which allows them to efficiently enter the international market. In this sense, banana snack entrepreneurs in the province of El Oro , want to cover and enter new foreign markets, so they need to adequately execute the legislative field, for this purpose the present research work established the objective of providing banana snack entrepreneurs in the province of El Oro with the respective regulations. that promote their internationalization process, through the design of a process framework that integrates the review of Ecuador's international trade legislative framework in conjunction with documentary research. The research according to its approach is qualitative and descriptive in nature, which used analytical-synthetic, inductive-

deductive and systematization methods, which allowed identifying and establishing the main regulations that intervene in the internationalization process focused on the export of banana snacks. . The results indicate that the regulations that drive the internationalization process of banana snacks are: The law of entrepreneurship and innovation, the COPCI, Regulation V of the COPCI, Ecuador's Tariff Structure, the intellectual property law and the technical regulations. sanitary of products for human use for export. It is concluded that the six revised regulations are necessary so that banana snack entrepreneurs can enter the internationalization process focused on export.

**Keywords:** Regulations; Internationalization; Banana snacks.

## Resumo

Para entrar em um processo de internacionalização, as empresas devem estar preparadas tanto na esfera econômica, produtiva e legislativa, o que lhes permite entrar de forma eficiente no mercado internacional. Nesse sentido, os empresários de salgadinhos de banana da província de El Oro, querem cobrir e entrar novos mercados externos, pelo que necessitam de executar adequadamente o campo legislativo, para o efeito o presente trabalho de investigação estabeleceu o objetivo de dotar os empresários de salgadinhos de banana da província de El Oro com as respectivas regulamentações que promovam o seu processo de internacionalização, através da concepção de uma estrutura de processo que integra a revisão da estrutura legislativa do comércio internacional do Equador em conjunto com a pesquisa documental. A pesquisa segundo sua abordagem é de natureza qualitativa e descritiva, que utilizou métodos analítico-sintéticos, indutivo-dedutivos e de sistematização, o que permitiu identificar e estabelecer as principais regulamentações que intervêm no processo de internacionalização voltado para a exportação de salgadinhos de banana. Os resultados indicam que as regulamentações que impulsionam o processo de internacionalização dos salgadinhos de banana são: A lei de empreendedorismo e inovação, a COPCI, o Regulamento V da COPCI, a Estrutura Tarifária do Equador, a lei de propriedade intelectual e os regulamentos técnicos. usar para exportação. Conclui-se que as seis regulamentações revisadas são necessárias para que os empresários dos salgadinhos de banana possam ingressar no processo de internacionalização com foco na exportação.

**Palavras-chave:** Regulamentos; Internacionalização; Lanches de banana.

## Introducción

Hoy en día las exportaciones representan el principal ingreso económico de los países, a diferencia de la producción local, puesto que permiten el ingreso de divisas, explorar nuevos mercados y mejoramiento de los productos en calidad, lo cual beneficia a la reputación empresarial y económica del país. En el Ecuador, los principales productos de exportación son el petróleo y el sector de los productos primarios, a esto Orozco (2017), detalla que el país, depende de las exportaciones de productos primarios lo que dificulta el crecimiento económico del mismo.

De acuerdo a Galarza (2019) indica que Ecuador se convirtió en uno de los principales países productores de banano, llegando a destacar en el cultivo y exportación de banano como primero en el mundo, siendo la mayor parte de estos productos originarios de la región costa, que de acuerdo al Ministerio de Comercio Exterior (2017), el 41% de los productores a nivel nacional se encuentra en la provincia de El Oro, el 34% en la provincia del Guayas y el 16% los Ríos.

En referencia a las exportaciones de la provincia de El Oro, de acuerdo Becerra (2022) explica que la provincia de El Oro se ubicada entre las cinco principales provincias exportadoras, con ventas FOB de \$1.363 millones, en productos del sector bananero, minero, camaronero y cacaoero, destacando el sector agrícola, el cual aporta directamente al crecimiento económico, social y productivo del país, además de fortalecer el sector empresarial, ya que representan el 5,1% de empresas del país, contribuyendo de forma significativa al emprendimiento.

En este sentido, de acuerdo a la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (2020), en el Art. 2, define al emprendimiento como un proyecto que tenga menos a 5 años de existencia con el propósito de crear empleo, utilidad y desarrollo, mediante la identificación de una necesidad u oportunidad, a cargo de emprendedores que pueden ser personas naturales o jurídicas que de forma individual o conjunta desean organizar los recursos necesarios para cumplir con el propósito del emprendimiento. A tal efecto, Zamora (2018), fundamenta que el emprendimiento es importante porque genera ingreso fiscal, plazas de trabajo e ingresos de divisas en un país.

A diferencia de años anteriores, el pensamiento de crecimiento productivo en la provincia de El Oro ha ido cambiando, puesto que desean destacar como exportadores de productos procesados, ya que continuamente se presentan problemas en el sector primario como plagas, pérdidas de elementos productivos y falta de empleo, a tal efecto los emprendedores buscan competir con productos procesados en el sector agrícola (Lozada, Salcedo, Valarezo, & Sotomayor, 2020).

En este sentido, gracias a la inversión extranjera que representa una importante fuente de financiamiento para el país, que permite mejorar la economía e incrementar el capital del Estado para la realización de obras y nuevos proyectos que ayuden a mantenerse invariable o sólido Soriano, Jiménez y García (2019), ha permitido el fortalecimiento empresarial, en la provincia de El Oro sobre todo en el sector agrícola, ya que de acuerdo al (INEC, 2021), han aumentado a 3.904 microempresas, las cuales aporta con el ingreso de divisas mediante las exportaciones de sus productos estrellas con un 8,8% al Producto Interno Bruto (PIB) ecuatoriano.

Uno de estos productos procesados pertenecientes a emprendedores agrícolas son los snacks de banano, ya que de acuerdo a Carvajal et al. (2019), detallan que los productos procesados derivados del banano con mayor demanda son las frituras o chips, snacks, plátano congelado y harina de plátano, esto afirma que existe variedad de productos procesados a base de plátano, entre los cuales están los snacks.

A lo largo de los últimos años, ha aumentado en el país el uso del plátano como snack. Han surgido varias empresas relacionadas con el producto, algunas con marcas patentadas y otras de fabricación artesanal que carecen de registro de calidad, pero gozan de gran popularidad entre los clientes locales y regionales. La popularidad del producto ha crecido tanto a nivel nacional como internacional (Troya et al., 2022).

Además, León (2019), explica que la capacidad de innovar y emprender coexiste con numerosas aportaciones que se piensan aplicables con estrategias competitivas, sobre los componentes que mejoran cualquier sector de la economía, y generando oportunidades con la expansión de la comunicación y la accesibilidad del conocimiento, no obstante, Urdaneta, Borgucci, Gonzales y Luciani (2021), indican que se debe aprovechar las potencialidades de exportación del sector productivo de El Oro, mediante el replanteamiento de su concepción, participación del gobierno e incentivación a través de nuevas reformas legislativas.

A esto, Zambrano et al. (2019), fundamenta que los factores que inciden en el proceso de exportación de las pymes agrícolas de El Oro, son los niveles de producción, innovación, financiamiento y el desconocimiento de las respectivas normas, causando su desintegración antes del primer año de actividad, principalmente por la falta de aplicación de normativas.

Las normativas se definen como el conjunto de normas vigentes que regulan un ámbito en específico (Trujillo, 2021) y que son esenciales para llevar a cabo un proceso de exportación, puesto que establecen lineamientos relacionados a los adecuados procesos de aduana, formas de

pago, declaración de impuestos y minimización de riesgos (Castro, 2019). Por tal razón, el presente trabajo establece como objetivo: aportar a los emprendedores de snacks de banano de la provincia de El Oro, las respectivas normativas que impulsen su proceso internacionalización, mediante el diseño de un flujograma que integre la revisión del marco legislativo de comercio internacional del Ecuador en conjunto con una investigación documental.

La importancia de esta investigación radica en que los emprendedores agrícolas de productos procesados de la provincia de El Oro, pueden obtener la información sintetizada y organizada de las normativas necesarias para impulsar su proceso de internacionalización enfocada en la exportación, además de los derechos y beneficios que gozan por su clasificación empresarial dentro de un proceso de exportación.

### **Método**

La presente investigación según su enfoque es cualitativa y de carácter descriptiva, puesto que, se sustenta en evidencias obtenidas de investigaciones descriptivas profundas del problema de investigación (Sánchez, 2018), es decir, se va a recopilar información mediante el estudio de documentos, de las normativas que impulsen el proceso de internacionalización de los emprendedores agrícolas con productos procesados de la provincia de El Oro que estén enfocados en un futuro proceso de exportación. A tal efecto, mediante un cuadro de procesos se presenta el orden de aplicación de las normativas para que los snacks de banano en futuro puedan ser exportados.

Estas normativas se las va a obtener de bases de datos como: el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, Organización Mundial de Comercio, El Ministerio de Producción, Comercio e Inversiones, Agrocalidad y Organización Mundial de Aduanas y para la fundamentación teórica de la investigación se utilizan bases de datos de investigaciones científicas.

Los métodos teóricos que se usan es el analítico-sintético, para abstraer los más importante de la información y resumir en aspectos claves, otro método es el inductivo - deductivo, que permite generalizar los hallazgos a partir de información específica y finalmente, el método de sistematización, que se usa para organizar y esquematizar la presente investigación.



## Resultados

A continuación, se presentan las normativas que se deben aplicar para que un producto procesado proveniente del sector agrícola como el snack de banano pueda entrar a un proceso de internacionalización, enfocado a la exportación.

De acuerdo a Medrano (2022) indica que sector de los snacks de banano se encuentra en expansion, a tal efecto, en el mercado nacional, hay más de 15 marcas que desean exportar sus productos, como lo ha hecho la empresa Tropic Max, que el año pasado envió 9.000 toneladas de mercancía y 9,4 millones de dólares a Europa y Norteamérica, no obstante, según Reyes (2021) las exportaciones de snacks de banano ascendieron a 28.000 toneladas y 67 millones de dólares en 2020, un aumento del 1,5% en los ingresos, pero un pequeño descenso en el volumen con respecto a 2019.

Las exportaciones de snacks de banano en los últimos años, de acuerdo Mendoza (2022) explica que, en los últimos años, las ventas nacionales en la subpartida de snacks pasaron de US\$ 50 millones, en 2017, a US\$ 91,7 millones, en 2020, sin embargo, en 2021 se exportaron USD\$ 76,5 millones hasta octubre, esto se alude por la falta de ofertantes de snacks de bananos, a pesar de que el snack de banano ecuatoriano tenga altas demandas en el mercado internacional, como lo fundamenta Serrano (2022), los snacks ecuatorianos de alta calidad también tienen una importante demanda en el extranjero, especialmente por tener como ingrediente base, varios alimentos de exportación reconocidos a nivel mundial, de acuerdo al INEC (2023) existen 20 emprendedores de ventas de snacks en la provincia, en la tabla 1 se muestra cuáles son, cabe mencionar que en la ciudad de Machala se tiene solo el registro de 6 emprendedores de snacks de banano de los 20 que se registran en la provincia.

**Tabla 1**

Cuadro de emprendedores de Snacks de Banano de la Provincia de El Oro

<b>RAZÓN SOCIAL</b>	<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTÓN</b>
<b>CEDEÑO QUIROZ JENNIFER ADRIANA</b>	EL ORO	HUAQUILLAS
<b>PAREDES SEGOVIA ROSA EMERITA</b>	EL ORO	HUAQUILLAS
<b>GONZALEZ GUEVARA CAROLINA LISSETH</b>	EL ORO	MACHALA
<b>IDROVO FAJARDO WALTER VINICIO</b>	EL ORO	MACHALA

<b>GONZALEZ SUAREZ HENRY RICARDO</b>	EL ORO	MACHALA
<b>BECERRA CRUZ MAYRA ELIZABETH</b>	EL ORO	MACHALA
<b>VILLACRESES TORO DAVID EDUARDO</b>	EL ORO	MACHALA
<b>OLAYA TORRES YESENIA YADIRA</b>	EL ORO	MACHALA
<b>GUIJARRO JUCA DELIA MARIA</b>	EL ORO	PASAJE
<b>BATALLAS VALAREZO ANDRES JESUS</b>	EL ORO	PASAJE
<b>FAREZ ARIAS JUAN GABRIEL</b>	EL ORO	PASAJE
<b>PALTA PINCHOPA SHIRLEY PATRICIA</b>	EL ORO	PASAJE
<b>TITUANA CEVALLOS ELVIA ROSA</b>	EL ORO	PIÑAS
<b>ROMERO RAMIREZ YESENIA DEL CISNE</b>	EL ORO	PIÑAS
<b>FREIRE LOAYZA OLGA JUDITH</b>	EL ORO	PIÑAS
<b>ROMERO LOAYZA JULISSA ELIZABETH</b>	EL ORO	PIÑAS
<b>BRAVO MORAN MIGUEL ANGEL</b>	EL ORO	SANTA ROSA
<b>TORRES CHICA HAMILTON JACINTO</b>	EL ORO	SANTA ROSA

Fuente: (INEC, 2023)

Es necesario saber que la mayoría de los emprendedores de snacks de banano son de la ciudad de Pasaje y de Machala, además el incremento de las exportaciones de los emprendedores ha tenido un crecimiento favorable, de acuerdo al INEC (2023) detalla que las exportaciones de los emprendedores de snacks de banano en el año 2022 fueron de 2.392 toneladas a diferencia del año 2021 que fue de 1.904 toneladas, Trade Map (2023) detalla que el emprendedor que mayor exporto snacks fue Gonzalez Carolina con 326 toneladas, seguido de Idrovo Walter con 214 toneladas, cabe mencionar que ambos son emprendedores de snacks de banano de la ciudad de Machala, de acuerdo a Trade Map (2023) las emprendedoras Cedeño Jennifer y Paredes Rosa son las que menos cantidad de exportaciones tiene con 83 y 60 toneladas respectivamente, ambas pertenecen a la ciudad de Huaquillas.

Los emprendedores de nuestra provincia tienen varios mercados atractivos y ya conocidos, de acuerdo a Trade Map (2022) detalla que Estados Unidos es el principal importador de snacks con un valor de importaciones \$1.709 millones en el 2021, le sigue Japón con \$343 millones en 2021 y luego Países Bajos con \$262 millones en el 2021.



De acuerdo a la Embajada y Consulado de EE. UU en Ecuador (2023) declara que Ecuador ha mejorado la relación comercial con Estados Unidos, firmando un Protocolo sobre Reglas Comerciales y Transparencia en diciembre de 2020, también cabe mencionar que Estados Unidos es el principal socio comercial de Ecuador, esto es beneficioso porque ya existe una relación comercial con Estados Unidos, de acuerdo a Urgiles (2018) Estados Unidos es uno de los principales socios económicos de Ecuador, ya que su mercado es el destino de la mayor parte de exportaciones.

Por otro lado, si bien Japón es el segundo mayor importador de snacks, en el caso de Ecuador ocupa el puesto décimo tercero entre los principales exportadores, de acuerdo a Trade Map (2022) el principal importador de Ecuador es Estados Unidos con \$61 millones de valor exportado en 2021 y Japón ocupa el puesto trece con \$355 mil de valor exportado, cabe mencionar que en los últimos años las exportaciones a Japón han decaído

De acuerdo al Ministerio de Economía y Finanzas (2021) la relación entre Ecuador y Japón han tenido un camino positivo en 2020, Japón fue destino de las exportaciones agrícolas y pesqueras ecuatorianas por un valor de USD 181,2 millones, además es el tercer país asiático al que el Ecuador más vende sus productos, después de China y Turquía, además de acuerdo Sotalin (2023) detalla que las autoridades de ambos países reafirman su compromiso de fortalecer las relaciones entre Ecuador y Japón.

De acuerdo a Trade Map (2023), Ecuador exporto un total de 28.929 toneladas en el año 2022, de las cuales es 68 % (19.671 toneladas) de las exportaciones corresponde a la región costa y de esas, destacan la provincia del Guayas con el 41% (8.065 toneladas) y la provincia de El Oro con el 38% (7.475 toneladas) de las exportaciones

En consecuencia, se presentan las normativas que se deben aplicar para entrar a un proceso de internacionalización mediante la exportación de los snacks de banano, estas normativas se han seleccionado en función a la guía de exportación presentado por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (PROECUADOR, 2021):

En total son 7 normativas, que no deben saltarse los emprendedores agrícolas de productos procesados para exportar en un futuro sus productos:

### **1. Ley de Emprendimiento e Innovación**

Esta normativa tiene por objeto y ámbito, de acuerdo al Art. 1, establecer las normas que impulsen y fomenten el emprendimiento, desarrollo tecnológico e innovación, para promover la actitud

empresadora e implementar nuevas formas societarias y de financiamiento para los emprendimientos (ASAMBLEA NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR, 2020). En este sentido, esta normativa propone formalizar a los emprendimientos mediante la constitución legal de la idea en compañías, ya que para exportar la empresa debe estar constituida legalmente según las leyes comerciales y fiscales del país de origen (Instituto Nacional de la Economía Social, 2019).

A tal efecto, en las disposiciones reformativas mediante artículos innumerados, establece la nueva modalidad de constitución de compañías por Sociedades Anónimas Simplificadas (S.A.S), las cuales se pueden constituir mediante el portal web de la Superintendencia de Compañías de Seguros y Valores, no tienen capital mínimo de constitución ni límites de socios, siendo el principal propósito formalizar los emprendimientos, para que puedan ser sujetos de créditos y ampliar los procesos productivos y de comercialización del Ecuador.

Muñoz y Moral (2019), indican que un factor determinante para ingresar a un proceso de internacionalización es que se encuentren registrados ante la legislación de cada país, puesto que este indicador les dará veracidad y formalidad ante los mercados internacionales.

## **2. Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones**

De acuerdo al Art. 3 de la presente normativa tiene por objeto regular el proceso productivo en todas las etapas que implique, tanto en producción, distribución, comercio y consumo con el propósito de potenciar las producciones con mayor valor agregado que pretendan cambiar la matriz productiva del Ecuador, además, en el Art. 93 establece que el estado debe fomentar la producción guiada a la exportaciones y se promueven a través de mecanismos de régimen general y orden directa, sin perjuicio de las normativas contempladas en leyes de los gobiernos (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2019).

En este sentido, la aplicación de esta normativa, recae en las formalidades aduaneras que debe cumplir el futuro exportador, como el pago de tributos, efectuar la declaración aduanera, el control aduanero y sobre todo la elección del tratamiento aplicable de las mercancías de acuerdo a la legislación vigente y orientación del declarante, es decir el régimen aduanero. En este caso, al tratarse de un producto de consumo para el exterior, se debe seleccionar el régimen aduanero de exportación definitiva.

De acuerdo al Art. 154, la exportación definitiva, es la salida permanente de mercancías del territorio aduanero ecuatoriano para su posterior consumo libre en el mercado extranjero. (Código

Orgánico de La Producción, Comercio e Inversiones 2019). A esto, Alva y Álvarez (2019), fundamentan que la elección correcta del régimen aduanero además de ayudar a cumplir con las formalidades aduaneras, puede representar grandes beneficios para el exportador, como la devolución de sus tributos o apoyo gubernamental.

### **3. Reglamento V del COPCI**

El reglamento V del COPCI, nace para reglamentar materias del comercio internacional, además de especificar definiciones, actividades de las entidades competentes y los diferentes incentivos para sectores productivos. La aplicación de esta normativa para el proceso de exportación de los snacks de banano recae en la estipulación de envío de muestras comerciales sin valor, que en el Art. 14 las define como cualquier mercancía que vaya a ser exportada o importado, con base imponible menor a los cuatrocientos dólares o 3 unidades en presentación comercial o sea utilizada para estudios de mercados (Reglamento V del COPCI, 2017).

Para pactar un contrato de venta internacional, uno de los primeros requerimientos del comprador es el envío de muestras comerciales sin valor del producto que se está ofertando o en tal caso es el mismo comprador que envía a empresas su producto por este medio para que puedan conocer determinadamente la mercancía, es decir que los snacks de banano se pueden enviar por medio de muestra comercial sin valor a cualquier país con el que se esté negociando y no existan restricciones de la mercancía, a tal efecto, (Wierna et al., 2017), indican que las muestras comerciales se deben enviar cerradas herméticamente con excelente presentación, para que no estén expuestas a cambios repentinos en su contenido.

### **4. Estructura del Arancel del Ecuador**

La estructura del arancel del Ecuador se utiliza para múltiples propósitos tales como: determinar los aranceles para el comercio internacional, delimitar rebajas arancelarias, reglas de la clasificación de la mercancía, establecer técnicas de política comercial y realizar estudios estadísticos (ALADI, 2020).

En este contexto, se debe realizar la clasificación arancelaria de las mercancías a exportar, que es cuando a un producto se le asigna un código y su correspondiente descripción se le asocia el arancel o derecho aduanero que deben tributar las mercancías que se clasifican en dicho código, al momento de concretarse una operación de comercio exterior a través de una aduana (Aguilar et al., 2022; García, 2017). De acuerdo a la búsqueda en el arancel de mercancías del Ecuador, la subpartida del snack de banano es 2008.99.90.00.

## **5. Normativa Técnica Sanitaria Productos de uso Humano para Exportación**

La presente normativa en el Art. 1 establece como objeto regular el procedimiento de obtención del Certificado Sanitario de Exportación tanto para productos alimenticios transformados, procesados y medicamentos en general, que pueden fabricarse o acondicionarse en el Ecuador para su debida exportación, es decir que los emprendedores de snacks de bananos tienen la obligación de obtener el certificado sanitario de exportación para comercializar su producto en los mercados internacionales.

Y en el Art. 3. de la presente norma define al certificado sanitario de exportación, como el documento que certifica que estos productos originarios de Ecuador son adecuados para el uso y consumo humano, ya que son elaborados bajo normas de calidad, inocuidad y seguridad, además en el Art. 5.- se debe considerar que el producto a exportar debe incluir las normativas y legislaciones del país importador, para no entrar en conflictos deberá ajustarse a las especificaciones del país exportador (ARCSA, 2017).

## **6. Ley de Propiedad Intelectual**

De acuerdo a la guía del exportador publicada por PROECUADOR, establece que el exportador debe registrar la marca del producto para su respectiva identificación tanto en Ecuador como en el mercado exterior, por lo que este requerimiento se lo realiza bajo las normas de la Ley de Propiedad Intelectual, la cual garantiza y reglamenta la propiedad intelectual obtenida de acuerdo con la ley, como convenios internacionales vigentes con el Ecuador y la Comisión de la Comunidad Andina (C.A.N). Por lo que indica en el Art. 200.- que el registro de marca es válido para miembros de la Organización Mundial del Comercio u otro tratado sea parte el Ecuador y sea reconocido como prioridad tanto en el país miembro o en un convenio (SENADI, 2014)

A tal efecto, Pérez (2022), fundamenta que el registro de una marca otorga a la empresa el derecho exclusivo a impedir que terceros comercialicen productos idénticos o similares con la misma marca o utilizando una marca tan similar que pueda crear confusión, en términos similares a las patentes y si la empresa no registra la marca, otras empresas podrían utilizar para sus propios productos el mismo signo o un signo semejante que induzca a confusión.

## **7. Normativa de Certificados Origen y Verificación de Mercancías de Exportación**

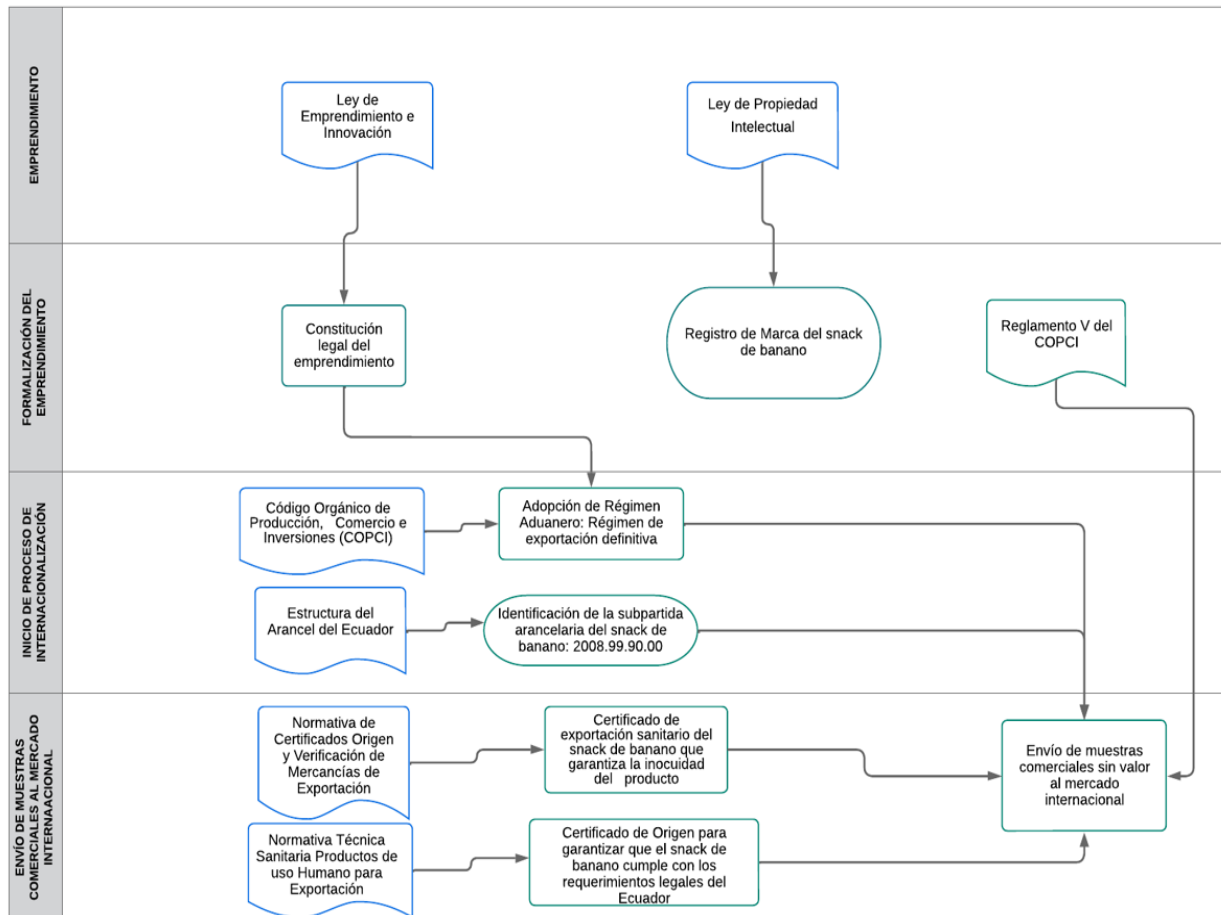
La presente normativa indica que tiene por objeto establecer el propósito y la regulación del certificado de origen, el cual define en el Art. 1 como un documento que puede ser físico o electrónico y se debe presentar en la aduana de destino, el cual estará basado con los acuerdos

comerciales que tenga Ecuador. Es decir, que la principal función del certificado de origen es garantizar al vendedor que el producto cumple con todos los requerimientos y normativas del país de origen, en este caso Ecuador.

A tal efecto, los snacks de banano deben contar con el respectivo certificado de origen, como fundamenta Cancino y Ruíz (2017), que este documento es de suma importancia para la justificar y amparar que la mercancía que se exporta o importa es de un país de origen, y no ha recibido modificación alguna, es decir es producto nacional; y este documento es la base de la clasificación arancelaria, determinante para exentar o disminuir los aranceles en las mercancías en concreto acceder a la aplicación del trato preferencial arancelario. Mediante la revisión de cada normativa, se presenta un flujograma indicando el proceso de aplicación de la normativa:

**Figura 1.**

Flujograma de procesos de normativas para internacionalizar emprendimientos de snacks de banano enfocados a la exportación



Nota: Elaborado por los autores

Es decir, que, para iniciar en un proceso de internacionalización enfocado en la exportación, los emprendedores de los snacks de banano, deben formalizar su emprendimiento ya sea mediante la opción suscrita en la Ley de Emprendimiento e Innovación, como compañía S.A.S, posterior debe identificar el régimen aduanero y sus requisitos en el Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), posterior tanto de soporte en la legislación aduanera ecuatoriana y para el envío de muestras comerciales sin valor se puede guiar en Reglamento V del COPCI. También, para identificar la subpartida arancelaria del snack de banano debe hacer uso de la Estructura del Arancel del Ecuador y para registrar la marca del snack de banano, debe basarse en la Ley de Propiedad Intelectual y finalmente tanto para garantizar la inocuidad del producto como el origen y el cumplimiento de la legislación correspondiente del país de origen deben aplicar lo que indica la Normativa Técnica Sanitaria Productos de uso Humano para Exportación y la Normativa de Certificados Origen y Verificación de Mercancías de Exportación.

### **Discusión**

El término "emprendimiento" tiene varias facetas y connota energía, desarrollo de ideas y búsqueda de consecuencias positivas para la economía y la sociedad en general, de acuerdo a Borrayo et al. (2019), el emprendimiento hace referencia al proceso de crear o iniciar cualquier cosa; denota la mentalidad y las habilidades de cualquier individuo o grupo que decide lanzar una nueva empresa, aprovechando las oportunidades y poniendo las ideas en acción. Sin embargo, también es cierto que, al igual que ocurre con algunos sectores, la falta de comprensión de las normas ha obstaculizado su desarrollo socioeconómico y, en este caso, le ha impedido expandirse a mercados extranjeros, de acuerdo Méndez et al. (2022), una de las principales barreras de exportación es el desconocimiento de leyes y normativas, el cual explica la falta de capacitación y especialización de los emprendedores.

Los emprendedores de snacks de banano de la provincia de El Oro deben adaptar su forma de pensar ante las dificultades que encuentran por su desconocimiento de las normativas para ingresar a un proceso de internacionalización, esto se fundamenta en la primicia de Telli et al. (2022), en su estudio del consumo de snack de banano, donde afirma que la mayoría de emprendimientos fracasan por no realizar un estudio de mercado, financiero y conocer las responsabilidades legislativas.



En relación a la alta demanda internacional del snack de banano expuesta en los resultados, Carreño (2019), lo confirma en su estudio, indicando que los snacks de banano antes se comercializaban en tiendas de la provincia, hoy en día se ha visto que tiene la posibilidad de llegar a grandes cadenas de supermercados a nivel mundial, pero no todos los emprendedores se han afrontado la barrera de desconocimiento de normativas para exportar, la cual les impide internacionalizarse en los mercados extranjeros.

Por otra parte, Cañarte et al. (2020), coinciden que los emprendimientos están generando ingresos que canalizan la sostenibilidad económica del país y es de suma importancia acogerse a lo que estipulan las normas de la Ley de Emprendimiento e Innovación, la cual permite a los emprendedores a formalizar sus ideas en empresas. A tal efecto, Ordoñez et al. (2020), fundamentan que la ley de Emprendimiento e Innovación es esencial para los emprendedores y las MiPymes, porque impulsa a la innovación de sus productos o de las tecnologías que estén llevando a cabo, por lo que es necesario aplicar esta normativa, ya que los snacks de banano se perciben como un producto innovador en el mercado internacional, que de acuerdo a PROECUADOR (2021) los snacks de banano son innovadores para los mercados internacionales convirtiéndose en una tendencia de consumo.

El desconocimiento de las normativas para ingresar a un proceso de internacionalización establece barreras de crecimiento a los emprendedores de snacks de banano de la provincia de El Oro (Hoyos, 2019), perjudicando directamente a la economía de la provincia, como lo fundamenta Zamora (2018) que indica que, al crear nuevas empresas para satisfacer las demandas de la población, los emprendedores promueven el aumento de la productividad y representan la mayor parte del empleo. Como resultado, se crea más y mejor empleo, lo que aumenta el valor añadido de la economía. A tal efecto, Ruiz y Rodríguez (2021) argumentan que la actividad emprendedora es ahora un componente crucial para aumentar la competitividad y el crecimiento económico de una nación, con beneficios para el crecimiento del empleo, los avances técnicos y el aumento de la productividad, entre otras cosas.

Por otro lado el Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversión ayuda a los emprendedores a tener una regulación en su proceso de producción, además de incentivar la producción local, de acuerdo a Ojeda, Gutiérrez y Córdova (2021) expresan que el COPCI ha incentivado a los emprendedores ecuatorianos a la internacionalización de sus productos, dando a conocer la producción local, además según Sumba, Pinargotty y Pillasagua (2022) el reglamento V del COPCI

es una normativa que ha beneficiado a los emprendedores, exonerándolos de los impuestos de importación, lo cual permite mejorar su producción.

La estructura del arancel del Ecuador según Padin (2019) vigila que los sectores productivos sensibles estén protegidos, además impulsa el desarrollo de determinadas ramas de producción, es por tal motivo que conocer la normativa expuesta ayudara a los emprendedores de la provincia que sus productos se encuentren con la protección de la ley local.

La normativa de la ley de Propiedad Intelectual es la encargada de patentar los productos, lo cual permite defenderse de la competencia y tener un liderazgo en el mercado, de acuerdo Miguez (2018) señala que la ley de Propiedad intelectual conforma cualquier propiedad que, de común acuerdo, se considere de naturaleza intelectual y merecedora de protección.

Los snacks de banano como se muestran en los resultados, tienen alta demanda internacional, incluso en mercados asiáticos, ya que esta la tendencia de consumo de los snacks de banano se debe a que estos son consumidos en reuniones, restaurantes, bares y karaokes, adaptándose a cada tipo de celebración o evento (PROECUADOR, 2019), por tal razón hay que impulsar a los emprendedores agrícolas de productos procesados a que exporten los distintos productos que puedan ofertar.

Las siete normativas revisadas en la presente investigación son necesarias para llevar a cabo un proceso de internacionalización enfocada en la exportación, por lo cual los emprendedores de snacks deben utilizarlas para llevar sus productos al mercado internacional. La limitación de la presente investigación es que se trata de una investigación cualitativa, dónde se generalizan los resultados a partir de revisiones documentales, por lo que se propone que para futuras investigaciones se realice una investigación experimental identificando si el uso correcto de las normativas influye en el proceso de internacionalización de emprendedores de productos procesados como los snacks de banano.

## Referencias

Aguilar, Y., Mendoza, M., & Arias, J. (2022). El Sistema Armonizado y la importancia de sus elementos en la clasificación de mercancías. 593 Digital Publisher CEIT, 7(5-1), 93-105. doi: <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.5-1.1300>

ALADI. (2020). LA NOMENCLATURA Y LA CLASIFICACIÓN ARANCELARIA DE LAS MERCANCÍAS (Version Ficha N° 3). ALADI.

[https://www2.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/BAA6C83304D8DB54032586E20062E125/\\$FILE/03\\_Nomenclatura.pdf](https://www2.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/BAA6C83304D8DB54032586E20062E125/$FILE/03_Nomenclatura.pdf)

Alva, C., & Álvarez, R. (2019). Exportación “regularizada”: ¿Requisito para gozar del drawback? A propósito de la posición emitida por Sunat y el Tribunal Fiscal del Perú. *IUS ET VERITAS: Revista de la Asociación IUS ET VERITAS*, 58, 128–139. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/dcart?info=link&codigo=7177443&orden=0>

ARCSA. (n.d.). *NORMATIVA TECNICA SANITARIA PRODUCTOS DE USO HUMANO PARA EXPORTACION*. Retrieved February 1, 2023, from [https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/08/Resoluci%C3%B3n-ARCSA-DE-012-2017-JCGO-NTS\\_Certificado\\_Exportaci%C3%B3n.pdf](https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/08/Resoluci%C3%B3n-ARCSA-DE-012-2017-JCGO-NTS_Certificado_Exportaci%C3%B3n.pdf)

ASAMBLEA NACIONAL DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR. (2020). *Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación*. [https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento\\_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf](https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-03/Documento_LEY-ORGANICA-EMPREDIMIENTO-INNOVACION.pdf)

Becerra, L. (23 de Marzo de 2022). El Oro, quinta mayor provincia exportadora del país. *El Correo*, págs. 1-2.

Borrayo Rodríguez, C., Valdez Zepeda, A., & Delgado Melgarejo, B. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista de Ciencias Sociales*, XXV(3), 72-87. doi: <https://doi.org/10.31876/rcs.v25i3.27358>

Cancino, R., & Ruíz, A. (2017). El certificado de origen, un mecanismo jurídico para acceder a preferencias arancelarias. *Revista de la Facultad de Derecho de México*, 66(265), 11-132. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7460131>

Cañarte Quimis, L., Marcillo Marcillo, v., Leones Pico, J., & Márquez Toala, A. (2020). El emprendimiento como estrategia o necesidad en el desarrollo productivo de Ecuador. *FIPCAEC*, 5(4), 72-90. doi:<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i4.297>

- Carreño, V. H. (20 de Diciembre de 2019). El emprendimiento de chifles que pasó de una estructura de caña a ganar \$200.000 anuales. *Vistazo*, pág. 1.
- Carvajal García, M., Zuluaga Arango, P., Ocampo López, O., & Duque Gómez, D. (2019). Las exportaciones de plátano como una estrategia de desarrollo rural en Colombia. *Apuntes del Cenes*, 113-148. doi:<https://doi.org/10.19053/01203053.v38.n68.2019.8383>
- Código Orgánico de La Producción, C. e. I. (2019). CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES, COPCI. <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2020-04/CODIGO%20ORGANICO%20DE%20LA%20PRODUCCION%2C%20COMERCIO%20E%20INVERSIONES%20COPCI.pdf>
- COPCI. (2017). REGLAMENTO AL TÍTULO DE LA FACILITACIÓN ADUANERA PARA EL COMERCIO, DEL LIBRO V DEL CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN. <https://www.aduana.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/REGLAMENTO-LIBRO-V-COPCI-REFORMA-27-03-2017.pdf>
- Embajada y Consulado de EE. UU en Ecuador. (2023). Negocios. Obtenido de Embajada y Consulado de EE. UU en Ecuador: <https://ec.usembassy.gov/es/business-es/#:~:text=Ecuador%20ha%20logrado%20avances%20recientes,principal%20socio%20comercial%20de%20Ecuador.>
- Galarza Suárez, L. (2019). Tierra, trabajo y tóxicos: sobre la producción de un territorio bananero en la costa sur del Ecuador. *Estudios atacameños*, 341-364. doi:<https://dx.doi.org/10.22199/issn.0718-1043-2019-0034>
- García, A. (2017). Productos en régimen aduanero suspensivo consecuencias de una incorrecta clasificación arancelaria: Análisis de la STJUE de 8 de septiembre de 2016, asunto C-409/14. *Revista de contabilidad y tributación: Comentarios*, (410), ISSN 1138-9540, 107-118. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6019738>

- Gonzalez Soriano, F., Díaz Jiménez, D., & García García, M. (2019). La Inversión Extranjera directa en el Ecuador 2018. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 446-471. doi:10.26820/recimundo/3.(1).enero.2019.446-471
- Hoyos, O. (2019). Factores que impulsan la internacionalización en las pymes. *Entramado*, 15(2), 78-103. doi:http://dx.doi.org/10.18041/1900-3803/entramado.2.5597
- INEC. (2021). Consultas personalizadas del directorio de empresas. INEC. <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiZTM4MTU3NzgtOGE2YS00MDcxLThiYzYtNDE0NzFmOTNhODBiIiwidCI6ImYxNThhMmU4LWNhZWMtNDQwNi1iMGFiLWY1ZTI1OWJkYTExMiJ9>
- INEC. (2023). DIRECTORIO EMPRESARIAL. Obtenido de DIRECTORIO EMPRESARIAL: <https://aplicaciones3.ecuadorencifras.gob.ec/VDATOS2->
- Instituto Nacional de la Economía Social. (2019). Pasos para exportar tu producto. <https://www.gob.mx/inaes/articulos/pasos-para-exportar-tu-producto?idiom=es>
- León Serrano, L. (2019). Características emprendedoras del Sector Cooperativista de la Economía Popular y Solidaria, Provincia de El Oro. *Revista San Gregorio*, 35, 108-125. doi:<https://doi.org/10.36097/rsan.v1i35.1130>
- Lozada, G., Salcedo, V., Valarezo, C., & Sotomayor, G. (2020). Factores determinantes del fracaso empresarial en la ciudad de Machala, provincia de El Oro (Ecuador) durante el periodo 2019. *593 Digital Publisher CEIT*, 5, 206-217. doi:10.33386/593dp.2020.6-1.389
- Marco jurídico del Comercio Exterior en México. Parte 1 - Soy Conta. (2019, March 5). <https://www.soyconta.com/marco-juridico-del-comercio-exterior-en-mexico-parte-1/>
- Medrano, S. (29 de Agosto de 2022). Productos ecuatorianos conquistan el mercado internacional. Obtenido de EDITORIAL VISTAZO: <https://www.vistazo.com/enfoque/productos-ecuatorianos-conquistan-el-mercado-internacional-JA2839478>

- Méndez Pereda, B., Reyes Pastor, G., Obando Peralta, E., & Rodríguez Balcázar, S. (2022). Barreras de exportación en la internacionalización de pymes: una revisión de la literatura científica 2011 – 2020. *Polo del Conocimiento*, 7(5), 64-78. doi:<https://doi.org/10.30827/eticanet.v22i2.25090>
- Mendoza Saltos, M. (9 de FEBRERO de 2022). FORBES. Obtenido de A pocos días para que Francia reciba los chifles orgánicos de All Fields Ecuador: <https://www.forbes.com.ec/negocios/el-fracaso-plant-based-consumidores-dejan-carne-animal-n28926>
- Míguez, P. (2018). La propiedad intelectual y la mercantilización forzada del conocimiento. *Universitas-XXI, Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 43-65. doi:<https://doi.org/10.17163/uni.n29.2018.02>
- MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR. (DICIEMBRE de 2017). INFORME SECTOR BANANERO ECUATORIANO . Obtenido de PRODUCCION GOBIERNO DEL ECUADOR: <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/06/Informe-sector-bananero-esp%C3%B1ol-04dic17.pdf>
- Muñoz, M., & Moral, E. (2019). La internacionalización en Andalucía: características y factores determinantes. *Estudios de Economía Aplicada*, 37(1), 7. <https://doi.org/10.25115/eea.v37i1.2577>
- Ojeda Zambrano, C., Gutiérrez Burbano, J., & Córdova Ballesteros, L. (2021). Desempeño económico-financiero 2010-2019 de empresas longevas en el Ecuador: ¿Avance o retroceso? *Podium*, 89-104. doi:<https://doi.org/10.31095/podium.2021.40.6>
- Ordoñez Altamirano, L., Valencia Trujillo , K., & López Salazar, J. (2020). Emprendimiento e Innovación en Ecuador. *Investigacion Academica*, 1(2), 15-26. ISSN: 2697-3480. Obtenido de: <https://investigacionacademica.com/index.php/revista/article/view/21/30>
- Padin , J. (2019). Los aranceles aduaneros como herramienta de protección comercial. Límites y alternativas para repensar el caso argentino. *Ensayos de Economía*, 115-136. doi:<https://doi.org/10.15446/ede.v29n54.75883>



- Pérez, A. (2022). La importancia decisiva de registrar una marca en varias clases de productos y servicios. *Actualidad jurídica Aranzadi*, (987), 1-12. ISSN 1132-0257  
Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8537751>
- Piloso Chávez, K. J., Pinargote Navarret, E. T., & Montesdeoca Párraga, R. R. (2020). Gestión del conocimiento, capital intelectual e innovación de la producción del chifle de plátano (MUSA AAB). *El Higo. Revista Científica*, 10(2), 35-48. doi: <https://doi.org/10.5377/elhigo.v10i2.10552>
- PROECUADOR. (4 de Marzo de 2021). Europa: Tendencia De Consumo De Snacks Innovadores Y Saludable. Obtenido de PROECUADOR: <https://www.proecuador.gob.ec/europa-tendencia-de-consumo-de-snacks-innovadores-y-saludable/>
- PROECUADOR. (23 de DICIEMBRE de 2019). CONSUMO DE SNACKS DE PLÁTANO EN CHINA: Enfocado en el norte de China (Beijing). Obtenido de PROECUADOR: <https://www.proecuador.gob.ec/consumo-de-snacks-de-platano-en-china-enfocado-en-el-norte-de-china/>
- PROECUADOR. (2021). Requisitos de Exportación – Flyers. <https://www.proecuador.gob.ec/servicios-al-exportador/requisitos-de-exportacion-flyers/>
- Reyes, J. V. (2021, July 25). La producción de “snacks” de plátano se diversifica y entra a más de 10 países. *El Universo*. <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/la-produccion-de-snacks-de-platano-se-diversifica-y-entra-a-mas-de-10-paises-nota/>
- Ruiz Chagna, C., & Iglesias Rodríguez, A. (2021). Modelos educativos para emprendimientos: Orientaciones para la formación de emprendedores en Ecuador. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*(95), 69-86. doi:<https://doi.org/10.31876/rcs.v28i3.38484>
- Sánchez, F. (2018). Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. *REVISTA DIGITAL DE INVESTIGACIÓN EN DOCENCIA UNIVERSITARIA*. <https://doi.org/10.19083/ridu.2019.644>

SENADI. (2014). LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL.

<https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/2018/10/Ley-de-Propiedad-Intelectual.pdf>

Serrano Zambrano, C. (29 de SEPTIEMBRE de 2022). Más alimentos ecuatorianos llegan a nuevos países. Obtenido de VISTAZO: <https://www.vistazo.com/enfoque/mas-alimentos-ecuatorianos-llegan-a-nuevos-paises-DM3248036>

Sotalín , K. (06 de Enero de 2023). Ecuador y Japón se comprometen a fortalecer su relación bilateral. Obtenido de Diario El Comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/ecuador-japon-relacion-bilateral-exteriores.html>

Soriano, F. J. G., & Jiménez, D. D. (2019). La inversión extranjera directa en el Ecuador 2018. RECIMUNDO, 3(1), 446-471. ISSN: 2588-073X <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6796757>

Sumba Bustamante, R., Sumba Bustamante, J., & Pillasagua Choez, D. (2022). MIPYMES en el mercado de Ecuador y su rol en la actividad económica. RECIMUNDO, 439-455. doi:10.26820/recimundo/6.(4).octubre.2022.439-455

Telli, E., Vivas, J., & López, F. G. (2022). Preferencia de snack de plátano Musa SP en el cantón El Carmen, Ecuador. RECIMUNDO, 31, 616-624. doi:10.26820/recimundo/6.(4).octubre.2022.616-624

TRADE MAP. (2022). Producto: 200899 Frutas y demás partes comestibles de plantas, preparados o conservados, incluso con adición. Obtenido de TRADE MAP: [https://www.trademap.org/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c200899%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c200899%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1)

TRADE MAP. (2023). Lista de los mercados importadores para un producto exportado por EcuadorMetadata. Obtenido de TRADE MAP: [https://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx?nvpm=3%7c218%7c%7c%7c%7c200899%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1](https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3%7c218%7c%7c%7c%7c200899%7c%7c%7c6%7c1%7c1%7c2%7c2%7c1%7c2%7c2%7c1%7c1)

- Troya, E. T. T., Cedeño, J. V., Mejía, F. X. L., & Dávila, P. R. G. (2022). Preferencia de snack de plátano Musa SP en el cantón El Carmen, Ecuador. *RECIMUNDO*, 6(4), 616–624. [https://doi.org/10.26820/recimundo/6.\(4\).octubre.2022.616-624](https://doi.org/10.26820/recimundo/6.(4).octubre.2022.616-624)
- Trujillo, E. (2021). Normativa. *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/normativa.html>
- Urdaneta, A., Borgucci, E., González, I., & Luciani, L. (2021). Función empresarial y concentración de pequeñas y medianas empresas en la Provincia de El Oro – Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(95). <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/36287/38828>
- Urdaneta Montiel, A., Borgucci Garcia, E., González Ordóñez, A., & Luciani Toro, L. (2021). Función empresarial y concentración de pequeñas y medianas empresas en la Provincia de El Oro – Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 776-801. doi:<https://doi.org/10.19052/rvgluz.27.95.21>
- Wierna, R., Davies, L., Orell, R., Colodro, M., Nazareno, M., & Bonini, N. (2017). Calidad y adulteración en muestras comerciales de pimentón. *La Alimentación Latinoamericana*, (315). Obtenido de: <https://ri.conicet.gov.ar/handle/11336/62846>
- Zambrano, R. P., San Andres, P. R., & Paredes, I. E. (2019). Factores que inciden en las exportaciones de las PyMEs del Ecuador. Período 2012-2016. *Revista ESPACIOS*, 40(40). ISSN:07981015. Obtenido de: <http://www.revistaespacios.com/a19v40n40/19404004.html>
- Zamora, C. (2018). La importancia del emprendimiento en la economía: el caso de Ecuador. *Revista Espacios*, 39(7). ISSN: 07981015. Obtenido de: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n07/a18v39n07p15.pdf>