

Estudio de la oferta exportable para la internacionalización de la asociación de comerciante de productos hidrobiológicos Mar Azul de Huaquillas

Study of the exportable offer for the internationalization of the trade association of hydrobiological product Mar Azul de Huaquillas

Dayana Jamilex Calderón-Jaramillo¹
Universidad Técnica de Machala - Ecuador
dcalderon2@utmachala.edu.ec

Angie Gisselle Campover de Cobeñas²
Universidad Técnica de Machala - Ecuador
acampover4@utmachala.edu.ec

Jorge Eduardo Arias-Montero³
Universidad Técnica de Machala - Ecuador
jarias@utmachala.edu.ec

doi.org/10.33386/593dp.2023.3.1749

V8-N3 (may-jun) 2023, pp. 309-316 | Recibido: 13 de febrero de 2023 - Aceptado: 01 de marzo de 2023 (2 ronda rev.)

1 Estudiante de la carrera de Comercio Exterior de la Universidad Técnica de Machala
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2427-0529>

2 Estudiante de la carrera de Comercio Exterior de la Universidad Técnica de Machala
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4632-8821>

3 Docente de la carrera de Comercio Exterior en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica de Machala
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4807-5138>

Cómo citar este artículo en norma APA:

Calderón-Jaramillo, D., Campover de Cobeñas, A., & Arias-Montero, J., (2023). Estudio de la oferta exportable para la internacionalización de la asociación de comerciante de productos hidrobiológicos Mar Azul de Huaquillas. 593 Digital Publisher CEIT, 8(3), 309-316 <https://doi.org/10.33386/593dp.2023.3.1749>

Descargar para Mendeley y Zotero

RESUMEN

La oferta exportable es la capacidad que tiene una empresa para ofrecer a clientes de mercados internacionales grandes cantidades de un producto, el mismo que debe cumplir con requisitos del mercado de destino; siendo el camarón el producto de mayor exportación en el Ecuador, se constituye en una oferta exportable de muchas empresas que lo venden a intermediarios como es la Asociación de Comerciantes de Productos Hidrobiológicos Mar Azul de la ciudad de Huaquillas. El propósito de la presente investigación es realizar un estudio de la oferta exportable para la internacionalización de la empresa antes mencionada. La investigación tiene un enfoque cualitativo, para ello se utilizó como método teórico el histórico, el analítico-sintético y el inductivo; como método empírico se utilizó la entrevista para ello se utilizó la guía de preguntas la misma que estuvo conformada por 12 interrogantes referentes a la temática de estudio. Los resultados muestran que en la mencionada asociación comercializan el camarón con empresas más sólidas de la provincia y del país, no exportan directamente su producto porque no cuentan con un plan de comercialización, a pesar de que existe una oferta exportable ya que produce 75 toneladas métricas por cosecha, la investigación es importante porque contribuye a la internacionalización de la Asociación de comerciantes de productos hidrobiológicos Mar Azul de la ciudad de Huaquillas.

Palabras clave: oferta exportable; camarón; internacionalización; productores camaroneros

ABSTRACT

The exportable offer is the capacity that a company has to offer clients in international markets large quantities of a product, which must meet the requirements of the destination market; Shrimp being the largest export product in Ecuador, it constitutes an exportable offer of many companies that sell it to intermediaries such as the Association of Merchants of Mar Azul Hydrobiological Products of the city of Huaquillas. The purpose of this research is to carry out a study of the exportable supply for the internationalization of the aforementioned company. The research has a qualitative approach, for which the historical, analytical-synthetic and inductive theoretical methods were used; The interview was used as an empirical method. For this, the question guide was used, which consisted of 12 questions regarding the subject of study. The results show that in the aforementioned association they market shrimp with the most solid companies in the province and the country, they do not directly export their product because they do not have a marketing plan despite the fact that there is an exportable offer due to the fact that 75 metric tons are produced. per harvest, the research is important because it contributes to the internationalization of the Association of merchants of Mar Azul hydrobiological products of the city of Huaquillas.

Key words: direct export; shrimp; marketing; business plan; shrimp producers

Introducción

A nivel mundial la exportación del camarón ha generado grandes divisas económicas a los países que lo exportan; Ecuador ha logrado situarse como uno de los principales exportadores de camarón. En el periodo 2010-2019 la exportación de camarón mejoró generando grandes divisas económicas al país. Es así que en el año 2019 crece la exportación en un 25% comparado con 2018 que tuvo un 19% (Jiménez et al., 2021). Los mercados a donde se exportó el camarón fueron Asia, Unión Europea y Estados Unidos donde se registraron valores de \$2.407,2; \$708,2 y \$446,9 millones de dólares, respectivamente, lo que equivale en conjunto a 1.363,9 millones de libras exportadas (Sánchez et al., 2020). Estas cifras de exportación e ingresos económicos favorecen a un conjunto de personas e instituciones que están dentro de este proceso porque representa un valor económico considerable de ingreso a los hogares de quienes están inmersos en la comercialización del camarón.

Según la Federación de Exportadores del Ecuador, en el año 2021, la venta de camarón a China representó el 46%, mientras que a Estados Unidos un 22%. Por su parte, la Cámara Nacional de Acuicultura del Ecuador, en el año 2021 la exportación camaronera obtuvo UDS 5078 millones en 861.800 toneladas que se exportaron a China, Estados Unidos y países de la Unión Europea. En el año 2021, la venta de camarón a China representó el 46%, mientras que a Estados Unidos un 22% y se exportaron 184.000 toneladas de camarón. Estas cifras mejoraron ya que para el primer trimestre del 2022 se llegó a exportar UDS 1756 millones, creciendo en un 95% más que el año 2021. Es decir, estas cifras de exportación hacen del Ecuador un país reconocido a nivel mundial por la calidad del producto, lo que permite el ingreso de divisas al país mejorando la situación económica de muchas familias entre productores, empleados y obreros. Este proceso de comercialización del camarón convierte al Ecuador en un país competitivo por la cantidad de producción y exportación de camarón

Los índices de producción y exportación tienen como antecedente la auditoría realizada

en año 2018 por Unidad de Auditoría y Análisis de la Salud y los Alimentos de la Dirección General de Sanidad y Seguridad Alimentaria el mismo que da como resultado que el camarón ecuatoriano no contiene residuos veterinarios debido a la red de laboratorios funcionales y control en la alimentación nutritiva del producto (Eras y Lalangui, 2019). Esto se debe a que desde cinco años atrás se habían realizado cambios significativos en la producción y tratamiento del camarón como, por ejemplo, la tecnificación en la cadena de producción obteniendo un producto de calidad con una adecuada nutrición del crustáceo, así como también se han incrementado las hectáreas para su sembrío.

Al respecto, Torres (2019) manifiesta que en el Ecuador la actividad camaronera tiene más de 50 años de producción convirtiéndose en un sector importante en la economía del país ya que más del 40% de las exportaciones pertenecen a este sector productivo. Por su parte, Ojeda (2016) refiere que la exportación se compone de algunas fases que resulta de un proceso investigativo, formativo, planificación e inversión donde la empresa decide exportar e identificarse con un potencial mercado y ponerse en contacto con clientes de otros países.

De acuerdo con los autores, las exportaciones, contribuyen a favorecer la economía de un país, a la vez que proporciona ingresos que posibilitan la adquisición de bienes y servicios que se necesitan para el desarrollo de una empresa. En este sentido, las exportaciones favorecen la diversificación de los mercados y el incremento de ingresos económicos, así como también evita fluctuaciones. Según Rosales y De la Cruz (2019) en Ecuador las exportaciones han crecido de manera satisfactoria siendo el camarón el principal producto de exportación alcanzando altas ventas debido a su calidad, variedad y a las condiciones climáticas del Ecuador. Al ser el camarón un producto exportable de calidad, las empresas de este sector productivo buscan los mejores mercados internacionales para ofertar su producto y ven las condiciones y requisitos que le permitan cumplir con sus objetivos, por ello, es necesario que tengan los conocimientos indispensables para ofertar la exportación.

El proceso de comercialización del camarón se refiere a la dinámica que se debe emprender para vender el producto en mercados internacionales buscando las mejores estrategias que permitan venderlo. Torres (2019) manifiesta que el proceso de comercialización del camarón busca brindar las mejores estrategias para la venta y distribución del producto hacia el público que es el objetivo de toda empresa. Por su parte, Mulder y Pellandra (2017) manifiestan que este proceso comprende todas las acciones que tienen que ver con la oferta de los productos sean nuevos en tecnología o renovados. Este proceso comprende la investigación preliminar de mercado y todo tipo de gestiones relacionadas con la publicidad de lanzamiento; así como también, la renovación en los cambios en la manera de entregar el producto. Por lo expuesto, en la comercialización del camarón, las empresas exportadoras deben cumplir un proceso desde que sale el producto hasta su destino, cuidado en su traslado y control de calidad para que el camarón llegue a buen estado; además, debe cumplir con las exigencias y demanda de los países que van a importar el camarón.

Por otro lado, los exportadores de camarón para iniciar la comercialización deben contar con una oferta exportable que permita su internacionalización. Al respecto, Roza (2014) indica que son aquellos productos que presentan las condiciones necesarias y estrictas para poder exportarlas considerando que si se elaboran en grandes volúmenes, pueden abastecer las demandas nacionales e internacionales de manera estable y continua. Toala et al. (2019) manifiestan que la oferta exportable de una empresa es más que asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados de destino. Los mismos autores sostienen que se relaciona con la disponibilidad del producto, la capacidad de gestión, capacidad de producción y capacidad de especialización

Coral et al. (2020) refieren que el producto que se oferta debe cumplir con los requerimientos que imponen los países compradores, exigencias relacionadas con la calidad, precio, certificación, patrones logísticos

y aduaneros que hay que cumplir para ingresar a mercados internacionales. De acuerdo con los autores, la oferta exportable hace referencia al volumen de un producto que está destinado a exportarlo, donde intervienen factores internos que determinan el ingreso al mercado internacional; es decir, que en este proceso juega un papel importante la gestión estratégica, la planificación financiera, los volúmenes de producción y la calidad del producto.

En la comercialización del camarón, las empresas exportadoras deben cumplir un proceso sólido de exportación donde se llega a acuerdos desde la salida de la mercancía, traslado, vialidad, recepción y el pago puntual. Este proceso se inicia en el preembarque donde se otorga la transmisión electrónica de la Declaración Aduanera de Exportación (DAE), a través del sistema de ECUAPASS y obligaciones con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (Calvo, 2017).

El proceso de exportación lo cumplen todas las empresas destinadas al cultivo y exportación del camarón. En el país existen actualmente 210.000 de hectáreas destinadas al cultivo de camarón; de estas el 60% se ubican en el Guayas, el 15% en El Oro, el 9% en Esmeraldas, 9% está en Manabí y 7% en Santa Elena (Gonzabay et al., 2021). Este proceso indispensable para exportar el camarón hace que las empresas de este sector productivo del Ecuador y particularmente de El Oro ubiquen al país en unos de los primeros exportadores de camarón a nivel mundial. En lo que respecta a la provincia de El Oro, se encuentra ubicada al Suroeste del Ecuador, se caracteriza por ser una provincia productora y exportadora de camarón, banano, cacao, entre otros que la ubican como una provincia importante por su alto grado de producción y comercialización de productos, siendo la segunda productora de camarón del Ecuador.

En este contexto, la Asociación de Comerciantes de Productos Hidrobiológicos Mar Azul ubicada en el cantón Huaquillas, provincia de El Oro, es una empresa que produce y compra camarón a pequeños productores, sin embargo, sus directivos no cuentan con conocimientos en el ámbito de exportaciones, por ello venden su

producción a través de intermediarios a empresas camaroneras más sólidas de la provincia y del país, situación que genera pérdidas económicas a los socios, incluso pérdida de producción porque el camarón debe cumplir con estándares de calidad, por ello realizan préstamos en instituciones bancarias para solventar gastos de producción y pagar el jornal a los trabajadores que laboran en la camaronera, la deuda con los bancos y los precios bajos que les pagan los intermediarios no les permiten obtener buenas ganancias económicas.

Por ello, se hace necesario que la asociación venda su producto a otros países sin necesidad de intermediarios, en este contexto, la pregunta de investigación es: ¿Cuáles son las condiciones de la oferta exportable para la internacionalización de la Asociación de Comerciantes de Productos Hidrobiológicos Mar Azul de Huaquillas? Ante la problemática el objetivo la investigación es realizar un estudio de la oferta exportable para la internacionalización de la Asociación de Comerciantes de Productos Hidrobiológicos Mar Azul de Huaquillas.

Método

La investigación tiene un enfoque cualitativo ya que los investigadores se involucran en el escenario para explorar y analizar la realidad de acuerdo a la experiencia de los sujetos de estudio. La investigación es de tipo descriptiva porque se detalla la realidad de cómo se presenta la situación de producción y comercialización del camarón. Además, es de tipo bibliográfica porque permitió seleccionar y revisar artículos científicos relacionados con la temática.

Para el cumplimiento del objetivo de investigación se utilizaron métodos teóricos y empíricos: entre los teóricos se utilizó el histórico para describir la evolución de la producción y comercialización del camarón; el analítico-sintético para caracterizar gnoseológicamente la oferta exportable y el inductivo para valorar la situación actual de la exportación directa de camarón en la Asociación de Comerciantes de Productos Hidrobiológicos Mar Azul de Huaquillas. Como método empírico se utilizó la entrevista de tipo semiestructurada, se

utiliza como instrumento la guía de entrevista conformada por doce preguntas abiertas lo que permitió conocer más sobre la realidad de la producción y comercialización del camarón en la asociación objeto de estudio. Los resultados de la entrevista fueron analizados e interpretados para luego realizar la discusión de estos.

La población está conformada por 12 socios, de los cuales el 40% son mujeres y el 60% hombres. Los socios fluctúan entre 40 a 70 años de edad. Se toma como muestra al gerente de la empresa, mismo que está a cargo de la asociación a quien se le aplicó una entrevista. Se excluye de la muestra a los otros socios debido a que no asisten con frecuencia a la asociación. Para la selección de la muestra se aplicó el muestreo intencional, deliberado, crítico o por juicio que es un muestreo no probabilístico, ya que el entrevistado es elegido a juicio del investigador.

Resultados

En la entrevista realizada al gerente de la Asociación de Comerciantes de Productos Hidrobiológicos “Mar Azul” se pudo conocer que la asociación no exporta el camarón debido a que tienen poco conocimiento de cómo hacer un estudio de mercado a nivel internacional, cuáles son los requerimientos necesarios para poder realizar la exportación y que es necesario contar adquirir compromisos y los permisos necesarios para tener una oferta exportable y poder internacionalizar a la empresa. También se conoció que la asociación cosecha 75 toneladas de camarón por cada ciclo de cosecha que dura quince días. En la Asociación de Comerciantes de Productos Hidrobiológicos Mar Azul, el gerente responde que es necesario contar con un departamento de comercio exterior que ayude a gestionar la internacionalización de la empresa; sin embargo, se pudo conocer que mediante la entrevista que la producción no cuenta con una certificación de calidad porque todavía está en proceso de legalización, además que hace falta incrementar maquinarias para la producción y exportación del camarón.

El entrevistado señala que es necesario capacitar al personal administrativo y a todo el

personal operativo para que estén actualizados en la producción y comercialización del camarón. También indica que se debe impulsar un estudio de mercado para dar inicio a la internacionalización de la asociación y llegar a mercados internacionales, indica que, quisieran pertenecer a Pro Ecuador para seguir la ruta del exportador y llegar con el producto a todos los países que compran el camarón. Además de la entrevista se realizó la revisión de documentos donde se pudo conocer la cantidad y tipo de camarón que se produce, en la Tabla 1 se observa la oferta exportable de la Asociación de productos hidrobiológicos Mar Azul.

Tabla 1

Oferta exportable de camarón en la Asociación de comerciantes de productos hidrobiológicos Mar Azul

Oferta	Unidad	Producción por cosecha
Camarón vanamei sin cabeza congelado 16/20	t	15
Camarón vanamei en hielo sin cabeza congelado 21/25	t	25
Camarón pelado sin cola congelado 16/20	t	20
Camarón pelado sin cola congelado 21/25	t	15
Total	t	75

En la Asociación de comerciantes de productos hidrobiológicos Mar Azul por cada cosecha que es cada cuatro meses, oferta para exportar 75 toneladas métricas de camarón. Esta oferta exportable sin lugar a dudas se convierte en referente y respaldo para que empresas dedicadas a la producción de camarón aumenten la producción y no vendan su producto a través de intermediarios; si no, que lo exporten directamente a compañías internacionales ofertando el producto y abasteciendo el mercado nacional e internacional. Es necesario recalcar que para futuro se realice investigaciones en base a la oferta exportable tomando en cuenta aspectos relacionados a la competitividad y estrategias que le permitan comercializar a nivel nacional e internacional.

Discusión

Los resultados coinciden con los expresados por Castro (2019) quien manifiesta que en las microempresas los directivos no están preparados para enfrentarse al mercado internacional para exportar productos como el camarón, debido a que desconocen los procesos y hace falta la promoción de la empresa y su producto. Además, en lo que respecta a que la asociación no cuenta con la certificación de calidad, este es un requisito indispensable para la exportación, en este sentido Jiménez y Bravo (2019) señalan que la certificación de calidad consiste en realizar un control del producto en lo que respecta al color, olor y textura para asegurar las condiciones óptimas y pueda ser consumido. Por ello, es indispensable contar con este factor decisivo para exportar el camarón.

En lo que respecta a la falta de equipos y maquinarias que la asociación necesita incrementar para la exportación, estos resultados concuerdan con los proporcionados por Román y Castillo (2012) quienes manifiestan para incrementar la producción se necesita adquirir equipo y maquinarias que faciliten y permitan el logro de los objetivos de la empresa. Así mismo, Rodríguez et al. (2020) señalan que las normativas de exportación proponen que los productores de camarón deben aplicar estrategias para promocionarlo, utilizar herramientas industriales e innovadoras que les permitan involucrarse y estar estable en los mercados internacionales. El deseo de los integrantes de la asociación de pertenecer a ProEcuador y cumplir con la ruta del exportador, es un proceso obligatorio que consiste en realizar una serie de trámites en diferentes instituciones del Estado así como también cumplir con criterios de calidad y certificación, porque las reglas para que ingrese un producto a otro país reúne una serie de condiciones bien estrictas (Guaipacha et al., 2017).

En conclusión, en la Asociación de Productos Hidrobiológicos Mar Azul, se reúne las condiciones de oferta exportable para su internacionalización, como manifiesta Toala et al. (2019) se refiere a lo que la empresa está en capacidad de ofrecer un producto y esté

en condiciones de hacerlo. Contar con una oferta exportable hace que la Asociación de Productos Hidrobiológicos Mar Azul tenga las posibilidades de internacionalizarse porque las 75 toneladas métricas de camarón que oferta y los tipos de producción que presenta permiten que esta empresa logre la posibilidad de ingresar a mercados internacionales.

Para que se cumpla con el proceso de exportación, además de la oferta exportable, es necesario también que la empresa implemente los equipos y las maquinarias necesarias para el tratamiento y cumpla con los requisitos indispensables para su internacionalización, lo que incluye realizar las gestiones pertinentes para obtener la certificación de calidad, sin este requisito no lograría llegar a mercados internacionales.

En el proceso de la investigación se tuvo limitaciones en lo que respecta a la información que proporcionaba el entrevistado debido a que sus respuestas eran cortas y no profundizaba en ellas. Otra limitación fue no contar con la suficiente bibliografía para contrastar los resultados. Se espera que a futuro la presente investigación sea profundizada en su estudio y se proponga estrategias para que la empresa cuente con un departamento de comercio exterior con la finalidad de que la Asociación de Productos Hidrobiológicos Mar Azul pueda internacionalizarse ya que cumple con la oferta exportable para abastecer el mercado de los principales países importadores de camarón de América, Europa y Asia.

Referencias bibliográficas

- Banco Central del Ecuador. (2003). *Exportaciones por producto principal*. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/IEMensual/m1810/m1810_31.htm
- Cadena-Iñiguez, P., Rendón-Medel, R., Aguilar-Ávila, J., & Salinas-Cruz. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*, 1603-1617.
- Calvo, M. (2017). *Análisis de la variación de costos de producción en las empresas camaroneras ecuatorianas y su incidencia en las exportaciones del producto en el periodo 2013-2016*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/14253/AN%20C3%20LISIS%20DE%20LA%20VARIACION%20DE%20LOS%20COSTOS%20DE%20PRODUCCION%20EN%20LAS%20EMPRESAS%20CAMARONERAS%20ECUATORIANAS%20Y%20S.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Castro, G. (2019). *Análisis de la Oferta Exportable Ecuatoriana en el mercado de Chile en base al Acuerdo de Complementación Económica ACE N° 65 y la Competitividad Andina CAN*. Obtenido de Universidad Estatal Politécnica del carchi: <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/718/1/442%20An%20C3%20Lisis%20de%20la%20oferta%20exportable%20ecuatoriana%20en%20el%20mercado%20de%20Chile%20en%20base%20al%20acuerdo%20de%20complementacion%20C3%B3n.pdf>
- Coral, Y., Melo, G., & Agredo, D. y. (2020). Oferta exportable del cacao del departamento de Nariño. *Revista Tendencias*, 22(1), 279-302. doi:<https://doi.org/10.22267/rtend.212201.164>
- Eras, R. y. (2019). *Análisis de los factores estratégicos que inciden en la producción camaronera ecuatoriana*. Obtenido de XXIV Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática: <https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2019/8.02.pdf>
- Gonzabay, Á., & Gastón, V. y. (2021). Análisis de la producción de camarón en el Ecuador para su exportación a la Unión Europea

- en el período 2015-2020. *Revista Polo del Conocimiento*, 1040-1058.
- Guaipacha, J., & León, C. y. (2017). *Estudio del mercado internacional para la exportación del camarón ecuatoriano hacia el mercado español*. Obtenido de Universidad Pontificia Bolivariana: file:///C:/Users/DELL/Downloads/jessica-guaipacha-4.pdf
- Jiménez, A. y. (2019). *Análisis de la competitividad bajo el enfoque de productividad de la industria del camarón en el cantón Machala, provincia de El Oro, en el periodo 2014 – 2018*. Obtenido de Universidad Católica del Ecuador: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/18508/Disertacion%20Andrea%20Jimenez.pdf?sequence=1>
- Jiménez, J. C. (2021). Análisis del pronóstico de las exportaciones del camarón en el Ecuador a partir del año 2019. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 1(55-61), 4.
- Mulder, N. y. (2017). La innovación exportadora en las pequeñas y medianas empresas, Programa de apoyo y financiamiento de América Latina. *CEPAL - Serie Comercio Internacional* , 1-37.
- Ojeda, J. (2016). *Estrategias de negocios: Etapas del proceso de exportación*. Obtenido de <https://www.studocu.com/es-ar/document/universidad-abierta-interamericana/comercio-internacional/etapas-en-el-proceso-de-exportacion-javier-ojeda/9471686>
- Rodríguez, A. C. (2020). Sinergias del productor para la exportación de camarón como una estrategia. *Revista Polo Conocimiento*, 5(10), 919-936. doi:10.23857/pc.v5i10.1862
- Román, K. y. (2012). *Análisis de los canales de exportación del camarón al mercado de España*. Obtenido de Universidad Politécnica Salesiana: file:///C:/Users/DELL/Downloads/Análisis%20de%20los%20canales%20de%20exportacion%20del%20camaron-2.pdf
- Rosales, D. y. (2019). Los primeros 18 meses del Acuerdo Multipartes Ecuador – Unión Europea . *Revista Podium*, 43-56.
- Rozor, O. (2014). *En que consiste la Oferta Exportable*. Obtenido de Asesorías Fijas ANFER: <http://omairarozor.blogspot.com/2014/04/en-que-consiste-la-oferta-exportable.html>
- Toala, G., & Mendoza, A. y. (2019). La oferta exportable de las PYMES de la provincia de Manabí. *Revista Polo Conocimiento*, 4(4), 71-87. doi:DOI: 10.23857/pc.v4i4.936
- Torres, K. (2019). *Análisis de las exportaciones de camarón antes y después de la firma de acuerdo Multipartes entre Ecuador-Unión Europea*. Obtenido de Universidad Laica Vicente Rocafuerte: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/3155/1/T-U-L-V-R-2764.pdf>