

REVIEW ARTICLE

**Internationalization of micro, small, and medium-sized enterprises in Ecuador:
challenges and opportunities**

*Internacionalización de las micro, pequeñas y medianas empresas en Ecuador: retos y
oportunidades*

Mario Tejeda-Aguilera¹  

Lucía D. Loor-Bravo²  

¹ Programa de Maestría en Administración de Empresas, Facultad de Posgrado, Universidad Técnica de Manabí, Ecuador.

² Universidad Técnica de Manabí, Ecuador.

How to cite:

Tejeda-Aguilera, M. T. & Loor-Bravo, L. D. (2025). Internationalization of micro, small, and medium-sized enterprises in Ecuador: challenges and opportunities. *Revista San Gregorio*, 1(64), 86-99. <http://dx.doi.org/10.36097/rsan.v1i64.3592>

Received: 15-05-2025

Accepted: 30-09-2025

Published: 31-12-2025

ABSTRACT

In an increasingly competitive global environment, internationalization has become a vital strategy for micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs) seeking to access new markets and enhance their sustainability. In Ecuador, although MSMEs represent the majority of the business fabric, their participation in international trade remains limited. This study aimed to analyze, through a systematic review of scientific literature published between 2010 and 2024, the main challenges and opportunities faced by these firms in their internationalization processes. Databases such as Scopus, Web of Science, SciELO, and Google Scholar were consulted, applying strict inclusion criteria and using the PRISMA protocol to ensure methodological transparency. The findings reveal internal barriers, including limited access to financing, a lack of managerial training, and low adoption of digital technologies, as well as external obstacles such as high logistics costs, regulatory complexity, and weak institutional coordination. Nevertheless, relevant opportunities were also identified, including trade agreements, growing demand for sustainable and culturally distinctive products, and the use of e-commerce. It is concluded that strengthening business capabilities, ensuring access to specialized financing, designing sector-specific public policies, and improving institutional coordination are key elements for achieving a more effective and inclusive internationalization of Ecuadorian MSMEs.

Keywords: Ecuador, strategies, internationalization, MSMEs, opportunities, challenges.

RESUMEN

En un entorno global cada vez más competitivo, la internacionalización se ha consolidado como una estrategia vital para las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) que buscan acceder a nuevos mercados y mejorar su sostenibilidad. En Ecuador, a pesar de que las Mipymes representan la mayoría del tejido empresarial, su participación en el comercio internacional sigue siendo limitada. Este estudio tuvo como objetivo analizar, mediante una revisión sistemática de la literatura científica publicada entre 2010 y 2024, los principales retos y oportunidades que enfrentan estas empresas en sus procesos de internacionalización. Se consultaron bases de datos como Scopus, Web of Science, SciELO y Google Scholar, aplicando criterios rigurosos de inclusión y utilizando el protocolo PRISMA para garantizar transparencia metodológica. Los resultados evidencian barreras internas como el limitado acceso a financiamiento, la escasa capacitación gerencial y el bajo uso de tecnologías digitales, así como obstáculos externos como los altos costos logísticos, la complejidad normativa y la débil articulación institucional. No obstante, también se identificaron oportunidades relevantes como los acuerdos comerciales, la demanda creciente de productos sostenibles con identidad cultural y el uso del comercio electrónico. Se concluye que el fortalecimiento de capacidades empresariales, el acceso a financiamiento especializado, el diseño de políticas públicas diferenciadas por sector y la mejora en la coordinación institucional son elementos clave para lograr una internacionalización más efectiva e inclusiva de las Mipymes ecuatorianas.

Palabras clave: Ecuador, estrategias, internacionalización, Mipymes, oportunidades, retos.



© 2025; The authors. This is an open access article distributed under the terms of a Creative Commons license that permits use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

INTRODUCCIÓN

En un entorno económico global cada vez más interconectado, la internacionalización se ha consolidado como una estrategia clave para que las empresas, sin importar su tamaño, accedan a nuevos mercados, diversifiquen riesgos, adopten tecnologías y aumenten su competitividad. Este proceso, que anteriormente era exclusivo de grandes corporaciones multinacionales, se ha vuelto progresivamente accesible para las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes), gracias a la transformación digital, la expansión del comercio electrónico, la proliferación de tratados comerciales y la creciente demanda por productos diferenciados.

En Ecuador, las Mipymes representan aproximadamente el 99% del tejido empresarial y generan alrededor del 60% del empleo formal (CEPAL, 2023), lo que evidencia su importancia estructural para la economía nacional. Sin embargo, su participación en el comercio exterior sigue siendo limitada, lo cual refleja una brecha significativa en cuanto a productividad, competitividad y acceso a mercados internacionales, en comparación con las grandes empresas. Según el Registro Estadístico de Empresas (INEC, 2023), de un total de 846.431 empresas activas en el país, el 92,9% son microempresas, el 5,9% pequeñas, el 1% medianas, y apenas el 0,2% grandes. A pesar de su predominancia numérica, las Mipymes apenas representan el 24,6% de las ventas totales, lo que pone en evidencia los obstáculos que enfrentan para consolidar su presencia en mercados internacionales.

Este desfase se explica por múltiples factores. En primer lugar, las Mipymes ecuatorianas suelen operar en contextos marcados por la informalidad, la escasa innovación, la débil articulación con cadenas de valor y un entorno institucional que no siempre incentiva su crecimiento ni su proyección internacional. Además, enfrentan barreras estructurales como la falta de acceso a financiamiento adecuado (Gutiérrez-Ponce, 2024), la escasa capacitación en comercio exterior, las restricciones logísticas, el limitado acceso a información sobre mercados internacionales (Chancay et al., 2022) y una baja adopción de tecnologías digitales. Estos factores restringen su capacidad para internacionalizarse de forma sostenible y competitiva.

No obstante, también se vislumbran importantes oportunidades. El avance de las tecnologías de la información y comunicación, las políticas de fomento a la innovación productiva (Morales-Molina et al., 2025), la apertura de nuevos mercados a través de tratados bilaterales y multilaterales, y el creciente interés de los consumidores por productos sostenibles, con valor agregado o con identidad cultural –como los originarios de regiones andinas o amazónicas–, ofrecen condiciones favorables para que las Mipymes ecuatorianas desarrollen capacidades exportadoras. Estas oportunidades, sin embargo, requieren de estrategias específicas y de un entorno institucional que facilite la superación de las barreras existentes.

En este contexto, se hace necesario un análisis sistemático de la literatura académica y técnica disponible sobre la internacionalización de las Mipymes en Ecuador, con el objetivo de identificar las dinámicas más relevantes que enfrentan estas empresas, tanto en términos de obstáculos como de oportunidades. Esta revisión busca contribuir al conocimiento científico sobre el emprendimiento internacional en economías emergentes (Anderson, 2011) y, al mismo tiempo, ofrecer insumos prácticos para el diseño de políticas públicas y estrategias empresariales más efectivas, como las propuestas por Sumba-Bustamante et al. (2024) en su modelo estratégico basado en las cinco fuerzas de Porter.

Con base en lo anterior, esta revisión sistemática tiene como objetivo general analizar los principales retos y oportunidades para la internacionalización de las micro, pequeñas y medianas empresas en Ecuador. Para ello, se plantean los siguientes objetivos específicos: (1) identificar las principales barreras internas y externas que enfrentan las Mipymes ecuatorianas en los procesos de internacionalización (Alkhailah et al., 2024); (2) describir las estrategias más comunes y efectivas empleadas por las Mipymes para acceder a mercados internacionales (Chopra et al., 2024); (3) evaluar las oportunidades emergentes en el contexto global y regional que podrían favorecer su internacionalización; y (4) proponer recomendaciones basadas en la evidencia para facilitar su inserción en los mercados globales.

METODOLOGÍA

Dado que esta investigación se desarrolló mediante una revisión sistemática, la población estará constituida por los estudios científicos disponibles en bases de datos académicas que aborden el fenómeno de la internacionalización de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes), particularmente en Ecuador o en países con contextos económicos similares (Kitchenham & Charters, 2007). La muestra estará compuesta por aquellos estudios que cumplan con los criterios de inclusión previamente definidos, lo que permitirá garantizar la pertinencia y la calidad de los documentos seleccionados (Moher et al., 2009). Estos criterios incluyen: estudios publicados entre los años 2010 y 2024, escritos en español o inglés, que contengan evidencia empírica, marcos teóricos o revisiones sistemáticas, disponibles en bases de datos académicas reconocidas como Scopus, Web of Science, SciELO y Google Scholar, y que aborden directa o indirectamente la internacionalización de Mipymes. Se excluirán los artículos duplicados, las publicaciones que no se enfoquen en Mipymes, los textos no científicos (como blogs, noticias o ensayos de opinión), así como los estudios con deficiencias metodológicas severas.

El enfoque de esta investigación es cualitativo, ya que se centrará en la interpretación, categorización y análisis temático del conocimiento disponible en la literatura científica, con base en una estrategia sistemática y rígurosa de búsqueda y evaluación de documentos (Hernández et al., 2014). Se trata de una investigación

documental y exploratoria, pues recopila, analiza y sintetiza información secundaria contenida en estudios previos (Okoli & Schabram, 2010). Su carácter exploratorio permite profundizar en fenómenos aún poco desarrollados en el ámbito académico nacional, como lo es la internacionalización de las Mipymes ecuatorianas.

El diseño será no experimental y se centrará en una revisión sistemática de la literatura científica, estructurada bajo las directrices del protocolo PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*) según muestra la Figura 1. Este protocolo garantiza un proceso metódico, transparente y reproducible para la selección y análisis de estudios científicos (Moher et al., 2009), como se evidencia en el diagrama de flujo correspondiente.

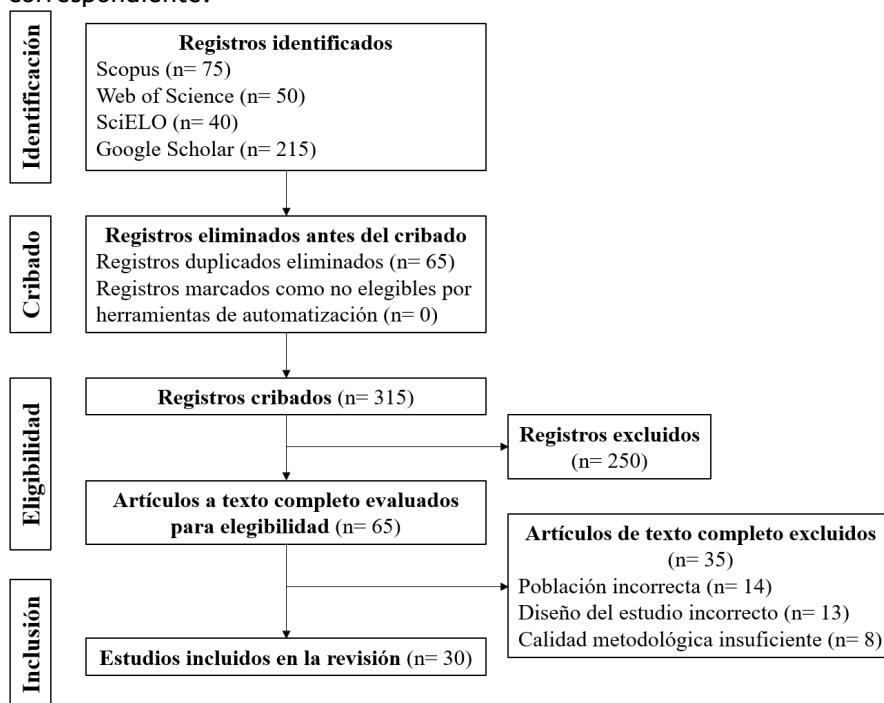


Figura 1. Diagrama de flujo PRISMA para representar el proceso de selección de artículos.

El método principal será la síntesis cualitativa de información, que implica la identificación, evaluación crítica y organización de los estudios incluidos. Se emplearán técnicas de análisis temático para codificar y categorizar los resultados recurrentes en la literatura (Braun & Clarke, 2006). Para la recolección de información, se utilizará como técnica principal la búsqueda bibliográfica sistemática, aplicando una estrategia basada en palabras clave y operadores booleanos (AND, OR, NOT), adaptada a los filtros y estructuras de cada base de datos consultada. Las palabras clave serán: “internacionalización”, “Mipymes”, “Ecuador”, “exportaciones”, “barreras”, “oportunidades” y “globalización empresarial”.

Para la evaluación metodológica de los estudios seleccionados, se emplearán dos instrumentos. La escala de Downs & Black se aplicará a estudios individuales con enfoque cuantitativo, evaluando aspectos como claridad, control de sesgos, aplicabilidad y validez interna y externa (Downs & Black, 1998). Por su parte, el instrumento AMSTAR 2 se utilizará para la evaluación de revisiones sistemáticas, analizando criterios como la adecuación del protocolo, la búsqueda bibliográfica, el control de sesgo y la transparencia metodológica (Shea et al., 2017).

Los estudios que cumplan con los criterios de calidad serán sometidos a un proceso de análisis temático. Este análisis permitirá identificar patrones comunes en relación con barreras internas (como limitaciones financieras o falta de conocimiento), barreras externas (como obstáculos regulatorios o competencia internacional), estrategias de internacionalización (como alianzas, ferias y digitalización), oportunidades (como acceso a acuerdos comerciales, innovación tecnológica y plataformas digitales), y políticas públicas de apoyo (incluyendo iniciativas gubernamentales, institucionales o multilaterales). Los resultados se presentaron de forma estructurada, lo que permitió establecer conclusiones fundadas y formular recomendaciones útiles para los distintos actores del ecosistema Mipymes en Ecuador.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Barreras para la internacionalización de las Mipymes ecuatorianas

Las barreras para la internacionalización se dividen en internas y externas. Las internas incluyen limitaciones financieras, escasa preparación gerencial, desconocimiento regulatorio, falta de habilidades digitales, baja cultura exportadora, poca innovación y problemas de formalización. Las externas abarcan dificultades logísticas, altos costos, infraestructura insuficiente, trámites aduaneros complejos, exigencias técnicas y sanitarias, débil

articulación público-privada, ausencia de políticas diferenciadas y competencia desigual con empresas extranjeras consolidadas.

La Tabla 1 presenta una síntesis de las categorías temáticas predominantes en la literatura revisada sobre internacionalización de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) en Ecuador, así como de estudios relevantes en contextos comparables. Esto permite sintetizar los contenidos y visualizar la frecuencia y nivel de evidencia de las principales categorías temáticas identificadas en la revisión sistemática.

Tabla 1. Categorías temáticas predominantes en la literatura revisada sobre internacionalización de Mipymes en Ecuador

Categoría temática	Subcategorías destacadas	Frecuencia de aparición	Nivel de evidencia	Observaciones clave (con citas)
Barreras internas	<ul style="list-style-type: none"> - Limitaciones financieras - Falta de capacidades gerenciales - Escasa digitalización 	Alta (≥ 10 estudios)	Moderado a alto	Se destacan limitaciones financieras (Gutiérrez-Ponce, 2024; Luna et al., 2021), escasa capacitación (Aguirre Benalcázar et al., 2021), y bajo uso de tecnologías digitales (Anzules-Falcones et al., 2021; Wresch & Fraser, 2008).
Barreras externas	<ul style="list-style-type: none"> - Costos logísticos - Trámites aduaneros - Débil articulación institucional 	Alta (≥ 9 estudios)	Moderado	Problemas como altos costos de transporte (Saltos García et al., 2020; Baliamoune-Lutz et al., 2024) y trámites regulatorios complejos (González, 2017; Chancay et al., 2022) son frecuentes. Falta coordinación institucional (Bravo Acosta et al., 2024).
Estrategias utilizadas	<ul style="list-style-type: none"> - Ferias internacionales - Alianzas estratégicas - Comercio electrónico 	Media (5-7 estudios)	Moderado	Estrategias como ferias comerciales (Salazar Vázquez et al., 2024; Chopra et al., 2024), alianzas (Castillo-Nazareno et al., 2020), y plataformas digitales (Vera & Sumba-Bustamante, 2024) muestran impacto en ciertos sectores.
Oportunidades globales	<ul style="list-style-type: none"> - Tratados comerciales - Demanda de productos sostenibles y culturales - Plataformas digitales 	Media-alta (7-9 estudios)	Moderado a alto	Tratado con la UE (Valero Camino, 2024), nichos de productos con valor cultural (Figueroa, 2024; Anzules-Falcones et al., 2021), y digitalización comercial (Chopra et al., 2024).
Innovación y tecnología	<ul style="list-style-type: none"> - Acceso a fondos - Uso de inteligencia comercial - Transformación digital 	Media (4-6 estudios)	Bajo a moderado	Obstáculos a la innovación (Morales-Molina et al., 2025), poca inversión en capacidades digitales (Farina et al., 2019), necesidad de inteligencia de mercados (de-Oliveira & Rodil-Marzábal, 2019).

Política pública	<ul style="list-style-type: none"> - Reformas de facilitación comercial - Programas diferenciados de apoyo 	Alta (≥ 8 estudios)	Moderado a alto	Las políticas existentes no se adaptan a las necesidades del sector (Chancay et al., 2022; Sumbabustamante et al., 2024), se recomienda institucionalidad exportadora más sólida (González, 2017; Escandón-Barbosa & Ochoa, 2021).
------------------	--	---------------------------	-----------------	--

Se revisaron treinta estudios académicos y técnicos con enfoques metodológicos variados, lo que permitió identificar patrones, vacíos y oportunidades en torno a la internacionalización de las Mipymes ecuatorianas. La síntesis incorporó una codificación temática, la evaluación del nivel de evidencia (mediante herramientas como AMSTAR y Downs & Black) y un análisis crítico de cada estudio, adaptado a su tipo metodológico. La mayoría de los trabajos se centran en el contexto ecuatoriano, lo que aporta una perspectiva local robusta, aunque también se incluyeron estudios comparativos e internacionales que enriquecen la visión general del fenómeno.

Los temas más frecuentes fueron la política comercial, la innovación, la competitividad, el financiamiento y la gestión empresarial, destacándose barreras estructurales como la escasa capacitación, el limitado acceso al crédito, la baja adopción tecnológica y políticas públicas poco ajustadas a las necesidades del sector. Aunque predominan estudios empíricos y descriptivos, la calidad metodológica varía (AMSTAR/D&B entre 5 y 8), lo que evidencia la necesidad de investigaciones más rigurosas. Asimismo, los estudios comparativos aportan buenas prácticas que podrían adaptarse al contexto nacional, como la cooperación intersectorial y el uso de modelos colaborativos y sostenibles. Los resultados destacan la urgencia de políticas diferenciadas, financiamiento accesible y fortalecimiento de capacidades como pilares para avanzar en una internacionalización más efectiva e inclusiva.

La Tabla 2 presenta una matriz de categorías temáticas construida a partir del análisis cualitativo de los estudios incluidos en la revisión sistemática sobre la internacionalización de las Mipymes en Ecuador. La matriz temática construida a partir del análisis de documentos revisados permite identificar patrones clave sobre las barreras internas y externas, así como sobre las estrategias y oportunidades que afectan el proceso de internacionalización de las Mipymes ecuatorianas. La codificación de extractos permitió definir subcategorías detalladas y determinar su frecuencia relativa, facilitando así una lectura comparativa y estructurada del fenómeno. Este enfoque evidencia los factores que inciden recurrentemente en la capacidad exportadora de estas empresas y proporciona una base analítica para proponer intervenciones más efectivas.

Entre las barreras internas, predominan los problemas de acceso a financiamiento para exportación, la limitada inversión en capacidades empresariales, y carencias en gestión estratégica, incluyendo desconocimiento de normas internacionales y bajo uso de tecnologías digitales. En el ámbito externo, los mayores obstáculos son logísticos y regulatorios, como los altos costos de transporte y la complejidad aduanera, así como la falta de articulación entre entidades de apoyo. No obstante, las Mipymes han respondido con diversas estrategias, como el uso de ferias comerciales, comercio electrónico y alianzas estratégicas, que reflejan un interés por diversificar vías de acceso a mercados globales.

Tabla 2. Matriz de categorías temáticas y extractos clave de la revisión sistemática

Categoría temática	Subcategoría	Codificación/ Extractos comunes	Frecuencia	Referencias
Barreras internas	Limitaciones financieras	Falta de acceso a líneas de crédito para exportación	8	Anderson (2011), Chancay et al. (2022), Gutiérrez-Ponce (2024), Luna et al. (2021)
		Escasa inversión en capacidades exportadoras	5	Anderson (2011), Chancay et al. (2022), Farina et al. (2019)
Barreras internas	Capacidades gerenciales	Desconocimiento de normas internacionales	7	Morales-Molina et al. (2025), Chancay et al. (2022), Aguirre Benalcázar et al. (2021), Useche-Aguirre et al. (2021)
		Falta de planificación estratégica exportadora	4	Aguirre Benalcázar et al. (2021), Bravo Acosta et al. (2024)
	Uso de tecnología	Bajo uso de plataformas electrónicas	6	Anzules-Falcones et al. (2021), Farina et al. (2019), Wresch & Fraser (2008)
Barreras externas	Obstáculos logísticos	Ausencia de presencia digital internacional	5	Anzules-Falcones et al. (2021), Wresch & Fraser (2008)
		Altos costos de transporte	9	Chancay et al. (2022), Baliamoune-Lutz et al. (2024), Saltos García et al. (2020)
	Articulación institucional	Complejidad aduanera y regulatoria	7	Chancay et al. (2022), Saltos García et al. (2020), González (2017)
	Articulación institucional	Escasa coordinación entre entidades de fomento	5	Chancay et al. (2022), Bravo Acosta et al. (2024)
		Débil red de apoyo para la exportación	4	Chancay et al. (2022), Bravo Acosta et al. (2024)

Categoría temática	Subcategoría	Codificación/ Extractos comunes	Frecuencia	Referencias
Estrategias de internacionalización	Comercio electrónico	Ferias y ruedas de negocio	Asistencia a ferias internacionales como puerta de entrada	6 Sumba-Bustamante et al. (2024), Chopra et al. (2024), Salazar Vazquez et al. (2024)
			Expansión a través de marketplaces	4 Anzules-Falcones et al. (2021), Vera & Sumba-Bustamante (2024)
			Uso de redes sociales para posicionar marca	5 Anzules-Falcones et al. (2021), Vera & Sumba-Bustamante (2024)
	Alianzas estratégicas		Exportaciones a través de consorcios	5 Castillo-Nazareno et al. (2020), Sumba-Bustamante et al. (2024), Salazar Vazquez et al. (2024)
			Obtención de certificaciones orgánicas	3 Castillo-Nazareno et al. (2020), Figueroa (2024)
	Acuerdos comerciales		Tratado con la UE ha reducido barreras	4 Chancay et al. (2022), Valero Camino (2024), González (2017)
			Nuevas oportunidades con Asia	3 Chopra et al. (2024), González (2017)
Oportunidades emergentes	Tendencias de mercado		Demanda de productos sostenibles y artesanales	7 Anzules-Falcones et al. (2021), Vera & Sumba-Bustamante (2024), Figueroa (2024)
			Valor agregado cultural como ventaja	5 Flores Ruiz et al. (2018), Vera & Sumba-Bustamante (2024)
	Innovación y digitalización		Apoyo de fondos de innovación tecnológica	4 Morales-Molina et al. (2025), de-Oliveira & Rodil-Marzábal (2019)
			Mayor uso de inteligencia comercial en línea	5 Chopra et al. (2024), de-Oliveira & Rodil-Marzábal (2019)

Además, la matriz permite identificar oportunidades emergentes poco aprovechadas, como los acuerdos comerciales vigentes, la demanda internacional de productos con valor cultural o sostenible, y el avance en digitalización. Si bien estas oportunidades aparecen con frecuencia moderada, tienen un alto potencial transformador. Los resultados sistematizados en la matriz brindan insumos valiosos para el diseño de políticas públicas más efectivas, la mejora de la cooperación institucional y el fortalecimiento de capacidades empresariales, elementos indispensables para impulsar una internacionalización más inclusiva y sostenida.

Modelos de internacionalización aplicables a Mipymes

En el caso de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) ecuatorianas, existen tres enfoques teóricos que resultan particularmente relevantes para analizar sus trayectorias y estrategias de inserción en los mercados internacionales: el modelo de Uppsala, el modelo de Recursos y Capacidades, y el enfoque de Redes. Cada uno aporta elementos complementarios que permiten entender tanto las limitaciones como las potencialidades del sector.

El modelo de Uppsala explica la internacionalización como un proceso gradual basado en el aprendizaje, con preferencia por mercados cercanos para reducir riesgos, como ocurre con muchas Mipymes ecuatorianas que inician en Colombia o Perú. Sin embargo, su enfoque secuencial ha sido cuestionado por la aparición de empresas “nacidas globales” que acceden directamente a mercados lejanos. El modelo de Recursos y Capacidades, por su parte, destaca que la ventaja competitiva proviene de activos valiosos y únicos, como el conocimiento o el valor cultural, lo que resulta clave para Mipymes con productos diferenciados. Este enfoque enfatiza la importancia de invertir en innovación y desarrollo de marca. Finalmente, el modelo de Redes plantea que la internacionalización depende de relaciones estratégicas con actores externos. Para Mipymes con capacidades limitadas, mecanismos como ferias, clústeres o alianzas institucionales son fundamentales para facilitar el acceso a mercados globales, subrayando el valor del capital relacional y la cooperación.

Estos tres modelos no deben entenderse como excluyentes, sino como enfoques complementarios que, al ser articulados, permiten una comprensión más integral del fenómeno. En la práctica, muchas Mipymes ecuatorianas combinan una entrada paulatina a mercados cercanos (modelo de Uppsala), el desarrollo de ventajas competitivas basadas en recursos únicos (modelo de Recursos y Capacidades) y la participación en redes estratégicas de apoyo (modelo de Redes). Este marco teórico combinado ofrece una base analítica robusta para interpretar los patrones comunes observados en la literatura revisada sobre la internacionalización de Mipymes en Ecuador.

Análisis por sectores económicos: internacionalización diferenciada en las Mipymes ecuatorianas

Las barreras, estrategias y oportunidades para la internacionalización de las Mipymes en Ecuador varían considerablemente según el sector económico al que pertenecen. Esta heterogeneidad sectorial es clave para proponer recomendaciones más precisas y efectivas.

Agroindustria

La agroindustria es uno de los sectores con mayor potencial exportador en el país, especialmente en productos como cacao, café, banano, frutas tropicales y productos orgánicos. Sin embargo, enfrenta barreras estrictas relacionadas con estándares de calidad, trazabilidad, certificaciones fitosanitarias y sostenibilidad. La internacionalización en este sector se ha dado principalmente hacia mercados europeos y norteamericanos. Las estrategias más utilizadas incluyen certificaciones de comercio justo, alianzas con cooperativas, y participación en ferias internacionales (como BioFach en Alemania). Las oportunidades se concentran en la creciente demanda global por alimentos saludables, orgánicos y con valor agregado cultural.

Textil y manufactura ligera

Las Mipymes textiles y manufactureras enfrentan altos costos de producción, informalidad y baja innovación. Su inserción internacional ha sido limitada y muchas veces indirecta (como proveedoras de empresas más grandes). Las principales barreras incluyen la baja productividad, falta de diseño diferenciado y escasa certificación de calidad. No obstante, existe potencial si se orientan hacia nichos de mercado que valoren la identidad cultural, como prendas artesanales o moda sostenible. Las estrategias exitosas han incluido el trabajo colaborativo en clústeres y uso de redes sociales para promoción internacional.

Servicios tecnológicos y creativos

Este es un sector emergente con una dinámica distinta: muchas Mipymes tecnológicas o creativas (software, diseño, marketing digital) han logrado internacionalizarse sin presencia física, gracias al entorno digital. Las barreras tradicionales son menos significativas, pero surgen nuevos desafíos como el dominio del inglés, la ciberseguridad y la propiedad intelectual. Este grupo tiende a aplicar modelos “born global”, especialmente desde centros urbanos como Quito y Guayaquil. Las oportunidades incluyen el trabajo remoto, las plataformas freelance y la exportación de servicios digitales.

Turismo y gastronomía

Aunque menos documentado en la literatura sobre comercio exterior, el turismo también representa una forma de internacionalización indirecta. Muchas Mipymes han internacionalizado su marca a través de experiencias culturales o gastronómicas dirigidas a visitantes extranjeros. Las barreras principales incluyen la dependencia de intermediarios, baja formación en gestión turística y debilidad en el uso de plataformas de promoción internacional. El auge del turismo sostenible y de experiencias auténticas representa una oportunidad clara para muchas comunidades.

Este análisis sectorial sugiere que las estrategias de internacionalización y políticas de apoyo no pueden ser genéricas. Es necesario que los programas públicos y privados de fomento exportador estén diferenciados por sector, considerando el tipo de productos, mercados objetivo, requisitos regulatorios y capacidades internas de las Mipymes.

Comparación regional: lecciones de países latinoamericanos para la internacionalización de Mipymes

El proceso de internacionalización de las Mipymes en América Latina ha sido objeto de varios estudios debido a su importancia económica y a los desafíos comunes que enfrentan en la región. Comparar a Ecuador con países con características similares –como Colombia, Perú, Chile y México– ofrece una perspectiva útil para identificar estrategias exitosas, políticas públicas efectivas y desafíos compartidos.

Colombia

Colombia ha desarrollado un ecosistema de apoyo a la internacionalización más estructurado a través de entidades como ProColombia, que ofrece asistencia técnica, inteligencia de mercados, ruedas de negocios y formación para exportadores. Uno de los programas destacados es el “Fábricas de Internacionalización”, que acompaña a Mipymes con asesoría personalizada en su proceso de exportación. La clave del éxito ha sido la articulación público-privada y el enfoque sectorial, con prioridad para industrias con alto potencial exportador como agroindustria, cosmética natural y servicios digitales. Este modelo sugiere la pertinencia de que Ecuador fortalezca su propia plataforma institucional –como ProEcuador– para ofrecer un acompañamiento técnico más cercano a las MiPymes, replicando estrategias de asesoría personalizada y seguimiento continuo que han demostrado ser efectivas en otros contextos.

Perú

Perú ha logrado consolidar la exportación de productos con valor agregado cultural y ecológico, como el café especial, la quinua, los textiles andinos y la artesanía, mediante una estrategia integral que combina el fortalecimiento de cooperativas, el posicionamiento internacional de marcas colectivas –como “Cafés del Perú”– y programas de certificación de origen. A esto se suma la participación activa en ferias internacionales especializadas, como Expoalimentaria y BioFach, lo que ha permitido visibilizar y diferenciar sus productos en mercados de nicho. Esta experiencia demuestra el potencial de impulsar en Ecuador iniciativas similares orientadas al desarrollo de marcas colectivas con identidad nacional, apoyadas por sistemas de certificación y una presencia estratégica en eventos internacionales.

Chile

Chile se ha posicionado como un referente regional en términos de institucionalidad exportadora gracias al trabajo de entidades como ProChile, que han desarrollado una infraestructura sólida de apoyo a las empresas. Esta incluye oficinas comerciales en el exterior, servicios de inteligencia de mercado y programas orientados a la digitalización del proceso exportador. Además, el liderazgo del país en tratados de libre comercio ha ampliado considerablemente las oportunidades para las Mipymes, facilitando su inserción en múltiples mercados. Un ejemplo innovador es la plataforma digital “Chile B2B”, que conecta directamente a proveedores chilenos con compradores internacionales, potenciando así el comercio electrónico a nivel empresarial. Este enfoque resalta la importancia de combinar herramientas digitales con servicios consulares y comerciales activos en el exterior, lo cual podría adaptarse al contexto ecuatoriano para fortalecer el acompañamiento a sus Mipymes en el terreno.

México

México, por su parte, muestra una alta participación de Mipymes en cadenas globales de valor, especialmente en sectores como el automotriz, la electrónica, la agroindustria y los servicios. Su estrategia se ha centrado en la integración a través de proveedores y subcontratistas vinculados con clústeres productivos y empresas multinacionales. Desde el ámbito gubernamental, iniciativas lideradas por organismos como el extinto INADEM y actualmente por la Secretaría de Economía han promovido programas de financiamiento, capacitación y certificación para mejorar la competitividad de las pequeñas y medianas empresas. Esta experiencia subraya la relevancia de fomentar encadenamientos productivos y mecanismos de certificación que permitan a las Mipymes ecuatorianas cumplir con estándares internacionales e insertarse de manera sostenible en cadenas regionales de valor.

La experiencia latinoamericana evidencia que los países que han logrado avances significativos en la internacionalización de sus micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) comparten una serie de factores clave, entre los que destacan una institucionalidad fuerte y articulada, el desarrollo de estrategias diferenciadas según el sector productivo, el acceso a inteligencia de mercados y la promoción de encadenamientos productivos junto con procesos de digitalización. En el caso de Ecuador, resulta fundamental consolidar una visión estratégica integrada que refuerce el rol de ProEcuador, impulse el uso de plataformas digitales y establezca programas de acompañamiento técnico a nivel local, con un enfoque territorial que responda a las particularidades y necesidades de cada región.

Contextualización cuantitativa de la internacionalización de las Mipymes en Ecuador

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPymes) constituyen el pilar fundamental del tejido empresarial ecuatoriano, representando el 99 % del total de compañías activas en el país, según datos del INEC (2023). Este predominio justifica la necesidad de enfocar políticas públicas y estudios académicos en su fortalecimiento, particularmente en el contexto de su internacionalización. Para comprender los desafíos que enfrentan en este proceso, es crucial analizar los principales indicadores económicos y empresariales que revelan tanto su relevancia en la economía nacional como las limitaciones estructurales que restringen su incursión en los mercados globales.

A pesar de su abrumadora presencia a nivel interno, la participación de las MiPymes ecuatorianas en el comercio exterior sigue siendo marginal. De acuerdo con cifras de ProEcuador y CEPAL, su aporte a las exportaciones totales es inferior al 10 %, y en 2022, menos del 15 % de las aproximadamente 3.500 empresas exportadoras eran MiPymes formalizadas. Esta escasa presencia internacional refleja no solo la existencia de barreras estructurales, como el acceso limitado al financiamiento, la falta de capacidades técnicas y de innovación, o la debilidad en redes de contacto internacionales, sino también una serie de oportunidades no capitalizadas que podrían potenciar su desarrollo competitivo a nivel global.

Las MiPymes ecuatorianas enfrentan serias limitaciones estructurales que afectan su competitividad e internacionalización. Aunque contribuyen con aproximadamente el 25 % del PIB nacional, su productividad es más del 60 % inferior a la de las grandes empresas, y la informalidad supera el 50 % en varios sectores, según datos del Banco Mundial y estudios del BID. En términos de digitalización, los avances son limitados: menos del 30 % dispone de un sitio web o presencia en redes sociales, y el uso del comercio electrónico como canal exportador sigue siendo incipiente, pese a cierto crecimiento posterior a la pandemia (CAF y CEPAL, 2022). A ello se suma una marcada brecha en habilidades digitales, especialmente en zonas rurales. El acceso a financiamiento especializado también es restringido: menos del 25 % accede a crédito bancario, y herramientas como factoring, leasing o seguros de exportación están poco desarrolladas. Aunque Ecuador cuenta con 16 acuerdos comerciales —incluidos con la Unión Europea, Chile, México, la EFTA y el Reino Unido— y mantiene procesos de acercamiento a la Alianza del Pacífico y Asia-Pacífico, el aprovechamiento por parte de las MiPymes sigue siendo limitado, lo que evidencia la necesidad de políticas de inserción comercial más inclusivas.

Estos indicadores revelan un desajuste entre el peso cuantitativo de las MiPymes en la economía ecuatoriana y su escasa presencia en los mercados internacionales. Integrar este análisis en el cuerpo del artículo permite reforzar el argumento central de que las estrategias de internacionalización deben abordar tanto los factores cualitativos como los cuellos de botella estructurales que son medibles y evidenciables.

Mapeo del ecosistema institucional de apoyo a la internacionalización de Mipymes en Ecuador

La internacionalización de las Mipymes en Ecuador es un proceso complejo que requiere la colaboración coordinada de múltiples actores. El ecosistema de apoyo, representado en la Figura 2, incluye instituciones gubernamentales como el MPCEIP y ProEcuador, que lideran las políticas comerciales y la promoción de exportaciones, respectivamente. También participan entidades técnicas como el INEN y la Superintendencia de Compañías, que respaldan la normalización y formalización empresarial. A esto se suman mecanismos de financiamiento ofrecidos por la CFN y BanEcuador, así como alianzas con organismos internacionales como la CAF, el BID y la GIZ, que fortalecen programas de innovación y encadenamiento productivo. Cámaras de comercio, gremios y consorcios exportadores desempeñan un rol clave en la capacitación y representación de las Mipymes, promoviendo su integración a mercados globales.

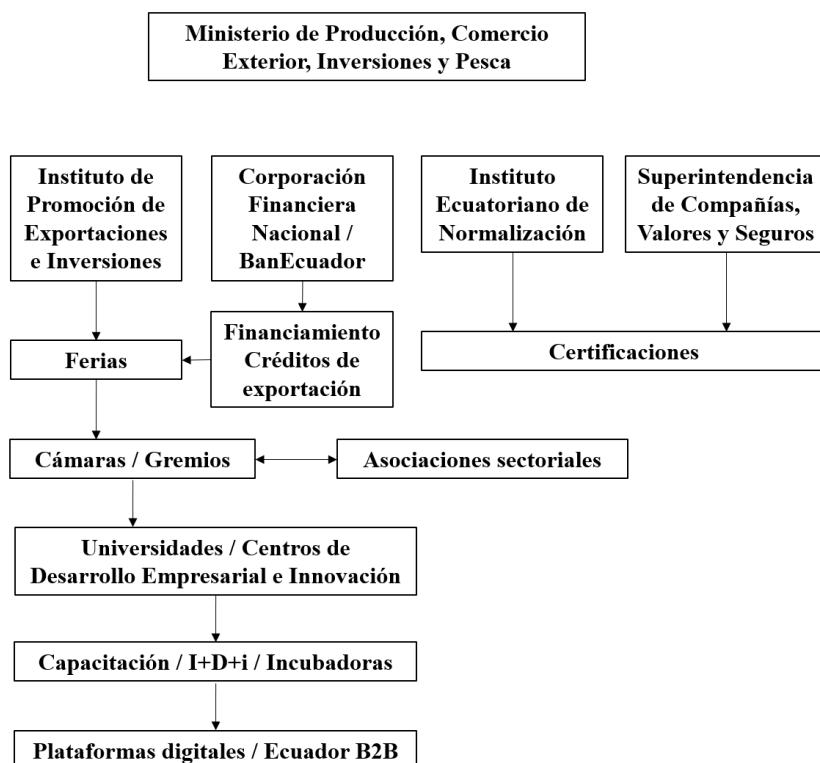


Figura 2. Ecosistema de internacionalización de Mipymes en Ecuador.

Además, el sector académico y los centros de innovación contribuyen con formación técnica, investigación aplicada y asesoría en comercio exterior, mientras que herramientas digitales como Ecuador B2B y ferias virtuales facilitan la conexión con compradores internacionales. Sin embargo, como se observa en la Figura 2, la revisión evidencia limitaciones importantes, como la débil articulación entre actores, la duplicidad de esfuerzos y el acceso limitado de muchas Mipymes a estos servicios. Para que el ecosistema sea más efectivo, se requiere una estrategia más integrada, descentralizada y adaptada a las realidades territoriales, que permita ampliar la cobertura y mejorar el impacto de las acciones de apoyo a la internacionalización del sector MiPyme.

El ecosistema institucional de apoyo a la internacionalización de las Mipymes en Ecuador está encabezado por el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP), que dirige la política comercial. Bajo su coordinación actúan entidades como ProEcuador (promoción comercial), la CFN y BanEcuador (financiamiento), el INEN y la Superintendencia de Compañías (certificación y formalización). A nivel intermedio, los gremios y asociaciones sectoriales articulan redes y representan a las Mipymes. Universidades y CDEI aportan formación y soporte en I+D+i. Todo el sistema se articula mediante plataformas como Ecuador B2B, que vinculan la oferta nacional con mercados internacionales.

Estudios de caso breves: experiencias de internacionalización en Mipymes ecuatorianas

Caso 1: PACARI - Innovación y diferenciación en el mercado global del chocolate

Pacari es una empresa familiar ecuatoriana que logró posicionar su chocolate orgánico y biodinámico en mercados de alta gama como Estados Unidos, Alemania y Japón. Su estrategia de internacionalización se basó en la obtención de certificaciones internacionales (orgánico, comercio justo, biodinámico), la inversión en marca premium y la narrativa de identidad local. La empresa enfrentó barreras relacionadas con los costos logísticos y la necesidad de cumplir exigentes estándares de calidad, pero las superó mediante alianzas estratégicas y apoyo de ProEcuador. Este caso demuestra que la diferenciación basada en identidad y sostenibilidad puede convertirse en una ventaja competitiva crucial para una internacionalización exitosa.

Caso 2: COFINA - Cooperativa de café en Loja que exporta a nichos de mercado

La Cooperativa de Cafetaleros de Loja (COFINA) agrupa a más de 200 pequeños productores y ha logrado exportar café especial a Estados Unidos, Corea del Sur y Europa. Su internacionalización ha sido posible gracias al acompañamiento técnico en buenas prácticas agrícolas, certificaciones de origen y participación en ferias internacionales como “Specialty Coffee Expo”. La principal barrera identificada ha sido la falta de infraestructura poscosecha y la necesidad de mejorar el acceso a financiamiento para cumplir con grandes pedidos. Este caso resalta que las alianzas cooperativas y la calidad diferenciada son mecanismos efectivos para que pequeños productores accedan al mercado global.

Caso 3: Textiles Andinos SISA - Barreras en la inserción de productos con identidad cultural

SISA es una empresa de diseño textil ubicada en Otavalo, que produce prendas con identidad indígena andina. A pesar de tener una propuesta estética y cultural atractiva, su proceso de internacionalización ha enfrentado obstáculos como la falta de canales de distribución, escaso conocimiento en comercio electrónico y desconocimiento de regulaciones para exportar a Europa. Aunque ha vendido esporádicamente al extranjero, su internacionalización no ha sido sostenible. El caso de SISA evidencia que el potencial de productos con identidad cultural requiere acompañamiento técnico y acceso a canales digitales efectivos para lograr una internacionalización sostenible.

Caso 4: Ecolabnet - Start-up tecnológica con modelo “born global”

Ecolabnet es una empresa joven dedicada a la tecnología ambiental, que logró cerrar contratos de servicios de consultoría y soluciones digitales con clientes en Centroamérica y México, apenas dos años después de su fundación. Usó plataformas como Upwork y LinkedIn para posicionarse, aprovechó la experiencia de sus fundadores en redes internacionales, y diseñó su estrategia comercial pensando en el mercado global desde el inicio. Su principal desafío ha sido la escasa disponibilidad de líneas de financiamiento para empresas tecnológicas sin activos físicos. Este caso demuestra que las empresas tecnológicas pueden adoptar modelos “born global” desde el inicio si cuentan con habilidades digitales y redes internacionales sólidas.

Estos casos ilustran las diferentes realidades dentro del universo Mipymes: algunas logran internacionalizarse exitosamente gracias a su diferenciación y apoyo institucional, mientras otras enfrentan barreras estructurales que dificultan su expansión. Integrar casos reales refuerza la necesidad de políticas diferenciadas, acompañamiento especializado y herramientas concretas adaptadas a las características de cada tipo de empresa.

Estrategias utilizadas para acceder a mercados internacionales

Frente a este conjunto de limitaciones, las Mipymes ecuatorianas han adoptado diversas estrategias para incursionar en mercados internacionales. Una de las más destacadas es la participación en ferias comerciales, misiones empresariales y ruedas de negocios, eventos que permiten establecer contactos con compradores extranjeros y conocer las demandas del mercado global. Otra estrategia importante es el uso de plataformas digitales y comercio electrónico, especialmente desde el auge de estas herramientas tras la pandemia por COVID-19. Asimismo, se ha identificado el establecimiento de alianzas estratégicas con socios extranjeros, la obtención de certificaciones internacionales de calidad, sostenibilidad o comercio justo, y el aprovechamiento de programas de apoyo impulsados por entidades como ProEcuador o las cámaras de comercio. Estas acciones, aunque aún limitadas en alcance, han demostrado ser efectivas en ciertos sectores, como la agroindustria, la manufactura ligera y los productos con valor agregado cultural o ambiental.

Oportunidades emergentes en el contexto global y regional

La revisión identificó diversas oportunidades para la internacionalización de las MiPymes ecuatorianas, entre ellas los acuerdos comerciales con la Unión Europea, Asia y Norteamérica, que ofrecen condiciones arancelarias preferenciales y nuevos nichos de mercado. También se destaca el valor creciente de productos sostenibles y con identidad cultural, lo que representa una ventaja para muchas empresas locales. La digitalización ha ampliado las posibilidades de comercialización directa, mientras que las políticas de apoyo a la innovación, capacitación e inclusión financiera, si se articulan adecuadamente, podrían potenciar la competitividad del sector.

Sin embargo, la internacionalización sigue siendo un proceso complejo, condicionado por barreras internas – como la falta de capacidades empresariales – y externas – como la debilidad institucional –. Superar estos retos requiere estrategias específicas, cooperación público-privada y acceso a financiamiento especializado. A partir del análisis, se proponen cuatro líneas de acción: diseñar políticas diferenciadas por sector y tamaño empresarial; fortalecer la formación técnica y gerencial; mejorar los mecanismos de financiamiento adaptado al proceso exportador; y consolidar plataformas de articulación público-privada que faciliten la internacionalización conjunta por cadenas productivas.

CONCLUSIONES

La revisión sistemática confirma que las MiPymes en Ecuador enfrentan múltiples barreras que limitan su internacionalización, pero también que existen oportunidades significativas que, de ser adecuadamente aprovechadas, podrían mejorar su competitividad global. El fortalecimiento de capacidades internas, el acceso a herramientas tecnológicas, el aprovechamiento de acuerdos comerciales y una institucionalidad pública más eficiente son elementos clave para lograr una inserción internacional más efectiva. Este estudio aporta evidencia útil para la toma de decisiones en políticas de desarrollo productivo, y sienta las bases para futuras investigaciones comparativas o longitudinales sobre internacionalización en economías emergentes.

REFERENCIAS

- Aguirre Benalcázar, M. C., Romero Hidalgo, O. M., Jaramillo Paredes, M. F., & Ruiz Carrillo, J. A. (2021). Situation of the Ecuadorian medium-sized company: Distinctive features of its management practices [Situación de la mediana empresa ecuatoriana: Rasgos distintivos de sus prácticas gerenciales]. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(2), 352-366.
- Anderson, W. (2011). Internationalization opportunities and challenges for small and medium-sized enterprises from developing countries. *Journal of African Business*, 12(2), 198-217. <https://doi.org/10.1080/15228916.2011.588912>
- Anzules-Falcones, W., Díaz-Márquez, A. M., Padilla, L., Hernán-Hidalgo, D., & Sánchez-Grisales, D. (2021). Foresight for small and medium enterprises in the context of the circular economy. *Foresight and STI Governance*, 15(1), 86-96. <https://doi.org/10.17323/2500-2597.2021.1.86.96>
- Baliamoune-Lutz, M., Basuony, M. A. K., Lutz, S. H. H., & Mohamed, E. K. A. (2024). International ownership and SMEs in Middle Eastern and African economies. *African Development Review*, 36(2), 279-291. <https://doi.org/10.1111/1467-8268.12765>
- Benalcazar, F. L., & Thurber, M. W. (2008). Building stakeholder consensus for an oil pipeline in Lago Agrio, Ecuador. Society of Petroleum Engineers - 9th International Conference on Health, Safety and Environment in Oil and Gas Exploration and Production 2008, 1, 314-321. <https://doi.org/10.2118/111539-MS>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Bravo Acosta, O., Suárez Rodríguez, O., Burgos Yambay, J., & Játiva Pesantez, M. (2024). Strategies to improve the competitiveness of micro, small and medium-sized enterprises in the city of Guayaquil-Ecuador [Estrategias para mejorar la competitividad de la micro, pequeña y mediana empresa en la ciudad de Guayaquil-Ecuador]. *Revista de Ciencias Sociales*, 30(ESPECIAL 10), 515-530.
- Castillo-Nazareno, U. H., Matute-Petroche, J. S., & Alcívar-Avilés, M. T. (2020). Extended quality processes in internationalized agro-industrial rural collaborative economy: Capital accumulation and the association of small farmers. In *Quality Management for Competitive Advantage in Global Markets* (pp. 81-94). <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-5036-6.ch005>
- Chancay, T. S. A., López, V. E. R., Mogrovejo, M. I. P., & Quiroz, C. A. M. (2022). Small and medium enterprises and the international trade policy of Ecuador [Pequeñas y medianas empresas y la política comercial internacional del Ecuador]. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(4), 448-469. <https://doi.org/10.31876/rcc.v28i4.39141>
- Chopra, R., Bhardwaj, S., Baber, H., & Idris Sanusi, O. (2024). Navigating global horizons: A review of export promotion and foreign market entry strategies for small and medium enterprises (SMEs). *Journal of Business and Industrial Marketing*, 39(12), 2774-2790. <https://doi.org/10.1108/JBIM-10-2023-0610>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2023). *Micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes)*. CEPAL. <https://www.cepal.org/es/temas/micro-pequenas-medianas-empresas-mipyme>
- de-Oliveira, F., & Rodil-Marzábal, Ó. (2019). Structural characteristics and organizational determinants as obstacles to innovation in small developing countries. *Technological Forecasting and Social Change*, 140, 306-314. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.12.021>
- Downs, S. H., & Black, N. (1998). The feasibility of creating a checklist for the assessment of the methodological quality both of randomised and non-randomised studies of health care interventions. *Journal of Epidemiology & Community Health*, 52(6), 377-384. <https://doi.org/10.1136/jech.52.6.377>
- Escandón-Barbosa, D., & Ochoa, A. E. (2021). Success factors in the internalisation of export companies in Colombia. *Economy of Regions*, 17(2), 571-581. <https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2021-2-15>
- Farina, M. C. et al. (2019). Barriers that difficult the entrepreneurial action in the process of internationalization of cosmetic micro and small companies of the state of São Paulo. *Lecture Notes in Electrical Engineering*, 505, 905-911. https://doi.org/10.1007/978-3-319-91334-6_124
- Figueroa, M. C. (2024). Managers' environmental commitment towards the adoption of environmental strategies: Exporting Ecuadorian SMEs. *European Public and Social Innovation Review*, 9. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-1946>
- Flores Ruiz, D., Núñez, L. A., & Pérez Arévalo, M. (2018). Strengthening MSMEs as a strategy for local development. The case of Quevedo. Ecuador [Fortalecimiento de las Mipymes como estrategia de desarrollo local. El caso de Quevedo, Ecuador]. *Cuadernos Geográficos*, 57(1), 239-258. <https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v57i1.5526>
- González, A. (2017). Leveraging trade facilitation reforms for increased SME competitiveness. In *Small and Medium-Sized Enterprises in International Economic Law* (pp. 38-60). <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780198795650.003.0004>
- Gutiérrez-Ponce, H. (2024). Determinants of corporate leverage and sustainability of small and medium-sized enterprises: The case of commercial companies in Ecuador. *Business Strategy and the Environment*, 33(8), 8319-8331. <https://doi.org/10.1002/bse.3924>
- Hernández, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.). McGraw-Hill.

- Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC). (2023). *Registro Estadístico de Empresas 2023*. INEC. <https://anda.inec.gob.ec/anda/index.php/catalog/1066/datafile/F11/V760>
- Kitchenham, B., & Charters, S. (2007). *Guidelines for performing Systematic Literature Reviews in Software Engineering* (EBSE 2007-001). Keele University and Durham University Joint Report. https://legacyfileshare.elsevier.com/promis_misc/525444systemicreviewsguide.pdf
- London, K. (2010). Multi-market industrial organizational economic models for the internationalization process by small and medium enterprise construction design service firms. *Architectural Engineering and Design Management*, 6(2), 132-152. <https://doi.org/10.3763/aedm.2009.0111>
- Luna, R. et al. (2021). Income, trajectory and access to financing of MSES in Ecuador: An empirical approach using discrete choice models. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 27(SpecialIssue 4), 1-12.
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G., & The PRISMA Group. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement. *PLoS Medicine*, 6(7), e1000097. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097>
- Morales-Molina, T., Silva-Ordóñez, C., Salazar-Mera, J., & Mora-Rosales, J. (2025). Obstacles that limit innovation in activities related to Ecuador's productive sectors MSMEs. *Communications in Computer and Information Science*, 2347, 146-156. https://doi.org/10.1007/978-3-031-84078-4_11
- Moreira-Choez, J. S. et al. (2024). Internationalization in higher education: Practices and processes of change between Ecuador and the Netherlands. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 45(2), 671-680. <https://doi.org/10.34044/j.kjss.2024.45.2.34>
- Okoli, C., & Schabram, K. (2010). A guide to conducting a systematic literature review of information systems research. *Working Papers on Information Systems*, 10(26). <https://doi.org/10.2139/ssrn.1954824>
- Salazar Vazquez, F. I. et al. (2024). Associativity and economic development of SMEs in Ecuador's tourism sector. *Revista Venezolana de Gerencia*, 29(107), 1159-1177. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.29.107.11>
- Saltos García, M. B. et al. (2020). Analysis of environmental risks in export businesses from the perspective of administrative sciences. *Universidad y Sociedad*, 12(1), 330-336.
- Shea, B. J., Reeves, B. C., Wells, G., Thuku, M., Hamel, C., Moran, J., ... & Henry, D. A. (2017). AMSTAR 2: A critical appraisal tool for systematic reviews that include randomised or non-randomised studies of healthcare interventions, or both. *BMJ*, 358, j4008. <https://doi.org/10.1136/bmj.j4008>
- Sumba-Bustamante, R. Y., Cantos-Figueroa, M. L., Santistevan-Villacreses, K. L., Soledispa-Rodríguez, X. E., Nieves-Lizárraga, D. O., Cervantes-Martínez, L., Ultreras-Rodríguez, A., Olguín-Martínez, C. M., Triana-Garcia, R. W., Delgado, D. R., Valencia-Ortiz, D., & Rincón-Guio, C. (2024). Strategic model for strengthening SMEs: An empirical study based on Porter's five forces. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(10), Article 6435. <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i10.6435>
- Uribe-Terán, C., Grijalva, D. F., & Gachet, I. (2025). The contractionary effects of protectionist trade policy. *Review of World Economics*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1007/s10290-025-00582-8>
- Useche-Aguirre, M. C. et al. (2021). Challenges of Ecuadorian entrepreneurship, transcending to post-pandemic times. *Retos (Ecuador)*, 11(22), 265-280. <https://doi.org/10.17163/ret.n22.2021.05>
- Valero Camino, M. I. (2024). Productivity and economic growth of manufacturing SMEs in an Ecuadorian locality [Productividad y crecimiento económico de las PYMES manufactureras en una localidad ecuatoriana]. *Sapienza*, 5(2), Article e24022. <https://doi.org/10.51798/sijis.v5i2.749>
- Vera, F. C. G., & Sumba-Bustamante, R. Y. (2024). Business growth strategies for positioning: A microenterprise case study in Ecuador [Estrategias de crecimiento empresarial para el posicionamiento: estudio de un caso de microempresa en Ecuador]. *Sapienza*, 5(2), Article e24032. <https://doi.org/10.51798/sijis.v5i2.759>
- Visser, E.-J., & De Langen, P. (2006). The importance and quality of governance in the Chilean wine industry. *GeoJournal*, 65(3), 177-197. <https://doi.org/10.1007/s10708-006-0035-8>
- Wong, S. A. (2009). Productivity and trade openness in Ecuador's manufacturing industries. *Journal of Business Research*, 62(9), 868-875. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.10.009>
- Wresch, W., & Fraser, S. (2008). Managerial strategies used to overcome technological hurdles: A review of E-commerce efforts used by innovative Caribbean managers. In *Handbook of Research on Information Management and the Global Landscape* (pp. 147-163). <https://doi.org/10.4018/978-1-60566-138-4.ch009>

Conflicts of Interest:

The authors declare that they have no conflicts of interest.

Author Contributions:

Tejeda-Aguilera & Loor-Bravo: Conceptualization, data curation, formal analysis, investigation, methodology, supervision, validation, visualization, writing of the original draft, and writing, review, and editing.

Disclaimer/Publisher's Note:

The statements, opinions, and data contained in all publications are solely those of the authors and individual contributors and not of Revista San Gregorio or the editors. Revista San Gregorio and/or the editors disclaim responsibility for any injury to people or property resulting from any ideas, methods, instructions, or products referred to in the content.