



ESPE

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA**

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

CARRERA DE INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN MERCADOTECNIA**

**TEMA: ESTUDIO DEL COMERCIO INTERNACIONAL DE
LAS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES DE LA
CANELA EN EL ECUADOR**

AUTOR: GUALLO TORRES, ROBERTO DAVID

DIRECTOR: ING. TERÁN, MARCELO

CODIRECTOR: DR. SOASTI, MARCO ANTONIO

SANGOLQUÍ, MAYO 2015

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE
INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

CERTIFICADO

Ing. Marcelo Terán - Dr. Marco Soasti

CERTIFICAN

Que el trabajo titulado “**Estudio del Comercio Internacional de las importaciones y exportaciones de la canela en el Ecuador**” realizado por la señor Roberto David Guallo Torres, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE, en el Reglamento de Estudiantes de la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE.

Debido a que ésta servirá como fuente de información para futuros estudios, por la veracidad de los datos expuestos, recomiendan su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (PDF).

Autorizan a Roberto David Guallo Torres que lo entregue al Dr. Marco Antonio Soasti, en su calidad de Director de la Carrera.

Sangolquí, Mayo 2015

Ing. Marcelo Terán
DIRECTOR

Dr. Marco Soasti V.
CODIRECTOR

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE

INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Roberto David Guallo Torres

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado **“Estudio de Comercio Internacional de las exportaciones e importaciones de la canela en el Ecuador”**, ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros, conforme a las citas que constan en el pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Por lo que consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Sangolquí, Mayo 2015

Roberto David Guallo Torres

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS – ESPE

INGENIERÍA EN MERCADOTECNIA

AUTORIZACIÓN

Yo, Roberto David Guallo Torres

Autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE la publicación, en la biblioteca virtual de la Institución, el trabajo denominado: **“Estudio del Comercio Internacional de las exportaciones e importaciones de la canela en el Ecuador”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Sangolquí, Mayo 2015

Guallo Torres Roberto David

DEDICATORIA

El trabajo presentado dedico con mucho amor, primero a Dios, quién es portador de toda sabiduría, con su fidelidad, favor y gracia, fue marcando cada detalle para culminar dicha investigación. ¡Gracias Papá!

A mis amados padres Segundo Guallo y Carmen Torres que son dos ángeles en mi espalda, que han forjado un varón de bien, a ellos mi eterna gratitud y amor; todo esto es por ustedes.

A mis compañeros de batalla, quienes me enseñaron que lo más valioso en esta vida es dejar una huella en el camino, Edu, gracias por tus consejos sabios y reprensiones, Carlitos eres la primera piedra de construcción en el reino de mi vida, solo Dios sabe cuánto te quiero y admiro amigo, Dieguito, Adrián, Paquirris, Alvarito, Carlitos S, sin duda son esos cordones de tres dobleces que no se rompen.

A mi amada célula, quién por ellos lucho para ser un ejemplo, han visto mis mejores victorias y han permanecido fiel en mis derrotas, Dios les llamó a ser seguidores de Cristo, son grandes discípulos, con solo ver sus vidas transformadas, sé que vale la pena gastarse para Dios; mis discípulos amados Andrés, José, Iván, Edu, Santy, Luchito P, Luchito C, Pato, Fabricio, David S, Alexis, Edwin, Francisco Carrión, sé que no nombro a muchos pero me faltaría papel. A todos quienes un día se sentaron a escucharme predicar.

A la familia que eliges, Joss Naranjo, Andrés Báez, José Báez, Eduardo Cajas, Marco, Chio, Majito, Alejita, les amo familia.

A la mujer de mi Juventud y peregrina de la vida, Joss gracias por ser bendición para mi vida.

Como olvidarlos Nathy, Joha, Santy vivimos los mejores momentos en la universidad, gracias por presentarme siempre a Dios y ser esos amigos que valen oro.

Don Mario el mejor jefe que alguien puede tener, Maestro.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, quien con paciencia me ha ensaado lo valioso de la vida, con amor a fortalecido mis pasos.

A mis padres Segundo Guallo y Carmen Torres, no hay nada que pueda hacer para demostrar mi agradecimiento, ustedes lo valen todo.

A mi hermano Darwin, eres ejemplo de compromiso, amor, lealtad, marcaste mi corazón hermano.

Mi hermana linda Susana, te amo ñaña.

A mí amada iglesia Comunidad de Fe y pastores.

A mi amada familia, quienes con un consejo pudieron levantarme y ser parte de mi futuro.

Mi amada célula, líder, consiervos y discípulos.

Al Ing. Marco Soasti, en usted pude ver lo que realmente significa servicio, vivir para servir.

Al Msc. Mario Conejo quien confío en nuestras habilidades y es un gran maestro.

A mis maestros, por instruir principios de conocimiento y vida.

A mi club Espe al Máximo, quiénes rompieron mi molde y extendieron mis fronteras.

A mis compañeros de clase.

“ A la Espe, mi Espe, universidad querida, mi consentida, la forjadora de mi sueño que sigo con empeño, mi camino a la excelencia, mis metas con paciencia”

Agradezco a mi persona por que decidí escoger el camino estrecho, vivir para Dios.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICADO.....	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD.....	iii
AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	vii
ABSTRACT.....	xv

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO	1
1.1 Tema	1
1.2 Introducción	1
1.3 Comercio Internacional	2
1.3.1 Teorías del comercio internacional	3
1.3.2 Teoría Moderna.....	3
1.3.3 Teoría del Mercantilismo	3
1.3.5 Teoría de la ventaja comparativa	4
1.3.6 Teoría de la combinación de los factores	4
1.3.7 Teoría del valor subjetivo.....	4
1.3.8 Teoría sobre los costos de oportunidad	5
1.3.9 Modelo de Heckscher Ohlin	5

1.3.10	Teoría de la expansión	5
1.3.11	Teoría de la Brecha Tecnológica.....	6
1.3.12	Teoremas relativos al comercio.....	6
1.3.13	Teoría socialista del comercio	6
1.3.14	Teoría del deterioro de los términos del intercambio	7
1.3.15	Modelo de sustitución de importaciones	7
1.3.16	Teoría de integración Económica Multinacional	7
1.3.18	Propuesta de Transformación Productiva con Equidad	9
1.3.19	Teoría de la Competitividad.....	9
1.4	Exportaciones.....	9
1.4.1	Teoría de las exportaciones.	9
1.5	Teoría de Importación.....	10
1.6	Teoría de la Canela.....	11
1.6.1	Usos tradicionales	11
1.6.2	Usos no medicinales de la canela.....	12
1.8	Política Comercial.....	13
1.9	Organismo Reguladores del Comercio Internacional.....	17
1.9.1	Externos	17
1.9.2	Internos	18
1.9.3	Órganos de control del comercio exterior ecuatoriano.	19
1.10	Negociación Internacional.....	20
1.10.1	Negociación Internacional	20
1.10.2	Negociación Internacional pública	21
1.10.3	Negociación Internacional privada.....	21

1.10.4	Negociación comercial internacional	21
1.11	Conceptos Relativos a la Nación y lo Internacional	22
1.11.1	Nación o País	22
1.11.2	Interés nacional	22
1.11.3	Derecho Internacional	22
1.11.4	Acuerdo Internacional	23
1.11.5	Convenio Internacional	23
1.11.6	Norma Internacional	23
1.11.7	Organismos Internacional	23
1.12	Conceptos Relativos a Economía	24
1.12.1	Economía	24
1.12.2	Producción	24
1.12.3	Ciencia y Tecnología	25
1.12.4	Mercado	25
1.12.5	Mercado Objetivo	25
1.12.6	Precio	26
1.12.7	Agente Económico	26
1.12.8	Sistema productivo	26
1.12.9	Desarrollo	27
1.12.10	Estadística	27
1.13	Conceptos Relativos a Economía Internacional	27
1.13.1	Frontera Nacional	27
1.13.2	Cruce de Fronteras	28
1.13.3	Moneda	28

1.13.4	Divisa	28
1.13.5	Mercado de divisas	29
1.13.6	Canasta de divisas	29
1.13.7	Paridad del poder de compra	29
1.13.8	Tipo de cambio	29
1.14	Conceptos Relativos a la Negociación Internacional	30
1.14.1	Negociación Internacional	30
1.14.2	Negociación Internacional pública	30
1.14.3	Negociación Internacional privada	31
1.14.4	Negociación comercial internacional	31
1.14.5	Negocios internacionales	31
1.15	Importancia y Cuentas de la Balanza de Pagos	32
1.15.1	Balanza de Pagos	32
1.15.2	Cuentas de la Balanza de Pagos	32
1.16	Requisitos para Importar y Exportar	33
1.16.1	¿Cuáles son los Regímenes de Importación?	33
1.16.2	¿Quiénes pueden Importar?	33
1.16.3	¿Cómo se obtiene el Registro de Importador?	34
1.16.4	¿Cómo conocer las restricciones de un producto a importar?	34
1.16.5	¿Cómo se desaduaniza una mercancía importada?	35
1.16.6	¿Cuáles son los canales de Aforos que existen?	35
1.16.7	¿Cuánto se debe pagar en tributos por un producto importado?	36
1.16.8	AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías)	36

1.16.9 FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia)	36
1.16.10 ICE (Impuesto a los Consumos Especiales)	36
1.16.11 IVA (Impuesto al Valor Agregado)	36
1.16.12 BASE LEGAL	37
1.16.13 PARA EXPORTAR	37
1.16.14 Proceso de Exportación	38

CAPITULO II

MARCO METODOLÓGICO	41
2.1 Objeto de la Investigación.....	41
2.1.1 Comercio Internacional de la Canela	41
2.2 Método de Investigación.....	42
2.3.1 Variable Dependiente	43
2.3.2 Variable Independiente	43
2.4 Inteligencia de Mercados en el Comercio Internacional.....	46
2.5 Objetivos de la Investigación.....	47
2.5.1 Objetivo General	47
2.5.2 Objetivo Específico	47
2.5.3 Hipótesis Formuladas	47
2.6 Tipo de Investigación.....	48
2.6.1 Exploratoria	48
2.6.2 Descriptiva	48
2.7 Análisis estadístico	48
2.8 Técnicas para el procesamiento y análisis de resultados	49

CAPITULO III

MARCO EMPÍRICO	51
3.1 Clasificación Arancelaria de la Canela	51
3.2 Cifras de importación de Canela a nivel mundial.....	52
Proveedores de Canela en el Ecuador respecto a las Importaciones.....	56
MARCAS	57
EMPRESAS ECUATORIANAS IMPORTADO	59
PUERTO EMBARQUE Y VIA DE TRANSPORTE DE IMPOTACIONES DE CANELA AL ECUADOR.....	62
VIA DE TRANSPORTE Y AGENCIA DE TRANSPORTE DE LAS IMPORTACIONES DE CANELA EN EL ECUADOR	63
TIEMPOS DE EMBARQUE, LLEGADA, LIQUIDACIÓN, PAGO Y SALIDA	64
3.3 Análisis de las Exportaciones de Canela	65
Exportaciones de Canela desde el Ecuador en el 2014.....	65
EMPRESAS EXPORTADORAS DE CANELA DESDE EL ECUADOR	66
COMPRADOR DE CANELA EN EL MUNDO DESDE ECUADOR	68
PUERTOS DE EMBARQUE, EXPORTACIONES DESDE ECUADOR	69
CAPITULO IV	
DISCUSIÓN	70
Conclusiones	70
Recomendaciones.....	73
Bibliografía	75

ÍNDICE TABLAS

TABLA 1	Composición de la Canela.....	13
TABLA 2	Distribución arancelaria	46
TABLA 3	Cifras de importación de Canela a nivel mundial	47
TABLA 4	Relación entre CIF, FOB, cantidades de importaciones de Canela del Ecuador	50
TABLA 5	Proveedores de Canela en el Ecuador respecto a las Importaciones.....	51
TABLA 6	Marcas	57
TABLA 7	Empresas Ecuatorianas Importadoras	54
TABLA 8	Proveedores Internacionales de Canela al Ecuador.....	56
TABLA 9	Puerto Embarque y Vía de Transporte de Importaciones de Canela al Ecuador	57
TABLA 10	Vía de Transporte y Agencia de Transporte de las Importaciones de Canela en el Ecuador	58
TABLA 11	Tiempos de Embarque, Llegada, Liquidación, Pago y salida	59
TABLA 12	Exportaciones de Canela desde el Ecuador en el 2014	60
TABLA 13	Empresas Exportadoras de Canela Desde el Ecuador.....	61
TABLA 14	Empresas Exportadoras y Compradores de Canela desde el Ecuador	62
TABLA 15	Compradores de Canela en el Mundo desde Ecuador.....	63
TABLA 16	Puertos de Embarque, Exportaciones desde Ecuador	64

ÍNDICE FIGURAS

FIGURA 1	Países Importadores de la Canela en el Ecuador 2014	48
FIGURA 2	Empresas importadoras en el Ecuador,2014	49
FIGURA 3	Relación entre CIF, FOB,y Cantidades	50
FIGURA 4	Proveedores de Canela en el Ecuador respecto a las Importaciones.....	55
FIGURA 5	Marcas	53
FIGURA 6	Importador.....	55

FIGURA 7 Proveedor.....	59
FIGURA 8 Exportaciones de Canela 2014	60
FIGURA 9 Exportadores de Canela 2014.....	61
FIGURA 10 Compradores de Canela	63

RESUMEN

“La importancia de fomentar las exportaciones, es favorecer la recuperación económica de los países, si realmente queremos esforzarnos por generar empleo y luchar por las empresas una de las cosas más importantes que podemos hacer es abrir más mercados alrededor del mundo" (Obama, 2014)

Son fundamentales las relaciones bilaterales entre gobiernos y empresas para que el país pueda ser competitivo en los mercados extranjeros, por ello la necesidad de realizar investigaciones que permitan determinar el comportamiento de los diferentes mercados para lograr dinamizar la economía productiva, exportable e importable.

La tesis planteada abarca el estudio de las relaciones que mantiene el Ecuador frente a los países con quienes efectúan comercio internacional respecto a la Canela, en donde intervienen diferentes factores que en conjunto logran un flujo de comercialización, las cuales están respaldadas por teorías científicas de comercio internacional y marco empírico, las cuales se fueron formulando a través del análisis de bases de datos anclados a las reglas de CODD, quién permite una visualización de los resultados de manera veraz y confiable.

El estudio realizado provee información valiosa para estudios posteriores. Así mismo en el desarrollo se puede apreciar como en Ecuador, a pesar de ser tan rico en canela que una de sus provincias ha sido nombrada como la “Capital de la Canela”, las importaciones son mayores que las exportaciones; esto quiere decir que el Ecuador depende, en parte, de otro país para la venta local de este producto.

Palabras claves:

- **COMERCIO INTERNACIONAL**
- **CANELA**
- **IMPORTACIÓN**
- **EXPORTACIÓN**
- **ECUADOR**

ABSTRACT

"The importance of promoting exportations is to promote the economic recovery of nations, if we really want to strive to generate job and fight for the companies one of the most important things we can do is to open more markets around the world" (Obama, 2014)

Bilateral relations between governments and businesses are fundamental for this country to be competitive in foreign markets, therefore the need for investigating the behavior of the different markets in order to improve productive, exportable and importable economy.

This thesis about the study of relationships held by Ecuador towards countries with which we make international trade regarding cinnamon, where different factors take part in achieving a flow of marketing, which are supported by international scientific trade theories and empirical framework, which were formulated through the analyzing of databases ruled by CODD, which allows visualization of the results in an accurate and reliable way.

This study provides valuable information to further studies. In the same way, regarding development, it can be seen how Ecuador, being so rich in cinnamon that a province of the country has been named as the "Capital of the Cinnamon", importations are greater than exportations; this means that Ecuador depends on other country for the local sale of this product.

Keywords:

- **INTERNATIONAL TRADE**
- **CINNAMON**
- **IMPORT**
- **EXPORT**

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1 Tema

Estudio del Comercio Internacional de las exportaciones e importaciones de Canela en el Ecuador del año 2014.

1.2 Introducción

La importancia de fomentar las exportaciones, es favorecer la recuperación económica de los países, si realmente queremos esforzarnos por generar empleo y luchar por las empresas una de las cosas más importantes que podemos hacer es abrir más mercados alrededor del mundo" (Obama, 2014)

En el mundo actual, determinado por la globalización los gobiernos y las empresas buscan extender sus fronteras de mercadeo así convirtiéndose en necesidad política y privada, generando un mundo competitivo en la producción, distribución y busca de nuevos nichos.

Según el Banco Central del Ecuador, el país destinó USD 1 657 millones en importaciones entre enero y noviembre del 2013, principalmente en artículos que no incentivan el desarrollo del sector productivo, sino en bienes denominados suntuarios, el riesgo de contar con un desequilibrio en la balanza comerciales, una de las razones por la que el país opto por una transformación en su matriz productiva evolucionando de ser un mono productor de materia prima y dependiente de grandes potencias.

Es evidente que este es uno de los grandes males que tiene el país, al ser nosotros exportadores de productos Commodities, estos llegan a las potencias siendo transformadas con innovación y maquinaria, regresando al país como producto final y precios elevados, así el caso de la gasolina o el Chocolate Suizo o la canela.

De acuerdo a (Poveda, 2014) “El presidente aspira sustituir alrededor de USD 6 mil millones hasta el 2017 a través de la potenciación de la producción nacional y del fomento a las exportaciones”

Es fundamental las relaciones bilaterales entre gobiernos y empresas para poder ser competitivos en los mercados extranjeros por ello la necesidad de realizar investigaciones científicas que permitan determinar el comportamiento de los diferentes mercados y relaciones para lograr dinamizar la economía productiva, exportable e importable.

1.3 Comercio Internacional

Según (Ignacio Domínguez, 2012) establece, es el intercambio de bienes y servicios entre residentes de diferentes países.

Se conoce también como el conjunto de teorías, políticas, normas, procedimientos, documentación, sistemas de recuperación y procedimiento de información estadística relativo al comercio entre varios países.

La tendencia entre la especialización, el desarrollo y mejora de productos, la búsqueda de nuevos mercados, generan que un comercio interno no sea suficiente, por ello la necesidad de buscar nuevos horizontes.

El efecto de economías globalizadas genera que las empresas y países opten por ser más competitivas, con ello la necesidad de establecer acuerdos internacionales, políticas y negociaciones que regulen el comercio justo,

equitativo, buscado ganar, ganar de las partes involucradas, generan cada vez un mayor interés en el Comercio Internacional.

1.3.1 Teorías del comercio internacional

1.3.2 Teoría Moderna.

“La teoría moderna del comercio es el fruto de la evolución de las ideas del pensamiento económico” (Carbaugh, 2009, pág. 29).

Según (Paul Krugman, 2014) los mercados internacionales son competitivos no solamente por la disponibilidad de factores de producción básica, sino por la adaptación y asimilación de nuevos elementos constitutivos de los factores como son los correspondientes al capital y la mano de obra, en lo pertinente a la formación, preparación, clasificación y especialización así como la asimilación de tecnologías pertinente al manejo de los fenómenos macroeconómicos que interfieren en la valoración de los capitales financieros representados en instrumentos y herramientas que contribuyen a compensar los flujos de caja y hacer realmente competitivas las economías internacionales.

1.3.3 Teoría del Mercantilismo

Es la corriente del pensamiento sobre el comercio internacional, los mercantilistas consideran que para lograr el bienestar nacional, era necesario que los países acumularan, metales preciosos equivalentes al oro y la plata, por cuanto con ello se compraba en mercado exterior los productos que no había en dicha nación.

1.3.4 Teoría de la ventaja absoluta

Según (Adam Smith, 1776) son dos los países que comercian; el único factor determinante del comercio es el trabajo, que tiene movilidad interna en los países, pero carece de movilidad externa; ignora los costos de transportes, no considera el dinero, resalta que el comercio internacional es el resultado de la ventaja absoluta que un país tiene frente al otro en la producción de un bien, plante que el mayor beneficio se logra cuando no hay interferencia estatal.

1.3.5 Teoría de la ventaja comparativa

Según el economista (David Ricardo, siglo XIX), mantiene los supuestos de Smith; pero señala que no es necesario que haya ventaja absoluta en la producción de un bien para que se genere comercio internacional. Demuestra que un país A puede tener ventaja en la producción de dos bienes, pero que el país B puede exportar aquel bien en que su desventaja es menor, porque los países tienden a especializarse.

1.3.6 Teoría de la combinación de los factores

Varios estudios plantearon una nuevo análisis ricardiano, se dijo que el comercio de los bienes depende de la combinación de los factores que se haga en cada país, este análisis parte de las siguientes bases: Competencia, cantidades, nivel de tecnología, costos de transportes y barreras, gustos y preferencias, costos de oportunidad

1.3.7 Teoría del valor subjetivo

Según (Meneger y Walras, 1871) establecen que las cosas no tienen un valor intrínseco si no extrínseco, puesto que depende de las escala de preferencias y la valoración que hacemos los sujetos en el tiempo y el espacio, es decir, quiénes, cuando, en dónde, cómo lo hacen, y bajo qué circunstancias lo valoran. No existe una valoración subjetiva, siempre será subjetiva pues resulta de la apreciación personal.

1.3.8 Teoría sobre los costos de oportunidad

Según (Gottfreid Haberle, 1936), La teoría señala que los costos de oportunidad de un bien, equivale a la cantidad del otro bien, que debe sacrificarse para liberar los recursos suficientes para producir una unidad adicional del primero.

1.3.9 Modelo de Heckscher Ohlin

De acuerdo al modelo de (Heckscher Ohlin), se conoce como la teoría de $2 \times 2 \times 2$, porque su análisis se basó en dos países, dos factores y dos productos. Expresa que los países difieren en las cantidades de factores disponibles y además poseen diferentes proporciones de ellos.

1.3.10 Teoría de la expansión

Según (Steffan linder, 1961), Los países exportan los productos manufacturados para los cuales existe un amplio mercado local, esta teoría se

aplica solo para los productos manufacturados, ya que los primeros se exportan en función de la disponibilidad de los recursos naturales.

1.3.11 Teoría de la Brecha Tecnológica

Establece (Poncer, 1961) señaló que los países exportan productos manufacturados mientras le es posible mantener la brecha tecnológica y los países importadores no han logrado imitar con adecuada aproximación al producto importado.

1.3.12 Teoremas relativos al comercio

Según Rybzinsky señala que los coeficientes de producción están dados y las cantidades de factores están plenamente empleadas, un incremento en la dotación de un factor de producción incrementa la producción del bien y disminuye la del otro bien.

1.3.13 Teoría socialista del comercio

El comercio socialista es radicalmente al capitalista, porque no corre a cargo de empresas privadas, si no del estado, que se encuentra representado por sus empresas, como las cooperativas y comunidades agrícolas, hay diferentes formas de comercio según los destinos y tipos de productos. El comercio satisface las necesidades de la población.

1.3.14 Teoría del deterioro de los términos del intercambio

Según Raúl Prebisch, 1947, expresa que los países desarrollados ganan siempre en el comercio internacional con los países subdesarrollados, porque se produce un deterioro en los términos, de intercambio en perjuicio de los pobres, siendo que el valor total de las exportaciones depende de el volumen y del precio; el volumen lo logra el país productor sobre la base de su combinación de factores de producción, pero el precio lo determina el mercado internacional. Si el volumen se mantiene pero el precio baja se reduce el ingreso por exportaciones y si el volumen se mantiene pero el precio sube, crece el ingreso, en general los países desarrollados aumentan su volumen, pero su precio, dependiente del internacional baja en consecuencia la relación real de intercambio se afecta según la fórmula: $(RRI) = \frac{PX}{PM}$, sabiendo que px y pm son índices.

1.3.15 Modelo de sustitución de importaciones

Es un proceso que tiene por objeto lograr que los países produzcan, en sus territorios, los productos importados con demanda interna suficiente para montar una planta industrial bajo condiciones de protección arancelaria y no arancelaria. La base de la teoría del modelo fue elaborada por el CEPAL, en forma técnica y sugería, de una parte a incentivar la producción interna a través de diferentes acciones gubernamentales y montar un sistema de control de que los incentivos no se desvían hacia otras finalidades.

1.3.16 Teoría de integración Económica Multinacional

Se basa en la acción que desarrollan dos o más países, con el compromiso de acelerar el proceso de liberación recíproca del comercio, la teoría establece, que dos o más países que se comprometen en un proceso de integración desarrollan sinergias que les permite generar economías de escala suficientes para promover un desarrollo conjunto, a su vez en un mecanismo de generación de interdependencia entre países con el propósito de apoyar el desarrollo económico conjunto.

Así mismo puede irse profundizando desde una zona de preferencias arancelarias, hasta una unión monetaria, pasando por ser zona libre de comercio, unión aduanera, mercado común, unión económica.

1.3.17 Teoría del Ciclo de vida internacional del producto

Según (Raymond Vernon 2007), en su libro de "Inversión internacional", señala que los productos tienen un ciclo de vida internacional que genera el intercambio entre países desarrollados, el autor explica el ciclo de la siguiente manera.

- El país A produce el bien
- El país A exporta el bien al B
- El país B aprende y produce el bien indicado
- El país B exporta el bien a terceros países
- El país B exporta el bien al país A

Si A no mejora la producción del bien, termina dejando de producir.

La teoría es de corto plazo y esencialmente dinámica, la duración del liderazgo depende del crecimiento de la demanda en los mercados extranjeros, la naturaleza de los productos, la inclusión de la tecnología sobre las importaciones, investigación y desarrollo.

1.3.18 Propuesta de Transformación Productiva con Equidad

La siguiente propuesta fue presentada por la CEPAL, en la cual expresa el desarrollo mediante la transformación productiva con equidad, se efectuará con la competitividad internacional que debe sustentarse el progreso técnico productivo con los aumentos de productividad y menos en la depreciación de los salarios reales. La industrialización constituye el eje de la transformación productiva.

1.3.19 Teoría de la Competitividad

El visionario de esta teoría es Michael Porter, la teoría de la ventaja competitiva, está relacionada con las ventajas comparativas y economías de escala, las primeras sirven para generar competitividad, pero no siempre es así en cambio la de escala surge de la producción en masa.

Hay factores que deben ser tomados en cuenta para poder medir la competitividad de una empresa con respecto del bien producido. La unidad básica de análisis para comprender la competitividad de una empresa es el nicho.

1.4 Exportaciones

Según (Daniels y Radebaugh, 2010), La exportación es el medio más común del que se sirve las compañías para iniciar sus actividades internacionales.

Las compañías buscar exportar sus productos para generar mayor ingreso en sus ventas, conseguir economías de escala, buscando así varios puntos de venta

1.4.1 Teoría de las exportaciones.

Según (Rostow) En la primera etapa de la exportación se crean o se desarrollan los sectores primarios para impulsar la actividad económica regional. En la segunda etapa como ya se ha generado un nivel de ingreso, permitirá el desarrollo de un mercado interno y el ejercicio de la demanda. En la tercera etapa se logra la creación de industrias de transformación exportadoras a otras regiones

1.5 Teoría de Importación

Según (Rostow 1983) La importación es la operación mediante la cual se somete a una mercancía extranjera a la regulación y fiscalización tributaria, para poder después libremente destinar a una función económica.

- **Teoría de la sustitución de importaciones como modelo de acumulación industrial**

Según (García Sordo, Marketing Internacional, 2007, pág. 167): Los controles sobre las importaciones se realizan de manera selectiva contra ciertos productos o compañías en un esfuerzo para reducir la importación de bienes considerados de lujo o que pueden ser adquiridos en las fábricas nacionales. Las restricciones sobre las importaciones de materia prima, maquinaria y componentes son estrategias que intentan forzar a la industria extranjera a comprar más productos en el mercado interno y, por tanto, crear mercados para la industria local.

La teoría presentada es una muestra como los países en vías de desarrollo luchan por fortalecer la producción nacional en fin de nivelar la balanza comercial, de la misma manera, el equilibrio se mantendrá cuando exista regulaciones según las necesidades del país, el incentivo del gobierno por

fortalecer la industria es fundamental para compensar las políticas de restricciones.

1.6 Teoría de la Canela

Según el libro Reino Vegetal (2010), La canela que se utiliza como especia es la corteza desecada del árbol *Cinnamomum zeylanicum*. Esta especie es nativa de Ceilán. **Nombre científico:** (*Cinnamomum verum* = *Cinnamomum zeylanicum*) el nombre *Cinnamomum* procede del griego "Kinnamomon"

El canelo es un árbol perenne de la familia de las lauráceas de hasta 15 m. de altura, aunque las formas cultivadas no suelen superar los 10 m. Ramas muy aromáticas con doble corteza. Hojas ovadas de hasta 18 cm de longitud, con tres nervios bien marcados, coriáceas, acuminadas con el borde liso y muy fragante.

La canela puede proceder de diferentes especies, aunque la más reconocida es la que se obtiene de este árbol que procede de Sri Lanka. Esta planta crece espontáneamente en Ceilán y otros lugares de las Molucas.

1.6.1 Usos tradicionales

El uso de la canela como planta medicinal es muy antiguo. Los antiguos Egipcios la conocían bien, tal como se desprende en los dibujos hallados en las pirámides. La importaban de China 2000 años A.C. Este pueblo utilizaba la canela, junto con otras especias, fundamentalmente para embalsamar a sus momias.

En Grecia y Roma se utilizaba frecuentemente para mejorar la digestión. Se cree que esta especia, junto con la pimienta y el cardamomo, fueron las primeras que se usaron en la zona mediterránea. La canela aparece

documentada varias veces en la Biblia, en los libros del Éxodo y los Proverbios.

1.6.2 Usos no medicinales de la canela

La canela como especia:

Como especia se utiliza abundantemente en la cocina para pastas, pasteles, compotas, arroz, carne, ensaladas de frutas y verduras, frutas cocidas y asadas.

La canela en la industria:

La industria utiliza la canela por sus propiedades anti fúngicas y antibacterianas. Entra a formar parte en la composición de numerosos productos relacionados con la higiene de la boca. (Dentífricos, enjuagues bucales, etc.) En farmacia el aceite esencial se emplea en la composición de jarabes para el resfriado y catarro y para vaporizadores nasales.

La industria de la alimentación utiliza el aceite esencial para la conservación de alimentos y su riqueza en aromas y para dar sabor y olor a numerosos preparados, entre ellos refrescos como las colas, los chicles o numerosas bebidas alcohólicas.

Su riqueza en fragancias la hace muy adecuada en la industria de la perfumería, siendo utilizada en la elaboración de perfumes, jabones, champús, etc.

Tabla 1***Composición de la Canela***

Composición nutricional de la canela por 100g.	
Nutriente	Contenido
Calorías (kcal.)	261
Carbohidratos (g.)	79,85
Proteínas (g.)	3,89
Grasas (g.)	3,19
Fibra (g.)	54,3
Calcio (mg.)	1.228
Magnesio (mg.)	56
Fósforo (mg.)	61
Sodio (mg.)	26
Potasio (mg.)	500
Hierro (mg.)	38,07
Cinc (mg.)	1,97
Selenio (mcg.)	1,1
Vitamina C (mg.)	28,5
Niacina (mg.)	1,3
Folatos (mcg.)	29
Vitamina A (UI)	260
Fitosteroles (mg.)	26

Fuente: (ProEcuador, 2015)

1.8 Política Comercial

Según Gabriela Veletanga (2012) La política comercial está orientada hacia el comercio exterior y la búsqueda de mercados en los ámbitos bilateral, multilateral y regional, sobre la base de acuerdos o tratados de libre comercio.

La política comercial tiene como objetivos principales:

- Reducir los costos domésticos de producción.
- Aportar al desarrollo.
- Modernizar el aparato productivo.
- Convertir al país en un lugar atractivo para producir.
- Diversificar la oferta.
- Ampliar los mercados de destino de los productos de exportación.

Tipos de Políticas Comerciales. Tendencias recientes

Según Félix Barrera (2014), en su libro Economía Internacional, Se ha identificado dos tipos de Políticas comerciales

Librecambista: El esquema fundamental es la liberalización del comercio con el fin de aprovechar los mayores niveles de competitividad

Proteccionista: Su principal ideología es proteger el mercado interno de la competencia externa y favoreces a las exportaciones con métodos de regulación de comercio internacional

1.8.2 Instrumentos de la política comercial

Muchos autores discrepan entre los instrumentos de política comercial, pero se les puede dividir en dos grupos:

- Medidas Arancelarias
- Medidas No Arancelarias

Medidas Arancelarias:

Sus dos principales objetivos son proteger la industria de la competencia extranjera y contribuir al incremento de los ingresos fiscales de una nación, los cuales son denominados **ARANCELES**. Estos pueden ser:

- **Aranceles específicos:** Esta establecido por el valore fijo que se impones a las mercancías importadas por unidad de peso, de medida o de volumen.
- **Aranceles ad valorem:** Son impuestos fijos establecidos por un porcentaje a dichos productos importados
- **Aranceles compuestos:** Son la combinación de los dos impuestos anteriores
- **Aranceles mixtos:** Es la elección de los dos impuesto un arancel ad valorem y un arancel específico; el cual se le otorga a quién posea el mayor valor
- **Aranceles técnicos:** Son aplicados el arancel ad valorem y se añade un determinado valor por algún componente en particular.

Medidas No Arancelarias

La adecuación de nuevas tendencias en fomentar Barreras arancelarias, nace esta nueva óptica de impuesto que son todas las acciones de los gobiernos que tienen efectos sobre el valor, y orientación del Comercio exterior

- **Contingentes o cuotas a la importación**

Es una aplicación de impuestos cuando se excede la cantidad de importaciones establecidas

- **Restricciones voluntarias a la exportación**

Es la restricción optada por un país para regular las exportaciones

- **Automática de licencias**

Se aplica a productos que requieren cierto control o revisión en el momento de efectuar operaciones de comercio internacional

- **Medidas monetarias y financieras**

Estas medidas regulan el acceso a las divisas, el costo de las mismas en relación con las importaciones y definen las condiciones de pago.

- **Medidas monopolísticas**

Son regulaciones monopólicas, que buscan entregar a agentes un poder sobre las mismas

- **Requisito de contenido nacional**

Se establece que una porción del producto sea producida en el país que impone la medida.

- **7. Barreras administrativas**

No son aplicaciones oficiales pero un país pone esas medidas

Otros instrumentos de la Política Comercial

La política comercial ha establecido otro tipo de medidas, para fomentar las exportaciones, como son:

- **Créditos a las exportaciones**

Son créditos que otorga un país para incentivar la producción y exportación un caso en el país es la CFN

- **Subsidios a las exportaciones**

Los subsidios en las exportaciones tienen como fin introducir un producto en el mercado internacional para que puedan ser más competitivos

- **Dumping de divisas**

El gobierno controla el mercado de divisas y devalúan su moneda, de tal manera que los productos nacionales se vuelven más competitivos por efecto que lleva la utilización de esta estrategia

- **Dumping de mercancías**

Son consideradas estrategias desleales, ya que buscan vender por debajo de los precios normales de exportación o a su vez por debajo del costo de producción de la mercancía.

1.9 Organismo Reguladores del Comercio Internacional

1.9.1 Externos

La Organización Mundial de Comercio (OMC) es el ente que regula y orienta las negociaciones comerciales.

Banco Mundial

Establecida en 1944, el Grupo del Banco Mundial su ideología es luchar contra la pobreza en el mundo, sus principales enfoques son:

- Invertir en las personas, especialmente a través de servicios básicos de salud y educación
- Concentrarse en el desarrollo social, la inclusión, la gestión de gobierno y el fortalecimiento institucional como elementos fundamentales para reducir la pobreza
- Reforzar la capacidad de los gobiernos de suministrar servicios de buena calidad, en forma eficiente y transparente
- Proteger el medio ambiente
- Prestar apoyo al sector privado y alentar su desarrollo
- Promover reformas orientadas a la creación de un entorno macroeconómico estable, propicio para las inversiones y la planificación a largo plazo

Las agencias involucradas son tres:

AIF: Asociación Internacional de Fomento.

CFI : Corporación Financiera Internacional.

OMIGI: Organismo Multilateral de Garantía de Inversiones.

1.9.2 Internos

La Política Comercial del Ecuador está formada por la Ley de Comercio Exterior e Inversiones -LEXI- aprobada por el Congreso Nacional el 22 de mayo de 1997.

La LEXI creó el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones -COMEXI- conformado por 6 representantes del sector público y 5 representantes de las Cámaras de la Producción del país.

La principal función del COMEXI es la determinar las políticas de comercio exterior de bienes, servicios y manufacturas considerando los compromisos internacionales asumidos por el país en materia comercial y en función del programa macroeconómico y de desarrollo de país.

Las áreas sobre las cuales tiene competencia el COMEXI son:

1. Política Arancelaria
2. Negociaciones internacionales.
3. Políticas para el desarrollo de los regímenes especiales
4. Medidas para contrarrestar el comercio desleal.
5. Definir las políticas tendientes a lograr mayor competitividad de la producción
6. Aprobar el plan de promoción de exportaciones.

Conjuntamente con el COMEXI la Ley creó otro organismo denominado Corporación para la Promoción de Exportaciones e Inversiones -CORPEI-, organismo de carácter privado cuya función principal es la de ejecutar la promoción no financiera de las exportaciones y orientar y dirigir la promoción de la inversión directa en el país.

1.9.3 Órganos de control del comercio exterior ecuatoriano.

- **Comex**

El Comité de Comercio Exterior (COMEX) es el organismo que aprueba las políticas públicas nacionales en materia de política comercial, es un cuerpo colegiado de carácter intersectorial público, encargado de la regulación de todos los asuntos y procesos vinculados a esta materia.

El Decreto Ejecutivo No 25 reestructura al Comité de Comercio Exterior (COMEX) y define como miembros a los titulares o delegados de las siguientes entidades:

- Ministerio de Comercio Exterior, quien lo preside;
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca;
- Ministerio de Industrias y Productividad;
- Ministerio de Economía y Finanzas;
- Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo

Adicionalmente, formaran parte del COMEX, con voz, pero sin derecho a voto, las siguientes entidades:

- Ministerio Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad;
- Ministerio Coordinador de la Política Económica;
- Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador y,
- Las demás instituciones que determine el Presidente de la República mediante Decreto Ejecutivo.

1.10 Negociación Internacional

1.10.1 Negociación Internacional

Con la globalización y la eliminación progresiva de barreras al comercio, la negociación internacional se convierte en un tema diario que permite a productores, comercializadores y compradores obtener los beneficios derivados del comercio exterior. La negociación internacional es un proceso que siguen dos o más partes, con el propósito de llegar a un acuerdo sobre un tema internacional determinado, en ella participan diplomáticos, funcionarios civiles, funcionarios públicos, empresarios nacionales e internacionales.

1.10.2 Negociación Internacional pública

Según (Luan Osorio, 2011) Este tipo de negociación por lo menos demora meses y años, y se efectúa por medio de rondas y mesas en las que se debaten temas de una agenda que puede ser total o parcialmente secreta o abierta, cada una de las cuales tiene un jefe negociador o un equipo de negociación.

1.10.3 Negociación Internacional privada

La política exterior ha estado tradicionalmente en manos de los gobiernos nacionales, pero en los últimos años han surgido numerosos actores que vienen a disputar dicha primacía, entre ellos los gobiernos subnacionales, entendidos en este trabajo como las provincias, estados o gobiernos intermedios.

La negociación internacional privada es el paso precio a la compra venta internacional, puede tener mucha complejidad sobre todo cuando se trata de negociar inversiones a largo plazo o gran alcance o puede ser simple e implícita.

1.10.4 Negociación comercial internacional

Según (Luan Osorio, 2011) Es un proceso que siguen dos o más personas con el propósito de llegar a un acuerdo sobre un tema comercial internacional. En ella participan diplomáticos, funcionarios civiles, funcionarios públicos, empresarios nacionales e internacionales.

Los tipos de negociación más común suelen ser: integración económica, cooperación, transferencia de tecnología, aprovechamientos de mercados, creación de infraestructura etc.

1.11 Conceptos Relativos a la Nación y lo Internacional

1.11.1 Nación o País

Según (Luna Osorio, 2012, pág. 11), Es parte de un conjunto fundamental que abarca Nación, Estado y territorio. La nación reúne a los habitantes de un área reconocida internacionalmente como país, que es área reconocida internacionalmente como país, que es el área delimitada por las fronteras.

La nación sigue siendo el eje principal del dinamismo en el intercambio mercantil siendo las transacciones mayormente dentro de las fronteras; por ello la globalización transformó la autonomía e integridad de las naciones como son: redes y circuitos económicos internacionales, lógica económica de la internalización, reducción de la importancia del tamaño de los mercados internos nacionales a favor del acceso del mercado mundial.

1.11.2 Interés nacional

Según (Luna Osorio, 2011, pág. 11), Es la preocupación que deben tener todos los ciudadanos por actuar de manera que el resultado de sus actividades sea siempre beneficioso para el país.

El estado debe planificar actividades que van desde lo macro a lo micro que beneficien al sector privado y público, impulsado por los objetivos del plan del buen vivir, a su vez debe contar con una política de relaciones internacionales que siempre busquen la paz y la cooperación.

1.11.3 Derecho Internacional

Es una norma establecida por los estados en su mutua relación que promueven dar solución a los sucesos por métodos jurídicos y pacíficos.

Es una especialización del Derecho que norma las relaciones internacionales. (Constitución del Ecuador, Artículo 4)

1.11.4 Acuerdo Internacional

Es un tratado escrito entre sujetos de derecho internacional y pueden estar formados por una o más herramientas jurídicas, las partes se comprometen a buscar determinados objetivos comunes.

Según (Luna Osorio, 2011, pág. 14), Los acuerdos o tratados internacionales que buscan la integración económica gozan de supranacionalidad, que significa transferencia de soberanía.

1.11.5 Convenio Internacional

"Es un documento que suscriben dos o más países u organizaciones internacionales con el fin de impulsar proyectos de interés mutuo". (Daniels, 2010)

1.11.6 Norma Internacional

"Es una disposición que consta en un tratado internacional y que obliga a las partes que has suscrito y ratificado ese documento" (Luna Osorio, 2008)

1.11.7 Organismos Internacional

Puede ser público o privado. El organismo Público es el encargado de impulsar el desarrollo de varios países, de manera general o de aspecto específico sobre la base de acuerdo internacional, el Organismo Internacional no gubernamental (ONG) es una entidad que tiene financiamiento de grupos políticos, ambientalistas o de reivindicación social como la (OMC), Organización Mundial del Comercio etc.

1.12 Conceptos Relativos a Economía

1.12.1 Economía.

Los renombrados economistas, (**Samuelson y Nordhaus 2009**), autores del libro "Economía", definen la *economía* como: *"El estudio de la manera en que las sociedades utilizan los recursos escasos para producir mercancías valiosas y distribuirlas entre los diferentes individuos"*

Recursos son todos los elementos que sirven para satisfacer una necesidad estos también pueden ser recursos para que una empresa produzca, en la actualidad se ha fomentado la conceptualización de recurso en el conocimiento.

1.12.2 Producción.

“Es la suma de los bienes y servicios de que dispone una sociedad o una persona para satisfacer sus necesidades económicas, se obtiene de los factores de la producción: Tierra, trabajo, capital cuya aplicación es mediante el uso de la tecnología” (Luna Osorio, 2008)

1.12.3 Ciencia y Tecnología

Según (Jorge Núñez 2012) explica que el desarrollo científico y tecnológico es una de los factores más influyentes sobre la sociedad contemporánea. La globalización mundial, polarizadora de la riqueza y el poder, sería impensable sin el avance de las fuerzas productivas que la ciencia y la tecnología han hecho posibles.

En la actualidad los poderes políticos y militares, la gestión empresarial, los medios de comunicación masiva, descansan sobre pilares científicos y tecnológicos. A su vez el diario vivir está influida por los avances tecno científicos.

1.12.4 Mercado

Según (**Patricio Bonta y Mario Farber 2008**) autores del libro *"199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad"*, el **mercado** es *"donde confluyen la oferta y la demanda. En un sentido menos amplio, el mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto"*.

La oferta se compone de la producción que se dirige al mercado interno y de exportación en tanto que la demanda se satisface con el consumo de productos nacionales y la importación.

1.12.5 Mercado Objetivo

En la actualidad existen diferentes tipos de mercados: mundial, continental, regional, subregional, nacional y local. La **American Marketing Association (A.M.A.)**, define al mercado objetivo (Target Market) o **mercado meta**, como *"el segmento particular de una población total en el que el detallista enfoca su*

pericia de comercialización para satisfacer ese submercado, con la finalidad de lograr una determinada utilidad”.

En el mercado, el agente económico busca aprovechar un nicho denominándole una parte específica del mercado nacional o internacional.

1.12.6 Precio

Según (Osorio 2011) el precio es el valor de cambio de un producto, ya sea por trueque o mediante el uso de dinero, el que está de acuerdo el comprador y el vendedor.

Para Philip Kotler y Gary Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing", el *precio es "(en el sentido más estricto) la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio"*

1.12.7 Agente Económico

Un agente económico es toda persona natural o de una organización nacional o extranjera donde se generan y toman decisiones respecto a la actividad económica. Los agentes económicos característicos mencionados en la teoría económica son las personas o familias, en su papel de Consumidores de Bienes y servicios, y como oferentes de mano de obra, las empresas como demandantes de Trabajo y oferentes de Bienes o servicios, y el Gobierno.

1.12.8 Sistema productivo

Según (Osorio 2008) Es el conjunto de factores de la producción, empresas y elementos y medios que permiten el desarrollo de la producción. A nivel internacional actúa principalmente dentro de un régimen liberal.

1.12.9 Desarrollo

La declaración sobre el derecho al Desarrollo, está relacionada con la Asamblea General de la ONU, en el que establece: “El derecho del desarrollo es un derecho humano inalienable, en virtud el cual todo el ser humano y todos los pueblos están facultados para participar.

El humano es el sujeto central del desarrollo de los pueblos y debe ser participe activo y beneficiario del mismo.

1.12.10 Estadística

"La estadística estudia los métodos científicos para recoger, organizar, resumir y analizar datos, así como para sacar conclusiones válidas y tomar decisiones razonables basadas en tal análisis". (MurriaR. Spiegel, 1991)

La estadística permitirá evaluar criterios de comportamiento de determinadas variables para el estudio en el comercio internacional y otros aspectos importantes para el mundo.

1.13 Conceptos Relativos a Economía Internacional

1.13.1 Frontera Nacional

Según (Corral Fabián, 2012) comenta que la frontera acota y señala la geografía sobre la cual ejercemos el sentido de pertenencia, que afinsa a la gente en un pedazo del mundo.

Las fronteras políticas son las únicas que establecen las diferencias y las que señalan físicamente la extensión de los países, la frontera nacional alude al territorio y ese es un espacio vital.

1.13.2 Cruce de Fronteras

“Es el paso habilitado oficialmente por dos o más países, en su frontera común, para la circulación de todos o algunos factores de la producción” (Luna Osorio, 2011).

La relación entre los países vecinos es vital para el comercio sin tensión tener establecidos claramente y controlar los pasos ilegales generará un dinamismo positivo en la negociación internacional.

1.13.3 Moneda

Según (Luna Osorio, 2011) la Moneda es la unidad de cuenta, acumulador de valor y medio de cambio de un país.

El dinero emitido por un Estado o por el banco central de un Estado y que se reconoce como la moneda de curso legal del país. Entre otros ejemplos cabe incluir el dólar de EE.UU, el yen japonés y el peso mexicano. En algunos casos, un grupo de naciones puede emplear una moneda común. La unidad monetaria de la Unión Europea (euro) es el mejor ejemplo de esto.

1.13.4 Divisa

Moneda de un país extranjero.

1.13.5 Mercado de divisas

Según (Mascareñas, 2012) una divisa es un depósito o saldo bancario, en moneda distinta de la nuestra realizado en una institución financiera (por ejemplo, una cuenta en dólares americanos abierta en una sucursal del BSCH en Pozuelo de Alarcón – Madrid) y los documentos que dan derecho a disponer de dichos depósitos .

Es el lugar donde se encuentra las ofertas y las demandas de divisas o la operación financiera por la cual se obtiene una divisa o varias a cambio de una moneda nacional. Este mercado está constituido, por una red de participantes: bancos centrales, banqueros corredores.

1.13.6 Canasta de divisas

Una cesta o canasta de divisas es un grupo de divisas seleccionadas en el que cada una adquiere un peso determinado para calcular finalmente una media ponderada que se utilizará para medir el valor de una obligación. El peso de cada divisa dentro del grupo varía según su propósito.

1.13.7 Paridad del poder de compra

La paridad del poder de compra es la ley de un solo precio. Dicha ley afirma que bienes idénticos deben costar lo mismo en todas las naciones, determinado que en el embarque de bienes entre naciones no implique costos adicionales y de que no existen barreras en el comercio.

1.13.8 Tipo de cambio

Según (Ignacio Domínguez, 2012) El tipo de cambio se puede definir como el número de unidades de una moneda que se intercambian por una unidad de otra moneda.

De esta forma, el tipo de cambio, al ser el precio de una moneda respecto a otra, se podrá expresar de dos formas diferentes según se tome como referencia la unidad monetaria de un país o la del otro, el tipo de cambio es la relación cuantitativa entre la moneda de un país y la del otro, puede ser libre, dirigido, fijo, fluctuante o múltiple.

1.14 Conceptos Relativos a la Negociación Internacional

1.14.1 Negociación Internacional

Con la globalización y la eliminación progresiva de barreras al comercio, la negociación internacional se convierte en un tema diario que permite a productores, comercializadores y compradores obtener los beneficios derivados del comercio exterior. La negociación internacional es un proceso que siguen dos o más partes, con el propósito de llegar a un acuerdo sobre un tema internacional determinado, en ella participan diplomáticos, funcionarios civiles, funcionarios públicos, empresarios nacionales e internacionales.

1.14.2 Negociación Internacional pública

Según (Luan Osorio, 2011) Este tipo de negociación por lo menos demora meses y años, y se efectúa por medio de rondas y mesas en las que se debaten temas de una agenda que puede ser total o parcialmente secreta o abierta, cada una de las cuales tiene un jefe negociador o un equipo de negociación.

1.14.3 Negociación Internacional privada

La política exterior ha estado tradicionalmente en manos de los gobiernos nacionales, pero en los últimos años han surgido numerosos actores que vienen a disputar dicha primacía, entre ellos los gobiernos subnacionales, entendidos en este trabajo como las provincias, estados o gobiernos intermedios.

La negociación internacional privada es el paso previo a la compra venta internacional, puede tener mucha complejidad sobre todo cuando se trata de negociar inversiones a largo plazo o gran alcance o puede ser simple e implícita.

1.14.4 Negociación comercial internacional

Según (Luan Osorio, 2011) Es un proceso que siguen dos o más personas con el propósito de llegar a un acuerdo sobre un tema comercial internacional. En ella participan diplomáticos, funcionarios civiles, funcionarios públicos, empresarios nacionales e internacionales.

Los tipos de negociación más común suelen ser: integración económica, cooperación, transferencia de tecnología, aprovechamientos de mercados, creación de infraestructura etc.

1.14.5 Negocios internacionales

Según (Daniel Troya, 2012) Los negocios internacionales son todas las transacciones de negocios privadas y públicas que implican a dos o más países.

Las compañías privadas realizan esta acción con el fin de lucro; los gobiernos pueden o no perseguir el mismo en sus respectivas acciones.

Los negocios internacionales son negocios que envuelven las fronteras, los negocios internacionales pueden ser de varios tipos: absorción, administración, almacenamiento, arrendamiento, asesoría, auditoría etc.

1.15 Importancia y Cuentas de la Balanza de Pagos

1.15.1 Balanza de Pagos

La balanza de pagos de un país es el resumen de todas sus transacciones económicas con el resto del mundo a lo largo de cierto periodo. Kozoikowski 2013

Como menciona el autor se puede tomar en cuenta los ingresos a un país en un periodo determinado de referencia en un año con respecto del mundo.

1.15.2 Cuentas de la Balanza de Pagos

Según (Luan Osorio, 2012) La balanza de pagos tiene tres grandes cuentas: La corriente, la de capital, la de errores y omisiones.

Cuenta corriente: Registra cuatro subcuentas principales: Bienes, exportaciones e importaciones, servicios, presentación y recepción, renta, recepción y pago, transferencias corrientes.

Cuenta de capital: Registra dos subcuentas: cuenta de capital y cuenta financiera; esta última incluye cifras de inversión extranjera directa, inversión extranjera financiera, crédito externo a los sectores públicos y privados.

Cuenta de errores y omisiones: Sirve para cuadrar las cifras resultantes de las otras dos cuentas, de manera que el saldo de la balanza sea siempre cero

1.16 Requisitos para Importar y Exportar

Según el Servicio Nacional de Aduanas (2014) **La importación** Es la acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del RÉGIMEN DE IMPORTACION al que se haya sido declarada.

1.16.1 ¿Cuáles son los Regímenes de Importación?

- Importación para el Consumo (Art. 147 COPCI)
- Admisión Temporal para Reexportación en el mismo estado (Art. 148 COPCI)
- Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo (Art. 149 COPCI)
- Reposición de Mercancías con Franquicia Arancelaria (Art. 150 COPCI)
- Transformación bajo control Aduanero (Art. 151 COPCI)
- Depósito Aduanero (Art. 152 COPCI)
- Reimportación en el mismo estado (Art. 152 COPCI)

1.16.2 ¿Quiénes pueden Importar?

Pueden Importar todas las Personas Naturales o Jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país que hayan sido registrados como importador en el sistema ECUAPASS y aprobado por la Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

1.16.3 ¿Cómo se obtiene el Registro de Importador?

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

Paso 1

Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>

Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

Paso 2

Registrarse en el portal de ECUAPASS:(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)

- Aquí se podrá:
 1. Actualizar base de datos
 2. Crear usuario y contraseña
 3. Aceptar las políticas de uso
 4. Registrar firma electrónica

1.16.4 ¿Cómo conocer las restricciones de un producto a importar?

Para conocer si un producto está habilitado para ser importado, visite la página del organismo regulador de Comercio Exterior en el Ecuador COMEX www.comex.gob.ec, link: Resoluciones (182, 183, 184, 364,) en

las cuales se disponen las restricciones y requisitos para la importación de cada producto.

Una vez cumplidos los requisitos y restricciones del producto importado podrá realizar el trámite de **DESADUANIZACIÓN DE LA MERCANCÍA**

1.16.5 ¿Cómo se desaduaniza una mercancía importada?

Para realizar los trámites de desaduanización de mercancías es necesario la asesoría y servicio de un Agente Acreditado por el SENA. El listado de Agentes de Aduana autorizados se encuentra en nuestra página web: www.aduana.gob.ec

La declaración aduanera de Importación (DAI) será presentada de manera electrónica, y física en los casos en que determine la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. En los casos de que a la declaración aduanera se le asigne aforo físico o documental, esta deberá completarse el mismo día con la transmisión digital de los documentos de acompañamiento y de soporte, que no se puedan presentar en formato electrónico.

1.16.6 ¿Cuáles son los canales de Aforos que existen?

Canal de Aforo Automático (Art. 80 RCOPCI)

Canal de Aforo electrónico (Art. 81 RCOPCI)

Canal de Aforo documental (Art. 82 RCOPCI)

Canal de Aforo Físico Intrusivo (Art. 83 RCOPCI)

Canal de Aforo físico No Intrusivo (Art. 83 RCOPCI)

Previo al pago de **LOS TRIBUTOS AL COMERCIO EXTERIOR**, ejecutado el aforo asignado y de no existir novedades la Aduana dispondrá el levante o retiro de las mercancías.

1.16.7 ¿Cuánto se debe pagar en tributos por un producto importado?

Para determinar el valor a pagar de tributos al comercio Exterior es necesario conocer la clasificación arancelaria del producto importado.

Los tributos al comercio exterior son derechos arancelarios, impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias y tasas por servicios aduaneros.

1.16.8 AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías)

Impuesto administrado por la Aduana del Ecuador. Porcentaje variable según el tipo de mercancía y se aplica sobre la suma del Costo, Seguro y Flete (base imponible de la Importación).

1.16.9 FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia)

Impuesto que administra el INFA. 0.5% se aplica sobre la base imponible de la Importación.

1.16.10 ICE (Impuesto a los Consumos Especiales)

Administrado por el SRI. Porcentaje variable según los bienes y servicios que se importen. (Consulte en la página del SRI: www.sri.gob.ec, link: Impuestos)

1.16.11 IVA (Impuesto al Valor Agregado)

Administrado por el SRI. Corresponde al 12% sobre: Base imponible + ADVALOREM + FODINFA + ICE

1.16.12 BASE LEGAL

Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones R. O. 351 del 29 de diciembre 2010 Reglamento al título de la Facilitación aduanera para el Comercio, del libro V del COPCI R.O. 452 19 de mayo de 2011 Resoluciones del Comité de Comercio Exterior.

1.16.13 PARA EXPORTAR

¿Cómo se obtiene el Registro de Exportador?

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

Paso 1

Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>

Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

Paso 2

Registrarse en el portal de ECUAPASS:(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)

- Aquí se podrá:
 1. Actualizar base de datos

2. Crear usuario y contraseña
3. Aceptar las políticas de uso
4. Registrar firma electrónica

Revisar el boletín 32-2012, en el cual se encuentra un video demostrativo sobre el registro al portal ECUAPASS.

El Consejo Nacional de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) estableció que los exportadores adicionalmente se registren con el Ministerio de Industrias y Competitividad cuando se refieran a:

Exportaciones de chatarra y desperdicios metales ferrosos y no ferrosos. Resolución 400 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial Suplemento 233 del 17 de diciembre de 2007.

Exportaciones de cueros y pieles. Resolución 402 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial 222 del 29 de noviembre de 2007.

1.16.14 Proceso de Exportación

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los datos que se consignarán en la DAE son:

Del exportador o declarante

Descripción de mercancía por ítem de factura

Datos del consignante

Destino de la carga

Cantidades

Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

Factura comercial original.

Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).

Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

Canal de Aforo Documental

Canal de Aforo Físico Intrusivo

Canal de Aforo Automático

Para el caso del Canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entiéndase con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una

vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

En el caso del Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada.

Revisar boletín 222 – 2012 en el cual se encontrará los instructivos para el correcto llenado de la DAE junto con los videos demostrativo.

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1 Objeto de la Investigación

2.1.1 Comercio Internacional de la Canela

La importancia de fomentar las exportaciones, es favorecer la recuperación económica de los países, si realmente queremos esforzarnos por generar empleo y luchar por las empresas una de las cosas más importantes que podemos hacer es abrir más mercados alrededor del mundo" (Gobierno de los Estados Unidos de Norte América, 2014)

En el mundo actual, determinado por la globalización los gobiernos y las empresas buscan extender sus fronteras de mercadeo así convirtiéndose en necesidad política y privada, generando un mundo competitivo en la producción, distribución y busca de nuevos nichos.

Según el Banco Central del Ecuador, el país destinó USD 1 657 millones en importaciones entre enero y noviembre del 2013. Principalmente en artículos que no incentivan el desarrollo del sector productivo, sino en bienes denominados suntuarios, el riesgo de contar con un desequilibrio en la balanza comerciales, una de las razones por la que el país opto por una transformación en su matriz productiva evolucionando de ser un mono productor de materia prima y dependiente de grandes potencias. Partiendo como base, el esfuerzo conjunto que tiene el gobierno ecuatoriano en estabilizar y dinamizar la economía, junto a la transformación de la matriz productiva y llegar a un equilibrio en la balanza comercial; la exportación es una ventana abierta para fortalecer el crecimiento económico del país, en el 2013 "USD 22.764 millones de dólares fueron las exportaciones mientras que las importaciones

llegaron a USD 2.3852 generando un déficit de USD 1.088 millones (Banco central)

2.2 Método de Investigación

Según Bonilla Castro (2012) El método científico se entiende como el conjunto de postulados, reglas y normas de estudio para el problema de la solución.

En sentido global el método de investigación es el conjunto de procedimientos que asíndose valer de los instrumentos o técnicas necesarias examina y soluciona un problema.

2.3 Método Analítico

Según (Zuluaga y Ortiz, 2010) en su libro EL método analítico, define que es un método científico aplicado al análisis de los discursos que pueden tener diferentes formas de expresión.

De acuerdo a (Ruiz, 2006, pág. 128) consiste en la demostración de un todo, descomponiendo sus partes.

En el siguiente estudio es necesario identificar y clasificar las partes que intervienen en el estudio en fin de identificarlas como variables independientes y dependientes para así tener una visión macro del estudio y establecer un mejor lineamiento al desarrollo de la investigación

2.3.1 Variable Dependiente

Comercio internacional

2.3.2 Variable Independiente

2.3.2.1 Exportaciones

El valor de las exportaciones es una variable independiente que se expresa de manera cuantitativa y se miden sobre el total de las exportaciones de algún producto, la cifra se calcula al tipo de cambio corriente.

Los datos para la investigación de las exportaciones del Ecuador se conseguirán del Banco Central como de la pg. Todorade.com y Bases de datos secundarias

2.3.2.2 Importaciones

El valor de las importaciones es una variable independiente que se expresa de manera cuantitativa y se miden sobre el total de las importaciones de algún producto, la cifra se calcula al tipo de cambio corriente.

Los datos para la investigación de las importaciones del Ecuador se conseguirán del Banco Central como de la pg. Todorade.com y Bases de datos secundarias.

2.3.2.3 Barreras arancelarias

Las barreras arancelarias son tarifas o valores impuestos a las importaciones y exportaciones, por la entrada o salida de mercancías.

En la página del Comité del Comercio Exterior consta la resolución de dichos aranceles. La misma es una variable cualitativa y se puede medir con la observación.

2.3.2.4 Barreras no arancelarias

Las barreras no arancelarias son obstáculos técnicos al comercio, esta variable es cualitativa, nominal y se la determina de un análisis de datos secundarios, en la cual se puede determinar la influencia del comercio internacional.

2.3.2.5 Controles tipo de cambio

Es una medida que sirve como protección de la moneda de un país tanto exportador como importador, mediante restricción de cambios de divisas. La misma es una variable cualitativa nominal y se puede determinar con el análisis de datos secundarios

2.3.2.6 Subsidios

Es una ayuda económica que reciben empresas privadas, públicas o mixtas por parte del gobierno para ser más competitivas en un mercado. La misma es una variable cualitativa nominal y se puede determinar con el análisis de datos secundarios.

2.3.2.7 Organización Mundial del Comercio

La Organización Mundial del Comercio como su nombre lo describe es una organización para la apertura del comercio, es un foro donde los gobiernos negocian sus acuerdos comerciales. La misma se le considera variable cualitativa nominal y se puede determinar con el análisis de datos secundarios.

2.3.2.8 Comité de Comercio Exterior

El Comité de Comercio Exterior es ente regulador de comercio nacional, frente a las políticas comerciales, en la página WEB del COMEX, se podrá observar resoluciones que estén emitidas con el producto de estudio. La misma se le considera variable cualitativa nominal y se puede determinar con el análisis de datos secundarios.

2.3.2.9 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones

El Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones es un instrumento regulador de comercio e inversiones, el cual identifica a información de régimen aduaneros de comercio internacional e inversión extranjera. La misma se le considera variable cualitativa nominal y se puede determinar con el análisis de datos secundarios.

2.3.2.10 Mercado

Según (Philip Kotler) un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que están dispuestos a participar en un intercambio que satisface necesidades o deseos.

El producto de estudio es la CANELA, en el cual es necesario determinar los factores que influyen en la oferta y la demanda. Se determinará los

principales medios de distribución en el país y los países que se importa y exporta juntamente con bases de datos confiables.

La oferta y la demanda son variables cualitativas y cuantitativas en dicho estudio se determinara demanda nacional e internacional y oferta nacional e internacional

2.4 Inteligencia de Mercados en el Comercio Internacional

Según (Paul Krugman, 2014) los mercados internacionales son competitivos no solamente por la disponibilidad de factores de producción básica, sino por la adaptación y asimilación de nuevos elementos constitutivos de los factores como son los correspondientes al capital y la mano de obra, en lo pertinente a la formación, preparación, clasificación y especialización así como la asimilación de tecnologías pertinente al manejo de los fenómenos macroeconómicos que interfieren en la valoración de los capitales financieros.

Un proceso de inteligencia de mercados establece una gestión tecnológica que orienta a la utilización de plataformas de información como herramientas para el tratamiento, análisis y discusión de datos económicos a disposición de enfoques empresariales de investigación.

2.5 Objetivos de la Investigación

2.5.1 Objetivo General

Realizar un estudio de comercio internacional de las exportaciones e importaciones de la canela en el Ecuador del año 2014.

2.5.2 Objetivo Específico

- Identificar montos de importación y exportación de la canela en el Ecuador
- Determinar las políticas comerciales arancelarias y no arancelarias que tiene el Ecuador
- Identificar los medios reguladores del comercio internacional y su impacto frente al Ecuador
- Determinar el mercado de la oferta y demanda de comercio internacional que tiene el Ecuador

2.5.3 Hipótesis Formuladas

- El estudio de comercio internacional de las exportaciones e importaciones de la canela en el Ecuador proporcionan información viable para estudios posteriores
- El Ecuador siendo nombrado "País de la Canela", las importaciones superan a las exportaciones
- Políticas de economía que regulan la balanza comercial y mercado de divisas
- La participación que tiene el Ecuador frente al mercado internacional es menor que la participación de importación de la Canela

2.6 Tipo de Investigación

2.6.1 Exploratoria

Según (Grajales, 2012) La investigación exploratoria nos permiten aproximarnos a fenómenos desconocidos, con el fin de aumentar el grado de familiaridad y contribuir ideas respecto a la forma correcta de abordar una investigación en particular.

Este tipo de investigación nos permite establecer directrices para futuras investigaciones, el estudio exploratorio se centra en descubrir.

2.6.2 Descriptiva

De acuerdo a (Grajales, 2012) Los estudios descriptivos buscan desarrollar una imagen o una representación del sujeto estudiado a partir de sus características, se mide variables o conceptos con el fin de especificar las propiedades importantes bajo análisis.

La investigación descriptiva busca especificar propiedades, características y rasgos de cualquier fenómeno que se analice.

2.7 Análisis estadístico

Según (Hernández Sampieri 2010) El análisis estadístico representa una herramienta que permite hacer inferencias significativas respecto de los resultados obtenidos, llegando a conclusiones objetivas.

Cuando se realiza análisis estadísticos existen tres tipos de variables a tomar en cuenta, univariado, bivariado y multivariado, para la presente investigación se desarrollará el análisis multivariado, ya que nos permite el análisis de grandes base de datos y conciliarlas para su interpretación.

- **Análisis de Varianza**

De acuerdo a (Malhotra, 2008) se utiliza para examinar las diferencias entre valores promedios de la variable dependiente, asociados con el efecto de las variables independientes no controladas.

El análisis de Varianza que un medio que determina una prueba de medias para dos más poblaciones.

Fórmula:

$$SS_{total} = SS_{fact} + SS_{int}$$

En dónde:

$$SS_{fact} =$$

Es un número real relacionado con la varianza que mide la variación debida al "factor" o tipo de situación estudiada

$$SS_{int} =$$

Es un número real relacionado con la varianza que mide la variación dentro de cada "factor" o tipo de situación estudiada

2.8 Técnicas para el procesamiento y análisis de resultados

La forma de interpretar los datos son la columna vertebral de la investigación, ya que una correcta interpretación permite tomar

decisiones trascendentales y efectivas, la presente investigación se efectuará el proceso en el programa estadístico SPSS.

La presentación de resultados se verá reflejado en cuadros, gráficos y tablas que permitirán una clara comprensión de las pruebas estadísticas aplicadas.

CAPÍTULO III

MARCO EMPÍRICO

3.1 Clasificación Arancelaria de la Canela

Pertenece al capítulo nueve de la distribución arancelaria.

Café, té, yerba mate y especias

Tabla 2

Distribución arancelaria

Código	Designación de la Mercancía	UF	Tarifa Arancelaria	OBSERVACIONES
09.06	Canela y flores de canelero.			
	- Sin triturar ni pulverizar:			
0906.11.00	-- Canela (<i>Cinnamomum zeylanicum Blume</i>)	kg	10	
0906.19.00	-- Las demás	kg	10	
0906.20.00	- Trituradas o pulverizadas	kg	25	
09.07	Clavos (frutos enteros, clavillos y pedúnculos).			
0907.10.00	- Sin triturar ni pulverizar	kg	10	
0907.20.00	- Triturados o pulverizados	kg	10	
09.08	Nuez moscada, macis, amomos y cardamomos.			
	- Nuez moscada:			
0908.11.00	-- Sin triturar ni pulverizar	kg	10	
0908.12.00	-- Triturada o pulverizada	kg	10	
	- Macis:			
0908.21.00	-- Sin triturar ni pulverizar	kg	0	
0908.22.00	-- Triturado o pulverizado	kg	0	
	- Amomos y cardamomos:			
0908.31.00	-- Sin triturar ni pulverizar	kg	10	
0908.32.00	-- Triturados o pulverizados	kg	10	
09.09	Semillas de anís, badiana, hinojo, cilantro, comino o alcaravea; bayas de enebro.			
	- Semillas de cilantro:			
0909.21	-- Sin triturar ni pulverizar:			
0909.21.10	--- Para siembra	kg	0	
0909.21.90	--- Los demás	kg	10	
0909.22.00	-- Trituradas o pulverizadas	kg	10	
	- Semillas de comino:			
0909.31.00	-- Sin triturar ni pulverizar	kg	10	
0909.32.00	-- Trituradas o pulverizadas	kg	10	
	- Semillas de anís, badiana, alcaravea o hinojo; bayas de enebro:			
0909.61.00	-- Sin triturar ni pulverizar	kg	0	
0909.62.00	-- Trituradas o pulverizadas	kg	0	
09.10	Jengibre, azafrán, cúrcuma, tomillo, hojas de laurel,			

Fuente: (ProEcuador, 2014)

3.2 Cifras de importación de Canela a nivel mundial

Procedencia e Importadores

Partida 0906.11.00.00

Tabla 3

Cifras de importación de Canela a nivel mundial

Cuenta de CIF U\$\$		
PROCEDENCIA	IMPORTADOR	Total
ESTADOS UNIDOS	CORPORACION FAVORITA C.A.	1
Total ESTADOS UNIDOS		1
SRI LANKA	AGROCHOTE S.A.	4
	ALIMENTOS EL SABOR ALIMENSABOR C.LTDA.	4
	BASESURCORP S.A.	4
	CORPORACION DELICO CIA. LTDA.	11
	ECUATORIANA DE NEGOCIOS ECUNE S.A.	6
	FRUTERA DEL LITORAL CIA. LTDA.	8
	INDUSTRIA LOJANA DE ESPECERIAS ILE C.A.	1
	INDUSTRIAL LINGESA S.A.	2
	LOPEZ TAPIA RUBEN POLIBIO	2
	RIOS SAMANIEGO ANDRES RENE	1
	TAPIA BERZOZA CARLOS GILBERTO	5
	TAPIA PERALTA FLAVIO RENE	2
	TAPIA PEREZ & ASOCIADOS S.A. TAPIASA	1
	VIDLET S.A.	4
Total SRI LANKA		55
(en blanco)	(en blanco)	
Total (en blanco)		
Total general		56

Fuente: (TodoTrade, 2014)

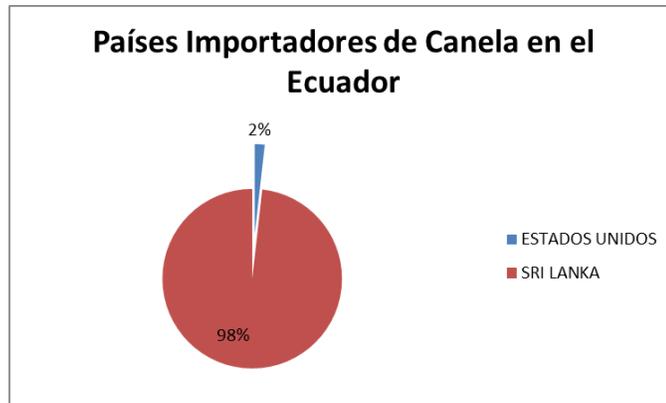


Figura 1. Países Importadores de la Canela en el Ecuador 2014

Las Importaciones de la Canela en el Ecuador se encuentran segmentadas en 2 grupos que poseen el control de las mismas, pero claramente superada por SRI LANCA a quien pertenece el 98% de importaciones, frente a Estados Unidos con el 2%.

Empresas importadoras de Canela en el Ecuador, 2014

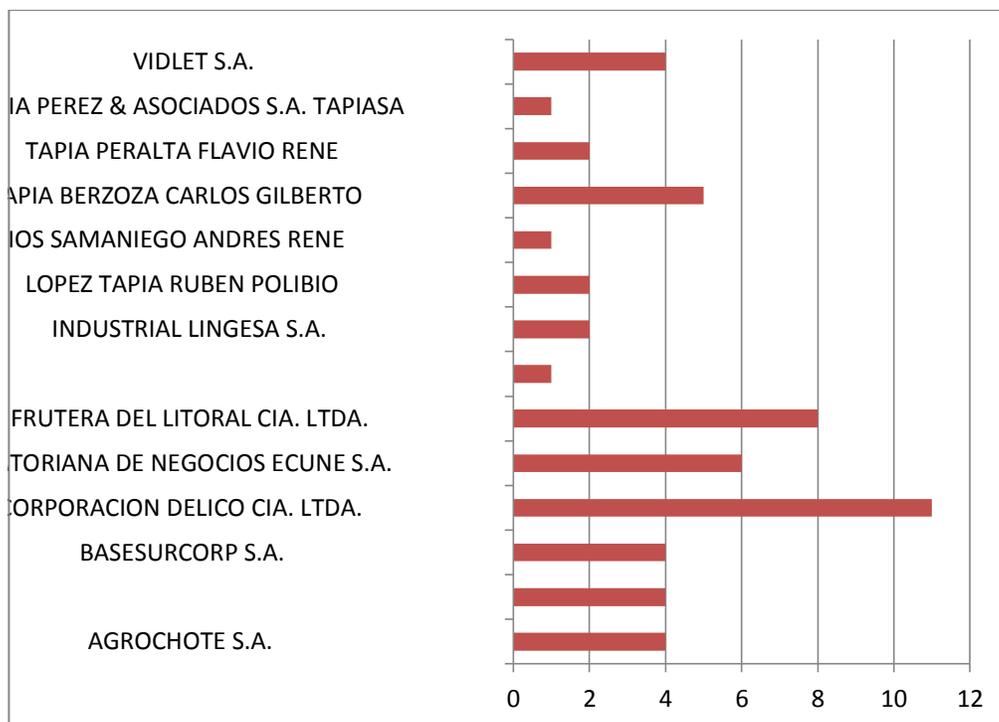


Figura 2. Empresas importadoras de Canela en el Ecuador, 2014

Estados Unidos frente a las importaciones totales del 2014 representa el 2% y de ello la Corporación LA FAVORITA es la única que ha importado en dicho año, respectivamente de SRI LANCA, mayormente a importado COORPORACIÓN DELICO, realizado en 11 ocasiones en lo que va del año

Relación entre CIF, FOB, cantidades de importaciones de Canela en el Ecuador

Tabla 4

Relación entre CIF, FOB, cantidades de importaciones de Canela en el Ecuador

Datos			
PROCEDENCIA	Suma de FOB U\$\$	Suma de CIF U\$\$	Suma de BULTOS
ESTADOS UNIDOS	1937,76	1940,07	6453
SRI LANKA	3279009,9	3383934,29	13286
Total general	3280947,66	3385874,36	19739

Fuente: (Todotrade, 2014)

Relación entre CIF, FOB, y Cantidades

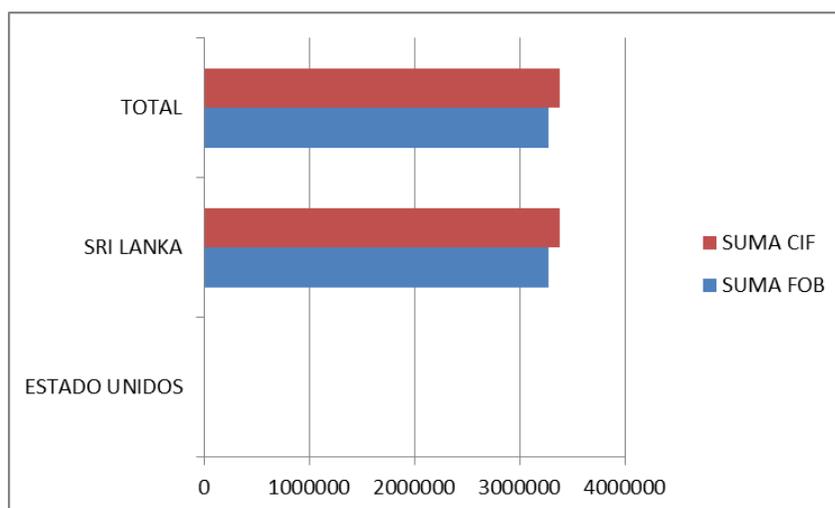


Figura 3. Relación entre CIF, FOB, y Cantidades

La relación que existe entre los valores CIF Y FOB de importaciones, es mayor la Suma CIF CON 3'385.874,36, generando diferencia de 104.899.70, la cual demuestra que se sigue optando por el modelo de negociación siendo que el vendedor asume cubriendo los costos de transporte y seguro de mercancías.

Proveedores de Canela en el Ecuador respecto a las Importaciones

Tabla 5

Proveedores de Canela en el Ecuador respecto a las Importaciones

SUMA DE KG, NETOS		
PROVEEDOR	TOTAL	%
D & G SPICE EXPORTS (PVT) LTD	6250	2
DEVI TRADING COMPANY	6587,5	2
GRUPO CANELA (PVT) LTD AS AGENTS FOR AND	85731	21
IMPEX CORPORATION (PTE) LTD	37500	9
LAK SPICE PRODUCTS (PVT) LTD	21000	5
M/S A.S. CHATOOR & CO (PVT) LT	73118,79	18
NEW DEHARA TRADING COMPANY (PVT)	6854,28	2
RATHNA PRODUCERS CINNAMON EXPORTS(PVT)LTD,	156930,2	39
TROPICAL ISLAND COMMODITIES LTD	12750	3
WRT WORLD ENTERPRISES	136,08	0
Total general	406857,85	100

Fuente: (Todotrade, 2014)

Proveedores de Canela en el Ecuador respecto a las Importaciones

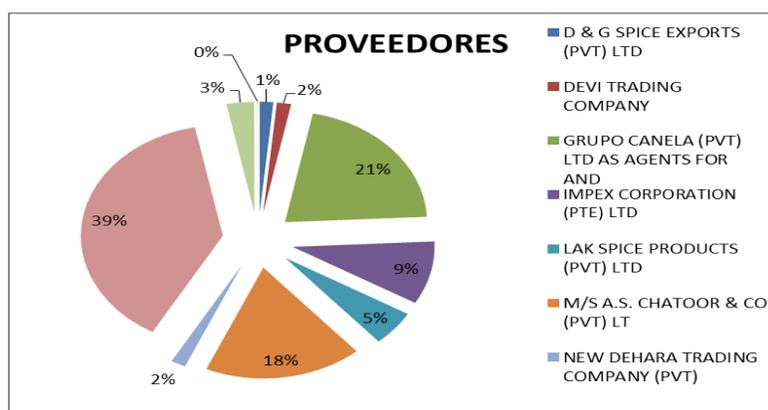


Figura 4. Proveedores de Canela en el Ecuador respecto a las importacion

Los dos mayores proveedores internacionales de canela son rathna producers cinnamon exports(pvt)ltd, y grupo canela (pvt) ltd as agents for con 39% y 21% respectivamente procedentes de Sri Lanka.

MARCAS

Tabla 6

Marcas

MARCA	Datos		
	Suma de KG. NETOS	Suma de CIF U\$S	%
A S CHATOOR	7118,79	60791,35	2
A.S. CHATOOR & CO (PVT) LTD.	14000	106547,96	3
ASC	15000	127156,53	4
BADIA	136,08	1940,07	0
CORPORACION DELICO CIA LTDA	6854,28	56331,41	2
DON CHICHO	31250	247982,14	7
GRUPO CANELA (PVT) LTD	15950	134247,95	4
IMPEX CORPORATION	6250	49744,63	1
RATHNA PRODUCERS CINNAMON EXPO	50497,2	433759,07	13
SIN MARCA	259801,5	2167373,25	64
Total general	406857,85	3385874,36	100

Fuente: (Todotrade, 2014)

MARCAS

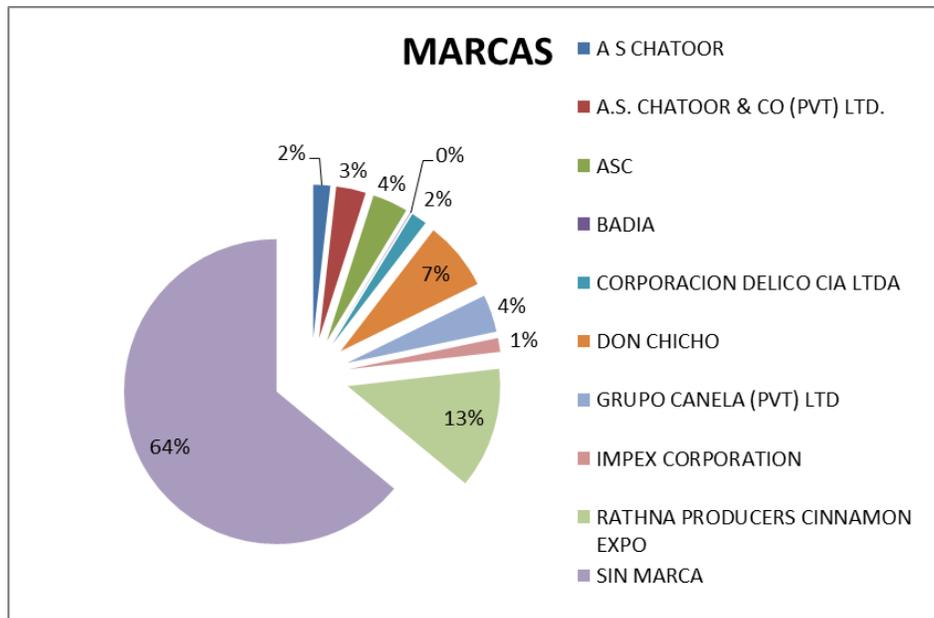


Figura 5. Marcas

La canela al ser un producto de consumo masivo, la importancia en las importaciones se ve reflejada a un producto sin marca, posteriormente con el 13% importado con marca RATHANA PRODUCERS CINAMON

EMPRESAS ECUATORIANAS IMPORTADO

Tabla 7

Empresas Ecuatorianas Importadoras

IMPORTADOR	Datos		
	Suma de KG. NETOS	Suma de CIF U\$\$	%
AGROCHOTE S.A.	31572	269451,24	8
ALIMENTOS EL SABOR ALIMENSABOR C.LTDA.	45700	377600,41	11
BASESURCORP S.A.	30000	253711,86	7
CORPORACION DELICO CIA. LTDA.	35049,28	302606,04	9
CORPORACION FAVORITA C.A.	136,08	1940,07	0
ECUATORIANA DE NEGOCIOS ECUNE S.A.	37500	297726,77	9
FRUTERA DEL LITORAL CIA. LTDA.	27587,5	241055,35	7
INDUSTRIA LOJANA DE ESPECERIAS ILE C.A.	12750	52979,93	2
INDUSTRIAL LINGESA S.A.	7118,79	60791,35	2
LOPEZ TAPIA RUBEN POLIBIO	31500	267726,98	8
RIOS SAMANIEGO ANDRES RENE	15750	134209,69	4
TAPIA BERZOZA CARLOS GILBERTO	55211	474365,42	14
TAPIA PERALTA FLAVIO RENE	7500,2	64966,14	2
TAPIA PEREZ & ASOCIADOS S.A. TAPIASA	15875	134181,59	4
VIDLET S.A.	53608	452561,52	13
Total general	406857,85	3385874,36	100

Fuente: (Todotrade, 2014)

IMPORTADOR

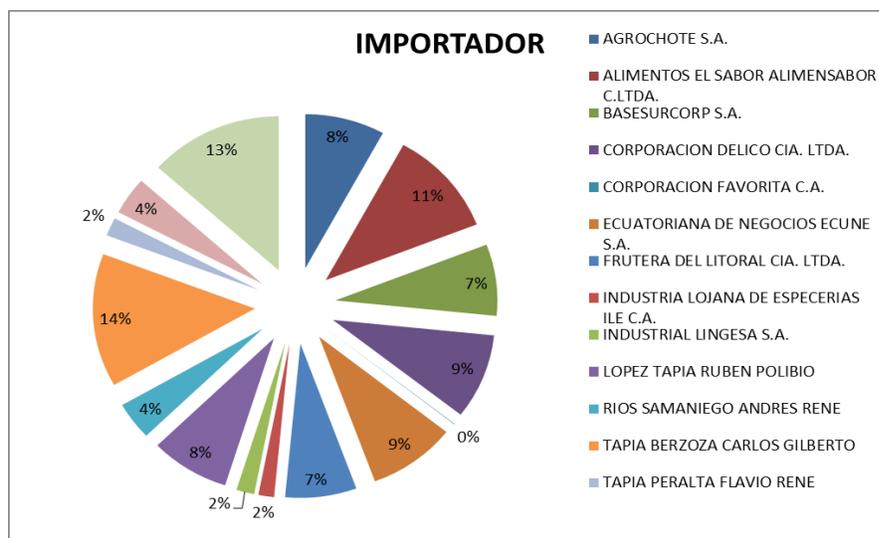


Figura 6. Importador

La distribución de empresas importadoras del Ecuador se muestra con equidad liderada por TAPIA BERZOZA CARLOS GILBERTO S.A Y VIDLET S.A, con el 14% y 13% respectivamente. La corporación Favorita importa menos del 1% del total de importaciones al país en el 2014

PROVEEDORES INTERNACIONALES DE CANELA AL ECUADOR

Tabla 8

Proveedores Internacionales de Canela al Ecuador

PROVEEDOR	Suma de KG. NETOS	Suma de CIF U\$S	%
D & G SPICE EXPORTS (PVT) LTD	6250	52687,5	2
DEVI TRADING COMPANY	6587,5	58098,4	2
GRUPO CANELA (PVT) LTD AS AGENTS FOR AND	85731	738259,57	22
IMPEX CORPORATION (PTE) LTD	37500	297726,77	9
LAK SPICE PRODUCTS (PVT) LTD	21000	182956,95	5
M/S A.S. CHATOOR & CO (PVT) LT	73118,79	609418,19	18
NEW DEHARA TRADING COMPANY (PVT)	6854,28	56331,41	2
RATHNA PRODUCERS CINNAMON EXPO	156930,2	1335475,57	39
TROPICAL ISLAND COMMODITIES LTD	12750	52979,93	2
WRT WORLD ENTERPRISES	136,08	1940,07	0
Total general	406857,85	3385874,36	100

Fuente: (Todotrade, 2014)

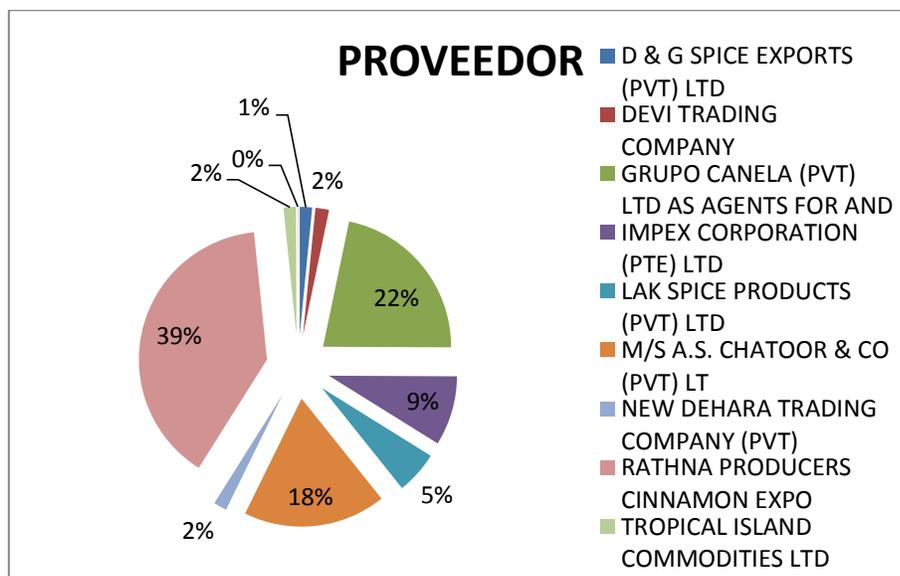


Figura 7. Proveedor

El Proveedor mayor RATHNA PRODUCERS CINNAMON EXPO, representa el 39% sobre el total de proveedores pertenecientes a SRI LANKA. Seguido por GRUPO CANELA (PVT) LTD AS AGENTS, con el 22%.

**PUERTO EMBARQUE Y VÍA DE TRANSPORTE DE
IMPORTACIONES DE CANELA AL ECUADOR**

Tabla 9

Puerto Embarque y vía de Transporte de Importaciones de Canela al Ecuador

ORIGEN	ADUANA	PUERTO EMBARQUE	VIA TRANSPORTE
ESTADOS UNIDOS	GUAYAQUIL MARITIMO	PT EVERGLADES	MARITIMO
SRI LANKA	GUAYAQUIL MARITIMO	PT COLOMBO	MARITIMO

Fuente: (Todotrade, 2014)

En el 2014 las importaciones de Canela tuvieron su origen desde Estados Unidos y SRI LANKA, siendo el mismo procesado en la Aduana de Guayaquil, transportados por vía marítima, perteneciendo a Estado Unidos ubicado en la Florida el Puerto Everglades y Puerto Colombo en SRI LANKA.

VÍA DE TRANSPORTE Y AGENCIA DE TRANSPORTE DE LAS IMPORTACIONES DE CANELA EN EL ECUADOR

Tabla 10

Vía de transporte y agencia de transporte de las importaciones de canela en el ecuador

ORIGEN	VIA TRANSPORTE	AGENCIA TRANSPORTE
ESTADOS UNIDOS	MARITIMO	07908255-AGENCIA MARITIMA GLOBAL MARGLOB
SRI LANKA	MARITIMO	02908390-MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY
		07908110-MAERSK DEL ECUADOR C.A.
		07908138-NAVIERA DE SERVICIOS MARITIMOS
		07908228-REMAR REPRESENTACIONES MARITIMA
		07908255-AGENCIA MARITIMA GLOBAL MARGLOB
		07908291-TRANSOCEANICA COMPAÑIA LIMITAD
		AGENCIA MARITIMA GLOBAL MARGLOBAL SA CMA-CGM ECUADOR S.A.
		MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY DEL ECUADOR

Fuente: (Todotrade, 2014)

Sabiendo que la mayor representación de importaciones de Canela son pertenecientes a SRI LANKA, seguido por una mínima participación por Estados Unidos, las vías de transporte son marítimas, las cuales utilizaron 7 agencias de transporte para gestionar las importaciones

TIEMPOS DE EMBARQUE, LLEGADA, LIQUIDACIÓN, PAGO Y SALIDA

Tabla 11

Tiempos de embarque, llegada, liquidación, pago y salida

FECHA EMBARQUE	FECHA LLEGADA	FECHA LIQUIDACION	FECHA PAGO	FEC. SALIDA ALMACEN
2013-11-13	2013-12-30	2014-01-03	2014-01-06	2014-01-08
2013-11-13	2013-12-30	2014-01-03	2014-01-06	2014-01-08
2013-11-17	2014-01-02	2014-01-07	2014-01-09	2014-01-11
2013-11-17	2014-01-02	2014-01-07	2014-01-09	2014-01-11
2013-11-20	2014-01-13	2014-01-14	2014-01-15	2014-01-23
2013-11-20	2014-01-13	2014-01-14	2014-01-15	2014-01-23
2013-12-11	2014-01-31	2014-02-03	2014-02-03	2014-02-06
2013-12-11	2014-01-31	2014-02-03	2014-02-03	2014-02-06
2013-12-14	2014-02-10	2014-02-11	2014-02-11	2014-02-14
2013-12-25	2014-02-08	2014-02-13	2014-02-13	2014-02-14
2013-12-30	2014-02-11	2014-02-13	2014-02-14	2014-02-19
2013-12-30	2014-02-11	2014-02-13	2014-02-14	2014-02-19
2014-01-28	2014-03-17	2014-03-17	2014-03-19	2014-03-21
2014-01-26	2014-03-21	2014-03-21	2014-03-21	2014-03-26
2014-01-26	2014-03-21	2014-03-21	2014-03-21	2014-03-26
2014-02-11	2014-03-30	2014-04-02	2014-04-02	2014-04-08
2014-02-19	2014-04-11	2014-04-14	2014-04-14	2014-04-16
2014-03-06	2014-04-18	2014-04-21	2014-04-21	2014-04-24
2014-02-03	2014-04-22	2014-04-23	2014-04-23	2014-04-25
2014-02-03	2014-04-22	2014-04-23	2014-04-23	2014-04-25
2014-02-11	2014-04-22	2014-04-24	2014-04-25	2014-04-29
2014-02-11	2014-04-22	2014-04-24	2014-04-25	2014-04-29
2014-02-11	2014-04-22	2014-04-28	2014-04-29	0000-00-00

Fuente: (Todotrade, 2014)

Tomando como base de datos las fechas analizado con valores medios, el tiempo de embarque frente al tiempo de llegada son entre 54 días, desde la fecha de llegada a la fecha de liquidación son 2 días y medio, desde la fecha de liquidación a la fecha de pago son 1 día en promedio, desde la fecha de pago hasta la fecha de salida del almacén son 4 días en promedio.

3.3 Análisis de las Exportaciones de Canela

Exportaciones de Canela desde el Ecuador en el 2014

Tabla 12

Exportaciones de Canela desde el Ecuador en el 2014

Datos			
DESTINO	Suma de FOB U\$S	Suma de Kg. NETOS	%
ESPANA	47388	2509,8	93,82
ESTADOS UNIDOS	3644,37	165,32	6,18
Total general	51032,37	2675,12	100,00

Fuente: (Todotrade, 2014)

Exportaciones de Canela desde el Ecuador



Figura 8. Exportaciones de Canela 2014

La Canela como producto de exportación según los datos de TODOTRADE, refleja a España con el 93.82% y Estados Unidos con el 6.18%, representados en valores FOB de \$47388 y \$ 3644.37 respectivamente.

EMPRESAS EXPORTADORAS DE CANELA DESDE EL ECUADOR

Tabla 13

EMPRESAS EXPORTADORAS DE CANELA DESDE EL ECUADOR

Suma de FOB U\$S			
EXPORTADOR	DESTINO	Total	%
FAMILY FOOD ECUADOR S.A. FAMODECSA	ESTADOS UNIDOS	2168,37	4,24900901
	ESTADOS UNIDOS		
INDUSTRIAL LINGESA S.A.	ESPANA	47388	92,8587091
ZURITA BLACIO JUAN CARLOS	ESTADOS UNIDOS	1476	2,8922819
	UNIDOS		
Total general		51032,37	100

Fuente: (Todotrade, 2014)

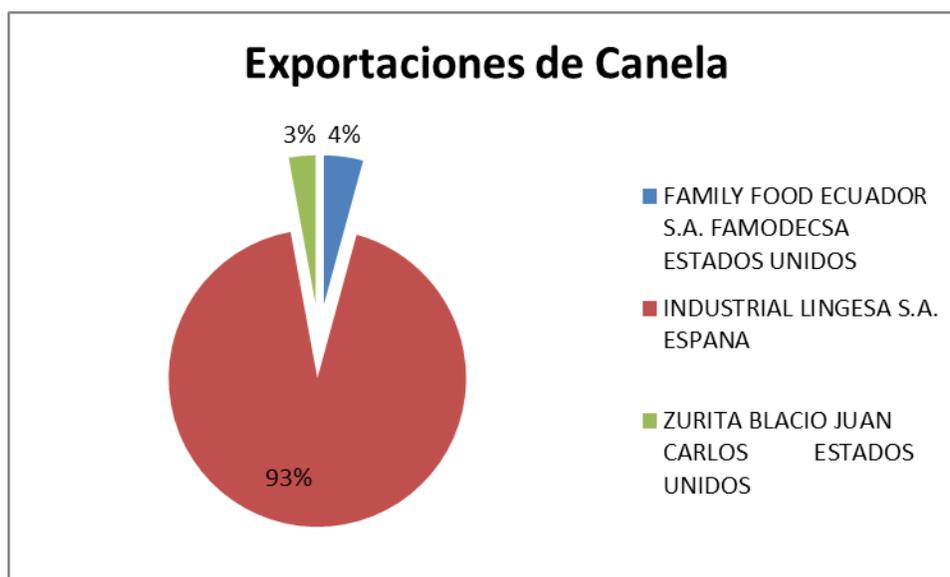


Figura 9. Exportadores de Canela 2014

En el mercado de las exportaciones de Canela, como ya se había mencionado están dos países representantes de ello, la Empresa INDUSTRIAL LIGENESA S.A tiene la participación del 92.86% a España y FAMILY FODD ECUADOR S.A, ZURITA BLACIO JUAN CARLOS, respectivamente forman 7.24% con destino a Estado Unidos

EMPRESAS EXPORTADORAS Y COMPRADORES DE CANELA DESDE EL ECUADOR

Tabla 14

Empresas Exportadoras y Compradores de Canela desde el Ecuador

TRANSACCIONES	DESTINO	EXPORTADOR	COMPRADOR
1	ESTADOS UNIDOS	FAMILY FOOD ECUADOR S.A. FAMODECSA	FAMILY FOOD DISTRIBUTORS INC
2	ESTADOS UNIDOS	ZURITA BLACIO JUAN CARLOS	FABISAA INC
3	ESTADOS UNIDOS	FAMILY FOOD ECUADOR S.A. FAMODECSA	FAMILY FOOD DISTRIBUTORS INC
4	ESTADOS UNIDOS	FAMILY FOOD ECUADOR S.A. FAMODECSA	FAMILY FOOD DISTRIBUTORS INC
5	ESPANA	INDUSTRIAL LINGESA S.A.	PRODUCTOS GOYA NATIVO S.L.
6	ESPANA	INDUSTRIAL LINGESA S.A.	PRODUCTOS GOYA NATIVO S.L.
7	ESTADOS UNIDOS	FAMILY FOOD ECUADOR S.A. FAMODECSA	FAMILY FOOD DISTRIBUTORS INC
8	ESTADOS UNIDOS	ZURITA BLACIO JUAN CARLOS	FABISAA INC
9	ESPANA	INDUSTRIAL LINGESA S.A.	PRODUCTOS GOYA NATIVO S.L.
10	ESTADOS UNIDOS	ZURITA BLACIO JUAN CARLOS	FABI-SAA INC
11	ESTADOS UNIDOS	FAMILY FOOD ECUADOR S.A. FAMODECSA	FAMILY FOOD DISTRIBUTORS INC
12	ESTADOS UNIDOS	FAMILY FOOD ECUADOR S.A. FAMODECSA	FAMILY FOOD DISTRIBUTORS INC
13	ESTADOS UNIDOS	FAMILY FOOD ECUADOR S.A. FAMODECSA	FAMILY FOOD DISTRIBUTORS INC
14	ESTADOS UNIDOS	FAMILY FOOD ECUADOR S.A. FAMODECSA	FAMILY FOOD DISTRIBUTORS INC
15	ESTADOS UNIDOS	FAMILY FOOD ECUADOR S.A. FAMODECSA	FAMILY FOOD DISTRIBUTORS INC
16	ESTADOS UNIDOS	FAMILY FOOD ECUADOR S.A. FAMODECSA	FAMILY FOOD DISTRIBUTORS INC

Fuente: (Todotrade, 2014)

Al realizar un análisis entre las empresas que exportan y la empresa que compran la canela en Estados Unidos, aparentemente por la similitud del nombre comercial serían la misma empresa o a su vez perteneciente de un mismo grupo; en España que es el 92% de las exportaciones tienen un solo comprador PRODUCTOS GOYA NATIVO.

COMPRADOR DE CANELA EN EL MUNDO DESDE ECUADOR

Tabla 15

Comprador de Canela en el Mundo desde Ecuador

		Suma de FOB U\$S	
DESTINO	COMPRADOR	Total	%
ESTADOS UNIDOS	FABISAA INC	1.476,00	3
ESTADOS UNIDOS	FAMILY FOOD DISTRIBUTORS INC	2.168,37	4
ESPANA	PRODUCTOS GOYA NATIVO S.L.	47.388,00	93
Total general		51.032,37	100

Fuente: (Todotrde, 2014)

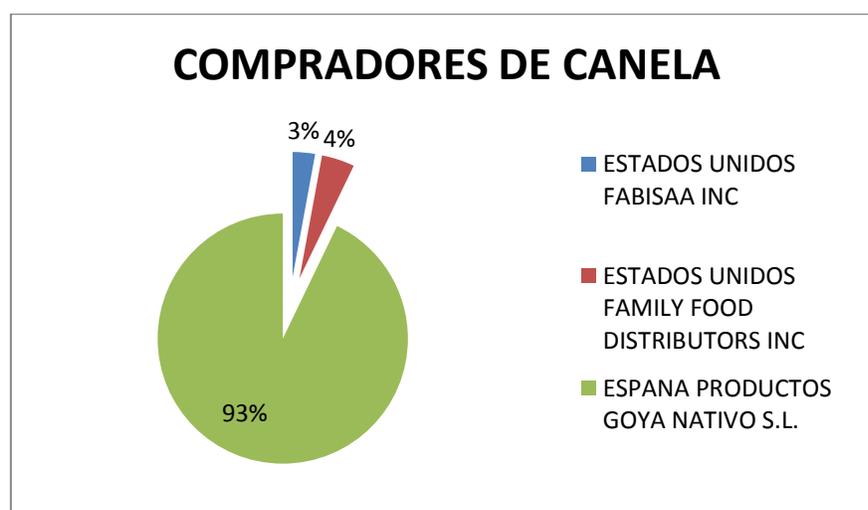


Figura 10. Compradores de Canela

La empresa PRODUCTOS GOYA NATIVO S.L. de España es la única empresa que se exporta Canela a dicho destino con participación del 93% del total de las exportaciones de Canela a su vez FABISAA INC y FOOD DISTRIBUTORS INC, son las empresas a quienes se direcciona en los Estados Unidos, representados por el 7% de las exportaciones

PUERTOS DE EMBARQUE, EXPORTACIONES DESDE ECUADOR

Tabla 16

Puertos de Embarque, Exportaciones desde Ecuador

DESTINO	ADUANA	PUERTO DE EMBARQUE	FOB U\$ S	%
ESTADOS UNIDOS	GUAYAQUIL MARITIMO	NEWARK	3.644,37	7
ESPANA	GUAYAQUIL MARITIMO	ROTTERDAM	35.184,00	69
ESPANA	GUAYAQUIL MARITIMO	VALENCIA	12.204,00	24
TOTAL GENERAL			51.032,37	100

Fuente: (Todotrade, 2014)

PUERTOS DE EMBARQUE

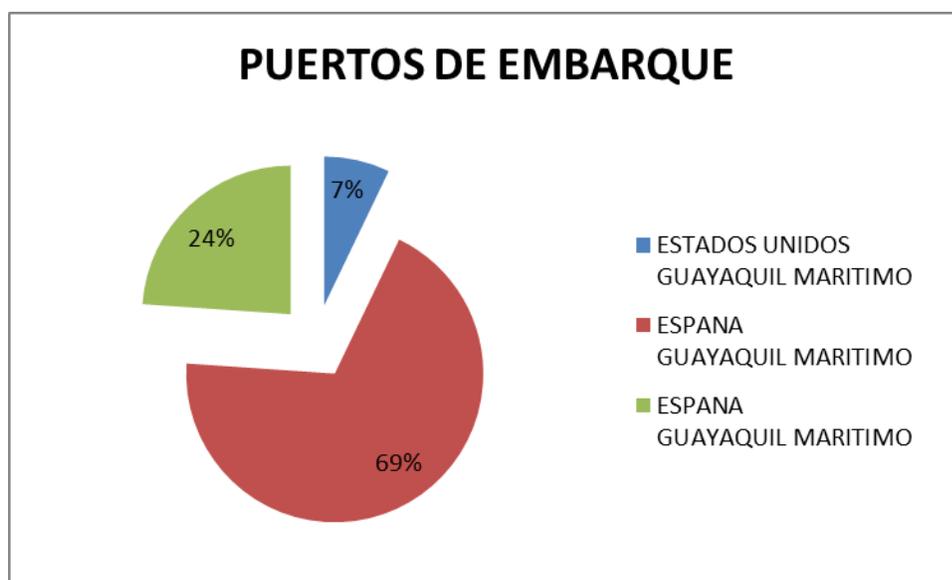


Figura 11. Puertos de embarque

Como se había mencionado España representa el 92% de exportación de la Canela desde el Ecuador, por ello se identificó en los puertos que tienen mayor concentración siendo así el PUERTO DE ROTTERDAM con el 69% de embarque, seguido por el PUERTO DE VALENCIA y en Estados Unidos con un único puerto de NEW WAR

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN

Conclusiones

- El estudio realizado de Comercio Internacional se fundamenta en la partida 0906.11.00.00 (Canela), el cual provee información válida sobre las variables que intervienen en el proceso de importaciones y exportaciones, así como es base para estudios posteriores.
- Respecto a las importaciones, en el 2014 el Ecuador ha tenido como socio comercial a SRI LANKA y Estados Unidos, de ellos SRI LANKA, representado con el 98% del total de importación de Canela y con mínima participación de Estados Unidos con el 2%
- Estados Unidos frente a las importaciones totales del 2014 representa el 2% y de ello la Corporación LA FAVORITA es la única que ha importado en dicho año, respectivamente de SRI LANCA, mayormente a importado COORPORACIÓN DELICO, realizando por once ocasiones importaciones en dicho año
- La relación que existe entre los valores CIF Y FOB de importaciones, es mayor la Suma CIF CON \$ 3'385.874,36, generando diferencia de \$104.899,70, la cual demuestra que se sigue optando por el modelo de negociación siendo que el vendedor asume cubriendo los costos de

transporte y seguro de mercancías. Así mismo el total de bultos importados es de 19739

- Al realizar un Análisis entre Valores Importados y Exportados, se parecía que el Ecuador a Importando \$ 3385.874,36, a su vez a exportado \$ 51.032,37,
- Los dos mayores proveedores internacionales de Canela son RATHNA PRODUCERS CINNAMON EXPORTS(PVT)LTD, y GRUPO CANELA (PVT) LTD AS AGENTS FOR con 39% y 21% respectivamente procedentes de SRI LANKA, Así el Ecuador dependiendo de un solo país como SRI LANKA para las importaciones de la Canela
- La canela al ser un producto de consumo masivo, la importancia en las importaciones se ve reflejada a un producto sin marca con el 64%, posteriormente 13% importado con marca RATHANA PRODUCERS CINAMON
- La distribución de empresas importadoras del Ecuador se muestra con equidad 15 en su totalidad, liderada por TAPIA BERZOZA CARLOS GILBERTO S.A Y VIDLET S.A, con el 14% y 13% respectivamente. La corporación Favorita importa menos del 1% del total de importaciones al país en el 2014
- El Proveedor mayor RATHNA PRODUCERS CINNAMON EXPO, representa el 39% sobre el total de proveedores pertenecientes a SRI LANKA. Seguido por GRUPO CANELA (PVT) LTD AS AGENTS, con el 22%., se parecía que el 61% de la producción claramente esta segmentada a dos grandes proveedores de SRI LNKA

- En el 2014 las importaciones de Canela tuvieron su origen desde Estados Unidos y SRI LANKA, siendo el mismo procesado en la Aduana de Guayaquil, transportados por vía marítima, perteneciendo a Estado Unidos ubicado en la Florida el Puerto Everglades y Puerto Colombo en SRI LANKA.
- Sabiendo que la mayor representación de importaciones de Canela son pertenecientes a SRI LANKA, seguido por una mínima participación de Estados Unidos, las vías de transporte son marítimas, las cuales utilizaron 7 agencias de transporte para gestionar las importaciones
- Tomando como base de datos las fechas analizado con valores medios, el tiempo de embarque frente al tiempo de llegada son entre 54 días, desde la fecha de llegada a la fecha de liquidación son 2 días y medio, desde la fecha de liquidación a la fecha de pago son 1 día en promedio, desde la fecha de pago hasta la fecha de salida del almacén son 4 días en promedio.
- La Canela como producto de exportación según los datos de TODOTRADE, refleja a España con el 93.82% y Estados Unidos con el 6.18%, representados en valores FOB de \$47388 y \$ 3644.37 respectivamente.
- Para Compara el Ecuador importa desde Estados Unidos \$1940.07 en Canela y Exporta al mismo país \$ 3644.37.
- En el mercado de las exportaciones de Canela, como ya se había mencionado están dos países representantes de ello, la Empresa

INDUSTRIAL LIGENESA S.A tiene la participación del 92.86% a España y FAMILY FODD ECUADOR S.A, ZURITA BLACIO JUAN CARLOS, respectivamente forman 7.24% con destino a Estado Unidos

- Al realizar un análisis entre las empresas que exportan y la empresa que compran la canela en Estados Unidos, aparentemente por la similitud del nombre comercial serían la misma empresa o a su vez perteneciente de un mismo grupo; en España que es el 92% de las exportaciones tienen un solo comprador PRODUCTOS GOYA NATIVO.
- La empresa PRODUCTOS GOYA NATIVO S.L. de España es a la única empresa que se exporta Canela a dicho destino con participación del 93% del total de las exportaciones de Canela a su vez FABISAA INC y FOOD DISTRIBUTORS INC, son las empresas a quienes se direcciona en los Estados Unidos, representados por el 7% de las exportaciones
- Como se había mencionado España representa el 92% de exportación de la Canela desde el Ecuador, por ello se identificó en los puertos que tienen mayor concentración siendo así el PUERTO DE ROTTERDAM con el 69% de embarque, seguido por el PUERTO DE VALENCIA y en Estados Unidos con un único puerto de NEW WAR

Recomendaciones

- Partiendo que el Ecuador es País creador de productos Commodities, que no tienen un valor agregado representativo, especialmente en productos de consumo masivo, según el estudio, el Ecuador exporta Canela sin marca, solo la materia prima por ello es recomendable la producción y la transformación en un producto más refinado, así tomando valor en el mercado.

- La tendencia esta inclinada a la Importación, por ello es necesario fortalecer y abrir nuevos mercados en el mundo, teniendo como clientes a Estados Unidos, quienes además también somos sus clientes, la necesidad de expandir una oferta de marcas y producción con agregados de valor
- El Ecuador es un país rico en Canela, la Ciudad de Tena es conocida como la Capital de la Canela, por lo cual es necesario motivar a la producción de este producto para satisfacer las necesidades de consumo local, regional y global
- Es inevitable partir por un incentivo gubernamental en el proceso y capacitación para crear un producto terminado digno del consumo interno y externo, fomentado por participación de Economía Popular y Solidaria
- Partiendo de la investigación realizada es viable realizar un Estudio de Mercados para la introducción eficiente de la Canela en busca de nuevos mercados internacionales y expansión en el consumo nacional.

Bibliografía

Relaciones Comerciales entre Ecuador y EEUU. (2007). Recuperado el 18 de 08 de 2014, de http://www.ecuadormiami.com/corpei2_relaciones.pdf

Norma Técnica Ecuatoriana Obligatoria . (2010). Recuperado el 18 de 08 de 2014, de <https://law.resource.org/pub/ec/ibr/ec.nte.0621.2010.pdf>

ANÁLISIS DEL SECTOR CACAO Y ELABORADOS. (08 de 2013). Recuperado el 18 de 08 de 2014, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/08/PROEC_AS2013_CACAO.pdf

EL COMITÉ DE COMERCIO EXTERIOR. (13 de 09 de 2013). Recuperado el 18 de 08 de 2014, de EL COMITÉ DE COMERCIO EXTERIOR: <http://comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/09/RESOLUCION-42.pdf>

INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN. (11 de 2013). Recuperado el 18 de 08 de 2014, de http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/si_2009_ecuador.pdf

Plan Nacional de Normalización 2013. (11 de 2013). Recuperado el 18 de 08 de 2014, de http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/plan_nacional_normalizacion_2013_v02_20120928.pdf

Proceso de control y vigilancia sanitaria . (2013). Recuperado el 18 de 08 de 2014, de http://instituciones.msp.gob.ec/dps/santo_domingo/images/stories/ministerio_de_salud_publica_registro_san_productos_naturales.pdf

FORMACION SOCIOCRTICA III. (06 de 06 de 2014). Recuperado el 20 de 09 de 2014, de Control cambiario: <http://kveliz02.bloges.org/categoria/control-cambiarior/>

A, B. (1972). Algebra. En B. A, *Algebra* (pág. 295). México: S/e.

A, R. (2005). Algebra superior. En R. A, *Algebra superior* (pág. 363). México: Patricia Pantoja.

- Aduana del Ecuador . (2014). *Aduana del Ecuador*. Recuperado el 1 de 09 de 2014, de Para importar: www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action
- Appleyard, D. R., & Field Jr, A. J. (2003). *Economía Internacional*. Bogotá: McGraw Hill Interamericana .
- Arancel Nacional de Importaciones de Ecuador . (2012).
- ARESE, H. F. (1999). *COMERCIO Y MARKETING INTERNACIONAL*. BUENOS AIRES: NORMA.
- Asamblea Nacional. (26 de Septiembre de 2012). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Recuperado el 9 de Agosto de 2014, de <http://ocaru.org.ec/normas-y-leyes/leyes/item/269-c%C3%B3digo-org%C3%A1nico-de-la-producci%C3%B3n-comercio-e-inversiones>
- Balza, S. (06 de 01 de 2014). *adlatina.com*. Recuperado el 10 de 10 de 2014, de Kit Kat: un “break” diario con mucho sabor: <http://www.adlatina.com/marketing/kit-kat-un-%E2%80%9Cbreak%E2%80%9D-diario-con-mucho-sabor>
- Banco Central del Ecuador Dirección de Estadística Económica. (2013). *Evolución de la Balanza comercial Balanzas comerciales del Ecuador con sus principales socios(Enero 2013)*. Quito.
- Cacaoyere. (2014). Recuperado el 2014
- Cadbury. (2014). *Cadbury*. Recuperado el 10 de octubre de 2014, de <https://www.cadbury.co.uk/>
- Calduch, R. (1991). *Relaciones Internacionales*. Madrid: Ediciones Ciencias Sociales.
- Caoni. (2014). Recuperado el 2014
- Carbaugh, R. J. (2009). *Economía Internacional*. Mexico DF.: CENGAGE Learning.
- Chile, G. n. (2012). *Relaciones bilaterales Chile-Ecuador*. Chile.
- Comercio Exterior. (2014).
- COMEX. (2014). *Comité de comercio exterior (COMEX)*. Recuperado el 03 de 10 de 2014, de <http://comercioexterior.gob.ec/comex/>

- Congreso Nacional de Chile. (2012). *Relaciones Bilaterales Chile Ecuador*. Chile.
- Copci. (2013). Recuperado el 2014
- Cuevas, G. C. (2006). Origenes del concepto de dumping. En G. C. Cuevas, *Dumping, Subsidios y Salvaguardas* (pág. 493). Buenos Aires: Heliasta S.R.L.
- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. (15 de Diciembre de 2013). *Análisis del Sector Cacao y Elaborados*. Recuperado el 12 de Febrero de 2014, de http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/2013/08/PROEC_AS2013_CACAO.pdf.
- E, M. (2002). Educar en la era planetaria. En M. E, *Educar en la era planetaria* (pág. 258). Valladolid: Valladolid.
- Eco.Torres, D. W. (10 de Septiembre de 2013). *la teoría de la base exportadora*. Recuperado el 26 de Julio de 2014, de <http://www.slideshare.net/wilsonwilliam/clase-2-la-teoria-de-la-base-exportadora>
- e-comex. (s.f.). *INSTRUCTIVO GENERAL DEL EXPORTADOR*. Recuperado el 2014, de GUIA DEL EXPORTADOR.
- e-comex. (s.f.). *INSTRUCTIVO GENERAL DEL IMPORTADOR*. Recuperado el 2014, de GUIA DEL IMPORTADOR.
- Ecuador Inmediato.com. (09 de septiembre de 2010). Relaciones comerciales entre Reino Unido y Ecuador están en un nivel "bajo", afirma embajadora Cross. *Ecuador Inmediato.com*.
- ecuadorencifras.gob.ec. (28 de Diciembre de 2013). *ecuadorencifras.gob.ec*. Recuperado el 12 de Febrero de 2014, de <http://visualizador.ecuadorencifras.gob.ec/cifras-inec/balanzaComercialTotal.html#tpi=665>
- ecuadorenvivo.com. (04 de 12 de 2013). Las barras de chocolate de República del Cacao reciben reconocimiento en los “Ecuador Chocolate Awards”. *ecuadorenvivo.com*.
- EL MERCURIO. (20 de 05 de 2014). *Chocolate ecuatoriano Pacari gana mercados en Europa y Australia*. Recuperado el 2014, de

<http://www.elmercurio.com.ec/432135-chocolate-ecuadoriano-pacari-gana-mercados-en-europa-y-australia/#.VBkRLhY1enk>

ferreroladm. (2014). Obtenido de <http://www.ferreroladm.com/productos/ferrero-rocher/crujientes-especialidades/>

García Sordo, J. B. (1999). Principales teorías del Comercio Internacional. En *Introducción al Comercio Internacional* (pág. 173). Barcelona: Edhasa.

García Sordo, J. B. (2007). *Marketing Internacional*. México DF.: McGraw-Hill Interamericana.

Hernández Sampieri, R., Fernández Callado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: Mc Graw Hill.

HERSHEY'S. (2014). *HERSHEY'S*. Recuperado el 11 de 10 de 2014, de Nuestra Historia: <http://www.hersheys.com/>

I, W. (1999). Impensar las Ciencias Sociales. En W. I, *Impensar las Ciencias Sociales* (pág. 158). México: Siglo XXI.

ICN Diario. (4 de 12 de 2012). *Ecuador y Canadá fortalecen comercio*. Recuperado el 18 de 08 de 2014, de Economía: <http://www.icndiario.com/2012/12/04/ecuador-y-canada-fortalecen-relaciones-comerciales/>

Ingram, J. C., & Dunn Jr, R. M. (2001). Política Comercial. En *Economía Internacional* (pág. 620). México D.F.: Limusa Noriega Editores.

International Trade centre . (2014). Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3||||1806|||4|1|1|2|2|1|2|1|1

J, S. (2004). La educación latinoamericana en el siglo XXI. En S. J, *La educación latinoamericana en el siglo XXI* (pág. 44). San José: S / E.

K, C. (2001). Administración de Mercadotecnia. En C. K, *Administración de Mercadotecnia* (pág. 600). México: Toledo M.

Kallari. (2014). Recuperado el 2014

Kenney, K. (2013). *Historia de los caramelos M & M*. Recuperado el 10 de 10 de 2014, de http://www.ehowenespanol.com/historia-caramelos-sobre_166780/

- Kotler, P. (2002). En P. Kotler, *Dirección de Marketing* (pág. 54). Mexico: Pearson Education.
- L, O., & C, H. (2003). Algebra. En O. L, & H. C, *Algebra* (pág. 430). México: Miguel Gutierrez.
- La Universal. (2014). Recuperado el 23 de 09 de 2014, de <http://www.launiversal.com.ec/>
- Lederman, D., Maloney, W. F., & Serven, L. (2003). *Lección del TLCAN para América Latina y el Caribe*.
- Lederman, D., Maloney, W. F., & Servèn, L. (2005). Lecciones del TLCAN para América Latina y el Caribe. En *El comercio es importante, pero no suficiente* (pág. 440). Bogotá: Gente Nueva Editorial.
- M, P. (2003). Ventaja competitiva. En P. M, *Ventaja competitiva* (pág. 541). México: Continental.
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de Mercados*. Mexico D.F.: PEARSON Prentice Hall.
- Milgate, M. (1993). *Desarrollo económico*. Barcelona: Icaria.
- Ministerio de Turismo. (2014). Recuperado el 2014
- Ministerio de Turismo. (2014). Recuperado el 2014
- Mochón, M. F. (2005). *Economía, Teórica y política*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Norton, M. (2009). Chocolate para el imperio: la interiorización europea de la estética mesoamericana. *Revista de Estudios Sociales*, 29.
- Ohlin, B. (1933). *FACTOR PROPORTIONS THEORY*. Recuperado el 23 de julio de 2014, de http://db.lib.uidaho.edu/ereserve/courses/b/business/380_01/heck.pdf
- OMC. (2014). *Organización Mundial del Comercio*. Recuperado el 10 de octubre de 2014, de <http://www.wto.org/indexsp.htm>
- P, K., & G, A. (1998). Fundamentos de mercadotecnia. En K. P, & A. G, *Fundamentos de mercadotecnia* (pág. 129). México: Theresa Festa.

- PACARI. (2014). *Pacari Chocolate triunfa en la Final Mundial del concurso "International Chocolate Awards", en Londres*. Recuperado el 2014, de <http://www.pacarichocolate.com/index.php/es/>
- proecuador.gob.ec. (15 de Diciembre de 2013). Recuperado el 12 de Febrero de 2014, de <http://www.proecuador.gob.ec/glossary/balanza-comercial/>
- R, B. (2005). Marketing estratégico. En B. R, *Marketing estratégico* (pág. 509). México: Alberto Cañizal.
- Rahn, R. W. (5 de Julio de 2013). Chile y Ecuador: la historia de dos Economías. *The Washington Times*.
- República del Cacao. (2014). Recuperado el 2014
- Ricardo, D. (1817). Principios de Economía Política y Tributación. Mexico: Fondo de Cultura Económica.
- Rodriguez, C. (12 de 11 de 2012). *Logistica Importaciones*. Recuperado el 14 de 08 de 2014, de <http://prezi.com/lh5heu2fhpah/logistica/>
- Ruales, A., Arellano, L., & Paredes, M. (2010). *Guía Comercial de Chile*. Quito.
- Ruiz, R. (2006). El Metodo científico y los métodos generales. En R. Ruiz, *Historia y evolución del pensamiento científico* (págs. 121-128). Mexico D.F.
- S, S. (2001). Algebra. En S. S, *Algebra* (pág. 659). México: Enrique Quintanar.
- Secretaría Nacional de Planificacion y Desarrollo. (22 de Noviembre de 2013). *Estudiantes y docentes de Unesum analizarán el cambio de la Matriz Productividad*. Recuperado el 09 de Junio de 2014, de <http://www.planificacion.gob.ec/tag/matriz/>
- Secretaría Nacional de Planificacion y Desarrollo. (2013). *Folleto Informativo I*. Recuperado el 26 de Julio de 2014, de Transformacion de la matriz productiva: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- Smith, A. (1776). *La Riqueza de las naciones*. Valladolid.
- SNICKERS. (2014). *SNICKERS*. Recuperado el 14 de 10 de 2014, de <http://www.snickers.com/Espanol/>

- Stuart Mill, J. (1848). *Principios de economía política*. España: Alianza editorial.
- Telégrafo. (2014). Recuperado el 2014
- teleSUR tv. (10 de 03 de 2014). Estrechan relaciones comerciales y económicas Ecuador y México.
- Todo Comercio Exterior. (12 de abril de 2013). *Todo Comercio Exterior*. Recuperado el 18 de agosto de 2014, de Actualización de códigos de los regímenes aduaneros: <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/actualizacion-de-codigos-de-los-reg-men-es-aduaneros>
- Todo Trade. (2014).
- TODO TRADE. (26 de Septiembre de 2014). Bases de datos. Quito, Pinchincha, Ecuador.
- Tupi, M. L. (2014). *Instituto Ecuatoriano de Economía y Política (IEEP)*. Recuperado el 03 de 10 de 2014, de http://www.ieep.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=30:iquien-paga-los-subsidios-agricolas&catid=46:politica-agriscola&Itemid=101
- Vergara, C. (2012). *Marketing y comercialización internacional*. Bogotá: Ecoe Ediciones .
- www.e-conomic.es. (18 de Noviembre de 2013). *e-conomic.es*. Recuperado el 12 de Febrero de 2014, de <http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-balanza-comercial>
- Relaciones Comerciales entre Ecuador y EEUU*. (2007). Recuperado el 18 de 08 de 2014, de http://www.ecuadormiami.com/corpei2_relaciones.pdf
- Norma Técnica Ecuatoriana Obligatoria* . (2010). Recuperado el 18 de 08 de 2014, de <https://law.resource.org/pub/ec/ibr/ec.nte.0621.2010.pdf>
- ANÁLISIS DEL SECTOR CACAO Y ELABORADOS*. (08 de 2013). Recuperado el 18 de 08 de 2014, de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/08/PROEC_AS2013_CACAO.pdf
- EL COMITÉ DE COMERCIO EXTERIOR*. (13 de 09 de 2013). Recuperado el 18 de 08 de 2014, de EL COMITÉ DE COMERCIO EXTERIOR:

<http://comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/09/RESOLUCION-42.pdf>

INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN. (11 de 2013). Recuperado el 18 de 08 de 2014, de http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/si_2009_ecuador.pdf

Plan Nacional de Normalización 2013. (11 de 2013). Recuperado el 18 de 08 de 2014, de http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/11/plan_nacional_normalizacion_2013_v02_20120928.pdf

Proceso de control y vigilancia sanitaria . (2013). Recuperado el 18 de 08 de 2014, de http://instituciones.msp.gob.ec/dps/santo_domingo/images/stories/ministerio_de_salud_publica_registro_san_productos_naturales.pdf

FORMACION SOCIOCRITICA III. (06 de 06 de 2014). Recuperado el 20 de 09 de 2014, de Control cambiario: <http://kveliz02.bloges.org/categoria/control-cambiaro/>

A, B. (1972). Algebra. En B. A, *Algebra* (pág. 295). México: S/e.

A, R. (2005). Algebra superior. En R. A, *Algebra superior* (pág. 363). México: Patricia Pantoja.

Aduana del Ecuador . (2014). *Aduana del Ecuador*. Recuperado el 1 de 09 de 2014, de Para importar: www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action

Appleyard, D. R., & Field Jr, A. J. (2003). *Economía Internacional*. Bogotá: McGraw Hill Interamericana .

Arancel Nacional de Importaciones de Ecuador . (2012).

ARESE, H. F. (1999). *COMERCIO Y MARKETING INTERNACIONAL*. BUENOS AIRES: NORMA.

Asamblea Nacional. (26 de Septiembre de 2012). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones*. Recuperado el 9 de Agosto de 2014, de <http://ocaru.org.ec/normas-y-leyes/leyes/item/269-c%C3%B3digo-org%C3%A1nico-de-la-producci%C3%B3n-comercio-e-inversiones>

- Balza, S. (06 de 01 de 2014). *adlatina.com*. Recuperado el 10 de 10 de 2014, de Kit Kat: un “break” diario con mucho sabor: <http://www.adlatina.com/marketing/kit-kat-un-%E2%80%9Cbreak%E2%80%9D-diario-con-mucho-sabor>
- Banco Central del Ecuador Dirección de Estadística Económica. (2013). *Evolución de la Balanza comercial Balanzas comerciales del Ecuador con sus principales socios(Enero 2013)*. Quito.
- Cacaoyere. (2014). Recuperado el 2014
- Cadbury. (2014). *Cadbury*. Recuperado el 10 de octubre de 2014, de <https://www.cadbury.co.uk/>
- Calduch, R. (1991). *Relaciones Internacionales*. Madrid: Ediciones Ciencias Sociales.
- Caoni. (2014). Recuperado el 2014
- Carbaugh, R. J. (2009). *Economía Internacional*. Mexico DF.: CENGAGE Learning.
- Chile, G. n. (2012). *Relaciones bilaterales Chile-Ecuador*. Chile.
- Comercio Exterior. (2014).
- COMEX. (2014). *Comité de comercio exterior (COMEX)*. Recuperado el 03 de 10 de 2014, de <http://comercioexterior.gob.ec/comex/>
- Congreso Nacional de Chile. (2012). *Relaciones Bilaterales Chile Ecuador*. Chile.
- Copci. (2013). Recuperado el 2014
- Cuevas, G. C. (2006). Origenes del concepto de dumping. En G. C. Cuevas, *Dumping, Subsidios y Salvaguardas* (pág. 493). Buenos Aires: Heliasta S.R.L.
- Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. (15 de Diciembre de 2013). *Análisis del Sector Cacao y Elaborados*. Recuperado el 12 de Febrero de 2014, de http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/2013/08/PROEC_AS2013_CACAO.pdf.

- E, M. (2002). Educar en la era planetaria. En M. E, *Educar en la era planetaria* (pág. 258). Valladolid: Valladolid.
- Eco.Torres, D. W. (10 de Septiembre de 2013). *la teoria de la base exportadora*. Recuperado el 26 de Julio de 2014, de <http://www.slideshare.net/wilsonwilliam/clase-2-la-teoria-de-la-base-exportadora>
- e-comex. (s.f.). *INSTRUCTIVO GENERAL DEL EXPORTADOR*. Recuperado el 2014, de GUIA DEL EXPORTADOR.
- e-comex. (s.f.). *INSTRUCTIVO GENERAL DEL IMPORTADOR*. Recuperado el 2014, de GUIA DEL IMPORTADOR.
- Ecuador Inmediato.com. (09 de septiembre de 2010). Relaciones comerciales entre Reino Unido y Ecuador estan en un nivel "bajo", afirma embajadora Cross. *Ecuador Inmediato.com*.
- ecuadorencifras.gob.ec. (28 de Diciembre de 2013). *ecuadorencifras.gob.ec*. Recuperado el 12 de Febrero de 2014, de <http://visualizador.ecuadorencifras.gob.ec/cifras-inec/balanzaComercialTotal.html#tpi=665>
- ecuadorenvivo.com. (04 de 12 de 2013). Las barras de chocolate de República del Cacao reciben reconocimiento en los “Ecuador Chocolate Awards”. *ecuadorenvivo.com*.
- EL MERCURIO. (20 de 05 de 2014). *Chocolate ecuatoriano Pacari gana mercados en Europa y Australia*. Recuperado el 2014, de <http://www.elmercurio.com.ec/432135-chocolate-ecuatoriano-pacari-gana-mercados-en-europa-y-australia/#.VBkRLhY1enk>
- ferreroladm. (2014). Obtenido de <http://www.ferreroladm.com/productos/ferrero-rocher/crujientes-especialidades/>
- Garcia Sordo, J. B. (1999). Principales teorías del Comercio Internacional. En *Introducción al Comercio Internacional* (pág. 173). Barcelona: Edhasa.
- Garcia Sordo, J. B. (2007). *Marketing Internacional*. Mexico DF.: McGraw-Hill Interamericana.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Callado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: Mc Graw Hill.

- HERSHEY'S. (2014). *HERSHEY'S*. Recuperado el 11 de 10 de 2014, de Nuestra Historia: <http://www.hersheys.com/>
- I, W. (1999). Impensar las Ciencias Sociales. En W. I, *Impensar las Ciencias Sociales* (pág. 158). México: Siglo XXI.
- ICN Diario. (4 de 12 de 2012). *Ecuador y Canadá fortalecen comercio*. Recuperado el 18 de 08 de 2014, de Economía: <http://www.icndiario.com/2012/12/04/ecuador-y-canada-fortalecen-relaciones-comerciales/>
- Ingram, J. C., & Dunn Jr, R. M. (2001). Política Comercial. En *Economía Internacional* (pág. 620). Mexico D.F.: Limusa Noriega Editores.
- International Trade centre . (2014). Obtenido de http://www.trademap.org/Country_SelProduct_TS.aspx?nvpm=3||||1806|||4|1|1|2|2|1|2|1|1
- J, S. (2004). La educación latinoamericana en el siglo XXI. En S. J, *La educación latinoamericana en el siglo XXI* (pág. 44). San José: S / E.
- K, C. (2001). Administración de Mercadotecnia. En C. K, *Administración de Mercadotecnia* (pág. 600). México: Toledo M.
- Kallari. (2014). Recuperado el 2014
- Kenney, K. (2013). *Historia de los caramelos M & M*. Recuperado el 10 de 10 de 2014, de http://www.ehowenespanol.com/historia-caramelos-sobre_166780/
- Kotler, P. (2002). En P. Kotler, *Dirección de Marketing* (pág. 54). Mexico: Pearson Education.
- L, O., & C, H. (2003). Algebra. En O. L, & H. C, *Algebra* (pág. 430). México: Miguel Gutierrez.
- La Universal. (2014). Recuperado el 23 de 09 de 2014, de <http://www.launiversal.com.ec/>
- Lederman, D., Maloney, W. F., & Serven, L. (2003). *Lección del TLCAN para América Latina y el Caribe*.

- Lederman, D., Maloney, W. F., & Servèn, L. (2005). Lecciones del TLCAN para America Latina y el Caribe. En *El comercio es importante, pero no suficiente* (pág. 440). Bogotá: Gente Nueva Editorial.
- M, P. (2003). Ventaja competitiva. En P. M, *Ventaja competitiva* (pág. 541). México: Continental.
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigacion de Mercados*. Mexico D.F.: PEARSON Prentice Hall.
- Milgate, M. (1993). *Desarrollo económico*. Barcelona: Icaria.
- Ministerio de Turismo. (2014). Recuperado el 2014
- Ministerio de Turismo. (2014). Recuperado el 2014
- Mochón, M. F. (2005). *Economía, Teórica y política*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Norton, M. (2009). Chocolate para el imperio: la interiorización europea de la estética mesoamericana. *Revista de Estudios Sociales*, 29.
- Ohlin, B. (1933). *FACTOR PROPORTIONS THEORY*. Recuperado el 23 de julio de 2014, de http://db.lib.uidaho.edu/ereserve/courses/b/business/380_01/heck.pdf
- OMC. (2014). *Orgnizacion Mundial iodel Comer*. Recuperado el 10 de octubre de 2014, de <http://www.wto.org/indexsp.htm>
- P, K., & G, A. (1998). Fundamentos de mercadotecnia. En K. P, & A. G, *Fundamentos de mercadotecnia* (pág. 129). México: Theresa Festa.
- PACARI. (2014). *Pacari Chocolate triunfa en la Final Mundial del concurso "International Chocolate Awards", en Londres*. Recuperado el 2014, de <http://www.pacarichocolate.com/index.php/es/>
- proecuador.gob.ec. (15 de Diciembre de 2013). Recuperado el 12 de Febrero de 2014, de <http://www.proecuador.gob.ec/glossary/balanza-comercial/>
- R, B. (2005). Marketing estratégico. En B. R, *Marketing estratégico* (pág. 509). México: Alberto Cañizal.
- Rahn, R. W. (5 de Julio de 2013). Chile y Ecuador: la historia de dos Economías. *The Washington Times*.

- República del Cacao. (2014). Recuperado el 2014
- Ricardo, D. (1817). Principios de Economía Política y Tributación. Mexico: Fondo de Cultura Económica.
- Rodriguez, C. (12 de 11 de 2012). *Logistica Importaciones*. Recuperado el 14 de 08 de 2014, de <http://prezi.com/lh5heu2fhpah/logistica/>
- Ruales, A., Arellano, L., & Paredes, M. (2010). *Guía Comercial de Chile*. Quito.
- Ruiz, R. (2006). El Metodo científico y los métodos generales. En R. Ruiz, *Historia y evolución del pensamiento científico* (págs. 121-128). Mexico D.F.
- S, S. (2001). Algebra. En S. S, *Algebra* (pág. 659). México: Enrique Quintanar.
- Secretaría Nacional de Planificacion y Desarrollo. (22 de Noviembre de 2013). *Estudiantes y docentes de Unesum analizarán el cambio de la Matriz Productividad*. Recuperado el 09 de Junio de 2014, de <http://www.planificacion.gob.ec/tag/matriz/>
- Secretaría Nacional de Planificacion y Desarrollo. (2013). *Folleto Informativo I*. Recuperado el 26 de Julio de 2014, de Transformacion de la matriz productiva: http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/01/matriz_productiva_WEBtodo.pdf
- Smith, A. (1776). *La Riqueza de las naciones*. Valladolid.
- SNICKERS. (2014). *SNICKERS*. Recuperado el 14 de 10 de 2014, de <http://www.snickers.com/Espanol/>
- Stuart Mill, J. (1848). *Principios de economia politica*. España: Alianza editorial.
- Telégrafo. (2014). Recuperado el 2014
- teleSUR tv. (10 de 03 de 2014). Estrechan relaciones comerciales y económicas Ecuador y México.
- Todo Comercio Exterior. (12 de abril de 2013). *Todo Comercio Exterior*. Recuperado el 18 de agosto de 2014, de Actualizacion de codigos de los regimenes aduaneros: <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/actualizacion-de-c-digos-de-los-reg-menes-aduaneros>

Todo Trade. (2014).

TODO TRADE. (26 de Septiembre de 2014). Bases de datos. Quito, Pinchincha, Ecuador.

Tupi, M. L. (2014). *Instituto Ecuatoriano de Economía y Política (IEEP)*. Recuperado el 03 de 10 de 2014, de http://www.ieep.org.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=30:iquien-paga-los-subsidios-agricolas&catid=46:politica-agriscola&Itemid=101

Vergara, C. (2012). *Marketing y comercialización internacional*. Bogotá: Ecoe Ediciones .

www.e-conomic.es. (18 de Noviembre de 2013). *e-conomic.es*. Recuperado el 12 de Febrero de 2014, de <http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-balanza-comercial>

Ekos. (2013). El comercio entre Ecuador y EEUU. *Ekos*, 66-68.

K, C. (2001) Administración de Mercadotecnia. En C.K, *Administración en Mercadotécnica* (pág. 600). México: Toledo M.

Krugman, P. (2010). *Economía internacional: teoría y política* (con Maurice Obstfeld), ISBN 978-84-7829-080-2, Editorial Pearson Addison-Wesley

Philip Kloter, H. K. (2011). *Marketing 3.0 Bogota:LID*.

Moyua, CD. (2007). *Introducción a las relaciones internacionales*. Tecnos

Poveda, V. (2014). El cambio de la matriz productiva y los retos por la situación de importaciones. *LIORENRE Y Cuenca*, 1-2

Diario el Universo. (17 de Junio de 2014). Ecuador alcanza acuerdo comercial con la Unión Europea