



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

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

**CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y
NEGOCIACION INTERNACIONAL**

**TESIS PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL**

**TEMA: EL PENSAMIENTO CAPITALISTA ECUATORIANO,
DIMENSIÓN COMERCIO ECUATORIANO DE PRODUCTOS
COSMÉTICOS.**

AUTORA: CÁRDENAS ENCALADA, JENNY DEISY

DIRECTOR: ING. QUINTANA, ARMANDO

CODIRECTOR: ING. VILLARROEL, PABLO

QUITO

2015

**UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION
INTERNACIONAL**

CERTIFICADO

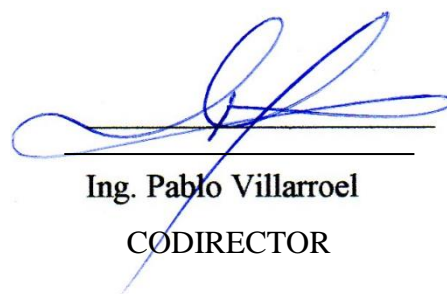
Certificamos que el presente proyecto titulado “EL PENSAMIENTO CAPITALISTA ECUATORIANO, DIMENSIÓN COMERCIO ECUATORIANO DE PRODUCTOS COSMÉTICOS”, fue desarrollado en su totalidad por, Jenny Deisy Cárdenas Encalada, bajo nuestra dirección.

Quito, Agosto del 2015



Ing. Armando Quintana S.

DIRECTOR



Ing. Pablo Villarroel

CODIRECTOR

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACION
INTERNACIONAL

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

El presente proyecto titulado “EL PENSAMIENTO CAPITALISTA ECUATORIANO, DIMENSIÓN COMERCIO ECUATORIANO DE PRODUCTOS COSMÉTICOS”, ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado el derecho intelectual de terceros considerándolos en citas a pie de página y como fuentes en el registro bibliográfico. Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance del proyecto en mención.

Quito, Agosto del 2015

La Autora



Jenny Deisy Cárdenas Encalada

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN

Yo, Jenny Deisy Cárdenas Encalada, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas “ESPE” a publicar en repositorio digital de la institución el presente trabajo “EL PENSAMIENTO CAPITALISTA ECUATORIANO, DIMENSIÓN COMERCIO ECUATORIANO DE PRODUCTOS COSMÉTICOS”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Quito, Agosto del 2015

La Autora



Jenny Deisy Cárdenas Encalada

DEDICATORIA

Dedico esta tesis A DIOS, A la Santísima Virgen María, quienes inspiraron mi espíritu para la conclusión de esta tesis, supieron guiarme por el buen camino, darme fuerzas y amor para seguir y no desmayar ante los problemas que se presentaban, A mis padres quienes me dieron vida, educación, apoyo, consejos y amor en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar, me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi religión, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos, A mis hermanos y demás familiares que me brindaron cariño para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, A mi mascota Nicol que me acompañó en mis largas veladas de estudio y dedicación, A mis compañeros de estudio, A mis docentes y queridos amigos, que siempre estuvieron pendientes de mí, motivando mis sueños y esperanzas de un mundo más justo y humano y A todos aquellos que creyeron en mí quienes sin su ayuda nunca hubiera podido hacer esta tesis. A todos ellos se los agradezco desde el fondo de mi corazón. Para todos ellos hago esta dedicatoria.

Deisy Cárdenas

AGRADECIMIENTO

Por resultados de este proyecto, expreso mis sinceros agradecimientos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE “Héroes del Cenepa” por darme la oportunidad de estudiar y ser una profesional, A mi director y codirector de tesis por guiarme y motivarme en todo el proceso del presente trabajo y realizarlo de una manera profesional.

Deisy Cárdenas

ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICADO	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD.....	iii
AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE CONTENIDO	vii
ÍNDICE DE CUADRO	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
ÍNDICE DE ANEXOS	xii
RESUMEN.....	xiii
ABSTRACT	xiv
CAPITULO I	
MARCO TEÓRICO	1
1 El Capitalismo.....	1
1.1 Teorías del Comercio Internacional	8
1.1.1 El Mercantilismo	8
1.1.2 Teoría de la Ventaja Absoluta	9
1.1.3 Teoría de la Ventaja Comparativa.....	9
1.1.4 Teoría de la Combinación de los Factores	10
1.1.5 Teoría del Valor Subjetivo	11
1.1.6 Teoría de la Brecha Tecnológica.....	12
1.1.7 Teoría del Deterioro de los Términos de Intercambio	12
1.1.8 Modelo de Sustitución de Importaciones	13
1.1.9 Teoría Macroeconómica Keynesiana	14
1.1.10 Teoría de la Integración Económica Mundial	16
1.1.11 Teoría del Ciclo de Vida del Producto Internacional	17
1.1.12 Teoría de la Competitividad	17
1.2 Teoría de la Belleza, la Estética y la Cosmetología	18
1.2.1 Teoría de la Belleza	19
1.2.2 Teoría de la Estética	20

1.2.3	Teoría de la Cosmetología.....	20
-------	--------------------------------	----

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	23
--	-----------

2.1	Idea de la Investigación o Variables	23
-----	--	----

2.2	Planteamiento del Problema.....	23
-----	---------------------------------	----

2.3	Objetivos de la Investigación	38
-----	-------------------------------------	----

2.3.1	Objetivo General:	38
-------	-------------------------	----

2.3.2	Objetivos Específicos:	38
-------	------------------------------	----

2.4	Preguntas de la Investigación.....	38
-----	------------------------------------	----

2.4.1	Interrogantes de la Investigación.....	38
-------	--	----

2.5	Justificación de la Investigación	38
-----	---	----

2.5.1	Justificación Teórica.....	38
-------	----------------------------	----

2.5.2	Justificación Metodológica.....	39
-------	---------------------------------	----

2.5.3	Justificación Académica	39
-------	-------------------------------	----

2.5.4	Justificación Práctica	39
-------	------------------------------	----

2.5.5	Justificación Social	40
-------	----------------------------	----

2.6	Tipo de Investigación	40
-----	-----------------------------	----

2.6.1	Exploratoria	40
-------	--------------------	----

2.6.2	Descriptiva.....	40
-------	------------------	----

2.7	Enfoque de la Investigación	40
-----	-----------------------------------	----

2.8	Modalidad Básica de la Investigación.....	41
-----	---	----

2.8.1	De Campo	41
-------	----------------	----

2.8.2	Bibliográfico y Documental	41
-------	----------------------------------	----

2.9	Hipótesis de la Investigación	41
-----	-------------------------------------	----

2.9.1	Hipótesis General	41
-------	-------------------------	----

2.9.2	Hipótesis Secundaria	41
-------	----------------------------	----

2.10	Diseño Apropriado de la Investigación	42
------	---	----

2.10.1	Experimental	42
--------	--------------------	----

2.11	Población y Muestra.....	42
------	--------------------------	----

2.12	Recolección de Datos	43
------	----------------------------	----

2.12.1	Técnica e Instrumento	43
--------	-----------------------------	----

2.12.2	Validez y Confiabilidad.....	43
--------	------------------------------	----

2.12.3	Plan para el Procesamiento de la Información	43	
2.12.4	Plan para el Análisis e Interpretación de los Resultados.....	43	
CAPÍTULO III			
ESTUDIO EMPÍRICO			45
3.1	Análisis de Datos	46	
3.1.1	Interpretación de los Resultados.....	48	
3.1.2	Presentación de los Resultados.....	62	
CAPÍTULO IV			
DISCUSIÓN			67
4.1	Conclusiones:.....	67	
4.2	Recomendaciones:.....	69	
BIBLIOGRAFÍA:			71
ANEXOS:.....			80

ÍNDICE DE CUADRO

CUADRO 1. Resultado de las encuestas..... 46

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. Rentabilidad del mercado de pasta dental	48
FIGURA 2. Cultura del consumo en las vetas de pasta dental	49
FIGURA 3. Atractivo del mercado para la inversión extranjera directa.....	50
FIGURA 4. Apertura por parte del estado para el libre intercambio entre	
productores y consumidores.....	51
FIGURA 5. Auto reculación de precios de las empresas de pasta dental	52
FIGURA 6. Facilidad de los procesos de importación de pasta dental en el país.....	53
FIGURA 7. Facilidades de comercialización de la pasta dental en el Ecuador	54
FIGURA 8. Competencia de pasta dental en el mercado ecuatoriano.....	55
FIGURA 9. Empresas que venden pasta dental por diferenciación	56
FIGURA 10. Empresas que venden pasta dental por precio.....	57
FIGURA 11. División del mercado de pasta dental.....	58
FIGURA 12. El estado soluciona conflictos y busca el bienestar entre las	
empresas de pasta dental	59
FIGURA 13. Continuidad de trabajo bajo trabas de comercialización e	
importación de pasta dental.....	60
FIGURA 14. Rotación de compra de pasta dental bajo el apoyo del gobierno	61
FIGURA 15. Indispensabilidad de la pasta dental para los hogares ecuatorianos.....	62

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: Encuesta a las empresas de pasta dental	81
ANEXO B: Encuesta a la Asociación PROCOSMETICOS	86
ANEXO C: Poster Científicos	91

RESUMEN

La presente investigación reúne una serie de datos, información y resultados entorno al Pensamiento Capitalista Ecuatoriano, Dimensión Comercio Ecuatoriano de Productos Cosméticos útiles para la creación de nuevas investigaciones, fuentes de consulta y posibles debates. Se analizó a las empresas de dentríficos agrupadas a la Asociación Ecuatorianas de Empresas de Productos Cosméticos e Higiene y Absorbentes bajo la dirección del método científico de Roberto Hernández Sampieri, conjuntamente se entendió como el país adoptó un cultura consumista, explotación sobre los medios de producción, introducción de las empresas extranjeras y la adopción de nuevas formas de calidad, productividad y ventas. Todas las industrias que manejan este ideal económico están regidas por la ley de la oferta y la demanda, la interacción del interés individual, los ajustes del precio, el libre intercambio de bienes y servicios, trabajo remunerado y competitividad no obstante este sistema se basa en la explotación a la clase trabajadora y corta todo mecanismo de ahorro. Los dueños de los medios de producción ganan fuertes sumas de dinero a cambio de la fuerza de trabajo, la persona dueña de la fuerza de trabajo, debe ofrecerla y venderla como mercancía. Esta corriente filosófica encierra ventajas como desventajas como una vez Carlos Marx aseguró. La investigación invita a entender, estudiar y analizar al modelo económico desde una perspectiva nacional y como afecta al comercio de productos cosméticos de pasta dental y además genera un sin número de beneficios, oportunidades e incentiva a la discusión tanto a los participantes como a los lectores.

PALABRAS CLAVES:

- **CAPITALISMO**
- **MEDIOS DE PRODUCCIÓN**
- **COSMÉTICOS**
- **GOBIERNO NACIONAL**
- **COMERCIO ECUATORIANO**

ABSTRACT

This research has a number of data, information and results Capitalist Thought Ecuadorian environment, Dimension Commerce Ecuador Cosmetic useful for the creation of new research, reference sources and possible debates. It was analyzed companies toothpastes grouped the Ecuadorian Association of Productos Cosmetics Hygiene and Absorbents under the guidance of the scientific method Roberto Hernandez Sampieri, jointly understood as the country adopted a consumer culture, exploitation of the means of production, introduction of foreign companies and the adoption of new ways of quality, productivity and sales. All industries that handle this economic ideal are governed by the law of supply and demand, the interaction of individual interest, price adjustments, the free exchange of goods and services, paid employment and competitiveness though this system is based on the exploitation of the working and saving mechanism cuts all kinds. The owners of the means of production earn large sums of money for the work force, the person owning the workforce, should provide it and sell it as a commodity. This philosophical holds advantages and disadvantages as Karl Marx once he said. Research invited to understand, study and analyze the economic model from a national perspective and how it affects the trade of cosmetics and toothpaste also generates a number of benefits, opportunities and encourages discussion both participants and readers.

KEYWORDS:

- **CAPITALISM**
- **MEANS OF PRODUCTION**
- **COSMETICS**
- **NATIONAL GOVERNMENT**
- **ECUADORIAN TRADE**

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1 El Capitalismo

En la prehistoria, el hombre dejó de ser nómada para convertirse sedentario, esta acción marco el comienzo de una era nueva. Los humanos desarrollaron actividades tales como la caza, la agricultura, la pesca, la alfarería, la metalurgia y demás estas actividades productivas produjeron un excedente, las mismas se intercambiaron con otros bienes de similar valor o utilidad a esta actividad se la denominó trueque (Eiroa, 2006).

“Con la aparición de las actividades productivas y el sedentarismo es cuando aparece la necesidad del intercambio de productos, el trueque implica el surgimiento del concepto precio”(Chacón, 2005, p.14).

El trueque se convirtió en el elemento clave para el progreso y bienestar de las comunidades de la mencionada época sin embargo el trueque tuvo dificultades en su tiempo de crecimiento puesto que los bienes no eran correctamente intercambiados con otros tipos de recursos, es decir que el individuo que poseía o fabricaba sandalias y conservaba la necesidad de un pan debía buscar a un panadero que desee intercambiar panes por sandalias, por esta razón las personas buscaron un mejor tipo de cambio o precio por tipo de productos (Humphrey & Hugh-Jones, 1998).

Sin duda este tipo de actividad abrió las puertas al comercio, los pueblos traficaban unos con otros todo tipo de productos muchos de ellos con especialización a la vez se se intercambio todo tipo de cultura o forma de vida de la época sin embargo para realizar esta actividad tenían que valerse de un precio o un tipo de pago (Acosta, 2006).

“Es por ello que se comienzan a utilizar metales preciosos u objetos raros y valiosos como sistema de cambio: desde granos de sal hasta piedras preciosas, pasando por conchas o especias” (Sigale, 2003, p.78).

Se entiende que este tipo de intercambio de bienes surgió de la necesidad de crear una moneda. En la antigüedad se conoció un sin número de monedas desde semillas de cacao hasta monedas de metales preciosos como la plata, bronce y el oro; gracias a la moneda el intercambio de bienes se facilitó y los objetos fueron intercambiados por un justo precio (Rioja, 2014).

Con este tipo de comercio donde un objeto es pagado con un tipo de moneda abrió la puerta a la humanidad para constituir un inteligente método de intercambio de bienes o servicios a nivel mundial donde el precio es el valor referente del mismo y que es regulado por los oferentes y demandantes en un mercado(Astarita C. , 2005).

“Era importante que la moneda fuera divisible, para permitir intercambios pequeños, y que resultara fácil de almacenar y trasladar”(Chacón, 2005, p.22).

La primera moneda cuñada apareció en el siglo VI y VII en la antigua Asia menor, la actual Turquía. La moneda era el medio acordado en una colectividad para el intercambio de mercancías o bienes. El dinero no solo tenía que servir para el intercambio, sino que también era un mecanismo de cuenta, una herramienta para almacenar coste y dar valor a los objetos (Sigale, 2003).

En un inicio las monedas eran el medio de justo intercambio hasta convertirse en el medio de acumulación de riquezas, es decir el que poseía más dinero podía comprar más bienes, así se formó el codicioso deseo de conseguir grandes cantidades de oro y plata. Este estímulo dio paso al descubrimiento de América en el siglo XV y la extracción del oro y la plata del continente americano que posibilitó la acumulación de fortunas nunca antes visto (Bustelo, 1994).

Ojeda (2009) afirma:

Europa adquirió un nuevo valor, el concepto de riqueza, la identificación “riqueza-bienes” desplazada para ocupar su lugar la relación “riqueza – acumulación de dinero o metales preciosos” que se obtenían de la circulación y el intercambio de mercaderías. Esta transformación fue posible con el desarrollo comercial en Europa que había dado lugar al surgimiento de un grupo social dedicado exclusivamente a esas actividades: los comerciantes y mercaderes de la Edad Media (p.1).

La Edad Media fue un periodo de la historia europeo que transcurrió desde la desintegración del Imperio Romano de Occidente, en el siglo V, hasta el siglo XV. La edad media se caracterizó por una lucha incesante de nobles que se unían en sólidos ejércitos, se debían lealtad los unos a los otros y que a su vez todos se comprometían nobleza a su rey (Goff, 2008).

Mientras que los campesinos eran las personas encargadas de cultivar las tierras con el fin de proveer alimentos, todo lo producían era para alimentar a sus señores feudales no obstante los señores intercambiaban estos productos con otros que necesitaban y los monjes eran las personas del clero que se pasaban la vida rezando, estos tres grandes grupos jamás se mezclaban entre sí y cada conjunto dependía del otro para sobrevivir (Riu, 1989).

En aquella época solo los comerciantes eran los que lograban acumular riquezas mientras que las personas de los pueblos y sus familiares poseían recursos muy limitados, estos comerciantes y pocos campesinos escapados de los feudos, pasaron hacer dueños de grandes recursos de tierras, se volvieron fuertes en su actividad económica (Astarita C. , 2005).

“El comerciante se volvió poderoso, mientras que el hombre de pueblo o campesino tuvo recursos limitados en la época del feudalismo” (Klaus, 2007, p.27).

Así se originó el feudalismo en Francia y en los demás países de Europa naciente este fue un sistema social, político y económico predominante en la edad media donde el señor feudal era el encargado de trabajar las tierras del Rey mientras que los campesinos se ocupaba de la agricultura en los feudos y a cambio obtenían el derecho a un pedazo de tierra para vivir y protección de señor feudal ante los peligros de los pueblos bárbaros (Astarita C. , 2005).

“Este sistema se caracterizó por los vínculos de dependencia personal y de una economía basada en el señorío, encabezada por el rey, de quien dependían los vasallos, esta estructura piramidal se encadenaban las dependencias personal hasta llegar a los campesinos” (Gurtler, 1960, p.12).

Se concibe que el feudalismo gozo de madurez hasta el siglo XI, en los siguientes siglos XII y XIII pierde su potencial a causa de las estructuras políticas, sociales y culturales de la edad media como: la monarquía autoritaria, el patriciado urbano y humanismo, y desigualdad además la población de Europa se redujo a causa del agotamiento de las tierras de cultivo, la hambruna, las pestes y enfermedades del siglo XIII (Beaud, 2013).

“La mejora de las técnicas agrícolas y el incremento del comercio hizo que la burguesía presionara la apertura económica, se redujeran los tributos de peaje y se garantizaran nuevas formas de comercio dejando a un lado al feudalismo” (Gonzáles, 2011).

En la aludida época los mercaderes llevaban mercancías a los terratenientes estos artículos eran objetos muy llamativos para los amos del feudo, los señores feudales nunca habían visto dichos objetos, estos les llamaba la atención y a cambio de esos objetos los feudales tenían que pagar con cosas de mejor calidad y precio, claro que ellos no lo sabían, gracias a estos intercambios desiguales los mercaderes terminaban ganando grandes cantidad de dinero (Beaud, 2013).

Los mercaderes empezaron lo que hoy se denomina el capital, ya que conseguían productos a bajos precios y los cambiaban por objetos de mejor calidad, de la misma manera se llevó a cabo una serie de transformaciones económicas que cambiarán radicalmente la vida de la humanidad (Palmade, 1993).

El enriquecimiento personal y el rápido crecimiento del comercio dieron inicio al sistema capitalista, las comunidades y prontas ciudades abrieron las puertas al comercio, la libre circulación de mercancías y ofreciendo una mejor calidad de vida para todos los habitantes generando un desarrollo económico de los territorios (Aguirre, 2013).

Se estima que el capitalismo apareció en el siglo XVI en Inglaterra sustituyendo al feudalismo. Las luchas de clases, intercambio de feudos y causas económicas dieron paso al sistema burgués el mismo que origino la expansión de Europa, el comercio y la acumulación de las riquezas (Beaud, 2013).

Brenner (2000) afirma:

En Inglaterra se genera un cambio de relaciones sociales que dará lugar a los primeros asalariados; este proceso puntual consistió en una lucha de clases entre el campesinado contra los señores. Pero se produjo una alianza entre la nobleza y el rey, con lo que muchos campesinos fueron expulsados de sus tierras. Este hecho fue clave, ya que los campesinos tuvieron la necesidad de salir y vender su fuerza de trabajo, pasando de siervos a asalariados (p.11).

El impulsor de este sistema fue el arrendatario y el comerciante manufacturero sin embargo fue el comerciante quien introdujo la lógica del capital y la importancia de esta en la vida cotidiana de los campesinos que paulatinamente se fueron transformando en pequeños productores de mercancías para ser vendidas y acumular riquezas (Brenner, 2000).

El capitalismo vivió diversas fases, en su evolución la primera etapa es el capitalismo mercantil, aquella que surgió en la edad media como lo hemos

mencionado en toda la reseña histórica expuesta en este documento investigativo, el capitalismo industrial nacido tras la invención de la industrialización o máquinas de vapor y capitalismo actual como un sistema económico poderoso en los países industrializados (Suárez & Espadas, 1990).

Rayón (2010) afirma:

Todo se origina con la revolución industrial. Este término describe los cambios económicos, ambientales, sociales y técnicos que se iniciaron en Inglaterra a finales del Siglo XVIII. Se produjo un proceso de industrialización, la economía dejó de estar centrada en la agricultura y pasó a orientarse a la industria. El paso del sector primario al secundario. Del campo, a los hornos, a la minería, al hierro, la lana y demás (p.14).

Otros autores consideran y amplían que la característica definitoria del capitalismo es la producción industrial o la producción de nuevos objetos en grandes cantidades, donde el trabajo forzoso realizado por los hombres en sus talleres artesanales, es remplazado por las máquinas de vapor inventadas en la época. Gran Bretaña es la pionera en esta revolución (Tortolero, 1998).

Dobb (2005) afirma:

La revolución industrial se va a dar en dos fases. La primera (primera revolución industrial) de mediados del siglo XVIII a mediados del XIX, caracterizada por el uso de la máquina de vapor para mover las máquinas. La segunda (segunda revolución industrial) a finales del XIX y primera mitad del XX caracterizada por las nuevas fuentes de energía (petróleo y carbón) y por otras innovaciones (p.21).

Se acepta al capitalismo como un sistema socio-económico en el cual los medios de producción y distribución son de propiedad privada y con el objetivo de lucrar, este sistema está basado en los derechos individuales y de la propiedad. Todo gira en torno a la cantidad de ingresos de cada sociedad (Lenin, 1917).

“Existe capitalismo dondequiera que se realiza la satisfacción de necesidades de un grupo humano, con carácter lucrativo y por medio de empresas, cualquiera que sea la necesidad de que se trate; especialmente diremos que una explotación racionalmente capitalista” (Weber, 1978, p.31).

Se estima que las decisiones relativas de la oferta, la demanda, el precio, la distribución y las inversiones no serán tomadas por el gobierno, los beneficios se distribuyen a los propietarios que intervienen en empresas, explotan los recursos y a través de los salarios pagan a los trabajadores. El capitalismo es regido por el dinero, la economía de mercado y de los capitales (Meléndez & Colominas, 2000).

El capitalismo mantiene una economía con poderes relacionados, reduce la autonomía de los trabajadores, en muchos de los casos se niega el valor y la dignidad de su trabajo debido a que los capitalistas buscan por encima de todo el crecimiento de los mercados y sus ganancias olvidando que los trabajadores son los pilares de la fabricas (Cueva, 2004).

El capitalista o empresario se apropia de una parte del trabajo del obrero, es decir de un excedente del incremento de valor intrínseco de una cosa, a través de la plusvalía. Por esta razón existe la lucha de clases al enfrentarse los trabajadores con la burguesía, que son los dueños de los medios de producción; la tierra, el trabajo y el capital (Martínez, 2000).

Las empresas se han enriquecido por los núcleos de la sociedad es decir las familias como las generadoras de la economía, en varias ocasiones personas con grandes estudios y poca preparación en formación familiar o conciencia de financiación o acumulación de riquezas gastan sus salarios en productos que los capitalistas producen y venden en el mercado (Claus, Vilaseca, & Gonzalo, 2006).

El auge del capitalismo promuevió incitó a la industrialización y los imperios hegemónicos de lanzarse a la búsqueda de nuevos lugares abastecidos de: materias primas, mercados consumistas, fácil dominación política y económica y poca

participación del estado generando ganancia solo en los grupos dominantes del capital (Supervielle, 2009).

No obstante el sistema capitalismo posee varias ventajas en los países que los practican: el acceso a la propiedad privada, promueve la iniciativa individual, iniciativas de obtención de beneficios, sostiene libertades individuales tales como: la libertad política, religiosa y de género sin olvidar el libre albedrío de ingreso y salida de un país, la libertad de opinión, comunicación y prensa (Wallerstein, 2004).

Se considera que el capitalismo es un sistema u orden social con el único fin de acumulación de enormes cantidades de riquezas. El manejo de su poder está en pocas manos, este mantiene un sistema de explotación asalariada pero este también promueve la libertad del individuo, la creatividad, permite la recreación y la satisfacción personal de necesidades (Jaffe, 2007).

1.1 Teorías del Comercio Internacional

1.1.1 El Mercantilismo

El comercio internacional inició con el mercantilismo dado en el siglo XVII, su ideología era la acumulación de metales preciosos como el oro, la plata y el bronce con el fin de crear un bienestar nacional, estos practicaban el proteccionismo y el esfuerzo de desarrollar actividades productoras y exportadoras (Jerez, 2011).

Escartín (2009) afirma:

La idea básica de los mercantilistas era acumular riquezas de las naciones. Se lograba acumular metales preciosos como resultado de un saldo positivo de la balanza comercial. Supusieron que en el ámbito nacional debería ocurrir lo mismo que en el personal: los individuos se hacían ricos atesorando dinero (p.6).

El mercantilismo fue una asociación de ideas que consideran a los metales preciosos como su único capital y que para que una nación sea más fuerte necesitaba

del oro, la plata y el bronce y por ello el estado debía canalizar mayores exportaciones que importaciones para bienestar del pueblo.

1.1.2 Teoría de la Ventaja Absoluta

El pensamiento de Adam Smith influyó a varios y destacados, filósofos y economistas de épocas consiguientes. El trato varias temas como la libertad económica, la libre competencia, teoría del valor, riqueza de cada nación, división del trabajo, la moneda valor relativo de cambio, el precio real y nominal y los costos de producción (Baltra, 1975).

Gonzáles (2011) afirma:

Smith sostenía que en la ventaja absoluta, con el libre comercio, cada país podría especializarse en la producción de aquellos bienes en los cuales tuviera una ventaja absoluta (o que pudiera producir de manera más eficiente que otros países) e importar aquellos otros en los que tuviera una desventaja absoluta (o que produjera de manera menos eficiente) (p.103).

Adam Smith junto con David Ricardo son los más famosos clásicos del capitalismo, en su libro “La Riqueza de las Naciones” explica algunos supuestos bajo el comercio libre cada nación es capaz de producir un bien con la mayor especialización posible y que en la mayoría de los casos estas naciones importarían mercancías que no pudieran producir en su propio país o que los costos para producirlos son muy elevados. Los factores determinantes son el trabajo y la movilidad de sus carreteras (Krugman & Wells, 2007).

1.1.3 Teoría de la Ventaja Comparativa

El autor de esta teoría es David Ricardo, oriundo de Inglaterra cuna del capitalismo en el siglo XIX tomo sus referidos de Adam Smith en su teoría. David Ricardo menciona que la teoría absoluta es muy general que el mercado internacional también está regido por la diferencia de los costos de trabajo y el costo relacionado

con el intercambio entre países, los argumentos de esta ley ha permitido refutar con efectividad las razones del comercio internacional (Sanjinés, Vargas, & Herrera, 2002).

“No es necesario que haya ventaja absoluta en la producción de un bien para que se genere el comercio internacional, los países pueden exportar bienes con desventaja menor y llegar a la especialización de dichos bienes” (Luna, 2007, p.38).

Los países se especialicen de acuerdo a sus ventajas comparativas donde incurren menores costos de oportunidad frente a los otros países, entendiéndose como costo de oportunidad como aquella otra opción a lo que se renuncia al tomar una decisión sin embargo los países importaran bienes que son capaces de crear en su territorio.

1.1.4 Teoría de la Combinación de los Factores

Esta teoría fue analizada después de la teoría de David Ricardo la misma menciona sobre el comercio entre países dependerá de la combinación de varios factores como la competencia perfecta, el nivel de tecnología, los costes de transporte y barreras, gustos, preferencias y demás (García S., 1994).

El trabajo no es el único factor de producción en una empresa comprender también: la tierra, el personal y el capital. A pesar que varios economistas de ese tiempo expusieron sus ideas para la mejoría de los países en la actualidad se siguen estudiando, hablando y adaptando estos importantes aportes (Luna, 2007).

“El comercio de los bienes depende de la combinación de los factores que se realice en cada país, ese análisis comprende la competencia perfecta, cantidades dadas de factores, nivel de tecnología, cero costos de transporte y factores de cada país” (Luna, 2007, p.39).

Para explicar la situación con costes crecientes, se señaló que el comercio internacional se debe a que los factores varían en calidad de país a otro y existen costes crecientes conforme un país se especializa es decir que estos costes dan lugar a una curva de posibilidad de producción doblada hacia fuera (Luna, 2007).

La curva de indiferencia se puede determinar algunas conclusiones en especial cuando se habla de un consumidor exclusivo, el estudio también se refiere a que si las líneas son convexas o se cruzan entre sí, las curvas más altas son sinónimo de bienestar, utilidad e ingresos pero este factor no es el único que incide, el tipo de cambio o las devaluaciones de las monedas también son un factor influyente en las exportaciones como en las importaciones (García S., 1994).

1.1.5 Teoría del Valor Subjetivo

Esta explica que los valores de los factores de producción de un bien solo expresan el valor objetivo y las personas son las que atribuyen un valor distinto a las cosas cuando ven que ese bien les sirve de una forma en especial, ese valor subjetivo impuesto por algunos es superior a los costos de producción (Zorrilla, 2004).

“No existe la valoración objetiva. Siempre será subjetiva, pues resulta de la apreciación personal arbitraria de uno o algunos sujetos, es decir, la botella de agua vale más que un diamante en el desierto” (Luna, 2007, p.40).

Una mercancía o valor de uso puede satisfacer diferentes necesidades humanas de acuerdo con sus características y propiedades específicas. Los bienes útiles para los individuos han cumplido diversas necesidades promoviendo así que los sujetos otorguen un valor subjetivo a las mercancías y por ellos paguen lo que sea necesario por obtener dicho bien (Colomer, 1987).

1.1.6 Teoría de la Brecha Tecnológica

La teoría de la brecha tecnológica esta basada en la imitación e innovación en un pelea constante de bienes donde el líder tecnológico crea un bien que al ser expuesto en el mercado tendrá un rápida aceptación y su competencia copiara dicho bien mejorando las falencias que el bien primero posee, esta acción se convierte en un círculo de actualización y competencia constante (Ortiz, 1999).

Jiménez (2013) afirma:

Gran parte de las exportaciones de los países industrializados se basa en el desarrollo de nuevos productos y procesos de producción. Estos factores le dan al país un monopolio temporal, que durara hasta que otro país copia la tecnología y venden a precios inferiores. Mientras tanto, el líder tecnológico puede haber introducido productos y procesos productivos aún más nuevos (p. 12).

Esta teoría fue creada en 1961 y manifiesta: los países como Estados Unidos posee una ventaja comparativa en sus productos debido a que ese país invierte grandes cantidades de dinero en investigación y desarrollo. Esto lleva a que sus productos manufactureros sean creados con grandes escalas de tecnología(Balra, 1975).

1.1.7 Teoría del Deterioro de los Términos de Intercambio

Es expuesta por el economista argentino Raúl Prebisch en el año de 1947, la equivalente declara que los países de menor desarrollo relativo se encuentran en una desventaja frente a los países de alto desarrollo relativo debido a que estos gigantes comerciales incrementa el precio y mantienen el volumen, mientras que los países en bajo desarrollo aumentan su volumen pero su precio siempre dependerá del mercado internacional (Rodríguez, 1993).

“A pesar de que el proteccionismo y las subvenciones de los países desarrollados profundizaban el deterioro de los términos de intercambio. Prebisch pensaba que

aunque se eliminara el proteccionismo la tendencia no se eliminaría” (Astarita, 2000, p. 31).

El proteccionismo provocaría una situación de crisis recurrentes en el sector externo de la economía además ayudaría a la caída del valor de las exportaciones frente a las importaciones y así muchos países acudirían al endeudamiento externo para sostener y regenerar la economía nacional (Bustelo, 1994).

Luna (2007) afirma:

La teoría del deterioro de los términos posee una fórmula de cálculo, la relación real intercambio se afecta según la fórmula: $(RR) = p_x/p_m$, sabiendo que p_x y p_m son índices (exportación e importación). Hay deterioro cuando desciende el cociente, aun cuando ambos índices puedan incrementarse (p. 44).

Las discusiones previas a la creación de la CEPAL señaló, que existía varios problemas con los países subdesarrollados desde el ángulo de los países altamente desarrollados de Europa y América; el problema fundamental de los países de América Latina era su necesidad de lograr una tasa acelerada de recuperación de los efectos de la guerra, de desarrollo económico y de industrialización (Astarita R. , 2000).

1.1.8 Modelo de Sustitución de Importaciones

Este modelo está en presencia en el Ecuador, el presidente Rafael Correa expone que el país es un exportador de materias primas y que la nación necesita producir dentro del territorio bienes o insumos que exige la población ecuatoriana, para eso incentiva a las empresas con créditos de fáciles pago, programas de emprendimiento y becas para mejorar al talento humano (Anda, 2005).

“América Latina y el Caribe inauguran el proceso de sustitución de importaciones, siguiendo el ejemplo de Norteamérica, Francia, Alemania, que luego

se vierte en el esquema teórico de la CEPAL bajo la lúcida conducción de Raúl Prebisch” (Santos, 2006, p.212).

Este es un modelo económico desarrollado por los gobiernos de los países de Latinoamérica con el fin de reducir el volumen de las importaciones con demanda interna suficiente, esta busca políticas industriales de subsidios, altos aranceles a de importación y crear plantas de bienes sustitutos (Krugman & Wells, 2007).

1.1.9 Teoría Macroeconómica Keynesiana

Las aportaciones generales a la política económica keynesiana estaban basadas en la variable fundamental que mueve una actividad económica es lo que John Maynard Keynes identificaba como el Estado y que puede intervenir para incrementar la demanda efectiva en época de crisis (Baltra, 1975).

“Keynes fue un economista inglés que impuso una nueva forma de pensar la economía capitalista instaurando un marco teórico que traería aparejadas renovadas políticas” (Díaz, 2009, p.41).

Keynes pensaba que la demanda global está formada por los bienes de consumo de las familias, las demandas de bienes de inversión de las empresas, la demanda del sector público a través del gasto público y por la demanda de los mercados internacionales a través de las exportaciones visualizada en la siguiente formula: $Dg = C+I+G+Ex$ (Spencer, 1993).

La fórmula de John Maynard Keynes fue creada para combatir los dos problemas de cualquier economía que son: el desempleo y la inflación; para Keynes la mejor forma de combatir el desempleo era subir la demanda global con la estimulación del consumo bajando impuestos o tasas directas y así las familias tendrán más dinero para consumir, bajar los intereses o costes de dinero con el fin que los empresarios inviertan más (Luna, 2007).

El gasto público debía ser aumentado a través de la administración pública de los presupuestos generales del estados con el fin de crear más escuelas más hospitales y demás y finalmente fomentar las exportaciones mediante la disminución del tipo de cambio, entendiéndose que la suma de estos factores combatirán el desempleo. (Díaz, 2009).

En cambio para combatir la inflación se debía hacer absolutamente todo lo contrario es decir que los factores para que una economía tenga inflación son debido a que los precios suben porque sube a demanda (Sotelo, Hierro, & Cáceres, 2003).

Se debe bajar el consumo subiendo los impuestos, baja la inversión subiendo los tipos de interés, disminuyendo el gasto público con la ayuda de las administraciones y promoviendo una elevación del tipo de cambio además John Maynard Keynes plantea que la inflación y el desempleo no puede coexistir estas teoría keynesiana funciono perfectamente en los años 1945 hasta 1973 (Cabrera, 1999).

La intervención económica propuesta por John Maynard Keynes es muy diferente a las otras que mencionan la libertad, competitividad, flexibilidad y racionalidad esta propone teorizar la conflictiva situación; plantear correctivos que eviten el deterioro del sistema; mejorar el funcionamiento de la empresa y tratar de conseguir el deseado crecimiento económico (Chininín, 2008).

Keynes también afirmaba que la ocupación no depende ni de las variaciones en los salarios ni la flexibilidad del tipo de interés sino de la demanda efectiva es decir que el aumento producido en la oferta automáticamente provocara un incremento de similares proporciones de la demanda y del nivel de ocupación (Baltra, 1975).

Además este autor pensaba que las funciones de oferta y demanda globales, determinarán el nivel de ocupación, el aumento de la ocupación corresponde a un aumento de ingreso con el respectivo aumento del consumo y por ello se debe existir un volumen de inversión, que baste para absorber el excedente que arroja la

producción total sobre lo que la comunidad decida consumir (Sotelo, Hierro, & Cáceres, 2003).

1.1.10 Teoría de la Integración Económica Mundial

Este modelo económico se basa en el desarrollo de dos o más naciones que deseen acelerar la liberación recíproca del comercio, generar economías de escala, bienestar interno, fuentes estables de trabajo asalariado y un progreso conjunto acelerado del avance de sus economías (Baltra, 1975).

“La Teoría de la Integración Económica trata de conocer y comprender los cambios que se producen como consecuencia de la unificación de los mercados de diversos países en sus distintas fases o grados” (Balassa, 1980, p.234).

Luna (2007) afirma:

Los nuevos términos del intercambio, son: proteccionismo y restricciones mayores al comercio, diferente capacidad de uso de los factores por parte de los países desarrollados y los subdesarrollados, modificaciones en la estructura monetaria y financiera mundial, producción hidropónica, reciclaje de materias primas, robotización, nuevas estrategias de las empresas transnacionales, diferente velocidad de desarrollo tecnológico entre los diversos grupos de empresas y países (p.47).

Se estima que los países pretenden beneficiarse mutuamente a través de la eliminación progresiva de barreras al comercio. Cuando la integración económica aumenta, las barreras al comercio entre mercados disminuyen. La integración consiste en eliminar, de manera progresiva, las fronteras económicas entre países sin embargo muchos autores consideran que este modelo está en decadencia como la Unión Europea (Balassa, 1980).

1.1.11 Teoría del Ciclo de Vida del Producto Internacional

A mediados de los años sesenta Raymond Vernon expuso dicha teoría, mencionando que la nación que crea un producto cobrara precios relativamente elevados, con el tiempo la demanda es más amplia y acumula poder en otros países dejando que el producto madure, el mismo se vuelve más estandarizado y con costos más competitivos.

“Esta teoría es de corto plazo y esencialmente dinámica, la duración del liderazgo dependerá del crecimiento de la demanda en los mercados extranjeros y el movimiento de los mercados” (Luna, 2007, p.48).

Según este modelo, numerosos bienes pasarían a través de un ciclo a nivel internacional que comprende cuatro etapas a lo largo de su desarrollo como son: introducción, desarrollo, madurez y declive. Este modelo postula y enfatiza la innovación constante del producto y así mejorar el comercio internacional (Aranda, Zabalza, & Martínez, 2006).

1.1.12 Teoría de la Competitividad

Este modelo fue expuesto por Michael Porter el mismo menciona que la competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una unidad de trabajo o de capital. La productividad es la función de la calidad de los productos (de la que a su vez depende el precio) y de la eficiencia productiva. Por otro lado, la competitividad se presenta en industrias específicas y no en todos los sectores de un país (Martínez A. , 2000).

Luna (2007) afirma:

En cualquier sector, sea este nacional o internacional se compone de cinco fuerzas competitivas: las amenaza de nuevas incorporaciones, la amenaza de productos o servicios sustitutos, el poder de negociación de los proveedores, el

poder de negociación de los compradores, la rivalidad entre competidores existentes (p. 50).

El profesor Michael Poter menciona en su modelo temas de competitividad con importantes innovaciones como la cadena de valor, el modelo de las cinco fuerzas, los clusters, los grupos estratégicos y los conceptos mismos de ventaja competitiva y estratégica.

Siempre desde una orientación finalista, el catedrático Michael Porter ha ido colocando con su pensamiento económico, cada vez más el descubrimiento y estudio en el entorno social de compañías y corporaciones alrededor del mundo (Kotler & Lane, 2006).

1.2 Teoría de la Belleza, la Estética y la Cosmetología

A lo largo de la historia la humanidad ha querido exponer el significado de belleza, estética y cosmetología sin embargo solo los sofistas, los sabios por naturaleza son los encargados de estos temas, los más destacados miembros de la sofística fueron: Protágoras, Gorgias, Hippias, Pródico, Trasímaco, Critias y Calicles (Calvo, 1986).

“La percepción de belleza tiene más que ver con lo que sostenían los sofistas, cuando aseguraban que lo bello es lo que da placer a la vista y al tacto” (Avila, 2013, p.22).

Siendo así que cuando Platón hablo de belleza, no se está narrando únicamente a aquello que da placer sensual y que encanta a los sentidos, sino a todo lo que causa aprobación o admiración, lo que hipnotiza y atrae en cualquier de sus formas (Paillot, 1998).

“Todos estaríamos de acuerdo en que sin importar cuánto placer nos comportan cosas como la fama, la salud, la bebida o la comida, éstas no pueden ser consideradas todas ellas como placeres estéticos” (Kitarō, 1945, p.101).

El sentido que tiene la belleza junto con la estética es un mero sentido de placer como cuando se siente un placer egoísta sin embargo no todos los placeres de la vida reflejan belleza o estética se necesita de una serie de factores y leyes para denomina que algo es estético o bello (Wilhelm, 2004).

1.2.1 Teoría de la Belleza

Henry Rutgers Marshall desarrolló su teoría de la belleza como “placer estable”y menciono que la belleza está asociada a la hermosura, una apreciación subjetiva: lo que es bello para una persona, puede no serlo para otra. Con todo, se conoce como canon de belleza a ciertas características que la sociedad en general considera como atractivas, deseables y bonitas.

“Aquellos placeres de los que podemos decir que son estéticos lo son (relativamente hablando) como placenteros permanentemente en la memoria, la belleza es una noción abstracta, experiencia sensorial o sentimiento de satisfacción” (Terrada, 2008, p.62).

Mientras que las sensaciones ordinarias placenteras rápidamente pasan por la saciedad de los apetitos psicológicos, la belleza del arte produce una relativa permanencia o un placer estable que no se sacia cuando se disfruta, como escribe Marshall en 1950 en varios de sus libros (Maturo, 1999).

Se dice que un objeto que es bello porque siempre parece producir deleite en la impresión que nos causa o en la reminiscencia que queda en su contemplación, se describe a la belleza como un placer sensitivo y no todos están de acuerdo que los placeres de la sociedad son bellos (Ramírez, 1988).

1.2.2 Teoría de la Estética

La estética es la disciplina o teoría del arte encargada de estudiar lo que es bello en el arte y en la naturaleza, esta expone las apreciaciones de lo que es dotado de hermosura y que posee fealdad bajo conceptos profesionales estéticos y normas universales de esta ciencia (Souriau, 1998).

“La estética tiene como finalidad mostrar si los objetos son percibidos de un modo particular (el modo estético) o si tienen, en sí mismos, cualidades específicas (estéticas)” (López, 1991, p.1).

El filósofo Theodor Adorno expone un libro sobre la teoría de la estética, él afirma que la belleza artística es superior a la natural por la presencia del espíritu y de lo humano, conjuntamente Adorno exhibe que la negación de la belleza natural se entiende como herida, el hombre niega que es naturaleza, y se afirma como siendo solo espíritu. El arte es imitación de la naturaleza y los diferentes modos de aprehensión y creaciones de las realidades bajo los esquemas de belleza (Adorno, 2004).

1.2.3 Teoría de la Cosmetología

La necesidad de pintarse existió desde la prehistoria, las antiguas tribus usaban pigmentos de plata, arcilla y aceites vegetales como maquillaje. Ellos se colocaban estos productos en la cara y el cuerpo con el fin de mostrar jerarquía, respeto y apariencia. Estas tribus con pigmentos en sus caras expresaban roles importantes en la sociedad por otro lado los egipcios dieron un gran aporte al maquillaje inventando el delineador de ojos (Wilkinson, Moore, Rodríguez, & Rodríguez, 1990).

Los egipcios se apasionaron con la estética y la belleza a lo largo de su vida en la tierra. En el año 500 antes de Cristo se encontró en la tumba de sumerios Shub-Ad numerosos utensilios de belleza y tablillas que describían antiguas fórmulas para preparar aceites y ungüentos (Adorno, 2004).

“Guardaba cremas de belleza y pasta dental en cajas de malaquita. En la tumba de Shub-Ad se encontró una concha con un colorante verde que usaba para maquillarse los ojos”. (Roger, 2012, p.2).

Los hombres de babilonia como los egipcios maquillaban sus ojos con Khol para reducir el efecto de sol en sus ojos, mientras que las mujeres egipcias se hidrataban la piel con leche de burra, ungüentos y aceites además cuidaban su cabello con tratamientos capilares, trataban la caspa y perfumaban a sus momias con líquidos de flores y lirios (Stewart & García, 2008).

En el siglo I en Grecia surge la industria de los productos de belleza, las mujeres matizaban sus rostros con colores blanco, oro y rojo, teñían su cabello y cejas, alargaban sus pestañas y marcaban el contorno de sus ojos con kohl al igual que los antiguos egipcios (Beardsley & Hospers, 1988).

En la edad media, los cánones o patrones de la belleza dio un gran giro y abrió paso a una nueva de tendencia donde la moda era la piel pálida, esta se convirtió en signo de alta sociedad incluso muchas mujeres se provocaban sangrados con el fin de verse pálidas y bellas (Avila, 2013).

En el año 1700 en Japón aparecieron las geishas y su famoso maquillaje blanco, lápiz, labiales a partir de pétalos de cártamo, pinturas para las cejas y ojos todas ellas lucían hermosas para los hombres japoneses, incluso en la actualidad se sigue manteniendo este tipo de maquillaje en Asia (Beardsley & Hospers, 1988).

El tiempo ha cambiado pero sigue el deseo de maquillarse, los cosméticos han evolucionado y muchas marcas internacionales con el uso de la tecnología han desarrollado sofisticadas líneas de cosméticos e insumos provenientes de la naturaleza con el fin de resaltar las facciones de cada una de las mujeres y hombres y su deseo de verse más atractivos (Tatarkiewicz, 2004).

Hoy en día la pregunta es ¿Porque se maquillan las mujeres? muchas de ellas en una entrevista realizada en la ciudad de Lima-Perú respondieron: “nos mejora el autoestima”, “nos hace sentirse más hermosas en la observancia y aceptación de la sociedad”. Se entiende que el maquillaje es una alidada de la autoestima femenina y masculina tanto en siglos pasados como los presentes (López A. , 1998).

Los cosméticos son productos o bienes suntuarios utilizados en su mayoría por mujeres sin embargo en Europa los hombres también usan maquillaje; estos bienes se utilizan para la higiene corporal o para mejorar la apariencia, especialmente del rostro, por lo general son mezclas de compuestos químicos, algunos se derivan de fuentes naturales, muchos otros son sintéticos y perjudiciales para la salud humana (Zátonyi, 2002).

Uno de los casméticos más usado por los ecuatorianos es la pasta dental, esta es una especie de crema o gel que se emplea para la limpieza de los dientes. Gracias a la pasta dental, se suele aplicar sobre un cepillo para frotar luego la dentadura y así conservar la salud bucal (Lindhe, 2009).

El dentífrico o pasta dental suele contener flúor como monofluorfosfato de sodio ($\text{Na}_2\text{PO}_3\text{F}$), arcilla, un poco de cuarzo, fluoruro de sodio (NaF) y el mineral más importante, calcita. La primera pasta dentífrica fue creada por los egipcios hace 4000 años y era llamada clisterate. Para fabricarla se mezclaba piedra pómez pulverizada, sal, pimienta, agua, uñas de buey, cáscara de huevo y mirra. No obstante el dentífrico no sería de uso común hasta el siglo XIX (Bordoni, Escobar, & Mercado, 2010).

La pasta dental en este siglo es un bien cosmético de uso diario, todas las personas usan el dentrífico para mejorar su apariencia personal e higiene bucal y más el Ecuador que esta cambiando sus hábitos de consumo y aseo diario, estos cambios atraen a muchas empresas dedicadas a la comercialización e importación de la partida arancelaria 33.06.10.00.00 (Lindhe, 2009).

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

2.1 Idea de la Investigación o Variables

El Pensamiento Capitalista Ecuatoriano. Dimensión Comercio Ecuatoriano de Productos Cosméticos.

2.2 Planteamiento del Problema

En 1778 el libre cambio comercial entre España y las colonias fue autorizado por el Rey Carlos III con las denominadas “Reformas Borbónicas” las mismas contribuyeron a la creación del poder latifundista, expropiación de tierras y la explotación agraria de grandes extensiones de cultivos en el Ecuador (Estrella, 1982).

El último período de la dominación colonial española a la independencia, en la Audiencia de Quito, produjo una serie de cambios tales como: crisis económica en el sector manufacturero textil en el centro norte, en la sierra sur y norte gozó de una estabilidad gracias a la exportación de la cascarilla. La producción de diversos tejidos de baja calidad con precios competitivos, la producción agrícola y ganadera y el litoral creció por la bonanza cacaotera de 1765 (Webster, 1999).

Para finales siglo XVIII se produce la decadencia en España, este fue un fenómeno irreversible a causa de su creciente desorganización política, administrativa, crisis financiera y declive de su periodo marítimo miliar. Todo esto sucede frente al vigoroso ascenso de los enemigos de este país; Inglaterra y su expansión gracias a la revolución industrial(Chininín, 2008).

Así empezó a configurarse el poder latifundista, los herederos de los colonizadores acentuaron su poder y continuaron con la explotación a los nativos, en aquel entonces los criollos arrebataron tierras a los indígenas imponiendo un nuevo

orden latifundista el mismo que les otorgaba elevado prestigio social y decisivo poder político en el país (Moncada J. , 1982).

El Ecuador se convierte en república independiente para el año 1830 con tres poderes básicos: Quito y la región sierra que se basaría en su poder hacendario, Cuenca la región centro sur con su pequeña propiedad agrícola, artesana y rezagada y Guayaquil con el gran latifundio y centro de actividad exportador del litoral ecuatoriano, estos tres departamentos contribuyeron al desarrollar primario exportador (Moncada J. , 1990).

Así el país fue adoptado poco a poco un nuevo esquema económico internacional y una nueva presión capitalista, está a su vez dirigida por las necesidades metropolitanas de alimentos, materias primas y los mercados de exportación trazaron el curso del progreso y economía de América latina y el Ecuador. La inserción del país al nuevo esquema internacional diseñado por el capitalismo industrial se cumplió tardía y morosamente, en vista de las particularidades económicas de la nación (Chininín, 2008).

Los rasgos de la economía ecuatoriana en la vida republicana irían, progresivamente articulándose sectorial y espacialmente bajo un doble carácter, el primero la economía serrana con un modelo limitado y flexible y la región costera con un pujante modelo internacional, división del trabajo y el comercio de importaciones y exportaciones (Moncada J. , 1990).

El modelo exportador constituyó la clave de la unificación Sierra-Costa que cumplió tardíamente una doble presión capitalista y el centro hegemónico para satisfacer las necesidades del productor primario con varios productos de la capitalización de la agricultura costeña (Chininín, 2008).

En la época del general José María Urbina, ex presidente de la República del Ecuador, incentivo al comercio internacional, suprimió impuestos sobre los derechos de exportación de productos nacionales y aumento la producción cacaotera para esto

invertieron algunos capitales en el tráfico de la cascarilla con lo cual se dinamizó la economía de la sierra sur (Borja, 2010).

Sin embargo el periodo presidencial de Urbina se caracteriza por un sin número de tensiones y crisis entre la Costa y la Sierra a causa de políticas proteccionistas a la manufactura, políticas favorecedoras a los exportadores e importadores costeños, impuesto sobre la propiedad y migración de la población serrana a la costa despojando de tradiciones e identidad cultural a la región sierra (Torres, 2011).

La región costa o sector agro exportador iba creciendo paulatinamente junto con la especialización del trabajo de varios pobladores del territorio y emigrantes serranos; la región costa estaba estrechamente vinculado con el mercado mundial por su exuberante exportación de cacao pero nada favorecedoras importaciones de mercancías lujosas o bienes transformados con materias primas nacionales, así nació un clase “rentista y parasitaria” que solo robusteció a un capitalismo más autónomo (Acosta, 2006).

Sin embargo a finales del siglo XVIII el rublo más importante del Ecuador fue del cacao, este fue uno de los más importantes hechos económicos del país y su vertebración definitiva al mercado mundial o internacional a través de un producto agrícola: el cacao. El desarrollo de la producción de cacao se explica gracias a las condiciones de producción sobre la costa Ecuatoriana, el país producía otros productos pero el cacao ocupó el lugar principal (Chininín, 2008).

Se esta al tanto que el país venía cultivando cacao desde el siglo XVI y finales del mismo se tomó las riendas de exportación hacia los mercados internacionales no obstante gracias a estudios de PRO ECUADOR y el Instituto de los Andes Perú menciona que los Mayas y los Incas comenzaron a cultivas el árbol de cacao hace 400 años A.C. en América Central y Sur (Clement & Pool, 1999).

En los años de 1820, 1821, 1822, 1823, 1824 y 1825 el cacao represento el 50%, 64.4%, 67.2%, 53.5%, 42.9% y 37.5% respectivamente de aumento de las cargas de

exportación provocando un adelantado y crecimiento la economía del país año a año, Guayaquil fue la propulsora de una sociedad conexas al mercantilismo (Becerra, 1994).

La demanda creciente de cacao en el mercado internacional incremento el volumen de exportaciones de este producto en el país, Inglaterra, Alemania y Estados Unidos eran los destinos de exportación de la fruta. El promedio anual de las exportaciones de 1852 a 1878 fue de 3'435.270 dólares, el promedio anual de las exportaciones de la década de 1879 a 1888, fue de 7'002.350 dólares (Verdesoto, 1999).

El boom habría de continuar para la siguiente década de 1889 a 1898 en la que se exportó un promedio de 7'189. 260 dólares. Se puede deducir que hubo un boom de corta duración de 1879 a 1880 y luego un cierto descenso, siendo el promedio de las exportaciones de los cinco años 1881 a 1885 de 5'29.720 dólares (Moreno, 1999).

La producción de cacao se estancó por la fiebre amarilla que atacó a Guayaquil, pocas inversiones y tiempo por parte de los agricultores y dueños de las haciendas cacaoteras. A pesar de esto los mercados internacionales siguieron demandado del cacao ecuatoriano para producir el popular chocolate y como consecuencia se observa un paulatino crecimiento y recuperación de la producción cacaotera. Los principales destinos de exportación fueron Alemania, Estados Unidos, Francia e Inglaterra (Martínez A. , 2000).

El Ecuador vivía un esquema no cultivador y exportador porque en la mitad del siglo XVIII el 50% del total de las exportaciones del país eran de cacao y finales del mismo la cifra aumento al 64%, la nación siguió enviando buques llenos de carga incluso los manabitas producían en la zona Chone y exportaban desde el puerto Bolívar (Romo, 2004).

En el gobierno del ex presidente Fráncico Robles en 1859, el Ecuador sufre una crisis de integración nacional, oposiciones conservadoras, invasión peruana y

desmembramiento de los gobiernos locales para pertenecer a Colombia y Perú. Luego de algunas batallas y enfrentamientos con el objetivo de la unidad nacional se alcanza la estabilización nacional con el ex presidente García Moreno (Galarza, 2000).

El Presidente interandino impulso la creación de los primeros bancos en el país a base de la expansión económica con la emisión de moneda y billetes, racionalización y movilización del cobro de impuestos, aumento de la exportación de cacao, reorganización de los mercados, apertura de nuevas alternativas de producción y se estimuló modernización de la agricultura y ganadería (Polivio & Basantes, 2003).

En este negocio existían personas que financiaban la producción y exportación de cacao todos estos en calidad de productores adinerados sin embargo en los períodos de 1868 a 1894 paso a manos del Banco del Ecuador y luego al Banco Comercial y Agrícola mientras tanto los siguientes gobiernos comprendidos de 1868 a 1920 con 11 presidentes al poder se aventajaron del dominio económico del cacao nacional (Meza, 2006).

El número de quintales de cacao producidos pasó de 372.433 a 578.626 en los años 1890 al 1899, lo que significó un crecimiento anual promedio de 12,3% a pesar de varias inestabilidades políticas el cacao era un negocio rentable por la baja inversión de capital y tecnología junto con la explotación de mano de obra barata con relaciones pre capitalista sin olvidar que los obreros o peones de las haciendas de cacao jamás dejaron sus puestos para los enfrentamientos de la época (Lucas, 2014).

Todo era fructífero incluso en el año de 1890 los ecuatorianos logran cosechar un nuevo record de 400.000 quintales con precios estables, las empresas chocolateras demandaban cada vez más cacao favoreciendo la balanza comercial, la mayoría de las provincias del litoral eran prosperas por la producción de cacao (Báez, y otros, 1999).

Empero para finales del siglo XIX y a principios del siglo XX Ghana y Nigeria se colocaron en la agresiva competencia al país junto con Brasil y África todos estos países hicieron que el Ecuador pierda poco a poco el liderazgo e interés de exportar cacao (Becerra, 1994).

En el siglo XIX gracias a la revolución industrial el Ecuador percibe su primer auge gracias a la tecnología introducida como los buques a vapor que acortaban distancias y otros artefactos que facilitaban las acciones de limpiar, tostar, moles, prensar y refinar el grano para obtener chocolates sólidos y líquidos, en el mismo siglo el país ya contaba con una demanda Holandesa de sus respectivas 27 empresas chocolateras (Salazar, 2005).

Por primera vez en la historia las exportaciones de cacao se incrementaron al 100% en los años de 1894 y 1904, el Ecuador se convierte de uno de los mayores exportadores de cacao del mundo reconocidos por su único aroma y sabor; al cacao nacional se lo denominó “Pepa de Oro” y el país pasó a ocupar el 30% del total de la producción mundial de cacao (Holguín, 2005).

El cacao era “la niña de los ojos” del país gracias a estos ingresos el Ecuador logró fundar infraestructura como el ferrocarril, muelles en el malecón de Guayaquil, luz eléctrica, medios de transporte público, servicio de teléfonos, pavimentaciones de varias avenidas y calles, instalación de agua potable y edificación de hospitales (Becerra, 1994).

Para el año de 1914, la primera guerra mundial, engendró una decadencia de precios en el cacao afectando significativamente a los exportadores del país, la Unión Europea era uno de nuestros principales socios comerciales, afectado por las guerras dejó de solicitar la producción de cacao (Cabrera, 1999).

A partir de 1917 las exportaciones del cacao, la Pepa de Oro, comenzó a tener problemas por la confrontación bélica de Europa y la apertura del Canal de Panamá

que por dichas guerras los trasportes marítimos no arribaban al país (Polivio & Basantes, 2003).

El Gobierno de José Luis Tamayo afronto en los años de 1920 a 1924 una inflación, caída de la moneda y pérdida de los trabajos vinculados con el cacao, la situación por la que atravesaba el país tuvo su repercusión a nivel político y social, así surge una huelga el 15 de noviembre de 1922 realizada por la Confederación Obrera de Guayaquil que terminó con una sangrienta represión contra los trabajadores (Guamán, 2002).

En los siguientes gobiernos desde 1924 a 1948 el Ecuador tuvo 10 presidentes en el poder todos ellos continuaron con la inestabilidad política, enfrentamientos, desigualdades de la costa con la sierra y el desbocamiento del modelo agro exportador basado en la exportación de cacao que paulatinamente iba perdiendo importancia junto de múltiples protestas nacionales (Figueroa, 1996).

La incuestionable crisis había comenzado e iba a tener un largo período, si bien en el espacio nacional había dado una caída en las exportaciones de cacao por el aparecimiento de ciertas plagas y la crisis mundial de 1929 a 1933 que impacto cruelmente en la economía ecuatoriana (López J. , 2008).

De 1948 a 1960 cobró estabilidad política en el Ecuador con tres gobiernos elegidos democráticamente: Galo Plaza de 1948 a 1952, Velasco Ibarra de 1952 a 1956 y Camilo Ponce de 1956 a 1960, y que terminaron sus períodos de excelente forma por el aumento de las exportaciones, estabilidad de los costos de la vida, reducción del poder electoral conservador, desarrollo de una burguesía serrana, incorporación de la clase media al sistema y descenso de fuerza de izquierda (Chininín, 2008).

El país estaba listo a experimentar la aparición de un nuevo boom: el banano. Esto gracias a la coyuntura favorable del mercado mundial. Para el siglo XX se encuentra información estadística de la actividad del banano, debido al excedente del

consumo interno y exportación a Estados Unidos, Perú y Chile, sin embargo en la provincia del Oro se obtiene registro de producción y exportación a estos destinos desde el siglo XIX (Acosta, 2006).

El país estaba listo para experimentar la aparición de un nuevo boom: el banano. Esto gracias a la coyuntura favorable del mercado mundial. Para el siglo XX se encuentra información estadística de la actividad del banano, debido al excedente del consumo interno y exportación a Estados Unidos, Perú y Chile, no obstante en la provincia del Oro se obtiene registro de producción y exportación a estos destinos desde el siglo XIX (Martínez R. , 2009).

En los primeros años de la década de los 40 la exportación y explotación de banano no tuvo relevancia social, en 1947 y en forma sistemática en 1948 esta fruta se convierte en el eje de la economía nacional puesto que represento para el país un incremento de las exportaciones y mayor acumulación del capital (Anda, 2005).

Este nuevo producto de exportación se convertiría en la guía de la modernización relativa de la estructura socio-económica en el tema del agro fuente principal generadora de empleo, superación de la crisis del cacao, mayor integración del Ecuador al sistema capitalista mundial y restablecimiento de la vinculación internacional del país gracias al gobierno del ex presidente Galo Plaza Lasso quien fomento la producción y exportación del banano (Vidal, 2004).

Las estadísticas del movimiento bananero no estaban expresadas en toneladas métricas más bien se encontraban en número de racimos siendo así que no se puede concebir una evaluación exacta del volumen de exportaciones ya que en los 100 años transcurridos las técnicas de cultivo o protección de plagas han mejorado de forma exuberante (Arias, Dankers, Liu, & Pilkauskas, 2004).

En el año de 1910 el Ecuador exporta 71.000 racimos por 59.000 sucres, en el año de 1950 de 610.000 racimos por 106 millones de sucres no obstante para los años de 1919 a 1920 se produce un periodo de recesión de la fruta al igual que 1931,

1933, 1942 a 1945 debido a las plagas de la época, la Segunda Guerra Mundial y la gran depresión en Estados Unidos (Baquero, Fernández, & Garzón, 2004).

A pesar de una de las circunstancias históricas del auge del banano fue el papel hegemónico que el capitalismo mundial tuvo con Estados Unidos a partir de la segunda guerra mundial inter-imperialista, lo que posibilitó un incremento en la demanda de bienes de consumo como fue del banano (Harari, Korovkin, Larrea, Martínez, & Ortiz, 2004).

En las elecciones de 1948 triunfó Galo Plaza Lasso, persona de tendencia liberal que gobernó en un marco democrático de paz, libertad y respeto a los derechos humanos, él se enfocó en los problemas económicos y llevo a cabo varios planes de fomento y producción del banano (Armijos, 2004).

En los 40 el país sale de una recesión gracias a la producción de banano, en el año 1945 exporta 16.7 millones, en el año de 1948 el Ecuador exporta 33.8 millones de racimos, lo que expresa un gran crecimiento dicho porcentaje es el primero y el único en la historia del país sobre la actividad, expansión y exportación del banano ecuatoriano (Fernández, 1994).

En 1949 el Ecuador ocupa el puesto número 27 de exportador mundial, para el año de 1951 se convirtió en el primer exportador del mundo. Los años 50 es la época del auge del banano ecuatoriano gracias a las condiciones ecológicas que la mayoría de los países no las tienen y la demanda de alimento básicos por la guerra de Corea (Rosero, 2009).

Las exportaciones sostuvieron a la nación y el PIB cotizado a precios constantes entre el año 1948 y 1954 trepó en 5.6 % acumulativo anual, entre los años de 1954 y 1965 fue de 4.8% y entre los años de 1965 y 1979 en 5.2% lo que denota la dinámica impresa de la economía (Acosta, 2006).

De forma favorable para el país los fuertes huracanes que azotaban la costa del Caribe destruyó las plantaciones de esta fruta en los países productores de Centro América y dio paso a las exportaciones ecuatorianas con destinos a Estados Unidos y Europa que abrieron sus mercados para las frutas exóticas, los beneficiarios o exportadores eran la clase media a comparación de la del elite cacaotero (Mestanza & Mite, 1993).

En las décadas de los 50 y 60, el banano conjuntamente con el cacao y el café llegaron a constituir el 87% del valor exportado y el sector agropecuario contribuyo en más del 31% en la formación del Producto Interno Bruto, en estas décadas el estado ecuatoriano emprendería varias obras de infraestructura viales y que permitieron mayor penetración del capital norteamericano (Clement & Pool, 1999).

El crecimiento de la producción del banano en toneladas métricas se esparció cada vez más para la época de los 70, se conoce que el más grande desarrollo comprendió en los años de 1953 y 1956 con un total de 1'247.000 toneladas métricas de incremento, una expansión de esta magnitud en tan poco tiempo no se observa en ningún otro momento de la actividad, esparcimiento y exportación de la fruta (Orellana, 2009).

Durante el auge la estabilidad política prevalece, la pequeña burguesía jugo en este periodo un papel importante por la estructura de la producción y comercialización del banano y en 1953 el 80% de la producción nacional se genera en pequeñas y medianas propiedades como fue Santo Domingo-Quininde, cuyos lugares se estableció la nueva burguesía (Lubin, 1993).

De 1955 a 1960 se retorna al mundo de los ritmos lentos. Por otra parte, caen los precios de los productos de exportación, se da un deterioro de los términos de intercambio y un aumento lento de las exportaciones. Así en 1954 las exportaciones fueron de 125 millones, el país subió únicamente a 148 millones seis años después, en 1961 creció a 132 millones, las exportaciones crecían en volumen más no en valores (Quimi, 1984).

De los años 1956 a 1970 ocurrió lo contrario al auge, el banano de Centroamérica se recuperó y esto perjudicó a la venta de la fruta ecuatoriana además se difundieron plagas que afectaron al banano ecuatoriano, las compañías extranjeras se retiraron del país y se rompió una vez más la estabilidad constitucional y política (Janvry & Glikman, 1994).

Por lo tanto la junta militar asume el poder de 1963 a 1966 con ideales de modernización, sistema capitalista imperante, industrialización por sustitución de importaciones con la reforma tributaria, dicta miento de la reforma agraria, la reforma del arancel de aduanas y la abolición del Huasipungo pero al final solo se logró multiplicar el minifundio y acelerar el éxodo del campesino a las ciudades crear más caos al final por las mismas fuerzas armadas destituyen del poder a la junta militar (Becerra, 1994).

El Ecuador es un país sustentado por la producción agrícola y especializó en este rubro debido a las fértiles y exuberantes tierras, mano de obra barata y posición geográfica sin embargo la crisis bananera abolió a la nación con la difusión de plagas, competencia de los países de Centro América cansancio del frágil suelo tropical y gran parte del banano se podría en los barandales (Clement & Pool, 1999).

El colapso bananero vulneró la alianza de las clases hegemónicas por la oligarquía porteña y derivó agudos problemas de pauperización y desempleo de amplios contingentes sociales, la crisis bananera provocó la devaluación del sucre de 15 a 18 por dólar (Estrella, 1982).

No obstante a inicios de los 1970 el Ecuador sufre una brusca transformación por la extracción petrolera. En la administración de Otto Arosemena Gómez, en diciembre de 1967, se localizó el primer yacimiento de petróleo en Lago Agrio sin embargo antes de la llegada de los españoles, los nativos ya lo conocían, lo llamaban copey o copé y lo utilizaban para reforzar sus vasijas de barro, impermeabilizar sus canoas y preparar remedios (Montalvo, 2008).

A pesar de esto para el año de 1878 se otorga la primera concesión en la región litoral al ciudadano M. G. Mier con nacionalidad colombiana para las actividades de extracción de sustancias bilitumitosas tales como la kerosina o petróleo de brea. En 1902 en la península de Santa Elena se otorga la concesión a la familia Páez y Medina (Fontaine, 2007).

En 1909, se celebran contratos de arrendamiento para explotación de hidrocarburos en todo el territorio nacional con Caharlton Cranville Done, para el año de 1911 en la península de Santa Elena se perfora el primer pozo petrolero y con excelentes resultados el Ecuador inicia la explotación petrolera (Giordano, 2002).

En la segunda presidencia de Leónidas Plaza de los años de 1912 a 1916 promulga el código de minería, el mismo que relata de propiedad estatal al petróleo y demás sustancias sólidas, en 1924 y 1925 se extraen 1226 barriles diarios de petróleo sin embargo el número de barriles extraídos del litoral se declina hasta en la actualidad (Narvaez, 2009).

El Ecuador comercializo barriles de petróleo para el año de 1925 y exporto los mismos para el año de 1928 en cantidades marginales. En todo su período de explotación, la producción de la Península de Santa Elena sirvió únicamente para atender el abastecimiento interno, los saldos exportables fueron muy bajos solo 42 millones de crudo de petróleo fueron exportados (Feo, 2005).

Para los años de 1928 a 1957 desde la península de Santa Elena, en el período comprendido entre 1940 a 1967 se realizaron más de 2.000 perforaciones por parte de la compañía Aglo y 9 pozos exploratorios por parte de ADA que dieron como resultado el descubrimiento de gas en el campo Amistad, en el golfo de Guayaquil (Baca, 2009).

A la par se realizaron intensas actividades exploratorias en Manabí, Esmeraldas y la Región Amazónica. En el año de 1952 se conoce al auge o boom petrolero sin embargo la primera explotación en la Amazonia fue en 1921. Para el año de 1967, el

consorcio Texaco-Gulf perforó el pozo Lago Agrio 1 que arrojó una producción de 2.640 barriles diarios atrayendo a numerosas compañías explotadoras del petróleo (Larrea, 2004).

Entre 1928 y 1957, el país exportó 42 millones de barriles eso significó que en casi tres décadas se vendió en el exterior un volumen similar a las exportaciones de los primeros ocho meses de 1972, cuando se inició el nuevo período petrolero en el Ecuador los países árabe-israelí en su cuarta guerra impusieron bloqueos a los países industrializados esto incremento el precio del barril del petróleo ecuatoriano de \$2,5 en el año 1972 a \$4,2 1973 y a \$13,7 en 1974 (Fortaine, 2004).

En el gobierno de Guillermo Rodríguez Lara, en los años de 1972 a 1976, fue el canalizador de la política petrolera nacionalista y facilito al Ecuador entrar a la (OPEP) Organización de Países Exportadores de Petróleo en el año de 1973. La exportación del petróleo permitió desarrollos espectaculares para la nación, convirtiendo al país atractivo para las inversionistas y facilitando el crecimiento acelerado de la economía. La entrada bancos extranjeros fue por la riqueza petrolera y uno de los principales atronadores del endeudamiento externo (Fischer, 2009).

La nación retrajo varios cambios, entre ellas el acrecentamiento del capital mercantil, concentración del poder agro exportador y comercial, expansión de la comunicación, el transporte y centros urbanos, diversificación de la base exportadora, acentuación del proceso de industrialización sustitutiva de importaciones, crecimiento de la población asalariada y concentración creciente de la producción, el capital y extensión del mercado propiamente capitalista (Báez, y otros, 1999).

La década de los setenta simbolizó el mejor desarrollo del Ecuador gracias a la exportación del petróleo mejorando la infraestructura vial, sanitaria y energética sin embargo esta internacionalización o sumisión de la estructura productiva del país aprobó un ambiguo desarrollo capitalista (Salgado, 2005).

Este veloz desarrollo precario capitalismo en el Ecuador vinculado al sistema capitalista mundial, no fue capaz de eliminar ciertas formas atrasadas de producción que continuaron vigentes y articuladas funcionalmente a las formas modernas de producción, constituyendo el lado rezagado del proceso en donde se desprende el desarrollo relativamente bajo del Ecuador (Ochoa, 2006).

La explotación petrolera, deriva en una inusitada expansión del comercio externo e interno, el incremento del comercio exterior, aparte de las ventas del crudo obedeció a la recuperación del café en el mercado internacional. Estas y otras líneas de comercio externo acapararon una gran capacidad de divisas susceptibles de utilización en las importaciones (Carrillo, y otros, 2009).

El comercio interno se dinamizaría en el periodo, recibiendo estímulos adicionales en el incremento de la producción industrial doméstica y el establecimiento de hoteles, restaurantes y servicio de lujo instalados para atender los nuevos y sofisticados requerimientos del boom (Cueva, 2004).

A pesar que el pensamiento capitalista tuvo su apogeo en los siglos XVII y XVIII a través de un intenso mercadeo y una búsqueda de nuevas áreas geográficas para ampliar compradores de consumo, consecución de materias prima, recursos minerales, alimenticios, nuevos mercados y mano de obra barata esta corriente solo entro al Ecuador más no convirtió a la nación en capitalista (Bambirra, 1999).

Sin distinción el Ecuador pasó a ser parte de estos grandes imperios, de igual manera el resto de Latinoamérica, es decir, la economía ecuatoriana sirvió de complemento al desarrollo del capitalismo de Europa Occidental siendo así que el pensamiento económico de Colbert y Adam Smith tienen, desde luego, su perspectiva proyección en nuestro país y continente (Gandarilla, 2005).

El capitalismo es productor del desarrollo, comercio, ingreso de industrias extranjeras y sociedad consumista, que otorgó, en un principio al ser humano la racionalidad y la libertad en países que adoptaron esta modalidad con todo en los

setenta se produjo una crisis por el exceso de producción y capitalismo que aún sigue presente en nuestros días (Cabrera, 1999).

El Ecuador ha empleado modelos económicos caducos que a la larga solo generan crisis, el capitalismo parece funcionar eficiente y sin problemas pero la realidad es que es un sistema en aprietos y la razón es que un sistema lineal y la humanidad vive en un planeta finito donde es imposible operar un sistema lineal que infinitamente trabaja y posee límites (Baltra, 1975).

Ecuador con sus naturales recursos como: el petróleo, banano, camarón, flores, turismo y más aportó al sistema capitalista de otras naciones, estas naciones colapsan al mercado interno de productos extranjeros que en muchas de los casos poseen mejor calidad, precio o preferencia del consumidor que los productos nacionales (Borón, 2003).

Las mercancías importadas de todo género circulan en el mercado a pesar de las leyes de sustitución de importación, uno de los productos de mayor tráfico y comercio son los productos cosméticos, estos bienes suntuarios mueven millones de dólares a pesar de ser un bien no necesario incluso en crisis su crecimiento es constante con niveles de rentabilidad increíbles y el Ecuador no es la excepción la higiene, la salud y la apariencia física esta es esencial para los pobladores del país (González, 2003).

Este sistema está regido por la universal y conocida ley de la oferta y la demanda que regula los precios del mercado nacional e internacional. El uso y compra de mercancías como los cosméticos es inevitable para las mujeres del siglo XXI debido a sus importantes papeles y cargos políticos, económicos y sociales que les prescinde del uso de una serie cosméticos diarios.

En el Ecuador gracias a un estudio la Asociación Ecuatoriana de Empresas de Productos Cosméticos, de Higiene y Absorbente revelo que los ecuatorianos utilizan

y compran cinco productos diarios para su cuidado personal como son: champú, jabón, desodorante, fragancias y pasta dental.

2.3 Objetivos de la Investigación

2.3.1 Objetivo General:

- Determinar el impacto del Pensamiento Capitalista Ecuatoriano en el Comercio Ecuatoriano de Productos Cosméticos.

2.3.2 Objetivos Específicos:

- Discutir sobre el Pensamiento Capitalista Ecuatoriano.
- Diagnosticar Comercio Ecuatoriano del Producto Cosmético pasta dental.

2.4 Preguntas de la Investigación

¿Cuál es el impacto del Pensamiento Capitalista Ecuatoriano en el Comercio Ecuatoriano de Productos Cosméticos?

2.4.1 Interrogantes de la Investigación

¿Qué es el Pensamiento Capitalista Ecuatoriano?

¿Cómo es el Comercio Ecuatoriano de Productos Cosméticos de pasta dental?

2.5 Justificación de la Investigación

2.5.1 Justificación Teórica

Para la realización de esta investigación se tomó en cuenta las teorías que a criterio de la autora son las más relevantes y óptimas para este tipo de estudio como son: la Teoría Keynesiana y la Teoría de la Belleza con el fin de respaldar el

mencionado estudio empírico y de revisión de literatura que el grupo de Investigación: Relaciones Internacionales y Comercio Exterior de la Universidad de las Fuerzas Armadas “ESPE” acreditaron.

2.5.2 Justificación Metodológica

Para el objetivo de esta investigación y los resultados que se pretende adquirir se tomará y aplicará la Metodología de Roberto Hernández Sampieri con el fin de investigar, validar, facilitar, comparar y analizar los resultados igualmente esta metodología se construye de manera crítica y alude a la lógica de los procedimientos y criterios fundamentales para el adecuado desarrollo investigativo, al mismo tiempo se recudirá de fuentes primarias como libros, manuales, revistas, e Internet.

2.5.3 Justificación Académica

La Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE exige a todos sus estudiantes egresados elaborar un trabajo de investigación que evidencie los conocimientos adquiridos y su relación con la práctica, previo a la obtención del título en Ingeniería en Comercio Exterior y Negociación Internacional.

A discernimiento y elección dela autora se escogió el tema “El Pensamiento Capitalista Ecuatoriano. Dimensión Comercio Ecuatoriano de Productos Cosméticos” con el fin de cumplir con todos los requerimientos de la universidad y a la vez enriquecer y validar los conocimientos.

2.5.4 Justificación Práctica

El uso de base de datos, extraídas de PROCOSMÉTICOS, las empresas de pasta dental, la revista electrónica YÚRA, los diez pasos de la metodología de investigación de Roberto Hernández Sampieri y la utilización de programas informáticos permitirá tener acceso a la interpretación cuantitativa y cualitativa de los resultados.

2.5.5 Justificación Social

La investigación de alguna manera proporciona a la sociedad una sugestiva revisión del sistema capitalista comenzando de las antiguas culturas prehistóricas, las Teorías del Comercio Internacional y la historia del Ecuador como república, la investigación será fuente de nuevos proyectos investigativos e induce a los estudiantes juzgar, conocer, discutir y discernir el punto de vista de la autora.

2.6 Tipo de Investigación

2.6.1 Exploratoria

Se exploró las condiciones que presenta el objeto de estudio para la realización de la investigación en el ámbito de abordaje, en el lugar definido, con sus unidades de observación y base para futuras investigaciones sin olvidar que es investigado por primera vez bajo esta perspectiva.

2.6.2 Descriptiva

Se utilizó la estadística descriptiva para la recolección, procesamiento y el concerniente análisis de los datos así como para describir los diferentes resultados en sus respectivos análisis e interpretaciones, basadas en el marco teórico.

2.7 Enfoque de la Investigación

La investigación, se basó en el enfoque crítico propositivo, su accionar se dirige a recabar información de la fuente y someterla a un análisis estadístico, para determinar la esencia del fenómeno causa-efecto y con el respaldo en su marco teórico.

2.8 Modalidad Básica de la Investigación

2.8.1 De Campo

La investigación se realizó en el sitio donde se presenta el problema, las empresas encuestadas son comercializadoras e importadoras de pasta dental en el país conjuntamente agremiadas a PROCOSMETICOS, donde se tomó contacto directo con la realidad y recabó información y datos de las diferentes manifestaciones e indicadores.

2.8.2 Bibliográfico y Documental

Para reforzar los resultados del análisis con el marco teórico, se obtuvieron datos de libros, manuales, revistas, e internet, opiniones de las líderes de las empresas encuestadas que constituyeron documentos de información primaria útil para realizar y reforzar este tipo de investigación.

2.9 Hipótesis de la Investigación

2.9.1 Hiótesis General

El pensamiento Capitalista Ecuatoriano influye al Comercio Ecuatoriano de Productos Cosméticos.

2.9.2 Hipótesis Secundaria

- Las ventas del producto cosmético pasta dental de las empresas agremiadas a PROCOSMETICOS son debido a la persuasión del Pensamiento Capitalista Ecuatoriano.
- La comercialización del producto cosmético pasta dental de las empresas agremiadas a Procosméticos es amparado por el gobierno de Ecuador.

- El consumo de los productos importados disminuye por las restricciones que el gobierno impone a las importaciones.

2.10 Diseño Apropriado de la Investigación

2.10.1 Experimental

La investigación es experimental porque la presente lleva a cabo el control y observación de las variables, validez interna, resulta de interés para la investigadora y evidencia la relación causal de las variables que al estudiarse producen un efecto, población definida, ámbito de abordaje, unidades de observación, fuentes de futuras investigaciones y análisis de las consecuencias.

2.11 Población y Muestra

El comercio ecuatoriano de productos cosméticos maneja más de 47 partidas arancelarias comprendidas, la mayoría de ellas en el capítulo 33 del Arancel Nacional de Aduanas del Ecuador, del mismo modo el 98% de la población del país consume permanentemente cinco productos básicos para el cuidado personal y para efectos de esta investigación se tomara como población a las empresas ecuatorianas de productos cosméticos agremiadas la Asociación Ecuatoriana de Empresas de Productos Cosméticos, de Higiene y Absorbentes PROCOSMETICOS que comercializan o importan pasta dental.

- INDUSTRIAS ALES C.A. 
- BLENASTOR C.A. 
- QUALA ECUADOR S.A. 
- LABORAORIOS LAMOSAN CÍA. LTDA. 

2.12 Recolección de Datos

2.12.1 Técnica e Instrumento

En esta investigación “Pensamiento Capitalista Ecuatoriano. Dimensión Comercio Ecuatoriano de Productos Cosméticos” utilizó la técnica de la encuesta con su respectivo instrumento el cuestionario por ser una práctica eficiente de recaudación de la información por medio de preguntas escritas debidamente organizadas en un estudio impreso o virtual.

2.12.2 Validez y Confiabilidad

La validez y confiabilidad de la técnica e instrumento se lo hizo con la asistencia del director y codirector de tesis, quienes emitieron sus juicios de valor y observaciones para su respectiva corrección y aplicación al mismo tiempo este grado de confiabilidad produce resultados consistentes, coherentes y la validez refleja el dominio específico de contenido son los sistemas informáticos.

2.12.3 Plan para el Procesamiento de la Información

- Estudio y validación de la información con el marco teórico.
- Revisión crítica de la información recogida; es decir limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente.
- Tabulación, cuadros y figuras según las variables.

2.12.4 Plan para el Análisis e Interpretación de los Resultados

- Estudio estadístico de datos para presentación de resultados.
- Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e interrogantes.
- Interpretación de los resultados, con apoyo del director y codirector en los aspectos pertinentes necesarios.

- Criterio de medición con razonamientos y aceptabilidad.
- Elaboración de las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO III
ESTUDIO EMPÍRICO

3.1 Análisis de Datos

Cuadro 1.

Resultado de las encuestas

No	PREGUNTAS	SIEMPRE	FRECUENTEMENTE	AVECES	NUNCA
1	Considera que el mercado de Ecuador es rentable para la empresa en la línea de pasta dental.	PROCOSMETICOS KUALA C.A.		ALES C.A. BLENASTOR LAMOSAN	
2	Considera que la cultura consumista en Ecuador es la causa de las ventas de pasta dentales de la empresa.		PROCOSMETICOS	BLENASTOR	ALES C.A. KUALA C.A LAMOSAN
3	Considera al mercado ecuatoriano es atractivo para la inversión extranjera en pasta dental.		PROCOSMETICOS	LAMOSAN ALES C.A. BLENASTOR	KUALA C.A.
4	Considera que el estado ecuatoriano permite el libre intercambio entre productores y consumidores en el mercado de pasta dental.	LAMOSAN KUALA C.A PROCOSMETICOS	ALES C.A.	BLENASTOR	
5	Considera que el estado ecuatoriano permite la autorregulación de precios entre empresas de pasta dental.	ALES C.A. LAMOSAN PROCOSMETICOS			BLENASTOR KUALA C.A.
6	Cree que el Ecuador es un país que facilita los procesos de importación de pasta dental para la empresa.	BLENASTOR		PROCOSMETICOS	ALES C.A. KUALA C.A LAMOSAN
7	Cree que el Ecuador es un país que facilita los procesos de comercialización de pasta dental.	KUALA C.A.	ALES C.A LAMOSAN BLENASTOR	PROCOSMETICOS	
8	Cree que en el mercado ecuatoriano de pastas dentales tiene una fuerte competencia.	ALES C.A. LAMOSAN BLENASTOR	PROCOSMETICOS	KUALA C.A	
9	Considera que el mercado ecuatoriana consume pasta dental de la empresa por diferenciación.	ALES C.A	PROCOSMETICOS	KUALA C.A. LAMOSAN	BLENASTOR
		BLENASTOR	ALES C.A.	PROCOSMETICOS	

CONTINÚA 

10	Considera que el mercado ecuatoriana consume pasta dental de la empresa por precio.	KUALA C.A. LAMOSAN			
11	Considera que la empresa posee más de la mitad de las ventas de pasta dental en el mercado ecuatoriano.			ALES C.A.	PROCOSMETICOS BLENASTOR KUALA C.A. LAMOSAN
12	A lo largo de su experiencia laborando en este país considera que el estado ecuatoriano es un instrumento neutral para solucionar conflictos y lograr el bienestar de todas las empresas comercializadoras de pasta dental.		ALES C.A.	PROCOSMETICOS LAMOSAN KUALA C.A.	BLENASTOR
13	Si el Ecuador colocará trabas en temas de importación o comercialización en pasta dental la empresa seguiría operando en este país.	BLENASTOR KUALA C.A LAMOSAN	ALES C.A. PROCOSMETICOS		
14	Considera que la rotación de compra de sus consumidores de pasta dental es debido al apoyo del gobierno ecuatoriano			ALES C.A. LAMOSAN PROCOSMETICOS	BLENASTOR KUALA C.A.
15	Considera que la pasta dental es indispensable en los hogares ecuatorianos.	ALES C.A. LAMOSAN KUALA C.A PROCOSMETICOS BLENASTOR			

3.1.1 Interpretación de los Resultados

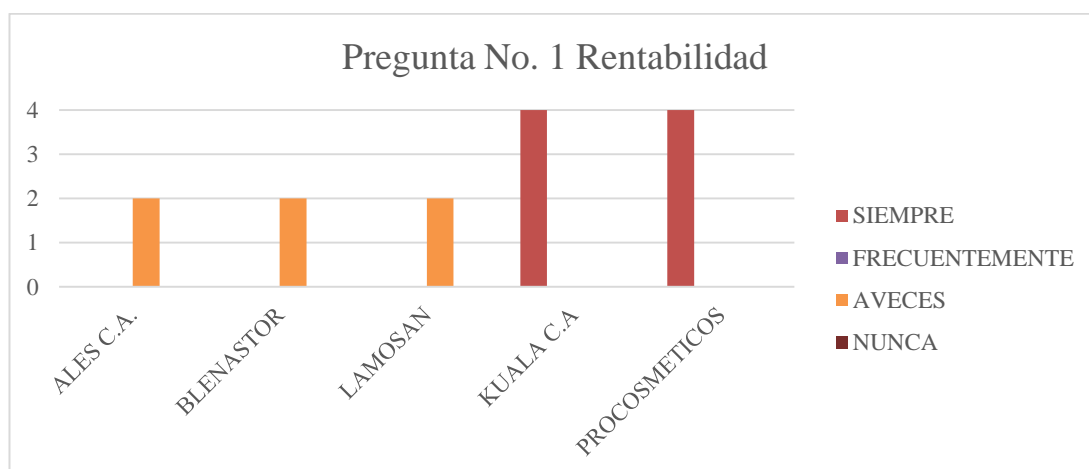


Figura 1. Rentabilidad del mercado de pasta dental

Pregunta No. 1

Las empresas encuestadas consideran que el mercado de Ecuador es rentable para su empresa en la línea de pasta dental, la pregunta arrojó los siguientes resultados: solo dos de las empresas (KUALA C.A. y PROCOSMETICOS) mencionaron siempre, y tres de las empresas (ALES C.A., BLENASTOR y LAMOSAN) respondieron que a veces.

La mayor parte de las empresas consideran eventualmente rentable el mercado ecuatoriano de pasta dental debido a la competencia, las trabas a las importaciones y un gobierno nacional como arma no facilitador de la comercialización sin embargo el en los últimos 5 años el Ecuador paso hacer un mercado atractivo por los nuevos hábitos de higiene y cuidado personal.

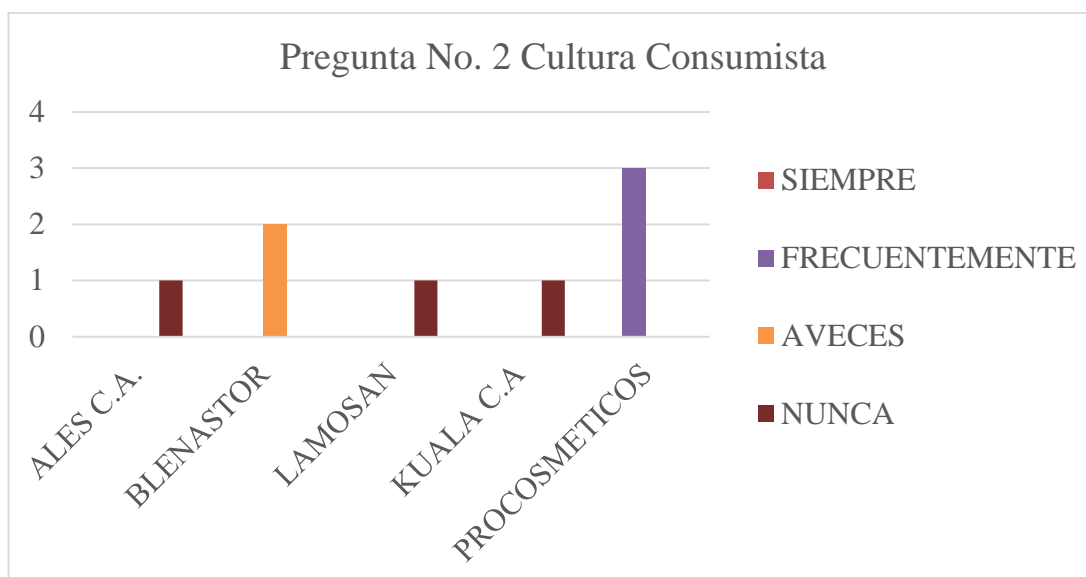


Figura 2. Cultura del consumo en las vetas de pasta dental

Pregunta No. 2

La opinión de las empresas encuestadas sobre la cultura consumista es la causa de las vetas del producto cosmético pasta dental en el Ecuador, una de las empresas (PROCOSMETICOS) dijo frecuentemente, una empresa (BLENASTOR) dijo a veces y las empresa (ALES C.A., LAMOSAN y KUALA C.A.) dijeron nunca.

Lo que figura que la cultura consumista que el Ecuador posee, es decir comprar, acumular y consumir todo lo que la moda y el mercado ofrezca, no es la causa de las ventas debido que la pasta dental es uno de los cinco cosmético de uso diario que más del 98% de los habitantes ecuatorianos usan por higiene y salud.

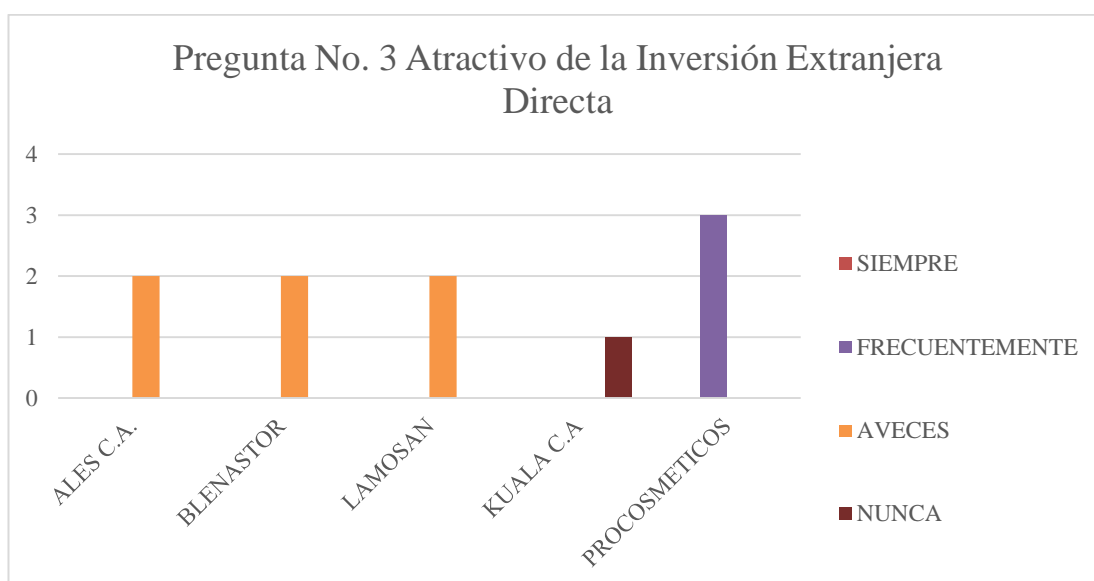


Figura 3. Atractivo del mercado para la inversión extranjera directa

Pregunta No. 3

Las empresas encuestadas respondieron que el mercado ecuatoriano de pasta dental es atractivo para las inversiones extranjeras, una de las empresas (PROCOSMETICOS) respondió frecuentemente y tres de las empresas (ALES C.A., BLENASTOR y LAMOSAN) respondieron que a veces y una de las empresas (KUALA C.A.) respondió nunca.

Se acepta que la mayoría de las empresas de cosméticos de pasta dental aseveran que solo en ocasiones el Ecuador es un país atractivo para las inversiones extranjeras, debido a que el país sigue fiel en su política de aceptar Inversión Extranjera Directa solo si esos capitales reportan beneficios y en sectores determinados, necesitados de tecnología, capitales, o de la capacidad de generar impulsos y señales para un determinado sector económico, no obstante la mayoría de las empresas encuestadas son de capital extranjero.

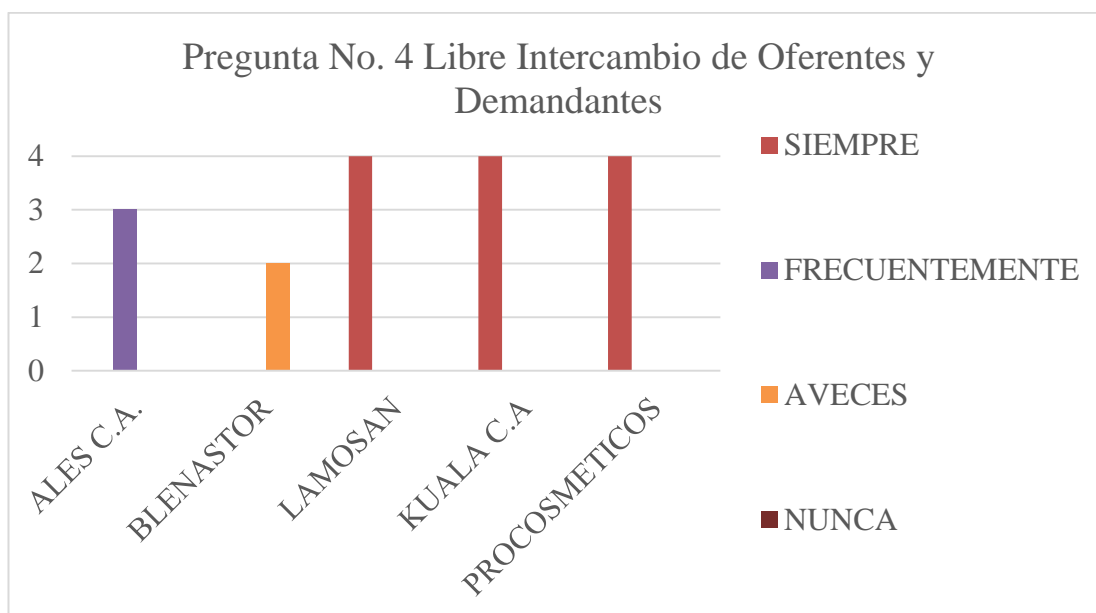


Figura 4. Apertura por parte del estado para el libre intercambio entre productores y consumidores

Pregunta No. 4

En la siguiente pregunta sobre si las empresas encuestadas consideran al estado ecuatoriano posibilitador del libre intercambio entre productores y consumidores en el mercado de pasta dental tres de las empresas (LAMOSAN, KUALA C.A. y PROCOSMETIOS) respondieron que siempre, una empresa (ALES C.A.) respondió frecuentemente y la última empresa (BLENASTOR) respondió a veces.

Lo que significa que la mayor parte de las empresas de pasta dental median y observan al estado ecuatoriano como un ente facilitador y que permite el libre comercio entre oferentes y demandantes de pasta dental dentro del país siempre y cuando se cumpla con todos los pasos y trámites para esta actividad, todas estas empresas operan bajo la modalidad de un beneficio y satisfacción a los clientes.

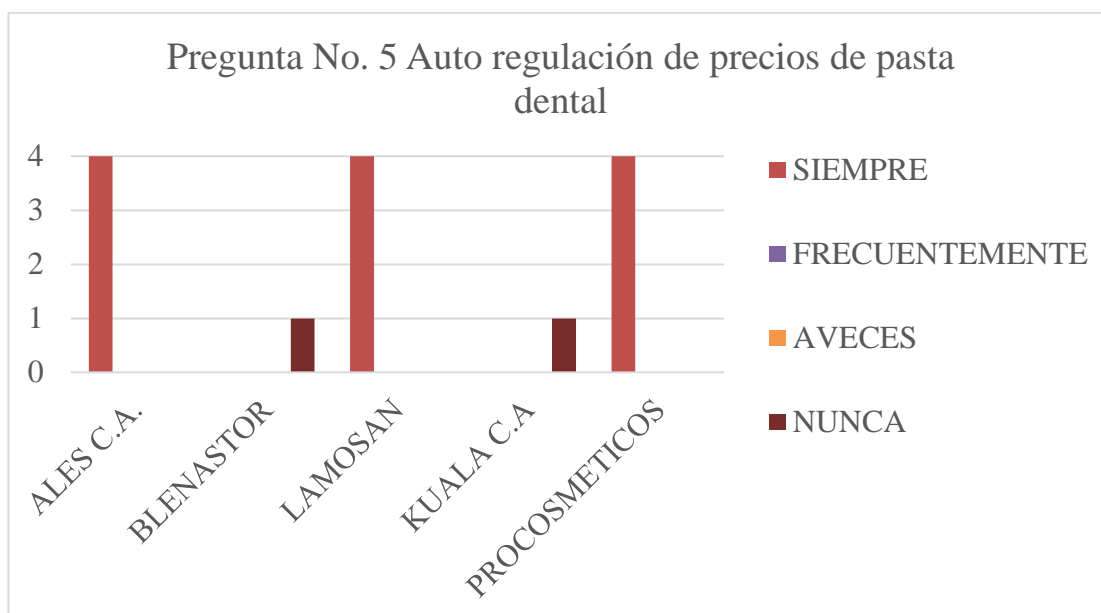


Figura 5. Auto regulación de precios de las empresas de pasta dental

Pregunta No. 5

Los encuestados mencionan que el estado ecuatoriano permite la auto-regulación de los precios entre las empresas de pasta dental, cuatro de las empresas (ALES C.A., LAMOSAN y PROCOSMETICOS) dijeron que siempre mientras que la última empresa (KUALA C.A. y BLEASTOR) mencionaron nunca.

Se estima que la colectividad de empresas de cosméticos de pasta dental considera al estado como un facilitador de la autorregulación de precios que el mercado y las familias ecuatorianas pueden pagar que a la vez beneficia a las empresas, estas corporaciones dentales están envueltas en las leyes del mercado, sus beneficios y la competencia. Modificar o establecer precios no hace el gobierno.

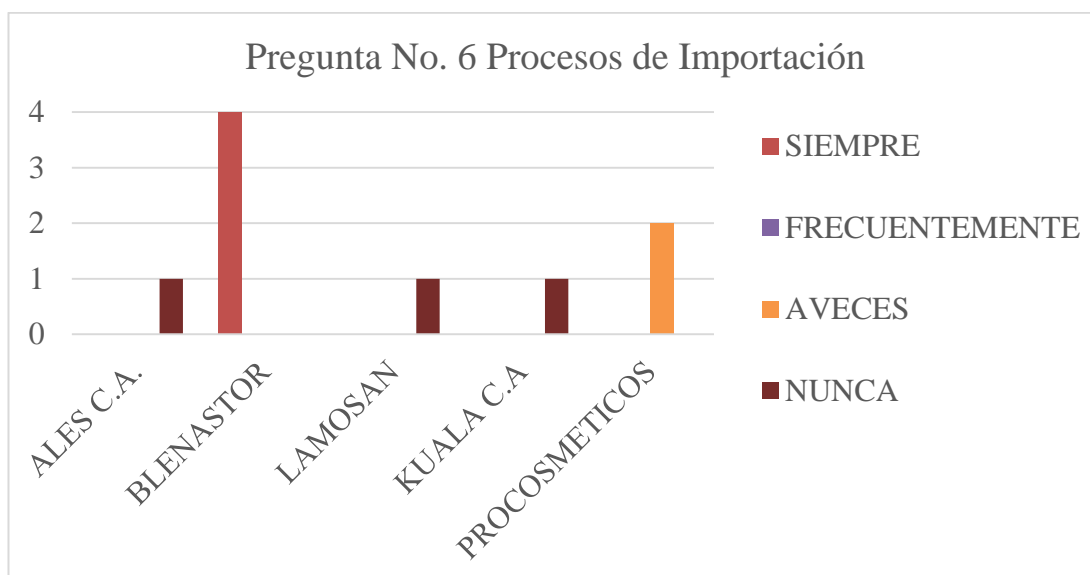


Figura 6. Facilidad de los procesos de importación de pasta dental en el país

Pregunta No. 6

Se procede con la pregunta, los encuestados creen que el Ecuador es un país que facilita los procesos de importación de los productos de pasta dental una empresa (BLENASTOR) considera que siempre, una empresa también (PROCOSMETICOS) consideran frecuentemente y las empresas restantes (ALES C.A., LAMOSAN y KUALA C.A.) dicen que nunca.

La mayoría de las empresas piensan que el Ecuador nunca facilita los procesos de importación por la política de sustitución de importación, restricciones arancelarias, obstáculos técnicos impuestos por el ex Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical INH para los cosméticos, las Notificaciones Sanitarias Obligatorias OSN de la Decisión 516 Armonización de Legislaciones en materia de Productos Cosméticos y acuerdos con el Ministerio de Industrias y Productivas que incentivan solo a la industria nacional.

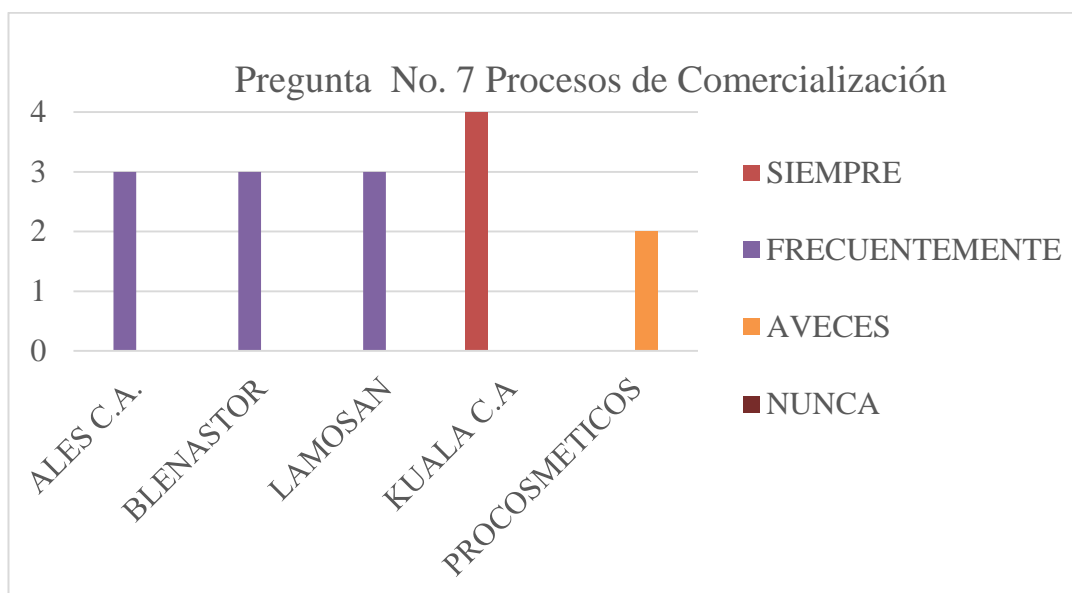


Figura 7. Facilidades de comercialización de la pasta dental en el Ecuador

Fuente: Encuesta

Pregunta No. 7

Las empresas encuestadas opinan que el Ecuador es un país que facilita los procesos de comercialización del producto cosmético pasta dental una de ellas (KUALA C.A.) menciona siempre, tres de ellas (ALES C.A., LAMOSAN y BLENASTOR) mencionaron frecuentemente y la empresa restante (PROCOSMETICOS) menciona a veces.

La mayoría de empresas encuestadas concuerdan que repetidamente el país concede los accesos necesarios para la comercialización, las condiciones y vías para la distribución venta e intercambio de los bienes con el fin de satisfacer las necesidades. Las pastas dentales de las empresas encuestadas se las puede encontrar en cualquier supermercado o punto de venta del país.

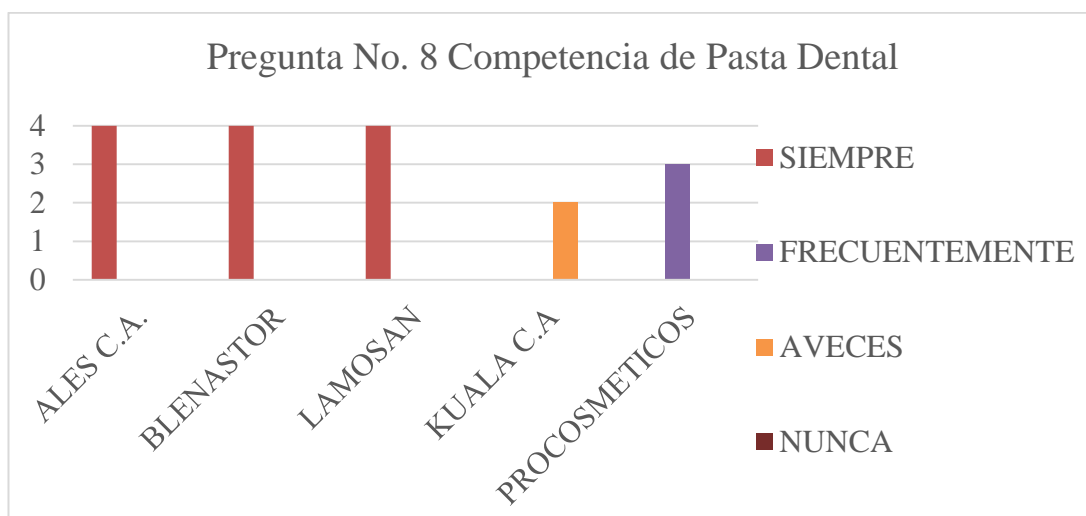


Figura 8. Competencia de pasta dental en el mercado ecuatoriano

Pregunta No. 8

Los encuestados reflexionan que el mercado ecuatoriano de pastas dentales tiene una fuerte competencia cuatro de las empresas (ALES C.A., BLENASTOR y LAMOSAN) consideran que siempre, una empresa (KUALA C.A.) considera a veces y la última empresas (PROCOSMETICOS) consideran frecuentemente.

Las mayor parte de las empresas del producto cosmético pasta dental afirman que existe una dura competencia en esta categoría dentro del mercado ecuatoriano puesto que la pasta dental es un producto ya desarrollado y de consumo, es decir que existe un amplia gama de este tipo de producto en el mercado que ofrecen “lo mismo a mejor precios” por la nueva tecnología y benchmarking.

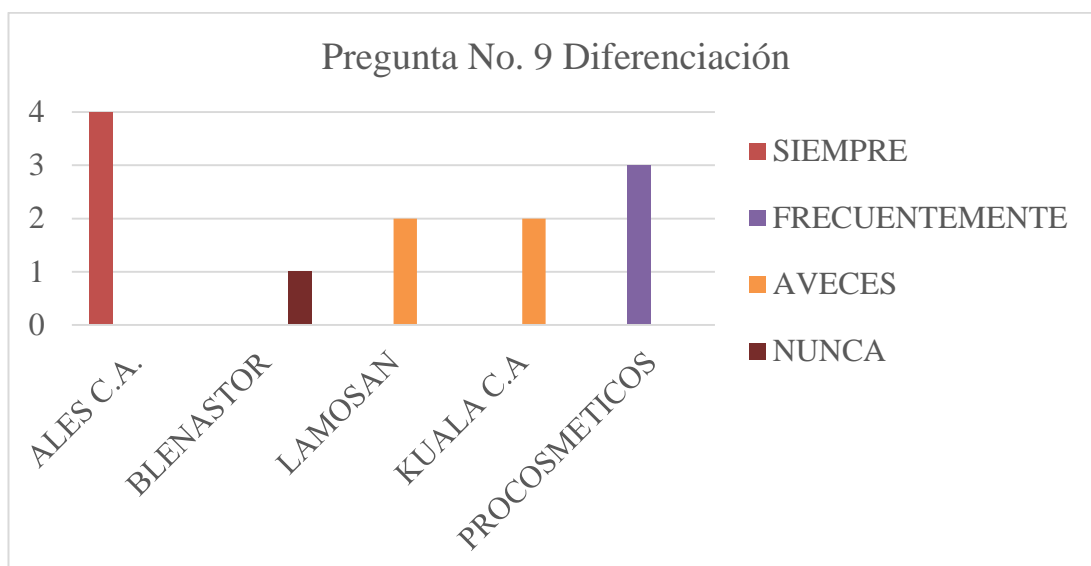


Figura 9. Empresas que venden pasta dental por diferenciación

Fuente: Encuesta

Pregunta No. 9

En la siguiente pregunta sobre si el mercado ecuatoriano consume los cosméticos pasta dental por diferenciación del producto, una empresa (ALES C.A.) expresa siempre, una empresa (PROCOSMETICOS) expresan frecuentemente mientras que solo una empresa (KUALA C.A. y LAMOSAN) expresa a veces y la última empresa (BLENASTOR) expresa nunca.

En los últimos 5 años el Ecuador se ha calificado como una nación de economía cambiante y que ha generado mercados económicamente más atractivos, se ha cambiado los hábitos de consumo sobre todo los hábitos de higiene y aseo personal de la población.

Las empresas encuestadas son claros ejemplos de diferenciación del producto porque estimulan la mente de sus clientes, distinguen la preferencia del producto y sirven lo mejor al mercado adaptándose a las necesidades de sus clientes con innovación y desarrollo.

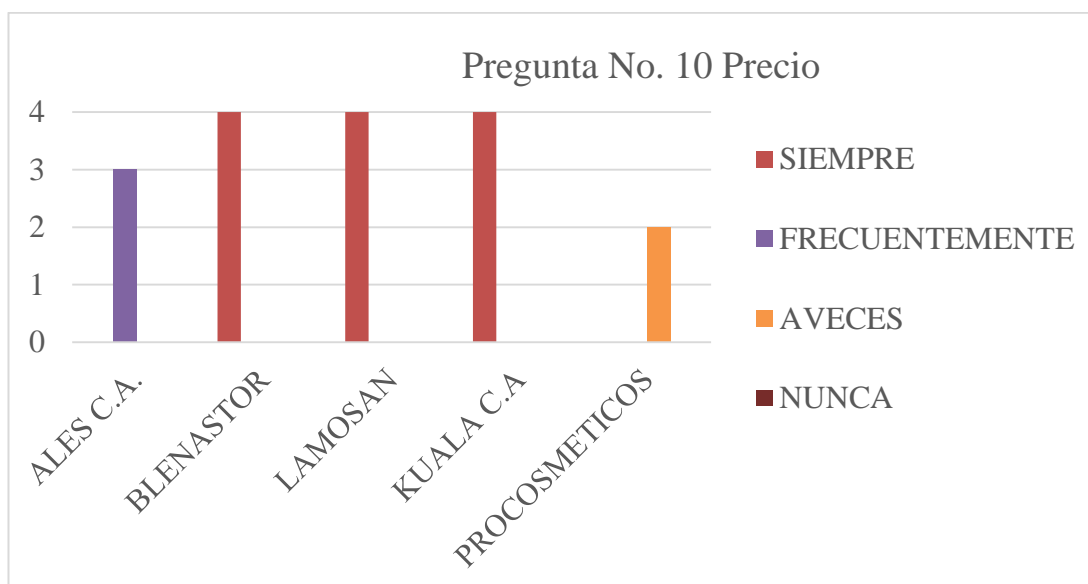


Figura 10. Empresas que venden pasta dental por precio

Pregunta No. 10

La opinión de las empresas encuestadas considera al mercado ecuatoriano utiliza el producto cosmético pasta dental por precio, solo tres empresas (BLENASTOR, LAMOSAN y KUALA C.A.) estimaron siempre, una empresa (ALES C.A.) estima frecuentemente y la restante (PROCOSMETICOS) estima a veces.

La mayoría de las empresas cree que el Ecuador siempre consume pasta dental por precio debido a que es un bien que cumple o satisface misma necesidad, generalmente la población ecuatoriana acude al supermercado u otro punto de venta con el fin de comprar la pasta dental más económica sin embargo gracias a la posición de marcas y estrategias de marketing existe segmentos que consume el bien por diferenciación.

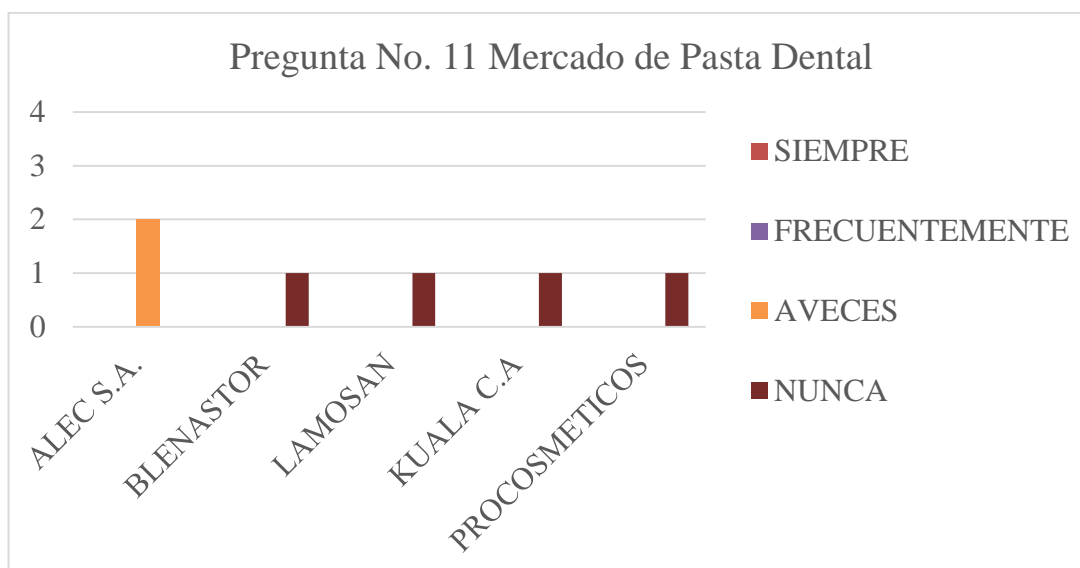


Figura 11. División del mercado de pasta dental

Pregunta No. 11

En la siguiente pregunta sobre si consideran que la empresa posee más de la mitad de las ventas del mercado de pasta dental, las empresas (ALES C.A. y LAMOSAN expresaron a veces y las empresas (BLENASTOR, KUALA C.A. y PROCOSMETICOS) nunca.

Se considera que el segmento de pasta dental del mercado ecuatoriano está dividido por varias empresas que a opinión de las mismas expresan que su puesto en el pastel de ventas de pasta dental no está por encima de la media a pesar de las múltiples estrategias de marketing que cada una maneja para la mayor captación del mercado, es decir cada una posee solo un fragmento del pastel.

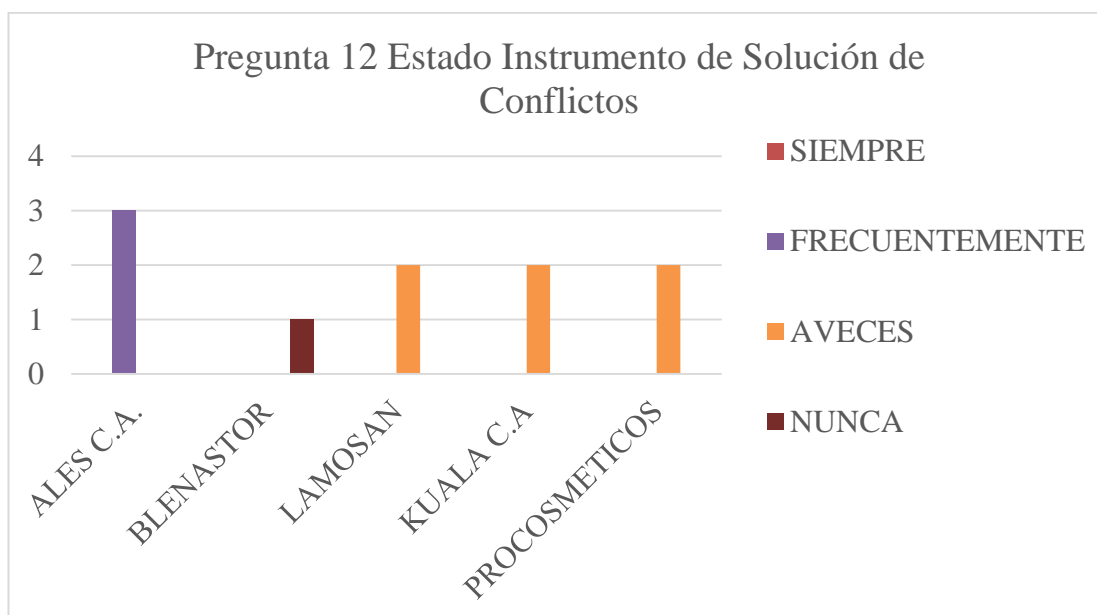


Figura 12. El estado soluciona conflictos y busca el bienestar entre las empresas de pasta dental

Pregunta No. 12

En la encuesta se preguntó a las empresas de pasta dental si a lo largo de su experiencia laborando en el país consideran que el estado ecuatoriano es un instrumento neutral para solucionar conflictos y lograr el bienestar de todas las empresas comercializadoras de pasta dental, tres empresas (ALES C.A.) mencionan frecuentemente, una más (LAMOSAN, KUALA C.A. y PROCOSMETICOS) mencionaron a veces y la restante (BLENASTOR) menciona nunca.

Se opina que las empresas encuestadas poseen un grado de inconformidad poco respaldado del estado ecuatoriano, ellas no observan al gobierno como una herramienta de solución de conflicto, comúnmente el estado ecuatoriano por obligación busca la armonía entre empresas de cosméticos pasta dental para no desatar alguna inestabilidad en la nación y las empresas.

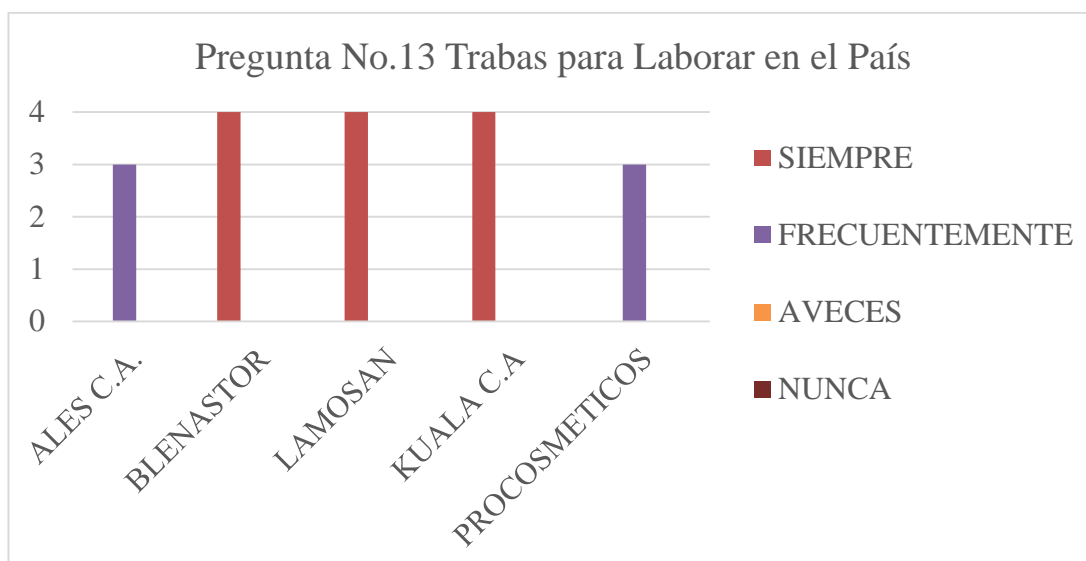


Figura 13. Continuidad de trabajo bajo trabas de comercialización e importación de pasta dental

Pregunta No. 13

Los encuestados enunciaron si el Ecuador colocará trabas para su empresa en temas de importación o comercialización la empresa de cosméticos pasta dental seguirían laborando en el país, una empresa (BLENASTOR, LAMOSAN y KUALA C.A.) menciona siempre y una (ALES C.A. y PROCOSMETICOS) menciona frecuentemente.

El Ecuador colocó más requerimiento para la importación de productos especialmente a los cosméticos sin embargo para el 2014 Ecuador importó una cantidad en cifras CIF de 4'874. 297,66 de la partida arancelaria 3306.10.00.00 perteneciente a la pasta dental revelando que las empresas a pesar de las trabas buscan mecanismo y resuelven los requisitos con el fin de abastecer el mercado nacional y laborar en el país, el Ecuador está restando competitividad frente a los países de Suramérica con toda la nación seguirá fiel a su política de sustitución de importaciones y apoyo a las empresas nacionales.

Independientemente de las restricciones que se impongan a las importaciones en el país del cosmético pasta dental, el dinamismo del mercado es el que determina el consumo de un producto importado indistintamente de su precio.

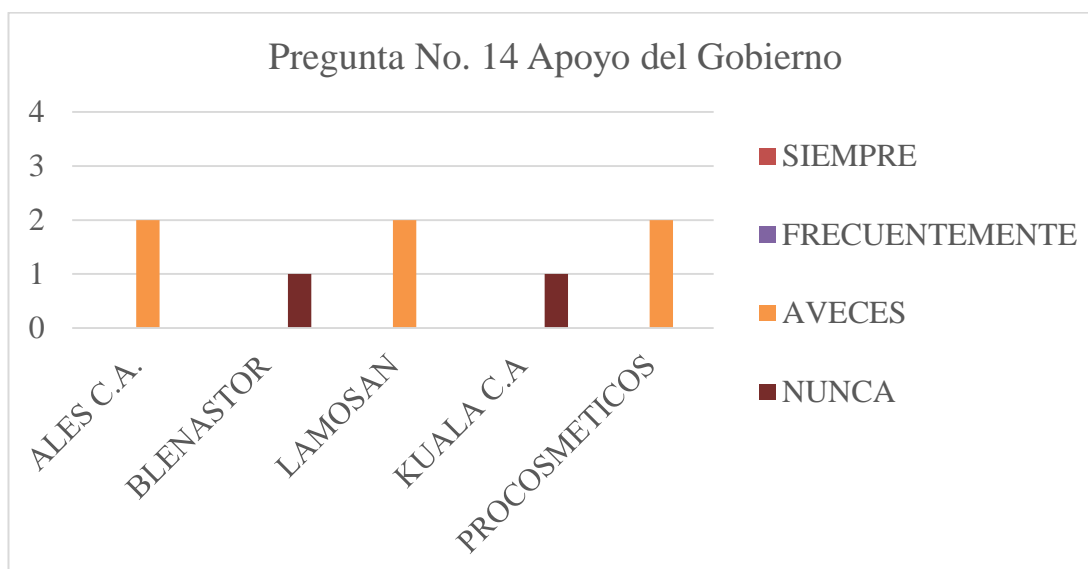


Figura 14. Rotación de compra de pasta dental bajo el apoyo del gobierno

Pregunta No. 14

La pregunta menciona si la rotación de compra de la pasta dental es debido al apoyo del gobierno ecuatoriano, tres empresas (ALES C.A., LAMOSAN y PROCOSMETICOS) manifestaron a veces y la última empresa (BLENASTOR y KUALA C.A.) manifestaron que nunca.

Se entiende que la mayoría de las empresas encuestadas exponen que el motivo de las ventas de pasta dental ocasionalmente es gracias al apoyo del gobierno nacional y que el resto de las ocasiones o ventas del producto es por los factores que mueven las ventas es por benchmarking, inversión directa, prestigio de la marca, cambios de estrategias y tecnología que las empresas invierten en sus empresas.

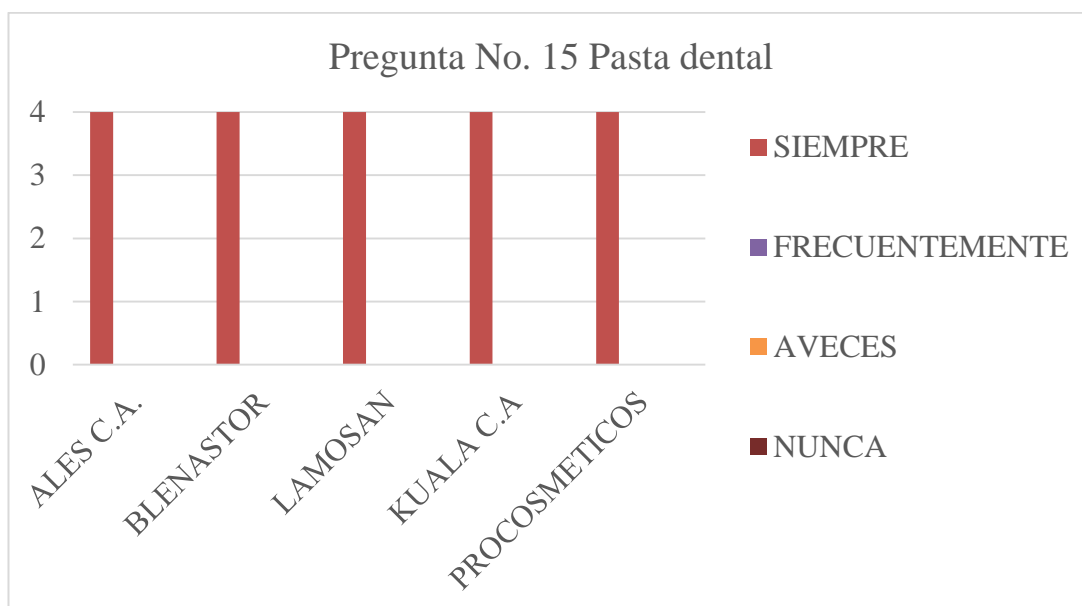


Figura 15. Indispensabilidad de la pasta dental para los hogares ecuatorianos

Pregunta No. 15

La última pregunta del cuestionario mencionaba si el cosmético pasta dental es indispensable para los hogares ecuatorianos, todas las empresas encuestadas mencionaron que siempre porque el 98% de la población ecuatoriana consume pasta dental diariamente y seguirán haciendo porque es una necesidad personal de higiene y cuidado personal que los ecuatorianos poseen de costumbre.

3.1.2 Presentación de los Resultados

¿Cuál es el impacto del Pensamiento Capitalista Ecuatoriano en el Comercio Ecuatoriano de Productos Cosméticos?

¿Cómo es el Pensamiento Capitalista Ecuatoriano?

En las encuestas aplicadas a las empresas del cosmético pasta dental en las preguntas 2, 3, 4, 5, 12 y 14 mostraron que el pensamiento capitalista ecuatoriano no es consumista en el producto de pasta dental a pesar que esta es la consecuencia lógica del capitalismo, el Ecuador no es una país atractivo para las inversiones

extranjeras directas sin embargo la mayoría de las empresas encuestadas son extranjeras, concurre libre interacción de la oferta y la demanda de pasta dental dadas por el productor y consumidor y solo en pocas ocasiones el estado es el ente que vela, controla y solucionar conflictos entre las empresas de pasta dental.

Por lo que se deduce que el Pensamiento Capitalista Ecuatoriano es un corriente económico que adopto algunas características capitalistas como es la propiedad privada sobre los medios de producción, empleados libres y asalariados, el mecanismo de beneficio y competencia de las empresas.

Este pensamiento es manejado por los países de mayor desarrollo relativo y propuesto para América Latina, esta alternativa es de doble cara porque solo busca enriquecer a los hegemónicos países con la explotación de otros, uno de los países más explotado es el Ecuador, esta nación se convirtió en un simple proveedor de materias primas.

Estos bienes retornan y seguirán retornando a pesar de las trabas arancelarias y no arancelarias que el país propuso con el actual gobierno del presidente Rafael Correa Delgado, la preferencia de compra de los consumidores es la que determina si un producto sigue ingresando al país a pesar de las trabas o incluso del precio.

El gobierno incentiva y protege a la industria nacional con mecanismos y proyectos de respaldo del Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO a las empresas nacionales a pesar que les falta experiencias, calidad, capital y preferencia nacional.

El Ecuador fue y es impactado por el pensamiento capitalista, uno de los factores influyentes fue el boom petrolero, que despertó la voracidad consumista no solo de los grupos dominantes sino también de los pobladores, con esto la inversión extranjera entro al país y la apertura de capitalistas explotadores de la fuerza de trabajo.

Los obreros con la esperanza de vender su fuerza de trabajo y obtener un salario digno que alcance para todas las necesidades de la canasta básica son imposibilitados de ahorrar y crear pequeñas empresas domésticas que generen beneficios, el estado está desempeñando un papel de agente conciliador de las clases sociales en aparente equilibrio no obstante y al final solo se observa beneficios al bloque dominante que apoya al gobierno nacional.

¿Cómo es el Comercio Ecuatoriano de Productos Cosméticos de Pasta Dental?

En las encuestas aplicadas a las empresas del cosmético pasta dental en las preguntas 1, 6, 7, 8, 9, 10, 13 y 15 mencionan que comercio ecuatoriano de producto cosmético es dinámico y activo, el Ecuador es un país, que en los últimos 4 o 5 años, refleja una economía muy pujante, lo cual ha llevado a que los mercados sean económicamente interesantes; esto sumado a que el mercado de cuidado dental es un segmento que no ha crecido y posee poca innovación.

La baja innovación de este producto es copiada y mejorada por la competencia, encerrando a todas las empresas comercializadoras de pasta dental en los océanos rojos o mejor llamado círculo de fuego duplicador y corregidor de productos o falencias provocando en los consumidos malestar e inconformidad en las marcas.

La competencia en este segmento en el mercado ecuatoriano es permanente, la variedad de empresas de pasta dental usualmente viven solo de la producción y comercialización de este cosmético, las empresas de dentífrico no han optado por la asociación o la diversificación horizontal u holística que les genere mejores beneficios financieros.

Las pocas facilidades que comúnmente otorga el estado ecuatoriano canaliza el intercambio de este bien en cualquier punto de venta nacional sin embargo existen trabas en los temas de importación que las empresas eficientemente superan con su cuerpo de empleados, abastecen el mercado y satisfacen las necesidades de los

consumidores pero otras empresas están en el tema de cerrar sus fábricas en el país y ubicarse en nuestros países vecinos.

La legislación nacional posee un acuerdo adicional con el Ministerio de Industrias en apoyo a la balanza comercial e incrementar la industria nacional reduciendo las importaciones de cosméticos con las medidas de la Decisión 516 de la CAN para cosméticos y la Decisión 706 para productos de higiene doméstica.

Las empresas importadoras de productos cosméticos requieren de la Notificación Sanitaria Obligatorio NSO para la comercialización o expedido de sus productos, los importes a cobrarse por concepto de inscripción, certificaciones y notificación sanitaria obligatoria son los siguientes: productos para la higiene - extranjeros. \$744.00, emisión de certificados de vigencia de registro sanitario. \$48.00, emisión de certificado de libre venta \$48.00, certificación de exclusividad de comercialización de un principio activo. \$48.00 y copia certificada del registro sanitario o notificación sanitaria obligatoria o de informes técnicos. \$12.00 dando un total de \$900.00, siendo una de las tasas más alta de Latinoamérica, que se pagara de forma individual a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA.

La persona natural o jurídica titular del registro sanitario en calidad de importadores de pasta dental interesados en obtener el NSO necesita realizar una solicitud dirigida a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA suscrita por el solicitante del registro sanitario indicando lo siguiente: nombre del producto, nombre del fabricante, nombre del titular del registro sanitario, número y vigencia del registro sanitario Ecuatoriano, forma farmacéutica, concentración, principio activo.

Adjunto a la solicitud deberá presentar la copia del registro sanitario ecuatoriano vigente del producto, comprobante de pago de los derechos correspondientes a la emisión de la copia certificada nombre de ARCSA y acercarse a la ventanilla de Secretaría General de la Nueva Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia para la revisión y recepción de la documentación.

Los tramites mencionados retrasan circunstancialmente al producto importado, la presidenta de PROCOSMETICOS señala que el NSO toma un lapso de emisión de 2 meses o más por producto provocando que las empresas de cosméticos observen al gobierno como una herramienta poca facilitadora o eficiente del comercio internacional.

El tiempo de emisión no es el adecuado para las industrias puesto que las empresas son totalmente dinámicas, requiere de prontitud y eficacia, la corta vida comercial de los cosméticos, la amplia competitividad y las exigencias del consumidor son razones suficientes para adquirir una notificación sanitaria obligatoria en un lapso corto de tiempo.

Una semana de demora para el sector cosmético, es una gran pérdida, más aún cuando los vecinos países como Colombia en el cual, la NSO se emite automáticamente y se privilegia la vigilancia en el mercado o Perú que la NSO es más económica y vertiginosa, el Ecuador como miembro de la CAN se queda estancado, restando competitividad y atractivo para la inversión en el sector.

La emisión de la Notificación Sanitaria Obligatoria para los productos cosméticos demoraba 48 horas por la política de sin mayor trámite de la Decisión 516 y control pro registro mientras que la Nueva Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia ARCSA demora aproximadamente dos meses por producto cosmético provocando malestar al consumidor y pérdidas irreversibles económicas a las empresas de cosméticos.

CAPÍTULO IV

DISCUSIÓN

4.1 Conclusiones:

- El Ecuador no es un país capitalista sin embargo posee algunos de las características de este sistema económico como: propiedad privada sobre los medios de producción, la inversión del capital y la competencia influyen para la toma de decisiones financieras, intercambio de bienes o de servicios con el propósito de acumular ganancias u otro beneficio de interés propio no obstante el estado posee un intensa interferencia en el mercado.
- La presente investigación determinó que el comercio ecuatoriano del producto cosmético pasta dental es dinámico y activo. La pasta dental es uno de los principales cosméticos de uso diario en los hogares ecuatorianos y el mejor bien de cuidado bucal. Independientemente de las restricciones que se impongan a las importaciones en el país, el dinamismo del mercado es el que determina el consumo de un producto importado indistintamente de su precio.
- La NSO es un requisito previo que encarece, retrasa y dificulta las importaciones de cosméticos, provocando que las empresas obtén por planes de salida del país.

Estos trámites aplazan circunstancialmente al producto, la NSO toma un lapso de emisión de 2 meses o más por producto provocando que las empresas de cosméticos observen al gobierno como una herramienta poca facilitadora o eficiente del comercio internacional.

El tiempo de emisión no es el adecuado para las industrias puesto que las empresas son totalmente dinámicas, requiere de prontitud y eficacia, la corta vida comercial de los cosméticos, la amplia competitividad y las exigencias del consumidor son razones para acostar el tiempo de entrega de la NSO.

Una semana de demora para el sector cosmético es una gran pérdida para las empresas que labran con estos bienes.

Los vecinos países como Colombia y Perú superan en tiempo de emisión de la Notificación Sanitaria Obligatoria al Ecuador, la nación se está queda estancada, restando competitividad y atractivo para la inversión en el sector.

- El gobierno ecuatoriano incentiva a las pequeñas y medianas empresas PYMES gracias al cambio de la matriz productiva y encargó al Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO e inició un trabajo en equipo con el sector cosmético en temas de identificación de obstáculos para el desarrollo de la industria, incentivos, capacitación, buenas prácticas de manufactura y otros aspectos inherentes a la industria sin embargo la normativa andina de la CAN obliga cumplir con altos estándares de calidad similares a los de la Unión Europea a las empresas y las pymes de pasta dental aún no se encuentran competentes para lograr acaparar todo el mercado nacional, ellas requieren de un agresivo apoyo gubernamental en los ámbitos económico y capacitación con el fin de que PYMES estén a la vanguardia de las grandes empresas.
- Sin ser el Ecuador un país capitalista con el auge del petrolero, de los años 60 y 70, formó una sociedad consumista; se radicó en el país filiales de poderosos consorcios trasnacionales, se acrecentó la deuda externa, las relaciones de producción indujeron un crecimiento inusual de las fuerzas de productivas y estas a su vez favoreció una mayor socialización del trabajo, millones de trabajadores se convirtieron en propiedad de los dueños de los medios de producción.

En este proceso emergió una estructura social denominada burguesía, dicha burguesía monopolista u oligarquía estaba integrada por unas 100 o 150 familias que, controlando no más de una veintena de grandes grupos económicos, financieros y empresas de la economía del país.

No obstante esta transformación facilitó al Ecuador invertir en electricidad, medios de comunicación, fuerzas armadas, educación, vivienda, salud y más, mientras los trabajadores instalaban fábricas, estas no creaban suficientes

empleos, mientras los trabajadores construían hospitales, clínicas, centros de salud ellos y sus familias carecían de padecían de atención indispensable, la transformación del boom petrolero solo causo un absurdo crecimiento del país debido a que la riqueza era solo para las familias dueñas de los medios de producción.

Este auge petrolero endeudo al Ecuador, hasta en los actuales días el país contrae dicho compromiso, las empresas extranjeras transnacionales la mayoría de capitales de Estados Unidos impusieron una cultura materialista, importadora de bienes suntuarios y manteniendo a la clase trabajadores sin posibilidades del ahorro.

- Los empresarios que deseen invertir capitales en el país debe analizar detenidamente en la situación social política y económica.

La inversión extranjeras directa del país crece y decrece año a año por la deficiente infraestructura, inestabilidad política y los elevados costos de los servicios público, el resultado es inversionistas extranjeros no ávidos de hacer negocios con la nación por el riesgo países decir que la inversión no compensa una mayor rentabilidad.

4.2 Recomendaciones:

- El Ecuador antes de implementar modelos económicos extranjeros debe estudiar los beneficios y desventajas del mismo, y así deducir si están acorde a las necesidades, características, limitaciones y objetivos nacionales.

El país no debe aceptar modelos económicos en decadencia, agravamiento de mercado y sobre producción de países extranjeros debido a que cada nación posee necesidades y peculiaridades distintas y ejecutar medidas innovadoras adaptadas a la realidad nacional y al bienestar de todos los ecuatorianos.

- El país debe vigilar, constatar y regular la igualdad de competencia entre las empresas nacionales y extranjeras de pasta dental y simultáneamente proteger y favorecer al consumidor ecuatoriano.

El Ecuador debe mejorar su rol de estado ir más allá de la creación de estatutos y convertirse en un ente apoderado de fijar y hacer cumplir leyes transparentes y claras para la asignación eficiente de los recursos, igualdad de competencia en el mercado de pasta dental y equilibrio de precios, dicha intervención debe ser activa y discrecional para convertirse nación más atractiva y estable.

- La nación debe mejorar sus dificultades sociales, políticas y económicas con el fin de convertirse en un país más atractivo para la Inversión Extranjera Directa y conseguir una sana combinación de intereses por ambas partes.

El Ecuador debe estudiar las ventajas y desventajas de la Inversión Extranjera Directa; la mayoría de las inversiones no son beneficiosas para el país debido a que provoca el crecimiento del consumo de importaciones y resta soberanía por otro lado el país no puede desarrollarse solo de lo público necesita de un trabajo colectivo e inversión privada.

A lo largo de la historia se ha demostrado que los procesos privados demuestran poca capacidad para generar ahorro interno, convertir ese ahorro en inversión productiva; por esta razón se debe admitir inversión extranjera directa en los sectores donde el empresariado local no ha logrado aumentos significativos de productividad.

- El Ecuador debe agilizar el proceso de obtención de la Notificación Sanitaria Obligatoria con el fin de evitar atrasos en la entrega de productos, malestar al consumidor y pérdidas económicas a las empresas de dentífricos.

Los productos cosméticos poseen corto tiempo de vida en el mercado por las innovaciones, la tecnología y las empresas no pueden esperar mencionado tiempo, perder su beneficio económico y abastecer una pequeña parte de sus clientes. NSO provoca quebrantos irreversibles a las empresas de cosméticos y malestar al consumidor.

BIBLIOGRAFÍA:

Acosta, A. (2006). *Breve historia económica del Ecuador*. Quito: Corporación Editora Nacional. Obtenido de <http://www.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/42390.pdf>

Adorno, T. (2004). *Teoría estética*. Madrid: Alkal S.A.

Aguirre, C. (2013). *Crítica del sistema-mundo capitalista*. México D.F.: Era S.A.

Anda, C. (2005). *Estructura socioeconómica de México, 1940-2000*. México D.F.: Limusa S.A.

Aranda, A., Zabalza, I., & Martínez, A. (2006). *El análisis del ciclo de vida como herramienta de gestión empresarial*. Madrid: Fundación Confemetal.

Arias, A. (2011). *Arancel de importaciones integrado del Ecuador*. Quito: Pudeleco Editores S.A.

Arias, P., Dankers, C., Liu, P., & Pilkauskas, P. (2004). *La economía mundial del banano: 1985-2002*. Roma: Food & Agriculture Org.

Armijos, F. (2004). *El virus del estridado del banano en plantaciones de plátano y banano en Ecuador*. Quito: INIAP Archivo Historico.

Astarita, C. (2005). *Del feudalismo al capitalismo: cambio social y político en Castilla y Europa*. Valéncia: Universidad de Granada.

Astarita, R. (2000). Deterioro de los términos de intercambio: cuestiones desde la teoría del valor Obtenido de <http://www.rolandoastarita.com/dt.DeteriorotermosdeintercambioNUEVO.htm>

Avila, R. (2013). *La belleza para Platón*. Obtenido de <http://filosofia.laguia2000.com/filosofia-griega/la-belleza-para-platon>

Baca, R. (2009). *Pasado y futuro del petróleo en el Ecuador: 25 años de exportación del crudo oriente*. Quito: Unidad de Relaciones Institucionales de Petroecuador.

Báez, R., Cueva, A., Mejia, L., Moncada, J., Moreano, A., & Velasco, F. (1999). *Ecuador, pasado y presente*. Quito: Libresa S.A.

Balassa, B. (1980). *Teoría de la integración económica*. Madrid: Unión Tipográfica Editorial Hispano-Americana.

Baltra, A. (1975). *Teoría económica: problemas de producción*. Santiago de Chile: Andres Bello.

Bambirra, V. (1999). *El capitalismo dependiente latinoamericano*. México D.F.: Siglo XXI S.A.

Baquero, M., Fernández, G., & Garzón, P. (2004). *El banano en Ecuador: estructura de mercados y formación de precios*. Quito: Banco Central del Ecuador.

Beardsley, M., & Hospers, J. (1988). *Estética: historia y fundamentos*. Madrid: Cátedra.

Beaud, M. (2013). *Historia del capitalismo: de 1500 a nuestros días*. Barcelona: Planeta S.A.

Becerra, H. (1994). *Historia y economía del Ecuador*. Quito: Luis Becerra C.A.

Bordoni, N., Escobar, A., & Mercado, R. C. (2010). *Odontología pediátrica. La salud bucal del niño y el adolescente en el mundo actual*. Buenos Aires: Ed. Médica Panamericana.

Borja, R. (2010). *Sociedad cultura y derecho*. Quito: Planeta del Ecuador S.A.

Borón, A. (2003). *El capitalismo y las democracias en América Latina*. México D.F.: Universidad de la Ciudad de México.

Brenner, N. (2000). *La transición del feudalismo al capitalismo*. Obtenido de <http://www.taringa.net/post/apuntes-y-monografias/9857671/La-Transicion-del-Feudalismo-al-Capitalismo.html>

Bustelo, F. (1994). *Historia económica: introducción a la historia económica mundial*. Madrid: Complutense.

Cabrera, J. (1999). *La economía y su evolución en América Latina*. Quito: Andres Bello.

Calvo, T. (1986). *De los sofistas a Platón: política y pensamiento*. Michigan: Cincel.

Carrillo, J., Bialakowsky, A., Partida, R., Antunes, R., Costa, M., Jinking, N., & Supervielle, M. (2009). *Trabajo y capitalismo entre siglos en Latinoamérica*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

Chininín, V. (2008). *Doctrinas económicas y antológicas*. Loja: Universidad Técnica Particular de Loja.

Clauss, C., Vilaseca, O., & Gonzalo, R. (2006). *La economía integral: el nuevo paradigma económico*. Buenos Aires: Dunken. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=p8kbjN8r-d4C&pg=PA231&dq=libros+actuales+economias&hl=es&sa=X&ei=2pIxVf-BOcjsATu3oC4Aw&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=libros%20actuales%20economias&f=false>

Clement, N., & Pool, J. (1999). *Economía enfoque América Latina*. Bogotá: Nomos S.A.

Colomer, J. (1987). *El utilitarismo: una teoría de la elección racional*. Madrid: Montesinos Editor S.A.

Cueva, A. (2004). *El desarrollo del capitalismo en América Latina*. México D.F.: Siglo XXI S.A.

Díaz, P. (2009). *Teoría keynesiana*. Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com/teoria-keynesiana>

Dobb, M. (2005). *Estudios sobre el desarrollo del capitalismo*. México D.F.: Siglo XXI S.A. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=NeQew2BQafAC&pg=PA465&dq=La+Transici%C3%B3n+del+Feudalismo+al+Capitalismo&hl=es&sa=X&ei=10A6VaK4KIOXgwTUIHQBw&ved=0CCYQ6AEwAg#v=onepage&q=La%20Transici%C3%B3n%20del%20Feudalismo%20al%20Capitalismo&f=false>

Eiroa, J. (2006). *Nociones de prehistoria general*. Barcelona: Ariel S.A.

Escartín, E. (2009). *El mercantilismo: I.- primeras manifestaciones*. Obtenido de http://personal.us.es/escartin/El_Mercantilismo%20I.pdf

Estrella, G. (1982). *Historia del Ecuador*. Barcelona: Salvat Editores Ecuatorianos S.A.

Feo, J. (2005). *Latitudes 7°: geografía de América*. Bogotá: Norma S.A.

Fernández, A. (1994). *El banano en Ecuador: cultivo, plagas, enfermedades*. Quito: C & C.

Figuroa, A. (1996). *Teorías económicas del capitalismo*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Fischer, S. (2009). *Estado, clases e industria: la emergencia del capitalismo ecuatoriano y los intereses azucareros*. Quito: El Conejo S.A.

- Fontaine, G. (2007). *Precio del petróleo, conflictos socio-ambientales y gobernabilidad en la Región Amazónica*. Quito: Abya-Yala.
- Galarza, H. (2000). *Geografía y economía universal*. Bogota : Ariel S.A.
- Gandarilla, J. (2005). *América Latina en la conformación de la economía-mundo capitalista*. México D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México.
- García, S. (1994). *Teoría económica de la empresa: fundamentos teóricos : teoría institucional* . Madrid: Días de Santos S.A.
- Giordano, E. (2002). *Las guerras del petróleo: geopolítica, economía y conflicto*. Barcelona: Icaria Editorial S.A.
- Goff, J. (2008). *Una larga Edad Media*. Barcelona: Paidós Ibérica, S.A.
- González, R. (2011). *Tendencias y nuevos desarrollo de la teoría económica*. Diferentes Teorías del Comercio Internacional. Madrid: PR Ediciones.
- González, P. (2003). *América Latina: América del Sur, volumen 1*. México D.F.: Siglo XXI S.A.
- Guamán, V. (2002). *Sociales activo*. Quito: Ediciones Nacionales Unidas.
- Gurtler, U. (1960). *El feudalismo, su origen, sus elementos constitutivos e influencia social*. Madrid: Ediciones Castillo S.A.
- Harari, R., Korovkin, T., Larrea, C., Martínez, L., & Ortiz, P. (2004). *Efectos sociales de la globalización: petróleo, banano y flores en Ecuador*. Quito: Editorial Abya Yala.
- Holguín, R. (2005). *Administración privada y pública*. Guayaquil: Ediciones Holguín S.A.
- Humphrey, C., & Hugh-Jones, S. (1998). *Trueque, intercambio y valor: aproximaciones antropológicas*. Quito: Abya-Yala.
- Jaffe, K. (2007). *La riqueza de las naciones: una visión interdisciplinaria*. Caracas: Equinoccio.
- Janvry, A., & Glikman, P. (1994). *Encadenamientos de producción en la economía campesina en el Ecuador*. San José: Editorial Vida.
- Jerez, J. (2011). *Comercio internacional*. Madrid: Esic Editorial.
- Jiménez, M. (2013). *Teoría de la brecha tecnológica*. Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/168939266/Teoria-de-La-Brecha-Tecnologica#scribd>

Kitarō, N. (1945). *Una explicación de la belleza*. Obtenido de http://www.ub.edu/las_nubes/archivo/dos/Nubes%20y%20claros%20articulos/BI%20ONO%20SETSUMEI_wps.pdf

Klaus, J. (2007). *La riqueza de las naciones: una visión interdisciplinaria*. Valle de Sertenejas: Equinoccio. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=zPNHNBvgqFYC&pg=PA118&dq=acumulacion+de+riquezas&hl=es&sa=X&ei=JJM_VeXID4SYNtKYgegB&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=acumulacion%20de%20riquezas&f=false

Kotler, P., & Lane, K. (2006). *Dirección de marketing*. México D.F.: Pearson Educación.

Krugman, P., & Wells, R. (2007). *Introducción a la economía*. Macroeconomía. Barcelona: Editorial Reverté S.A.

Larrea, C. (2004). *Pobreza, dolarización y crisis en el Ecuador*. Quito: Editorial Abya Yala.

Lenin, V. (1917). *El imperialismo fase superior del capitalismo*. Moscú: Editorial Progreso.

Lindhe, L. (2009). *Periodontología clínica e implantología odontológica*. Madrid: Ed. Médica Panamericana.

López, A. (1991). *Estética, Filosofía*. Obtenido de http://www.mercaba.org/Rialp/E/estetica_filosofia.htm

López, A. (1998). *Estética de la creatividad: juego, arte y literatura*. Madrid: Ediciones Rialp S.A.

López, J. (2008). *La economía de Michal Kalecki y el capitalismo actual: ensayos de teoría económica y economía aplicada*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.

Lubin, D. (1993). *Situación y perspectivas de los productos básicos 1992-1993*. Italia: Food & Agriculture Org.

Lucas, A. (2014). *Los booms en perspectiva: cacao y banano del Ecuador*. Obtenido de <http://www.anecacao.com/es/los-booms-en-perspectiva-cacao-y-banano-del-ecuador/>

Luna, L. (2007). *Economía internacional del siglo XXI*. Quito: Tinta Fresca.

Martínez, A. (2000). *Elementos de economía*. Guayaquil: Dimaxi S.A.

Martínez, R. (2009). *La fuerza de trabajo en el capitalismo mexicano: un ensayo histórico-económico*. México D.F.: Hadise.

Maturo, G. (1999). *Marechal, el camino de la belleza*. Buenos Aires: Editorial Biblos.

Meléndez, E. S., & Colominas, C. H. (2000). *Oferta y demanda de cualificaciones profesionales en el mercado de trabajo*. Barcelona: Publicación Barcelona.

Mestanza, S., & Mite, F. (1993). *Como fertilizar banano en el Ecuador*. Quito: INIAP Archivo Historico.

Meza, R. (2006). *Ciencias sociales*. Quito: Editorial Meza Bolanos Reinaldo Ediciem.

Moncada, J. (1982). *Capitalismo y subdesarrollo ecuatoriano en el siglo XX*. Quito: Departamento de Cultura y Difusión de la Universidad Central.

Moncada, J. (1990). *En busca de una alternativa para América Latina*. Cuenca: Departamento de Publicaciones Facultad de Economía.

Montalvo, C. (2008). *El capitalismo*. Iowa State : Ames IA 500 11 USA.

Moreno, A. (1999). *La nueva crisis del capitalismo ecuatoriano*. Quito: Editores de la Universidad Central.

Narvaez, I. (2009). *Petróleo y poder: el colapso de un lugar singular: Yasuní*. Quito: FLACSO & GTZ.

Ochoa, P. (2006). *El sistema mundo capitalista y América Latina*. Cuenca: Universidad de Cuenca.

Ojeda, A. (2009). *La historia del mundo contemporáneo*. Obtenido de <http://webdehistoria.blogspot.com/2009/07/politica-economica-espanola-durante-los.html>

Orellana, F. (2009). *La industria bananera en el Ecuador*. Virginia: la Universidad de Virginia.

Ortiz, J. (1999). *Tecnología y desarrollo económico en la historia contemporánea*. Madrid: Oficina Española de Patentes y Marcas.

Paillot, J. (1998). *Teoría de la belleza, con aplicación a la bellas artes*. Milagro: Editorail San José Rius.

Palmade, G. (1993). *La época de la burguesía*. México D.F.: Siglo XXI S.A.

Polivio, J., & Basantes, N. (2003). *Sociales 10 tercer milenio*. Quito: Proyectos Editoriales Radmandí.

Quimi, V. (1984). *Diez años de investigación en el banano y el aporte tecnológico del INIAP*. Quito: INIAP Archivo Histórico.

Ramírez, M. (1988). *Arte y belleza en la estética de Hegel*. Sevilla: Universidad de Sevilla.

Rayón, A. (2010). *El nacimiento del capitalismo*. Obtenido de <https://alexrayon.wordpress.com/2010/07/05/el-nacimiento-del-capitalismo/>

Rioja, L. (2014). *La moneda y su historia*. Buenos Aires: Dunken.

Riu, M. (1989). *La alta Edad Media: del siglo V al siglo XII*. Barcelona: Montesinos Editor, S.A.

Rodríguez, O. (1993). *La teoría del subdesarrollo de la CEPAL*. México D.F.: Siglo XXI S.A.

Roger, F. (2012). *Historia de la cosmética: prehistoria, Babilonia y Egipto*. Obtenido de <http://rogersentiryser.com/historia-de-la-cosmetica-prehistoria-babilonia-y-egipto/>

Romo, P. (2004). *Motivos sociales*. Quito: Editores Ecuador del Futuro.

Rosero, J. (2009). *Un análisis sobre la competitividad del banano ecuatoriano*. Quito: Banco Central del Ecuador, Dirección General de Estudios.

Salazar, F. (2005). *Sociales activo, historia universal y nacional*. Quito: Ediciones Nacionales Unidas.

Salgado, J. (2005). *América Latina en la conformación de la economía-mundo capitalista*. México D.F.: Universidad Autónoma de México.

Sanjinés, F., Vargas, B., & Herrera, Z. (2002). *Ventajas comparativas y competitivas del comercio regional orureño*. La Paz: Offiset Boliviana Ltda.

Santos, E. (2006). *El proceso de sustitución de las importaciones*. Obtenido de <http://www.afese.com/img/revistas/revista52/sustitucionimp.pdf>

Sigale, A. (2003). *La naturaleza de la riqueza*. Montevideo: Editorial Fin de Siglo.

Sotelo, J., Hierro, J., & Cáceres, J. (2003). *Teorías y modelos macroeconómicos*. Madrid: Editorial Esic.

Souriau, E. (1998). *Diccionario Akal de Estética*. Madrid: Akal S.A.

Spencer, M. (1993). *Economía contemporánea*. Barcelona: Editorial Reverté S.A.

Stewart, I., & García, J. (2008). *Belleza y verdad: una historia de la simetría*. Barcelona: Crítica S.A.

Suárez, L., & Espadas, M. (1990). *Historia general de España y América*. Madrid: Ediciones Rialp S.A.

Tatarkiewicz, W. (2004). *Historia de la estética III: La estética moderna, 1400-1700*. Madrid: Akal S.A.

Terrada, M. (2008). *Introducción a la historia de las ideas estéticas: La antigüedad*. Valencia: Universidad de Valencia.

Torres, K. (2011). *Historia y evolución económica del Ecuador*. Quito: Norma S.A.

Tortolero, A. (1998). *De la coa a la máquina de vapor: actividad agrícola e innovación tecnológica*. Madrid: Siglo XXI S.A.

Verdesoto, L. (1999). *La investigación sobre gobierno y política en el Ecuador contemporáneo*. Quito: Fides Editores.

Vidal, J. (2004). *Lecciones sobre capitalismo y desarrollo*. Barcelona: Universidad de Barcelona.

Wallerstein, I. M. (2004). *Capitalismo histórico y movimientos antisistémicos*. Madrid: Akal S.A. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=r0RDfG3STXoC&printsec=frontcover&dq=libros+actuales+del+capitalismo&hl=es&sa=X&ei=3ZMxVZWQH7lsASGkYHYDg&ved=0CCcQ6AEwAg#v=onepage&q=libros%20actuales%20del%20capitalismo&f=false>

Weber, M. (1978). *Concepto y premisas del capitalismo*. Obtenido de http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ual.es%2Fpersonal%2Fcaranda%2FMax-Weber.pdf&ei=7_yrVL7DHZLOgWT7n4PADg&usg=AFQjCNEAZah56UgHqOERVnAA5QLoNJAGbg

Webster, M. (1999). *Enciclopedia del Ecuador*. Barcelona: Grupo Editorial Océano S.A.

Wilhelm, F. (2004). *Estética y teoría de las artes*. Madrid: Tecnos.

Wilkinson, J., Moore, R., Rodríguez, M., & Rodríguez, D. (1990). *Cosmetología de Harry*. Madrid: Días de Santos S.A.

Zátonyi, M. (2002). *Una Estética del arte y del diseño de imagen y sonido*. Buenos Aires: Kliczkowshi.

Zorrilla, S. (2004). *Cómo aprender economía: conceptos básicos*. México D.F.: Editorial Limusa S.A.