



1859

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
ÁREA JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
CARRERA DE ECONOMÍA

TEMA:

**“DINAMISMO COMERCIAL Y SU INCIDENCIA EN EL CRECIMIENTO DE
LAS EMPRESAS QUE EXPORTAN HACIA LOS EMIRATOS ÁRABES
UNIDOS, UBICADAS EN LA CIUDAD DE QUITO, PERIODO 2009-2013.”**

Tesis de Grado previo a la obtención
del título de Economista.

AUTORA

Liseth Alexandra Herrera Cruz

DIRECTOR

Eco. Giovanni Ramiro Carrión Cevallos

Loja- Ecuador

2014

CERTIFICACIÓN

Eco. Giovanni Ramiro Carrión Cevallos, Docente de la Carrera de Economía de la Universidad Nacional de Loja y Director de Tesis.

CERTIFICA:

Que el trabajo titulado “**DINAMISMO COMERCIAL Y SU INCIDENCIA EN EL CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS QUE EXPORTAN HACIA LOS EMIRATOS ÁRABES UNIDOS, UBICADAS EN LA CIUDAD DE QUITO, PERIODO 2009-2013**”, previo a optar por el título de Economista, presentado por la Srta. Lisseth Alexandra Herrera Cruz, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, ajustándose al Reglamento establecido por la Universidad Nacional de Loja; por lo que autorizo su presentación ante el respectivo Tribunal de Grado.

Loja, Abril de 2014



Eco. Giovanni Ramiro Carrión Cevallos
DIRECTOR DE TESIS

AUTORÍA

Yo, Lisseth Alexandra Herrera Cruz, declaro ser autora del presente trabajo de tesis de grado y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

AUTOR: Lisseth Alexandra Herrera Cruz

FIRMA: 

CÉDULA: 1104895121

FECHA: abril de 2014

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR, PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PÚBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.

Yo, Lisseth Alexandra Herrera Cruz, declaro ser autor(a) de la tesis titulada; **"DINAMISMO COMERCIAL Y SU INCIDENCIA EN EL CRECIMIENTO DE LAS EMPRESAS QUE EXPORTAN HACIA LOS EMIRATOS ÁRABES UNIDOS, UBICADAS EN LA CIUDAD DE QUITO, PERIODO 2009-2013"**, como requisito para optar al grado de; **ECONOMISTA**; autorizo al sistema bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre al mundo.

la producción intelectual de la universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 4 días del mes de abril del dos mil catorce, firma el autor.

FIRMA:



AUTOR: Lisseth Alexandra Herrera Cruz

CEDULA:1104895121

DIRECCIÓN: Loja

CORREO ELECTRÓNICO: www.lisseth@gmail.com

TELÉFONO: 0939393104

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS Eco. Giovanni Ramiro Carrión Cevallos

MIEMBROS DE TRIBUNAL

PRESIDENTE: Eco. Víctor Eduardo Chinín Campoverde, Esp.

VOCAL: Eco. Jorge Luis Moncayo, Mg. Sc.

VOCAL: Eco. Max Loiza, Mg. Sc.

DEDICATORIA

A Dios, por haberme dado la sabiduría y las fuerzas necesarias para llegar a ser quien soy.

A César Herrera, mi padre por el ejemplo que me dejó y por convertirse en mi guía para visualizar mis metas. A Noemí Cruz, mi madre por ser el pilar fundamental en mi vida, por su amor, apoyo incondicional y sabios consejos; quien me enseñó que creyendo en uno mismo, con responsabilidad y con esfuerzo se puede alcanzar los sueños.

A Patricio Robles y a mis hermanos: Irma, Omar y Matías quienes estuvieron a mi lado brindándome su apoyo y su confianza para cumplir mis objetivos.

Finalmente, a mis amigos por haber compartido las más tristes y alegres experiencias de la vida universitaria. ¡Siempre los llevaré en mis recuerdos!

Lisseth Alexandra Herrera Cruz

AGRADECIMIENTOS

- A la Universidad Nacional de Loja: Por abrirme sus puertas para prepararme profesionalmente. En especial a la carrera de Economía y a todos quienes la conforman por permitirme ser parte de ella.
- Al Eco. Eduardo Calle: Por brindarme las bases necesarias para la culminación de mi carrera y por transmitirme sus conocimientos de macroeconomía, lo cual hizo posible escoger y plantear el tema tratado.
- Al Eco. Giovanni Carrión: Quien con su preparación profesional y su paciencia hizo posible la finalización del presente trabajo.
- Y a usted querido lector: Con mucho respeto.

1. TÍTULO

Dinamismo comercial y su incidencia en el crecimiento de las empresas que exportan hacia los Emiratos Árabes Unidos, ubicadas en la ciudad de Quito, periodo 2009-2013.

2. RESUMEN

El dinamismo comercial es una actividad capaz de producir cambios y a su vez crecimiento y desarrollo económico, mediante la interacción entre diversos sectores de la economía a nivel nacional e internacional.

Emiratos Árabes Unidos (EAU), cuentan con el 10% de reservas de petróleo y el 5% de las reservas de gas a nivel mundial; lo cual, les genera altos niveles económicos, pues para el año 2012 cuentan con un PIB per-cápita de 49.000 USD, convirtiéndose en una Federación líder del occidente y referente para otros países de la región, ya que es la tercera economía del Golfo, luego de Arabia Saudí e Irán. Razón para que se los considere como un mercado de oportunidades para los productos ecuatorianos; sin embargo, el volumen de exportación por parte del Ecuador hacia la Federación es muy bajo, pues solo cubre el 0.02% del total de exportaciones a nivel mundial.

Frente a esta problemática se planteó la presente investigación, la misma que se encargó de analizar la concentración y diversificación del comercio, las ventajas comparativas y la similitud del patrón exportador entre Ecuador y EAU, y de analizar variables de crecimiento como: ventas, utilidades, empleados, organización y tamaño dimensional de empresas exportadoras.

Para lo cual, se utilizó la metodología planteada por la CEPAL, utilizando especialmente el método estadístico, mediante el cual se procede a calcular tres índices de dinamismo comercial (I. Herfindahl-Hirschmann, I. de Balassa y el I. de Krugman); mientras que para medir el crecimiento empresarial, se procede a aplicar un cuestionario a 127 empresas ubicadas en la zona urbana de la ciudad de Quito.

El objetivo general que se propuso fue: Determinar el dinamismo comercial y su incidencia en el crecimiento de las empresas que exportan hacia los Emiratos Árabes Unidos, ubicadas en la ciudad de Quito, durante el periodo 2009-2013.

Llegando a la siguiente conclusión: El dinamismo comercial entre Ecuador y EAU, no incide de forma considerable sobre el crecimiento de las empresas que exportan hacia dicho mercado, ya que el porcentaje de ventas que se destina es menor al 1% y aún así éstas han presentado elevadas tasas de crecimiento.

Palabras claves: Ecuador–EAU- Quito- dinamismo - comercio- concentración- diversificación- ventajas- crecimiento- empresas- exportaciones- ventas- utilidades- empleados- organización-sucursales.

ABSTRACT

The commercial operation – trade is an activity which is capable of producing changes and a dynamic growth and development in economic matters, when it is done through the interaction of various sections at the local and international economies.

This is the case of the United Arab Emirates (UAE) possess 10% of the oil reserves and 5% of gas reserves worldwide. It allows this nation to obtain high economic standards. For example, in the year 2012, the UAE had a PIB per capita of \$ 49,000, becoming a leader nation among the occidental nations and a reference for other nations. In this regard, the UAE placed third after Saudi Arabia and Iran. This economic growth has opened the door to different Ecuadorian products which have founded in this developing economy a good market soil where they can operate; However , the export volume for part of Ecuador toward the Federation is very softly , because only he showers the 0,02 % of the total with worldwide exports.

To face this challenge, an exhaustive investigation has been established to analyze the main point, the directions and the implications-diversification of the business-trade between Ecuador and the UAE. At the same time, the advantages and similarities among exportation pattern between these two nations. Moreover, the analysis of the growth of different types of trade such as sales, profit, employees, organization and size of the exportation companies.

For which, the methodology presented by the CEPAL, using the statistical method especially, by means of the one that one proceeds to calculate three rates of commercial dynamism by means of was used (I. Herfindahl Hirschmann, I. of Balassa and the I. of Krugman); In the meantime that to for to measure the entrepreneurial growth, it is proceeded to apply 127 companies located at the urban zone of the city of Quito a questionnaire.

The object of this project is to determine the commercial dynamism and its impact on the growth of companies which exported their products to the UAE from different locations in Quito-Ecuador during the period 2009-2013.

Here, the conclusion was that the commercial relationship between Ecuador and the UAE has not been produced a significant economic impact on those companies which exported their products from Ecuador to UAE, because taking a look to the sales ranks and percentages, we could see that all sales were less than 1% of the intended intentions and still low.

In this project, there will be key words which need to be seen very closely: Ecuador, EAU, Quito, trade, concentration, diversification, advantages, growth, companies, export, sales, profit, organization, employees, locations, and branches.

3. INTRODUCCIÓN

Actualmente, Ecuador mantiene relaciones comerciales con diferentes países, entre los cuales se encuentran los Emiratos Árabes Unidos, los mismos que dentro del plan estratégico comercial del Ecuador son identificados como una Federación priorizada, ya que le permitirá acceder al mercado de los países árabes (IPEI, 2012). Pese a ello, el comercio con la Federación es muy bajo (0.02%), especialmente por ser un mercado relativamente nuevo para el Ecuador; razón por la cual, es necesario tener una perspectiva clara de la actividad comercial entre los dos países, con el fin de aprovechar las oportunidades que se presenten, de tal manera que se pueda intensificar dicho comercio, generando, conjuntamente, mayores tasas de crecimiento para las empresas exportadoras.

Según datos del Banco Central del Ecuador (2013), en los últimos años la relación comercial entre Ecuador y Emiratos Árabes Unidos, se ha fortalecido, ya que desde el año 2009 hasta junio del 2013, existieron 306 empresas que exportaron hacia los Emiratos Árabes, y 105 empresas que importaron productos desde los mismos, destacando que el 42% de las exportadoras se encontraron ubicadas en la ciudad de Quito, mientras que el 58% restante estuvieron esparcidas en el resto del país.

Con respecto a la balanza comercial bilateral, según datos del Banco Central del Ecuador y del Centro de Comercio Internacional (Trademap), para el año 2012 Ecuador exportó hacia los EAU \$ 4.9 millones de dólares que en porcentaje únicamente representaría el 0.02% del total de exportaciones (USD \$ 23.196.704.000), mientras que desde los EAU se importó \$ 34 millones de dólares, cifra que constituyó el 0.14% de total de importaciones de Ecuador a nivel mundial (USD \$ 25.196.519.000).

La relación comercial con este país, es una oportunidad que Ecuador debe aprovechar y empezar a ver un mercado global y no solo un mercado subregional o regional. Considerando que los EAU cuentan con un PIB per-cápita de \$ 49.000 dólares (CIA WorldFactbook, 2012); y que por ende, se les atribuye un poder adquisitivo elevado, se lo considera como un mercado bastante atractivo para el Ecuador. Es por ello, que existe la necesidad de analizar y comparar la estructura de comercio, basándose en indicadores de dinamismo comercial, con el fin de estudiar las potenciales ventajas y desventajas de las exportaciones, determinar la competitividad de los productos que se exportan y analizar su incidencia en el crecimiento de las empresas exportadoras de la

cuidad de Quito, para finalmente, considerar la posibilidad de fortalecer de manera más eficiente las relaciones comerciales existentes entre ambos países.

La presente investigación será útil para la sociedad ya que permite conocer el patrón exportador que existe entre Ecuador y EAU y su incidencia sobre el crecimiento de las empresas que se encargan de exportar hacia los mismos. A más de ello, será una base en la cual se sustenten futuras investigaciones y servirá de apoyo para aquellas personas que de una u otra forma deben tomar decisiones en los ámbitos políticos y empresariales.

Supliendo así la falta de información que existe con respecto a la relación comercial entre Ecuador y EAU, pues en el país solamente existe un estudio elaborado por el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (IPEI, 2012), el mismo que llega a la conclusión de abrir una Oficina Comercial en los Emiratos Árabes Unidos, debido al creciente volumen de exportaciones entre los dos países, aspecto que es recogido favorablemente por el Gobierno ecuatoriano en el año 2013.

Es por ello que se plantearon los siguientes objetivos específicos:

- ✓ Calcular el grado de concentración y diversificación de comercio entre Ecuador y Emiratos Árabes Unidos, en el período 2009-2013.

Se logró este objetivo mediante el cálculo del índice de Herfindahl-Hirschmann y se pudo conocer que la estructura comercial del Ecuador se encuentra concentrada especialmente en productos como: Azúcares y artículos de confitería, plantas vivas y productos de floricultura y frutos comestibles en el 2009. Combustibles minerales, aceites minerales y derivados de su destilación (95.4%) en el 2010. Pero, en el 2011 el mercado tiende a estar moderadamente concentrado, mostrando un índice de 12.9%, lo que quiere decir que Ecuador ha diversificado su oferta hacia los EAU, mientras que para el 2012 y el primer semestre del 2013, nuevamente se vuelven aglutinar las exportaciones, pues el IHH se ubica sobre el 18%.

- ✓ Analizar las ventajas y desventajas comparativas del intercambio comercial entre Ecuador y los EAU, en el período 2009-2013.

Para ello, se calculó el índice de Balassa y se pudo conocer que Ecuador posee ventajas comparativas en: Productos de azúcar y artículos de confitería, artículos de sombrería,

plantas vivas y los productos de floricultura, café, recubiertos de azúcar, maderas, preparación de legumbres, herramientas de cuchillería.

- Establecer la similitud o diferencia de la estructura de exportaciones, tanto de Ecuador como de EAU, en el período 2009-2012.¹

Según el índice de Krugman, la estructura de exportaciones de los dos países hacia el mundo es similar. Y sus características principales son: su elevada dependencia de los recursos petroleros y su escasa diversificación de productos exportados.

- ✓ Determinar el crecimiento de las empresas que exportan hacia los EAU, ubicadas en la ciudad de Quito, en el periodo 2009-2013.

Tomando como año base al 2009, el volumen de ventas ha incrementado con respecto a dicho año, a excepción del 2011, siendo el primer semestre del 2013 en donde se registran la mayor tasa de crecimiento 85%. Las utilidades han crecido durante todo el periodo, pero en el 2011 y 2012 se evidencian los mayores niveles de crecimiento 159 y 135%, respectivamente, el personal contratado ha incrementado entre el 4 y el 9%, mientras que el personal administrativo lo ha hecho a una tasa del 27%, y por último el 58% de las empresas investigadas cuentan con sucursales, como por ejemplo: la empresa FRUTIERREZ ECUADOR, que tienen oficinas en Colombia, Perú y Ecuador o el caso de INAEXPO que también se encuentra en Brasil y México, entre otras.

La metodología usada para el cálculo de los indicadores de dinamismo comercial, fue sugerida por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), usando bases de datos proporcionadas por el Centro de Comercio Internacional Trademap. Para calcular el grado de concentración o diversificación de comercio entre Ecuador y EAU, se aplica el índice Herfindahl-Hirschmann; así mismo, para analizar las ventajas y desventajas comparativas del intercambio comercial, se calcula el índice de Balassa, y para establecer la similitud o diferencia de la estructura de exportaciones, se emplea el índice de Krugman.

Finalmente, para medir el crecimiento de variables como; ventas, utilidades, personal ocupado y organización, se aplica la fórmula sugerida por Iurrita, Weinzimmer et al. (1998), primero, de forma anual; y luego, tomando como año base al

¹El cálculo de este indicador se realizó hasta el año 2012, ya que el país socio (EAU) aun no presentaba la información de su balanza comercial.

2009, para ello se realizó un levantamiento de información, aplicando un cuestionario a 127 empresas ubicadas en la zona urbana de la ciudad de Quito.

La investigación está estructurada por nueve apartados: En el capítulo **a** se plantea el título de la misma; en el **b** se realiza un resumen del contenido; en el capítulo **c** se presenta la introducción de la tesis; en el **d** se realiza una revisión de literatura en base a 3 aspectos, antecedentes, fundamentación teórica y fundamentación legal; en el capítulo **e** se detallan los materiales y métodos seguidos; en el **f** se muestran los resultados, en el **g** se realiza la discusión de los mismos y en los capítulos **h** e **i** se presentan las conclusiones y recomendaciones, respectivamente. Finalmente, se acompaña la Bibliografía y anexos.

4. REVISIÓN DE LITERATURA

4.1. ANTECEDENTES

En el año 2012, el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones elabora una guía comercial de los Emiratos Árabes Unidos; en la cual, se revela información importante sobre las relaciones comerciales entre Ecuador y EAU y su estructura socio-económica.

Dicha documento, tiene estrecha relación con la presente investigación, por la información que muestra y por el período de análisis (2007-2011). Sin embargo, le hace falta actualizar la información de los dos últimos años 2012, y 2013 y un análisis más profundo en el cual se puedan determinar aspectos como: el tipo de comercio que se realiza entre estos dos países, similitud y diferencias de la estructura de exportaciones, concentración y diversificación de la misma y enfocarlo hacia un determinado sector del país, con el fin de tener más claro el entorno comercial entre los dos países de interés y medir el crecimiento de las empresas exportadoras.

Las conclusiones a las cuales llega la Guía Comercial de EAU son las siguientes:

Se recomienda la creación de una Oficina Comercial de Ecuador en Emiratos Árabes Unidos debido a:

- ✓ Incremento de las exportaciones no petroleras de Ecuador hacia EAU en el periodo 2007-2011
- ✓ Debido al alto PIB per cápita de alrededor de \$48,000 dólares, EAU se convierte en un mercado interesante para Ecuador.
- ✓ EAU es un punto estratégico para acceder al mercado de los países árabes.
- ✓ El creciente poder adquisitivo de EAU representa una oportunidad para el Ecuador.
- ✓ Los principales productos potenciales de Ecuador en el mercado de EAU, son coliflor, banano, conservas, confitería, rosas, etc. (IPEI, 2012, p. 22-23).

Por lo indicado anteriormente, existe insuficiente información sobre investigaciones llevadas a cabo en el área de las relaciones comerciales bilaterales entre Ecuador y

Emiratos Árabes Unidos, motivo más que suficiente para emprender en investigaciones como la presente.

4.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

4.2.1. GENERALIDADES DEL ECUADOR

La República del Ecuador se encuentra ubicada en el noroeste de Sudamérica y limita de la siguiente manera: Al norte con Colombia, al este y sur con Perú; y al oeste con el Océano Pacífico.

El idioma oficial del país es el español y sus principales socios comerciales son: Estados Unidos, Colombia, Chile, Brasil, Venezuela, México, Japón y la Unión Europea (UE). Su capital es la ciudad de Quito, la misma que según datos del Censo Nacional de Población y Vivienda del 2010, cuenta con una población aproximada de 2 millones de habitantes.

Quito se encuentra ubicada en el norte del Ecuador, a una altitud de 2.850 metros sobre el nivel del mar, es la capital de la república del Ecuador y de la provincia de Pichincha, se encuentra dividida en 32 parroquias, las mismas que conforman 5 administraciones. (Ver anexos # 2 y 3).

Basa su economía principalmente en la elaboración de cemento, en la industria textil y alimentaria, a más de contar con una pequeña industria pesada. Sus sectores económicos son dinámicos y su base de producción y exportación es diversificada, otorgándole ventajas comparativas. (Enríquez, 2005).

La mayoría de empresas se dedican a más de satisfacer la demanda nacional, a la exportación de productos hacia diferentes destinos del mundo, entre los cuales se encuentran la Federación de los Emiratos Árabes Unidos. Del total de empresas existentes en el país que comercializan su producción con los EAU, el 42% se ubican dentro de la zona urbana de Quito, específicamente en el sector norte de la ciudad, debido a su gran movilidad comercial.

Según información obtenida del Banco Central del Ecuador (2013), éstas últimas se caracterizan especialmente por su actividad comercial, la misma que es el cultivo de

cereales y legumbres, por ende, se puede decir que dichas empresas, se dedican especialmente a la exportación de productos alimenticios y de plantas vivas.

4.2.1.1. COMERCIO EXTERIOR DEL ECUADOR

4.2.1.1.2. Comercio exterior en la colonia

En tiempos de la colonia Ecuador tuvo una época de bonanza, pues gozaba de productos agrícolas, minerales e industriales; sin embargo, este periodo duró poco tiempo, quedando como producto representativo de exportación el cacao el mismo que alcanzó un auge por un tiempo más.

En el periodo colonial se exportaba en gran escala el oro, ya que la minería fue la actividad que la corona española implantó en América Latina durante los siglos XVI y XVII, pero el oro es un recurso no renovable y con el pasar de los años éste se agotó cayendo de tal forma los volúmenes de exportación, pues al inicio se enviaban 800.000 pesos por año y al final únicamente 3.696 pesos anuales. (Ordoñez, 2012).

Luego del oro, llegó el primer auge del cacao, abriendo otra época de prosperidad al país, pero este periodo se vio afectado por una plaga llamada “mazorca negra” que no se pudo controlar y afectó el producto. Luego de que la actividad aurífera y cacaotera decayeran, los astilleros se convirtieron en el principal rubro generador de dinero, en los años 1620 y 1660, la construcción de embarcaciones aportaron unos 300.000 pesos anuales. (Ordoñez, 2012)

4.2.1.1.3. Comercio exterior en el periodo Republicano 1821-1920

En la primera década de la República, la actividad comercial se tuvo que ajustar a una serie de cambios, especialmente en el régimen político-económico y a la apertura del comercio que se promovía en ese momento, provocando que en la región sierra las empresas de textiles tuvieran que limitar su oferta por el ingreso de tejidos franceses e ingleses y en la costa, los astilleros limitaran su producción a reparación y construcción de naves pequeñas.

A consecuencia de la revolución industrial en Europa, y por el ingreso de una gran diversidad de productos al mercado incluyendo el bombón y a la misma industrialización del chocolate, el cacao ecuatoriano alcanza su segundo auge,

promoviendo la expansión de sembríos de cacao en el país. También se logra un incremento de la demanda de café, sobre todo de EE.UU el mismo, que aumentó su consumo de 100.000 a 1.6 millones de sacos de 60 kg.

La paja toquilla y los sombreros elaborados de la misma, fueron productos que a pesar de que iniciaron sus exportaciones a pequeña escala, luego de algunas décadas ya en el periodo gran colombiano se convirtieron en los principales rubros de exportación.

El banano fue y es un producto de importancia dentro de las exportaciones del país. En 1887 el Ecuador empieza a exportar banano hacia Chile, para el año 1991 se enviaban 2 millones de toneladas, en el 2002 se llegó a vender 4 millones de toneladas, mientras que para el 2009 se exportaron 197 millones de toneladas métricas.

Durante dicho periodo, Ecuador iniciaba sus actividades en los campo petroleros, dentro de los años de 1914 y 1920 el país ya había exportado rubros marginales de hasta 50.000 dólares. (Ordoñez, 2012).

4.2.1.1.4. Comercio Exterior en la Actualidad

Actualmente, Ecuador muestra su interés por la diversificación de mercados y por el cambio de la matriz productiva, con el fin de promover el comercio exterior y minimizar el riesgo que representa negociar con un solo país y depender de ciertos productos.

Según el Eco. Domínguez (2013), en su Análisis titulado “La minería a Gran escala en el Ecuador: Una perspectiva de desarrollo”, en los últimos años el país nuevamente ha hecho énfasis en la minería, de la misma que se espera obtener 5.000 millones de dólares en beneficios fiscales, únicamente en uno de los proyectos (Mirador- Zamora) que lleva a cabo el Gobierno del Eco. Rafael Correa.

Por lo cual, no es de sorprenderse que en unos años el oro vuelva a ser uno de productos principales de exportación, ya que según el Plan Nacional de Desarrollo del Sector Minero 2011-2015, Ecuador tiene un alto potencial de recursos mineros, cuenta con 36.9 millones de onzas de oro, 72.4 millones de onzas de plata, 8.1 millones de toneladas de cobre. (Morris, 2013).

La Balanza Comercial del Ecuador, se clasifica en dos rubros: Exportaciones Petroleras y No petroleras, las primeras se subdividen en dos, Crudo y Derivados. Y las segundas en Tradicionales y No tradicionales.

Ordoñez (2012), basándose en estadísticas del Banco Central del Ecuador, menciona que el 42.3% de las exportaciones totales son representadas únicamente por productos como: el banano, café, cacao, camarón y atún (Exportaciones tradicionales), lo que refleja una producción altamente concentrada. Mientras que las Exportaciones no tradicionales como los enlatados de pescado, flores naturales, manufacturas, entre otros, durante el periodo 2007-2008 han presentado una variación positiva en sus tasas de crecimiento a consecuencia del incremento de los precios internacionales.

En cuanto a las exportaciones petroleras en el año 2008 representaron el 63% de las exportaciones totales, mientras que para el 2009 aporta el 50.2% y para el año 2012 el 57.7%, por lo cual la economía del Ecuador depende en su mayoría de sus recursos petroleros. (Ver anexo # 4).

Tabla 1: Balanza comercial del Ecuador

BALANZA COMERCIAL (MILES DE USD CIF ²)					
Año	2009	2010	2011	2012	2013
Exportaciones	13,863,050	17,489,922	22,342,524	23,763,704	12,175,159
Importaciones	15,089,885	20,590,848	24,286,061	25,196,519	13,451,332
Balanza Comercial	-1,226,835	-3,100,926	-1,943,537	-1,432,815	1,276,174

Fuente: Centro de Comercio Internacional. Trademap y BCE.

Elaboración: La autora

Ecuador necesita políticas que ayuden a fomentar las exportaciones ya que según la tabla N° 1, en el periodo 2009-2013, la Balanza Comercial se muestra deficitaria, especialmente por la reducción consecutiva en los precios de los recursos y derivados petroleros. Una de las políticas consiste en buscar nuevos mercados, pues es necesario diversificar tanto productos como socios comerciales.

Según López (2013), Analista Económico de FEDEXPORT³, Ecuador apuesta por un crecimiento económico basado en el impulso de las exportaciones, ya que esto ha

² Los valores CIF comprenden: costo, flete y seguro de las mercancías

³ Federación de Exportadores

mostrado ser una estrategia para el desarrollo del país; es decir, se está priorizando el comercio exterior, porque se lo considera como motor de desarrollo.

Para ello se ha planteado una “Agenda de Competitividad para el Desarrollo Exportador” en la que se han realizado propuestas en cinco ámbitos: institucional, agenda comercial, promoción financiera, fiscal y logístico-aduanero, dentro de los cuales, se han tomado diversas medidas con el fin de llevar a cabo el fomento y desarrollo de las exportaciones. (Federación de Exportadores, 2013).

Francisco Rivadeneira (2013), Ministro de Comercio Exterior, destacó que el primer socio comercial del Ecuador es Estados Unidos, la balanza comercial con el mismo es una de las más productivas, pues se exporta el 60% de la producción total; sin embargo, las relaciones comerciales del país se han expandido a lo largo del mundo desde América Latina, hasta los continentes de Asia, Europa y África.

Así mismo, asegura que las negociaciones con los diferentes mercados han crecido y que Ecuador tiene nuevos clientes, tales como: Egipto, Argelia, Bulgaria y Georgia. En cuanto a América Latina se ha firmado un acuerdo comercial con Guatemala, pero las negociaciones aún son a pequeña escala, debido al corto tiempo en que se lleva negociando.

Rivadeneira, manifiesta que los mercados que actualmente tiene a la vista Ecuador serían la Unión Europea y China, países con los que se espera lograr un aumento significativo de las exportaciones.

La Federación de los Emiratos Árabes Unidos es otro cliente del Ecuador. Según Merizalde (2013), miembro de la Oficina Comercial del Ecuador en Dubái, en la Federación existen tendencias de consumo de productos alimenticios, a pesar de que el volumen de exportaciones no es a gran escala, se ha convertido en un mercado potencial para el país por su alto poder adquisitivo y por ser un nexo para ingresar al mercado árabe.

4.2.2. GENERALIDADES DEL LOS EMIRATOS ÁRABES UNIDOS

Los estados de Abu Dhabi (capital), Dubái, Ajman, Al Fujayrah, Shariqah, y Umm Al-Qawayn, son los emiratos⁴ que conforman la Federación de los Emiratos Árabes Unidos (EAU) desde el año de 1971. Se encuentran ubicados en Oriente Medio, en el sudeste de la Península Arábiga, en el sudoeste de Asia, sobre el Golfo de Persia, cuenta con una extensión territorial de 83.600 kilómetros cuadrados, de los cuales el 90% son desiertos.

Según el Censo realizado en Julio del 2012, los Emiratos tienen una población de 5.314.317 habitantes, por lo cual se los considera pequeños, pese a ello, su elevado PIB per-cápita (49.000 USD) los ha convertido en una Federación líder del occidente y referente para otros países de la región, su idioma oficial es el árabe, pero el idioma de negocios es el inglés.

4.2.2.1. COMERCIO EXTERIOR DE LOS EMIRATOS ÁRABES UNIDOS

Para el año 2012, los EAU tienen un PIB total (est.) de 358.9 mil millones de dólares, con una tasa de crecimiento del 4%, el sector de la industria cubría el 56% del PIB total, mientras que el de servicios el 43.2% y el sector agrario únicamente el 0.8%. (Pro-Ecuador, 2013). Sus ciudades principales son: Abu Dhabi que representa el 59% del PIB total y Dubái que contiene el 26%. Su economía se basa principalmente en sus recursos petroleros y sus adecuadas políticas comerciales, poseen el 10% de reservas de petróleo y el 5% de las reservas de gas a nivel mundial, es la tercera economía del Golfo, luego de Arabia Saudí e Irán. (Prom-Perú, 2011).

Tabla 2: Balanza Comercial de los Emiratos Árabes Unidos.

BALANZA COMERCIAL (MILES DE USD CIF)				
Año	2009	2010	2011	2012
Exportaciones	102,170,305	158,617,105	214,547,165	199,196,408
Importaciones	137,205,503	157,045,403	192,147,830	200,669,561
Saldo comercial	-35,035,198	1,571,702	22,399,335	-1,473,153

Fuente: Centro de Comercio Internacional. Trademap

Elaboración: La Autora

⁴ Territorio que gobierna un Emir.

La Balanza Comercial de los EAU, conforme se muestra en la tabla N° 2, ha sido fluctuante dentro de los 4 años anteriores, en el 2009 se presenta deficitaria dado que desde el último trimestre del 2008 se empieza a sentir los efectos de la crisis mundial, afectando especialmente al sector inmobiliario de Dubái el mismo que mantenía elevadas tasas de inflación, cerrando el año con un Índice de Precios al Consumidor (IPC) del 12.9%.

Sin embargo, para el 2010 y el 2011 se recupera y tiene un superávit generado principalmente por el sector turismo, ya que luego de los recursos petroleros y comercio, construcción e inmobiliarios, el turismo es considerado como uno de los tres sectores principales de la economía emiratí, pues representa aproximadamente el 6% del PIB. Según la ficha Técnica de EAU, realizado por la Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones (Pro-Ecuador) 2013, los principales productos exportados por los EAU son: los aceites crudos de petróleo, el oro bruto para uso no monetario y otros aceites de petróleo y preparaciones. Mientras que los bienes importados son: joyería de otros metales preciosos, oro para usos no monetario y teléfonos incluidos los teléfonos móviles.

En cuanto a las relaciones comerciales de EAU con el mundo, sus principales socios para las exportaciones son: Taipéi, India y China; mientras que entre sus mayores proveedores se encuentran: China, India, Estados Unidos, Japón, Alemania y Reino Unido. (IPEI, 2012).

Según la guía comercial de los EAU, emitida por Prom-Perú (2011), la cultura emiratí es muy restrictiva especialmente para las mujeres, razón por la cual la principal actividad de entretenimiento es la de realizar compras, por lo que sus habitantes dedican varias horas a dicho pasatiempo. Un motivo más para ver a los EAU como un comprador potencial.

4.2.3. COMERCIO BINACIONAL ENTRE ECUADOR Y EMIRATOS ÁRABES UNIDOS (EAU)

Desde el año de 1994 Ecuador empieza a realizar exportaciones hacia la Federación de los Emiratos, siendo la empresa FADELMA Cia. Ltda, ubicada en la ciudad de Guayaquil, la primera en incursionar en dichos mercados.

En el año 2005 en Brasil se realiza la primera reunión del ASPA siglas de América del Sur y Países Árabes, la cual es un foro de coordinación política y un mecanismo de cooperación en el ámbito de la economía, la cultura, la educación, la ciencia y la tecnología entre los países de las dos regiones. Está conformada por 22 países que forman la Liga de Países Árabes (ver anexo # 5), entre los cuales se encuentran los EAU y 12 países de Sur América siendo Ecuador uno de sus miembros, oportunidad que abre las puertas a sus integrantes para fortalecer las relaciones comerciales entre sí. (Salvador, 2012).

Según la guía comercial de EAU del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (IPEI), las exportaciones no petroleras desde el Ecuador hacia los EAU, han presentado una evolución creciente, con una tasa de crecimiento del 10% dentro del periodo 2007-2011, los productos de mayor crecimiento son las rosas y productos de confitería. Los principales bienes que importa Ecuador desde EAU, son aleaciones de aluminio y productos de medicina, mientras que los que presentaron mayor crecimiento fueron las partes de maquinaria con el 22%.

Tabla 3: Balanza Comercial Bilateral

BALANZA COMERCIAL TOTAL ENTRE ECUADOR- EAU					
VALORES CIF MILES DÓLARES					
ACTIVIDAD	2009	2010	2011	2012	2013 (01-06)
exportaciones	2,347	50,959	4,403	4,887	2,082
Importaciones	6,447	15,169	18,569	34,615	9,538
Saldo Comercial	-4,100	35,790	-14,166	-29,728	-7,456

Fuente: Trademap y Banco Central del Ecuador (BCE)

Elaboración: La Autora

La tabla N° 3, muestra que dentro del periodo 2009-2013, la Balanza Comercial del Ecuador con los Emiratos Árabes Unidos, se ha presentado deficitaria para el Ecuador, pero las exportaciones se han incrementado en un 10% anual. El año 2010 es el único año que refleja un superávit de 35 millones dólares, ya que, según datos del Centro de Comercio Internacional (TradeMap) y Pro-Ecuador (2013), la sub-partida de recursos petroleros tiene gran peso en las exportaciones del Ecuador hacia los EAU, pues en dicho año se exportó 48.6 millones de dólares únicamente en productos como combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación. Dado que los EAU, cuentan con planes energéticos, especialmente para cubrir la demanda de aire

acondicionado en épocas de verano, se abastecen de petróleo (Embajada de EAU en México), pese a que en el 2009 los Emiratos presentaron una reducción del 2.0% a nivel mundial, para el 2010 su demanda de petróleo tendió a incrementar. (Meade, 2011).

Mientras que las exportaciones no petroleras para el año 2010 se mantienen en 2.3 millones de dólares semejantes al volumen de exportación del año anterior.

En cuanto los aranceles que la Federación de EAU aplica a los productos del Ecuador, se los detalla en la siguiente tabla:

Tabla 4: Aranceles aplicados a productos Ecuatorianos a marzo del 2012.

Sub-partida Hs6	Descripción	Arancel Ad Valoren (est.)
30613	Camarones	0.00%
901580	Eléctricos o electrónicos	5.00%
170410	Recubiertos de azúcar	5.00%
440722	Virola, imbuía y balsa	5.00%
200799	Purés y pastas	5.00%
843143	Las demás, máquinas de sondeo o perforación	5.00%
60311	Rosas	5.00%

Fuente: International Trade Center/Marquer Access MapMacMap. Marzo 2012.

Elaboración: Pro- Ecuador

Dentro del comercio binacional es importante considerar el Tipo de Cambio que existe entre los dos países, la unidad monetaria en los EAU es el Dírham Emiradí Árabe (AED), el mismo que tiene un tipo de cambio fijo con respecto al dólar (\$3.6725). (COMEX, 2014).

$$1.00 \text{ AED} = 0.272253 \text{ USD}$$

$$\text{Dirham} = \text{US Dollar}$$

$$1 \text{ AED} = 0.272253 \text{ USD} \Leftrightarrow 1 \text{ USD} = 3.6725 \text{ AED}$$

4.2.4. COMERCIO INTERNACIONAL

4.2.4.1. Definición

“La actividad comercial surge con el hombre; esta es una verdad que no necesita demostraciones. Donde hay hombres viviendo en sociedad, hay intercambio, y donde hay intercambio hay comercio” (ROCCA, s.a).

Sin embargo, Nuri Rodríguez y Carlos López en su documento titulado “El Comercio”, manifiestan, que “se llama comercio a la intermediación entre la oferta y la demanda de mercaderías con el objetivo de obtener un lucro”.

Estas dos teorías discrepan entre sí, ya que la primera afirma que es un *intercambio* y la segunda, que en un acto de *intermediación*; en el cual, se requiere una moneda o algún crédito que se lo pueda usar como pago, aspecto que en el intercambio no se da.

A pesar de esto, lo que sí se sabe con certeza es que el comercio es una actividad social y económica que genera bienestar a la humanidad.

El comercio internacional es aquel que se realiza entre dos o más países, al respecto y para complementar este concepto existen diversas teorías y pensamientos, tales como:

4.2.4.2. Teoría Mercantilista

Durante los siglos XVI y XVIII, el comercio internacional era la herramienta estratégica de los mercantilistas, los mismos que argumentaban que el superávit comercial de un país era el déficit de otro. Por lo tanto, en dicha época se fomentaba las exportaciones y se importaba la menor cantidad posible, con el fin de mantener la política de acumulación de metales preciosos como el oro y la plata. Bajo este contexto, la finalidad del comercio internacional era el fortalecimiento de la economía nacional, incrementando la producción de bienes y servicios demandados por el extranjero. (Mun, 1954).

4.2.4.3. Teoría de la ventaja absoluta y la ventaja comparativa

Adam Smith (1723-1790), sostiene que “Con el libre comercio cada país podría especializarse en la producción de aquellos bienes en los cuales tiene una ventaja absoluta”. (González, 2011, p.104)

Adam Smith en su libro “La Riqueza de las Naciones” (1776), dice que un país tiene ventaja absoluta sobre otro en un producto, cuando éste necesita menos recursos por unidad para la producción de dicho producto; es decir, que lo óptimo sería que los productos fueran producidos en los países con los costes más bajos para luego ser exportados a los diferentes lugares del mundo.

Sin embargo, David Ricardo en su obra “Principios de Política Económica” (1817), afirma, que un país puede tener ventaja absoluta en ambos productos; por lo cual, el comercio internacional no sería muy beneficioso para él, pero éste podría especializarse en la producción del producto que le otorgue mayor eficiencia relativa, a esto se lo conoce como ventaja comparativa.

Básicamente se afirma, que los países se deberían especializar en los bienes y servicios que pueden producir de manera óptima y que deberían importar del exterior los bienes y servicios que dentro del país se producen con menos eficiencia. La teoría de David Ricardo, asume que se puede adquirir productos de cualquier parte del mundo sin restricción comercial alguna; Sin embargo, para varios economistas esto no es tan real, ya que el mercado mundial presenta diversas restricciones, como por ejemplo: El costo del transporte, los cambios dinámicos, los costos de intercambio, etc. (Mayorga, 2008).

4.2.4.4. El comercio intraindustrial y entre países similares

El comercio internacional permite la creación de un mercado integrado que es más grande que el mercado de cualquier otro país, lo que hace posible ofrecer a los consumidores diversidad de bienes a bajos costos, a esto se le denomina comercio intraindustrial. (Krugman et al, 2012).

Bela Balassa (1966), realiza uno de los primeros estudios sobre el comercio intraindustrial realizando un indicador, el cual se fundamenta en el valor absoluto del saldo comercial $CI = |X_i - M_i| / X_i + M_i$; Sin embargo, esta teoría fue reputada por Grubel y Lloyd (por no considerar el peso de cada industria en el comercio total). (González, 2011).

Stephan Linder (1961), realiza un estudio de la demanda proponiendo la teoría de similitud del país, basándose en dos hipótesis. La primera, en que un país exporta los productos que tienen un mercado local altamente significativo, con el fin de que las empresas alcancen economías a escala y la segunda en que los países pueden introducir otros productos. Así, cada país exporta sus productos a países que poseen gustos y niveles de renta similares.

Sin embargo, esta teoría presenta dos problemas, el primero tienen que ver con que las empresas en general prefieren el mercado internacional antes que el mercado nacional,

por lo tanto los productos elaborados no tenderán a satisfacer la demanda interna. El segundo problema hace referencia a que la mayor parte del comercio se realiza entre países de renta alta.

4.2.4.4.1. Determinantes del comercio intraindustrial (CI)

Grubel (1970), definió el comercio intraindustrial como: “los bienes comercializados son sustitutos en su consumo, en su producción o en ambos.”

- a) Existe un CI que puede ser explicado por la ventaja comparativa, se trataría de un comercio de productos sustituibles en su consumo, pero diferentes en su elaboración o materiales de los cuales se los elabora.
- b) Linder (1961), realiza un estudio sobre la diferenciación de productos, sugirió que “a niveles más altos de desarrollo económico, el comercio internacional requerirá cada vez más el intercambio de productos diferenciados.”
- c) Las economías a escala son otro factor determinante del CI. Fariñas y C. Martín (1988, p.252) concluyen que:

“Los resultados confirman que el comercio intraindustrial entre países es más intenso cuanto mayores son el nivel de desarrollo económico (renta per cápita) y el tamaño del mercado, y cuanto menores sean las diferencias de renta y de tamaño de mercado, la protección arancelaria y la proximidad geográfica. También se asocia positivamente con el grado de apertura externa de las economías nacionales. En cuanto a la diferencia de producto, el efecto positivo esperado se confirma en todos los estudios a excepción...”. (González, 2011, p. 111)

4.2.4.5. Política Comercial de los países en vías de desarrollo

Luego de la segunda Guerra Mundial y durante 30 años, la política comercial de los países en vías de desarrollo, se basó, especialmente, en la idea de crear un sector industrial fuerte, como la clave para alcanzar el desarrollo económico. La manera para conseguir la creación de dicho sector era la protección de la empresa nacional frente a sus competidores internacionales, su estrategia básicamente, era la industrialización mediante la sustitución de importaciones.

Las economías mundiales presentan diversas características; sin embargo, la más notoria se muestra en sus niveles de renta, por muchos años los estados que se encuentran en vías de desarrollo han intentado disminuir las brechas salariales, siendo ésta la principal preocupación de su política económica.

4.2.4.5.1. Sustitución de Importaciones

El objetivo de la sustituciones de importaciones era el de reducir en la medida posible las importaciones de bienes manufacturados, con el fin de fomentar un sector industrial que sea capaz de satisfacer la demanda interna. Dicha estrategia fue apoyada por la teoría de la empresa naciente la cual, argumenta que, *“los países en vías de desarrollo tienen una ventaja comparativa potencial en la producción de manufacturas, pero las nuevas industrias manufactureras en los países en desarrollo no pueden competir, inicialmente, con las manufacturas establecidas anteriormente en los países desarrollados”*.(Krugman, 2012).

Con el fin de aprovechar la ventaja comparativa que tenían los países en desarrollo, y fomentar las manufacturas, tenían que intervenir los gobiernos dando protección y apoyo temporalmente a las nuevas empresas, hasta que haya crecido lo suficiente para enfrentarse a la competencia. Ese apoyo podía ser de algunas maneras entre las cuales, el Estado elegía entre subsidiar la producción de manufactura o subsidiar la exportación de productos manufacturados que logren obtener ventajas comparativas frente a otros mercados, pero la mayoría de países en vías de desarrollo se basaron en fomentar el desarrollo industrial enfocado al mercado nacional.

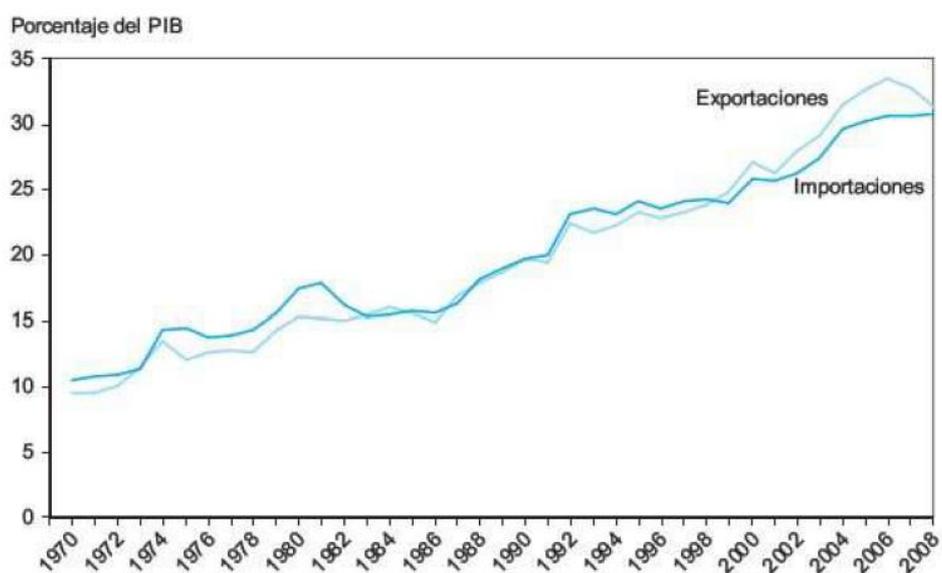
Es por ello, que en muchos casos se fortalecieron las barreras comerciales utilizando aranceles o cuotas de importación. Sin embargo, Krugman, Obstfeld y Melitz (2012), de acuerdo con otros economistas, sugieren, que la teoría de la empresa naciente puede ser peligrosa y hay que utilizarla con cautela, en vista de que el argumento de la teoría de la industrial naciente no es tan válido universalmente; ya que, la protección temporal de aranceles y cuotas de mercado no siempre crea industrias manufactureras eficientes.

4.2.4.5.2. Liberalización comercial

La liberalización comercial es la política de las dos últimas décadas y media, consiste fundamentalmente en la reducción de las tarifas arancelarias y a la eliminación de cuotas de mercado y otras restricciones comerciales.

Una de las consecuencias tras la liberalización, ha sido el drástico incremento del volumen del comercio y el otro fue el cambio de la naturaleza del comercio. Antes de la década de los 80, los países en vías de desarrollo exportaban en su mayoría productos agrícolas y productos provenientes de las minas, a partir de la liberalización, naciones como Brasil y la India empezaron a exportar gran cantidad de productos manufactureros, sin embargo, dicho fenómeno no se dio en todos los países en desarrollo; por ejemplo, en el caso del Ecuador, éste aún dependía de exportaciones petroleras y de materias primas. (Comercio, 2012).

Gráfico 1: Crecimiento del comercio de los países en desarrollo.



Fuente: Economía Internacional. Teoría y Política (2012).

Elaboración: Krugman, Obsfeld y Melitz.

Luego de la década de los 80, varios países se empezaron a alejar de la política de sustitución de importaciones y como resultado el comercio de los mismos empezó a incrementar, como se muestra en el gráfico N° 1, en el año 2008 el volumen de exportaciones e importaciones aumentó de manera considerable como porcentaje del PIB en comparación con las décadas del 70 y del 80.

Sin embargo, según Krugman, Obsfeld y Melitz (2012), las tasas de crecimiento de algunos países en desarrollo han sido menores desde la liberalización de mercados, especialmente en Brasil y América Latina, aunque aún existe una creciente preocupación por las diferencias salariales, especialmente por ésta última.

4.2.4.6. Política Comercial de América Latina: Estructuralismo y Neo-estructuralismo

La gran depresión, la primera y segunda guerra mundial, repercutieron de manera considerable en la economía de América Latina, empeorando la situación, el derrumbe de desarrollo exógeno que se promulgaba en América. Lamentablemente la teoría económica de dicho momento no pudo solucionar esta problemática.

En los intentos por reactivar la economía, surge el pensamiento de Raúl Prebisch⁵ dentro de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), pensamiento económico que es conocido como escuela estructuralista. El estructuralismo considera a la economía mundial como un centro y una periferia. Los países de la periferia son productores de bienes y servicios con baja demanda e importadores de bienes y servicios con demanda creciente, basada en el consumo y el desarrollo tecnológico.

Prebisch, argumentó que al subdesarrollo se lo puede describir bajo tres conceptos: La heterogeneidad estructural, siendo ésta una característica de las economías periféricas, en las cuales existen actividades y/o ramas de producción donde la productividad del trabajo es normal. Pero que también existen las actividades tecnológicas rezagadas, dando como resultado niveles bajos de productividad.

El segundo concepto es la Especialización Productiva, en donde la misma que se encuentra en la periferia se fundamenta básicamente en la exportación de alimentos y materias primas, y en la dificultad para exportar manufactura que por lo general desembocan en un déficit comercial.

Y finalmente, el tercer concepto tiene que ver con el desarrollo desigual, en el cual interactúan los dos primeros conceptos comparando las estructuras del centro y de la

⁵Raúl Prebisch, economista argentino (1901-1986), en 1950 fue designado primer Secretario de la CEPAL, cargo que ocupó hasta 1963.

periferia, en donde esta última destaca por mantener una estructura heterogénea y especializada lo que limita su desarrollo, mientras que la primera cuenta con una estructura homogenizada y diversificada.

En los años 70 la CEPAL estima necesario adoptar un nuevo modelo de desarrollo, en el cual el progreso técnico pretendía homogeneizar la estructura productiva, mediante su difusión en los sectores económicos.

Pinto (1965), argumenta que “(...) las fuerzas centrípetas que llevan a la concentración del progreso técnico y de sus beneficios deberían ser suplantadas por una fuerza que promueva una difusión sostenida de este progreso técnico y de sus beneficios en el conjunto del sistema productivo (...)”. Para la CEPAL esta fuerza debe de ser el Estado, y no el mercado, quien debe hacerse cargo del desarrollo tecnológico y organizarlo. (Saludjian, 2006).

El nuevo pensamiento económico, se fundamenta en el desarrollo técnico, en vista de que de este podría depender la disminución de la pobreza, conserva la idea del estructuralismo de disminuir la heterogeneidad estructural productiva y social, también se incorporan las nuevas teorías del Comercio Internacional en el marco de competencia imperfecta y la Transformación Productiva con Eficiencia (TPE), la misma que pretendía integrarse y crecer con el comercio mundial. Saludjian (2006), en su documento: La inserción mundial de América Latina en las teorías de la CEPAL: una confrontación entre estructuralismo y neo-estructuralismo, cita lo que se desea de la TPE:

“(...) una nueva dinámica que permitiera alcanzar ciertos objetivos propios de una concepción actualizada del desarrollo: crecer, mejorar la distribución del ingreso, consolidar los procesos democráticos, adquirir una mayor autonomía, crear las condiciones preservando el medio ambiente y mejorar la calidad de vida de toda la población”. (CEPAL, 1990)

Además, la nueva teoría prioriza el desarrollo endógeno, impulsado por el progreso técnico, la apertura de mercados y la liberalización. Éstos sin duda alguna son los aspectos más relevantes del Neo-estructuralismo.

La liberalización, es un tema muy controversial en las últimas décadas, dicho proceso es conocido como <<Libre Comercio>>, el cual consiste en abrir mercados, limitando las regulaciones y los aranceles instrumentos que se utilizan para controlar el intercambio

de bienes y servicio, en función de objetivos como la protección de la industria nacional y la seguridad alimentaria.

Mientras que el <<Desarrollo endógeno>>, se basa en el principio de la generación de valor agregado en la producción nacional, el fomento de la industria local y satisfacción de las necesidades sociales, colocando antes que al beneficio económico a la formación del tejido social. El modelo antes mencionado difiere del <<Libre Comercio>> en que no acepta el principio de libre mercado.

4.2.4.7. Política comercial del Ecuador

El Eco. Rafael Correa, Presidente de la República del Ecuador (2013)⁶, lleva a cabo una política comercial aislada del <<Libre Comercio>>, lo que le ha costado diversos enfrentamientos con la opinión interna del país, encontrándose unos a favor y otros en contra; Sin embargo, el actual gobierno reorienta la política comercial hacia los enfoques de <<Desarrollo Endógeno>> y hacia un <<Comercio Justo>>.

Lo que se busca con esta nueva política es participar en el comercio internacional, pero luego de planificar y fomentar la generación del valor agregado dentro de las actividades económicas del país, sin caer en acuerdos asimétricos con países que tienen disparidad en el grado de desarrollo en las fuerzas productivas, considerando medidas proteccionistas, como barreras arancelarias, restricciones de flujos de capitales o subsidios.

Es decir, fomentar la industrialización planificada y apoyada con medidas proteccionistas, pero a más de esto Correa, quiere reforzar el criterio de desarrollo endógeno con el <<Comercio Justo>>.

El mismo que busca impulsar formas de intercambio y consumo a nivel nacional, pero sobre todo internacional, fundamentándose en criterios como la justicia social y la solidaridad, y no solo considerando el precio como lo propone el libre comercio. El concepto de justicia social hace referencia a los efectos que puede tener el comercio sobre las personas y la integridad ecológica.

⁶Citado por Isabel Estévez.

Básicamente, la política de Rafael Correa se fundamenta en tres aspectos: el rechazo del neoliberalismo (libre comercio), el concepto del Buen Vivir, que busca mejorar el sistema socio-económico del país y la integración Regional. (Estévez, 2012)

Dentro de la Constitución, se detalla de mejor manera la política comercial del país, Estévez Isabel (2012), cita algunos artículos relevantes de la misma en dos grupos. El primer grupo de artículos habla sobre las pautas para la política exterior desde un desarrollo endógeno, mientras que el segundo grupo se refiere a los tratados internacionales. (Ver anexo # 6). Como se puede ver, la política comercial intenta impulsar la transformación productiva interna y la inserción estratégica internacional.

Existe un instrumento muy importante para llevar a cabo la ejecución de la política comercial, mediante el uso de estrategias y objetivos, luego de la constitución se encuentra el Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV); el cual, refleja el desarrollo endógeno de la política comercial.

Dentro del PNBV se encuentran dos objetivos muy importantes para la Política Comercial del Ecuador, el primero es el número once; el mismo, que consiste en «Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible» y el segundo, es el objetivo cinco «Garantizar la soberanía y la paz, e impulsar la inserción estratégica en el mundo y la integración latinoamericana». (Ver anexos # 7 y 8).

El PNBV detalla de mejor manera las consideraciones de la constitución y explica con mayor profundidad la estrategia de desarrollo endógeno, fomentando la inserción estratégica internacional y la soberanía. A pesar de que no profundiza en lo que es el Comercio Justo, si considera la necesidad de cambiar el enfoque del comercio internacional.

4.2.4.8. Teoría del Nuevo Comercio y Geografía Económica: Economías de escala y diferenciación de productos

En este tipo de modelos, las economías producen mayor cantidad de productos y aprovechan de mejor manera sus economías de escala. Krugman (1980), realiza un estudio en el que determina que si los costos de transporte de los productos, hace que el comercio se torne costoso, es mejor realizar un comercio interno de mayor tamaño, pese a que exista demanda externa.

A partir del concepto de economías a escala, mediante el cual a mayores volúmenes de producción, menores costos, mayor oferta de bienes y servicios y mayor beneficio a la demanda, el premio nobel de economía Paúl Krugman (1979), planteo su teoría de la nueva geografía económica, analizando la integración de los aspectos antes mencionados concluyó en la formulación de la especialización y la producción a gran escala con bajos costos y oferta diversificada. (Mayorga, 2008).

Según Krugman, cuando hay economía a escala o rendimientos de escala crecientes, “*al duplicar los insumos o recursos de una industria, la producción aumentará en más del doble, disminuyendo el coste por unidad producida.*”. Krugman basa su teoría en un mercado de competencia imperfecta, en este tipo de competencia cada empresa puede diferenciar sus productos del de sus competidores, a más de esto, las empresas no consideran las consecuencias de su precio sobre el de las otras; A diferencia del modelo ricardiano en el cual las empresas son precio aceptantes; es decir, se mueven en un mercado de competencia perfecta. (Mayorga, 2008).

4.2.4.8.1. Competitividad

El comercio internacional clásico no da respuestas a muchas interrogante actuales, como por ejemplo el ¿Por qué unos países cuenta con ventajas frente a otros? ¿Por qué solamente unos cuantos países logran tener éxito en los mercados internacionales?, entre otras, surgiendo este tipo de interrogantes en vista de que el mercado mundial, el comercio internacional y la apertura de mercados han creado nuevas oportunidades, pero también, una creciente y feroz competencia.

Es por ello que es necesario tener una concepción clara de lo que es competitividad.

Para la Organización de Cooperación para el Desarrollo Económico (OCDE), la competitividad es: «*El grado en el cual un país, bajo condiciones de mercado libres y justas, puede producir bienes y servicios que superen el resto de los mercados internacionales, incrementando en forma sostenida los ingresos reales de su población*». (Heredia, 2009).

Para la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), la competitividad se fundamenta en la incorporación de la tecnología y el uso renovables de los productos naturales.

Para Michael Porter, la competitividad se define por la eficiencia y productividad, con la que un país utiliza sus recursos. La productividad se mide por el valor de los bienes y servicios que se producen, por lo cual el nivel de vida de las personas se determina por su productividad económica.

4.2.5. DINAMISMO COMERCIAL

El dinamismo comercial se basa principalmente en la acción de producir cambios y a su vez desarrollo, mediante la interacción entre diversos sectores de la economía a nivel nacional e internacional. (González, 2011).

El dinamismo comercial permite analizar causas y beneficios del comercio exterior de forma cuantitativa, ya que para su análisis es necesario el cálculo de algunos indicadores. (Durán, 2008).

Durán José y Álvarez Mariano, en el documento Indicadores de comercio exterior y Política comercial: mediciones de posición y dinamismo comercial, elaborado para la CEPAL, ponen a disposición una serie de indicadores que permiten medir el dinamismo, como los siguientes:

4.2.5.1. Índice de Concentración / Diversificación (Herfindahl -Hirschmann)

El índice Herfindahl- Hirschmann junto con el índice de Lerner, son muy utilizados en la política de regulación de mercados, ya que éstos facilitan el análisis del nivel concentración y del poder de mercado. El IHH mide el grado de concentración mediante la participación; mientras que, el IL mide el poder de mercado, mediante los costos.

El índice (IHH) mide el grado de diversificación, concentración o ambos, tiene la propiedad de ponderar el peso de cada producto y país en el total de su comercio, de modo que si el valor exportado es reducido, tiene una influencia pequeña en el indicador final.

4.2.5.2. Índice de Balassa

En el año 1965, Bela Balassa publica un estudio en el cual se analiza <<Los efectos de largo plazo de la apertura comercial>>; en el cual, se refería a las ventajas comparativas, utilizando el índice de “ventaja comparativa revelada”, el mismo que le permitía revelar

las ventajas comparativas que tenía un país, mediante el estudio y análisis de los flujos de comercio internacional entre un país y sus socios.

Sin embargo, existen algunas variantes de dicho índice y que sirven básicamente para estudiar las ventajas comparativas que deja el comercio internacional a ciertos países; entre los cuales se encuentra el “Índice de Balassa” o también conocido como el índice de ventaja comparativa revelada (IVCR) de las exportaciones, el mismo que mide el grado de importancia de un producto dentro de las exportaciones de un país al mercado de otro país, versus la importancia de las exportaciones del mismo producto en las exportaciones totales hacia el mundo y permite ver que producto cuenta con ventajas o desventajas.

4.2.5.3. Índice de Krugman

David Ricardo, sostenía que los países comercializaban con el fin de beneficiarse especialmente de las diferencias que existían entre ellos; Sin embargo, Krugman argumenta que los países pueden beneficiarse pese a ser similares en su estructura productiva, debido a los rendimientos crecientes y a las ventajas de especialización. (Duran, 2008).

El índice de Krugman *“Mide la diferencia de las estructuras de exportación, sumando las diferencias entre la participación de cada industria en el total del valor agregado industrial de un país y la participación de esa misma industria en el valor agregado industrial de otro país tomado como referencia.”* (Durán, 2008, p. 35).

4.2.6. CRECIMIENTO EMPRESARIAL

4.2.6.1. Definición

Iurrutia et, al (2011), en su documento “Crecimiento y Competitividad” cita a Bechetti y Trovato (2002), quienes ponen en consideración dos enfoques sobre los cambios del tamaño empresarial, el primero que hace referencia a un enfoque estocástico, el cual argumenta que el tamaño empresarial se debe al azar, mientras que el segundo es un enfoque determinista para el cual, el crecimiento está estrechamente ligado a un conjunto de variables observables del sector y de la empresa.

“El crecimiento se caracteriza por la acción compleja de las modificaciones internas que desembocan en un aumento de las dimensiones y cambios en las características de los objetos sometidos a tal proceso”. (Penrose, 1962, p. 5-8).

Según la definición anterior, Penrose, analiza al crecimiento empresarial desde un punto de vista organizativo.

Mientras que Correa (1999), aporta *“(…) Las definiciones insisten en dos características que se podrían considerar como elementos esenciales del proceso de crecimiento: el aumento de la dimensión de la empresa, las modificaciones estructurales que experimenta la misma (…)”*

Bajo ese mismo sentido en el año 1952, Penrose ya había dicho que el término de crecimiento empresarial se lo usa bajo dos connotaciones la primera, se trata sobre un incremento de cantidad, ya sea producción, ventas o exportaciones y por otro lado, el incremento en el tamaño o mejora de calidad. (Iurrita, 2011).

4.2.6.2. Medición del crecimiento empresarial

El crecimiento es un concepto multidimensional, por lo cual existen diversas variables que sirven para medirlo como por ejemplo: el volumen de ventas, sus empleados, sus beneficios, su organización y su tamaño dimensional (sucursales o franquicias) etc. Sin embargo, diversos autores discrepan sobre la forma de medirlo, argumentando que dichas variables dificultan la comparación entre diferentes estudios, ya que la mayoría de los mismos usan para sus análisis únicamente una de las variables, basándose en su mayoría en el volumen de ventas y otros en el número de sus empleados. (Iurrita, 2011).

Shepherd y Wiklund (2009), citados por Iurrita (2011), en su documento “Crecimiento y Competitividad”, argumentan que el crecimiento de las ventas es el indicador más utilizado por los estudios de crecimiento empresarial (60%), mientras que el número de empleados es la segunda variable más utilizada (12.5%), beneficios, (8.7%), y el total de activos (5.8%). Además, el 73% de los estudios utilizan una sola variable.

La presente investigación se encarga de analizar la mayoría de las variables expuestas, con el fin de tener una concepción más amplia de cómo influye el dinamismo comercial entre el Ecuador y los EAU en el crecimiento de las empresas exportadoras de la ciudad de Quito.

4.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

El 1° de enero del año 2003 los EAU aprueban el Arancel Aduanero Exterior Común (CET) del Consejo de Corporación del Golfo –CCG- Este arancel es *ad valoren*⁷ el cambio de este arancel requiere la aprobación de los demás países del CCG, el 99.7% de las líneas arancelarias son *ad valoren* y se calculan sobre el valor CIF⁸

Existen 4 niveles de aranceles:

Para alimentos, materiales de construcción, productos médicos y productos destinados a las zonas libres, se aplica un arancel del 0%.

El arancel del 5% es un arancel general, con las excepciones pertinentes; mientras que, para bebidas alcohólicas en general se aplica un arancel del 49%, y para tabacos y sus productos se aplica un arancel del 100%. (IPEI, 2012, p. 27).

El Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Hídricos, es el organismo encargado de controlar el cumplimiento de las medidas sanitarias y fitosanitarias en los EAU.

Antes de importar vegetales o productos de origen vegetal el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Hídricos da a conocer las condiciones y prescripciones antes del envío de las mercancías.

El país exportador debe cumplir obligatoriamente con el certificado sanitario o fitosanitario que es otorgado por la autoridad competente en el país de origen y validado por la Embajada de los EAU. Todas las mercancías de este tipo están sujetas a inspecciones.

Cumpliendo con la Ley Federal de los EAU N° 6 de 1979 sobre cuarentena veterinaria, “*Está prohibida la introducción de animales vivos, carne, productos de origen o residuos de origen animal importados que no hayan sido sometidos a medidas de cuarentena*”. (IPEI, 2012, p. 29).

Esto solo se lo puede hacer con puntos fronterizos y los exportadores de animales vivos deben de contar con una licencia emitida por el órgano veterinario.

⁷Derechos arancelarios que pagan ciertas mercancías.

⁸Los valores CIF comprenden el costo, flete y seguro de las mercancías.

Los EAU tienen un solo procedimiento aduanero. Sin embargo, cada Emirato tiene su propia autoridad aduanera, pero los requisitos aduaneros se reducen al mínimo, con el fin de no perjudicar las importaciones.

Emiratos Árabes Unidos cuenta con un régimen de comercio relativamente liberal; Sin embargo, no han adoptado medidas antidumping, medidas compensatorias ni medidas de salvaguardia.

Por lo general, los emiratos se basan en leyes internacionales, la “Ley de agentes exclusivos”⁹ contribuye a la segmentación de mercados y al elevado precio de productos de marca.

Para realizar actividades comerciales en los EAU es necesario tener una licencia especial, la misma que puede ser adquirida por empresas de propiedad mayoritaria de los EAU o sucursales de propiedad extranjera en un 100%, todo esto en virtud a la Ley de Sociedades Mercantiles. El CCG tiene un principio de libre circulación de bienes y servicios y el sistema de derechos exclusivos de los EAU impide la aplicación de dicho principio.

En cuanto al marco legal del Ecuador, este se sujeta principalmente a la “Ley de Comercio Exterior e Inversiones” (LEXI), puesto que en dicho documento se consideran aspectos necesarios para la ejecución del comercio exterior.

Según la LEXI, en el título 4, capítulo 1 de Promoción no financiera de exportaciones e inversiones directas en el artículo 17 se menciona lo siguiente:

“Para la promoción no financiera de las exportaciones e inversiones, en el país y en el extranjero, estructurase el Sistema Ecuatoriano de Promoción Externa, que estará integrado por la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones CORPEI, y su red externa, el Servicio Comercial mediante su representación en aquellas ciudades que ameriten funciones de negociación en política comercial, y la colaboración del Servicio Exterior, por medio de sus Embajadas o Misiones Diplomáticas.”

CORPEI es el órgano encargado de realizar la promoción no financiera de las exportaciones e inversiones.

⁹Los EAU no tienen legislación en materias de competencia

En el artículo tres del título dos, correspondiente a los principios y disposiciones de la LEXI se dice lo siguiente: “Se considera de prioridad nacional al comercio exterior y en especial al fomento de las exportaciones e inversiones”.

La política comercial del Ecuador se basa en nueve lineamientos pero los más apegados al tema son los siguientes: Asegurar la libertad de exportación e importación, promover el crecimiento y diversificación de las mismas, asegurar que la producción nacional compita en el ámbito internacional, impulsar el fortalecimiento y desarrollo exportaciones e inversiones.

En el artículo 8 de la misma ley se menciona lo siguiente: “*Las exportaciones están exoneradas de todo tipo de impuesto, salvo las de hidrocarburos. Las importaciones no estarán gravadas con más impuestos que los derechos arancelarios, en caso de ser exigibles, el impuesto al valor agregado, el impuesto a consumos especiales, los derechos compensatorios o antidumping o la aplicación de medidas de salvaguardia que con carácter temporal se adopten...*” (LEXI, 1999).

Ecuador a diferencia de EAU si adopta medidas de salvaguardia, antidumping o compensatorias.

5. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1. MATERIALES

Los materiales que se utilizan en la presente investigación son los siguientes:

Tabla 5: Materiales de investigación

Equipos de Computación	Computadora Portátil
	Proyector
	Impresora
Suministros Oficina	Libreta de Apuntes
	Resmas de Papel A4
	Carpetas
	Perfiles
Equipos de Oficina	Lápices
	Calculadora
	Flash Memory
	Grapadora
Otros	Perforadora
	Refrigerios
	Hospedaje
	Transporte

Fuente y Elaboración: La Autora

5.2. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

5.2.1. INDUCTIVO

Se realizó un análisis de la balanza comercial tanto del Ecuador como de los EAU, partiendo desde los productos individuales hasta llegar a determinar la participación en las exportaciones totales. Se levantó y analizó información de cada una de las empresas que exportan hacia la Federación y que se encuentran ubicadas en la ciudad de Quito.

5.2.2. DEDUCTIVO

Se partió de conocimientos generales que se tiene al respecto de la relación comercial entre Ecuador y EAU y de las empresas exportadoras, hasta llegar a analizar el dinamismo comercial y su incidencia en el crecimiento de cada una de dichas empresas.

5.2.3. ANALÍTICO

Una vez calculados los indicadores, se procedió a analizar cada uno de los resultados para conocer la influencia que tiene el dinamismo comercial sobre las empresas. Finalmente, se realizó un análisis general que aporte a afianzar conocimientos y tomar decisiones respecto al comercio entre el país y la Federación.

5.2.4. SINTÉTICO

Se analizaron las causas del comercio entre los dos países, luego se examinó el efecto que tiene dicho comercio sobre el sector empresarial.

5.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

A más del comercio exterior entre Ecuador y EAU, la investigación se enfoca en las empresas de la ciudad de Quito, que tienen como destino de sus exportaciones a los Emiratos Árabes Unidos.

Dentro del Ecuador, durante el periodo enero 2009 - junio 2013, existieron 306 empresas que comercializaron con los EAU; sin embargo, solamente 127 de ellas se encontraron ubicadas en la zona urbana de la ciudad de Quito; es decir, menos de 250 elementos, término tomado como referencia para aplicar el método de muestreo, por lo cual, se procedió a trabajar con el total de empresas ubicadas en la ciudad.

Tabla 6: Número de empresas Exportadoras

EMPRESAS QUE EXPORTAN DESDE EL ECUADOR HACIA LOS EAU (2009-2013)		
DETALLE	(f)	%
Ciudad de Quito	127	42
Resto del país	179	58
Ecuador (total)	306	100

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE).

Elaboración: La Autora

Es por ello, que se destinaron 127 encuestas aplicadas a las empresas que se encuentran dentro del área urbana de la ciudad de Quito.

5.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

5.4.1. TÉCNICAS

5.4.1.1. Estadística

Para establecer el dinamismo comercial, se utilizaron los siguientes índices:

1. Índice de Concentración / Diversificación (Herfindahl -Hirschmann)

Este índice ha sido utilizado en la economía como un identificador de concentración de los productos y se lo calcula con la siguiente fórmula:

$$IHH = \frac{\left(\sum_{j=1}^n p_i^2 - \frac{1}{n} \right)}{1 - \frac{1}{n}}$$

IHH = Índice Herfindahl-Hirschmann

Pi = Xij/XTi, que sería la participación de mercado del Ecuador en las exportaciones de los EAU en el total de sus exportaciones al mundo (XTi).

N = Número de productos

La suma de los cuadrados de todas las participaciones se conoce como Índice de Herfindahl.¹⁰

Si el resultado del índice es:

Entre 0.0 y 0.10 mercado diversificado

Entre 0.10 y 0.18 mercado moderadamente concentrado

Mayor a 0.18 mercado concentrado. (Durán, 2008, p.28).

¹⁰ La fórmula planteada es utilizada para calcular el IHH a nivel de socios comerciales, pero esta fórmula también da la facilidad de calcular el IHH a nivel de productos, con unas leves modificaciones en sus componentes. (Pi=Xkij/XTij) donde Xkij= vienen a ser las exportaciones del producto k del Ecuador hacia los EAU y XTij= serian las exportaciones totales del Ecuador hacia los EAU.

2. Índice de Balassa

El índice de Balassa o también llamado índice de Ventaja Comparativa Revelada, permite ver los productos que cuentan con ventajas o desventajas comparativas.

La fórmula para calcularlo es la siguiente:

$$IB_{ij}^k = \frac{X_{ij}^k / XT_{ij}}{X_{iw}^k / XT_{iw}}$$

IB = índice de Balassa

X_{ij}^k = Exportaciones del producto k realizadas por Ecuador hacia los EAU.

XT_{ij} = Exportaciones totales del Ecuador hacia los EAU.

X_{iw}^k = Exportaciones del producto k realizadas por el Ecuador hacia el mundo

XT_{iw} = Exportaciones totales del Ecuador al mundo (w)

Para la lectura del indicador se recomienda la utilización de las siguientes escalas:

Entre +0.33 y + 1 Existe ventaja para el país.

Entre -0.33 y - 1 Existe desventaja para el país.

Entre -0.33 y + 0.33 Existe tendencia hacia un comercio intra-producto.

Con el fin de mejorar la tratabilidad y análisis de los datos, el índice se puede normalizar a un máximo de 1 y a un mínimo de -1, de la siguiente forma:

$$IVCR \text{ Norm} = \frac{IVCR - 1}{IVCR + 1}$$

IVCR Norm= índice de ventaja comparativa revelada normalizada.

Los valores obtenidos luego de aplicar la fórmula, varían entre 1 y -1, haciendo posible el análisis con la tipología antes mencionada. (Durán, 2008, p. 25).

3. Índice de Krugman

Este índice, permite ver el grado de similitud y diferencia de la estructura de exportación entre uno o más países. Su fórmula es la siguiente:

$$IK_i = \sum_{k=1}^n |P_i^k - P_j^k|$$

IK_i = índice de Krugman

P_i^k = Participación del producto k en las exportaciones totales del Ecuador

P_j^k = Participación del producto k en las exportaciones totales de los EAU

n = Número de productos

El índice varía entre 0 y 2;

0= Exactamente igual;

2= Totalmente diferentes. (Durán, 2008, p. 35).

Finalmente, para medir el crecimiento empresarial en términos relativos de diversas variables, se toma en consideración la fórmula propuesta por Iurrita, Weinzimmer et al. (1998). Primero de forma anual y luego tomando como año base al 2009.

$$TC = (T_t - T_o) / T_o$$

La cual se utiliza la siguiente tipología:

TC= Tasa de crecimiento

T_t = periodo de tiempo (año 1)

T_o = Periodo de tiempo (año 0)

5.4.1.2. Encuesta

Para el levantamiento de información se aplicó una encuesta a los responsables y encargados de las empresas que exportan hacia los Emiratos Árabes Unidos y que se encuentren ubicadas dentro de la ciudad de Quito. (Ver anexo 4 del proyecto).

5.4.2. INSTRUMENTOS

5.4.2.1. Instrumentos estadísticos

Se utilizó las bases de datos proporcionadas por el Centro de Comercio Internacional Trademap y el Banco Central del Ecuador. Para el cálculo de los índices se utilizaron 97 líneas arancelarias, clasificadas por el Sistema Armonizado¹¹ a dos dígitos, mientras que para sus análisis se desagregaron las líneas a 10 dígitos, en los casos que fueron necesarios.

5.4.2.2. Cuestionario

En el cuestionario se formularon preguntas sobre: aspectos generales de las empresas, actividad comercial de las mismas con los EAU; y preguntas pertinentes con las variables de crecimiento, planteadas en el tema. (Ver anexo 3 del proyecto)

¹¹Sistema Armonizado de Descripción y Codificación de mercancías (SA) de la Organización Mundial de Aduanas.

6. RESULTADOS

Los resultados de la presente investigación se analizan en dos secciones, la primera se refiere al DINAMISMO COMERCIAL que existe entre Ecuador y los EAU, para ello se calculan y analizan índices comerciales como el índice de Herfindahl-Hirschmann, índice de Balassa y el índice de Krugman. Mientras que en la segunda sección se estudia la evolución de variables de CRECIMIENTO EMPRESARIAL como: el volumen de ventas, beneficios, empleados, organización o el tamaño dimensional que presentan las compañías que exportan hacia los EAU y que se encuentran ubicadas en la ciudad de Quito.

6.1. RESULTADOS RESPECTO AL OBJETIVO 1

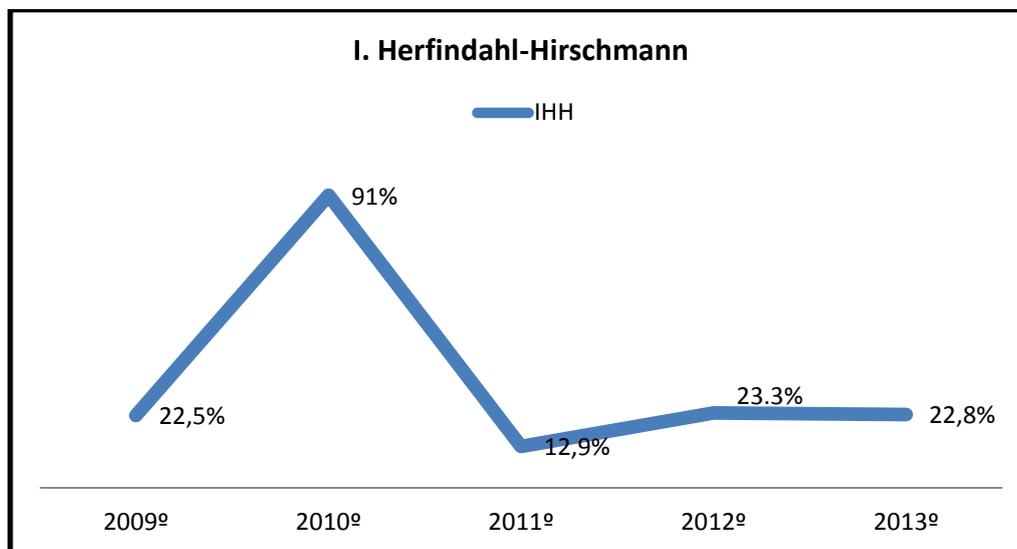
6.1.1. Índice de Herfindahl-Hirschmann (IHH)

Herfindahl-Hirschmann permite medir el nivel de concentración o diversificación de los productos que Ecuador exporta hacia los EAU, mediante la siguiente fórmula:

$$IHH = \frac{\left(\sum_{j=1}^n p_i^2 - \frac{1}{n} \right)}{1 - \frac{1}{n}}$$

El gráfico N° 2, indica que durante el periodo de estudio enero2009-junio 2013, la tendencia del índice muestra leves variaciones (excepto durante el año 2010); es decir, que la oferta exportable del Ecuador tiende a estar concentrada, pero en el año 2011 muestra una tendencia moderadamente concentrada.

Gráfico 2: Tendencia del Índice de Herfindahl-Hirschmann
(Enero 2009- junio 2013)



Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trademap y BCE.

Elaboración: La Autora.

En el año 2010 el IHH presentó un elevado porcentaje (91%) de concentración, es el punto máximo de dependencia que tuvieron las exportaciones del Ecuador hacia los EAU, el mismo año en el que país registró un superávit en su Balanza Comercial (35.7 millones de dólares). Pero para el año 2011 el IHH tiene un descenso drástico, pues del 91% baja al 13%, llegando así a ubicarse en un mercado parcialmente concentrado. Sin embargo, en el año 2012 y en el primer semestre del 2013, los niveles del IHH vuelven a aumentar manteniéndose superiores al 18%, por lo cual, las exportaciones vuelven aglutinarse en ciertos productos.

Con el fin de conocer los productos en los cuales las exportaciones se han concentrado y cuáles son los que se están diversificando se presenta la tabla N° 7, la misma que también indica la participación de cada uno de ellos dentro de las exportaciones totales realizadas por el país.

Tabla 7: Participación de los productos en las exportaciones totales e IHH
(2009-2013)¹²

n	Código	Descripción del producto	Pi.2009	Pi.2010	Pi.2011	Pi.2012	Pi.2013
1	'03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	0.046	0.000	0.171	0.436	0.000
2	'05	Los demás produc.de origen animal, no comprendidos en otros capítulos	0.000	0.00	0.000	0.000	0.002
3	'06	Plantas vivas y productos de la floricultura	0.145	0.007	0.066	0.108	0.205
4	'07	Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
5	'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	0.137	0.003	0.010	0.117	0.345
6	'09	Café, té, yerba mate y especias	0.025	0.000	0.015	0.027	0.000
7	'12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos.	0.000	0.000	0.007	0.000	0.000
8	16	Preparaciones de carne, de pescado o de crustáceos, de moluscos..	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
9	'17	Azúcares y artículos de confitería	0.419	0.021	0.209	0.120	0.259
10	'18	Cacao y sus preparaciones	0.000	0.000	0.004	0.004	0.001
11	'20	Prep.de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plantas	0.042	0.006	0.104	0.081	0.070
12	'21	Preparaciones alimenticias diversas	0.001	0.000	0.002	0.029	0.000
13	'23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias.	0.000	0.000	0.000	0.000	0.027
14	'27	Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación	0.000	0.954	0.000	0.000	0.000
15	'30	Productos farmacéuticos	0.000	0.001	0.000	0.000	0.000
16	'33	Aceites esenciales y resinoides; prep.de perfumería, de tocador	0.017	0.001	0.005	0.000	0.000
17	39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	0.001	0.000	0.000	0.002	0.000
18	'40	Caucho y manufacturas de caucho	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
19	'41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	0.000	0.000	0.002	0.000	0.000
20	'44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	0.075	0.004	0.115	0.049	0.050
21	'61	Prendas y complementos de vestir, de punto	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
22	'62	Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	0.000	0.000	0.000	0.001	0.000
23	'65	Artículos de sombrerería y sus partes	0.002	0.002	0.018	0.012	0.006
24	66	Paraguas, sombrillas, quitasoles, bastones asiento, látigos, fustas	0.003	0.000	0.000	0.000	0.000
25	'70	Vidrio y manufacturas de vidrio	0.000	0.000	0.001	0.000	0.000
26	'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
27	'82	Herramientas, útiles, articul.de cuchillera, cubiertos de mesa, de met.com	0.000	0.000	0.000	0.001	0.006
28	'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, artefactos mecánicos.	0.084	0.000	0.089	0.007	0.014
29	'85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación.	0.000	0.000	0.011	0.006	0.006
30	'86	Vehículos y material para vías o símil. y sus partes; aparatos mecánico	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
31	'88	Navegación aérea o espacial	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
32	'90	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida,	0.000	0.000	0.168	0.000	0.000
33	'94	Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares	0.000	0.001	0.001	0.000	0.000
34	'97	Objetos de arte, de colección o de antigüedad	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001
IHH=S^2			0.233	0.911	0.138	0.241	0.236
IHH corregido			0.225	0.910	0.129	0.233	0.228

Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trademap y BCE.

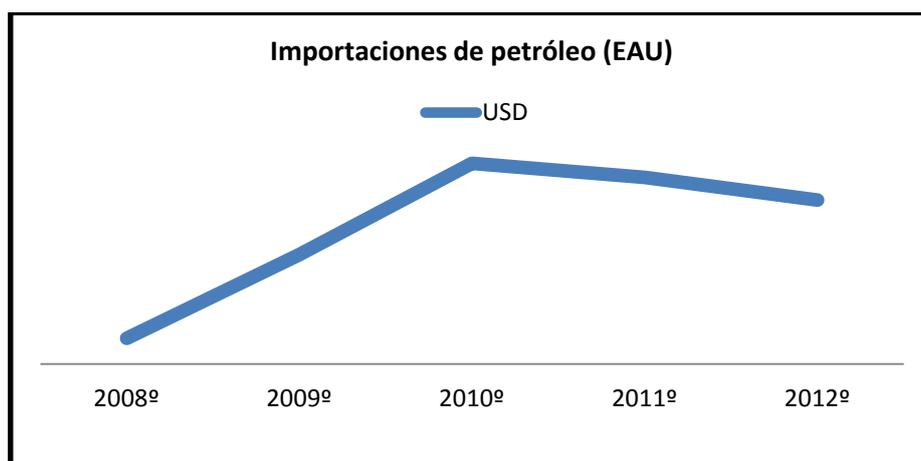
Elaboración: La Autora.

¹²Para el cálculo del índice ver anexo 9

En el 2009, 2012 y el primer semestre del 2013, presentan un IHH casi similar variando entre 22% y el 23%. Lo que quiere decir que en estos años existió una concentración de exportaciones. En la tabla anterior se puede observar que en el año 2009, en donde las exportaciones totales del Ecuador hacia los EAU fueron de \$ 2.3 millones de dólares, las exportaciones estuvieron representadas básicamente por tres sub-partidas: Azúcares y artículos de confitería (41.9%), plantas vivas y productos de floricultura (14.5%) y frutos comestibles (13.7%).

En el 2010 se mostró un nivel demasiado elevado (91%) de concentración de mercado, esto se debió a que el 95.4% del total de exportaciones hacia los EAU se encontraban constituidas únicamente por la sub-partida de combustibles minerales, aceites minerales y derivados de su destilación, principalmente por el nivel de importaciones que realizó la Federación desde el mundo, como lo indica el siguiente gráfico.

Gráfico 3 : Importaciones mundiales de los EAU de productos derivados del petróleo valores CIF (2008-2012)

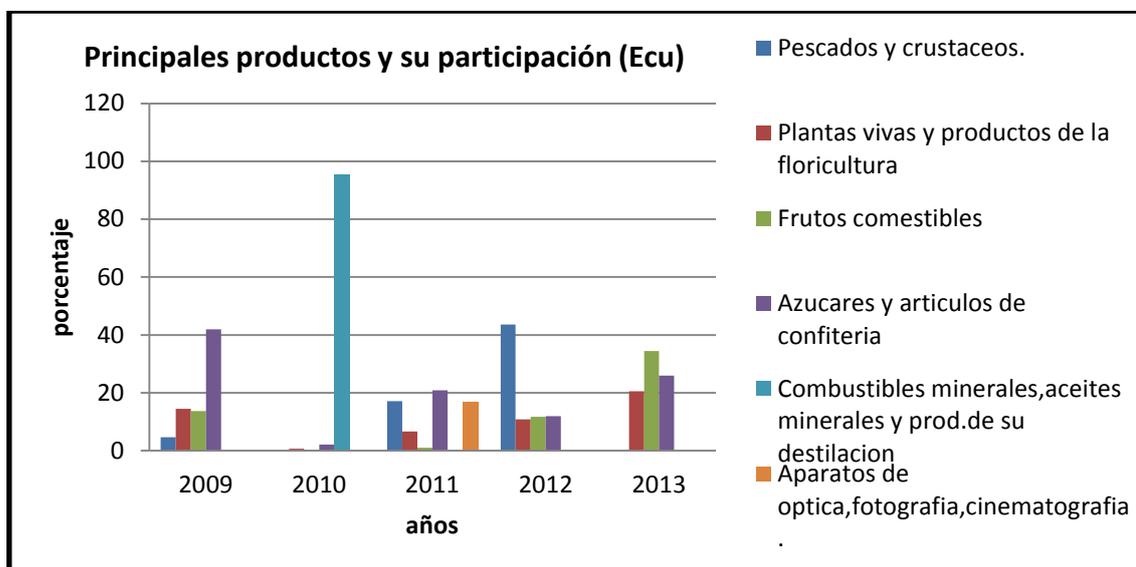


Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trademap.
Elaboración: La Autora.

El IHH presenta el nivel más bajo (13%) de concentración de exportaciones en el año 2011. A diferencia del 2010, en este año no se exportan productos derivados del petróleo, en su lugar el 21% de las exportaciones totales están constituidas por la línea de azúcar y artículos de confitería y el 17% de productos como pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos, que son exportados en diversas presentaciones. También, se exportaron productos nuevos hacia este mercado, como por ejemplo: aparatos de óptica, cinematografía y fotografía con una participación del 17% en las exportaciones totales. Y otros como: pieles y cueros, vidrios y manufacturas de

vidrio, que aunque, su participación no fue representativa sirvió para diversificar la canasta de productos.

Gráfico 4 : Participación de los principales productos en las exportaciones totales del Ecuador (enero 2009-junio 2013)



Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trademap y BCE.

Elaboración: La Autora.

El gráfico anterior hace referencia a los 6 productos que tienen mayor peso en las exportaciones del país hacia la Federación emiratí, se puede observar que los combustibles minerales, como ya se lo había mencionado anteriormente, únicamente tienen representación en el año 2010; sin embargo, las plantas vivas y los productos de floricultura al igual que los de azúcar y artículos de confitería, tienen una representación permanente durante el periodo de análisis.

6.2. RESULTADOS RESPECTO AL OBJETIVO 2

6.2.1. Índice de Balassa (IB)

$$IB_{ij}^k = \frac{X_{ij}^k / XT_{ij}}{X_{iw}^k / XT_{iw}}$$

Mediante el índice de Balassa, se da a conocer las fortalezas y debilidades del patrón exportador nacional hacia el mercado de los EAU. De las 97 líneas de productos que se han considerado para el análisis, se puede observar que existen 24 líneas que presentan

ventajas o tendencias hacia un comercio intraproducto dentro de algún año del periodo estudiado, y de las cuales únicamente 2 líneas presentan ventajas comparativas consecutivas durante enero 2009-junio 2013.

Tabla 8: Índice de Balassa por productos (enero 2009- junio 2013)¹³

Código del producto	Descripción del producto	IBN	IBN	IBN	IBN	IBN
		2009	2010	2011	2012	2013
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	-0.17	-1.00	0.44	0.74	-1.00
'05	Los demás produc.deorig.animal, no comprendidos en otros capítulos	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	0.94
'06	Plantas vivas y productos de la floricultura	0.57	-0.67	0.37	0.56	0.70
'07	Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	0.55
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	-0.05	-0.96	-0.83	0.13	0.55
'09	Café, té, yerba mate y especias	0.75	-1.00	0.47	0.69	-1.00
'12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos.	-1.00	-1.00	0.92	-1.00	-1.00
'17	Azúcares y artículos de confitería	0.98	0.74	0.97	0.96	0.99
'18	Cacao y sus preparaciones	-1.00	-0.98	-0.71	-0.67	-0.26
'20	Prep.de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plantas.	0.45	-0.40	0.81	0.74	0.85
'21	Preparaciones alimenticias diversas	-0.70	-1.00	-0.57	0.57	-1.00
'23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; ali. para animales	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	1.00
'27	Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación	-1.00	0.27	-1.00	-1.00	-1.00
'33	Aceites esenciales y resinoides; prep.de perfumería, de tocador	0.91	0.30	0.84	-1.00	-1.00
'41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	-1.00	-1.00	0.65	-1.00	-1.00
'44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	0.74	-0.53	0.84	0.67	0.88
'62	Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	-1.00	-1.00	-1.00	0.60	-1.00
'65	Artículos de sombrerería y sus partes	0.62	0.54	0.93	0.92	0.92
'66	Paraguas, sombrillas, quita soles, bastones asiento, látigos fustas	1.00	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00
'70	Vidrio y manufacturas de vidrio	-1.00	-0.81	0.59	-1.00	-1.00
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	-1.00	-1.00	-0.84	-0.94	0.07
'82	Herramientas, útiles, articul.de cuchillera, cubiertos de mesa, de met.com	-1.00	0.21	0.35	0.70	1.00
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	0.84	-0.99	0.89	0.06	0.89
'85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	-1.00	-1.00	0.59	0.41	1.00
'86	Vehículos y material para vías o símil. y sus partes; aparatos mecánico	-1.00	-1.00	0.87	-1.00	-1.00
'88	Navegación aérea o espacial	-1.00	-1.00	-1.00	0.38	-1.00
'90	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida.	-1.00	-1.00	0.99	-1.00	-1.00
'94	Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares	-1.00	0.17	0.21	-1.00	-1.00
'97	Objetos de arte, de colección o de antigüedad	-1.00	-1.00	-1.00	-1.00	0.87

Comercio intraproducto



ventaja para el país



desventaja para el país



Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trademap y BCE.

Elaboración: La Autora.

¹³Base de datos para el cálculo del IB, ver anexo # 10

En la tabla N° 8, se revela que Ecuador posee ventajas comparativas especialmente en productos de azúcar y artículos de confitería, ya que el IB más bajo se ubicó en 0.74 puntos en el año 2010, mientras que en el resto de años el índice se ubica sobre los 0.96 puntos.

En cuanto a los derivados de petróleo, según el IB, existe una tendencia de comercio intraproducto; es decir, que es un producto que también comercializa los EAU.

Desde el 2011 en adelante con 0.92 y 0.93 puntos en el IB, Emiratos Árabes Unidos también es un mercado potencialmente atractivo para la venta de artículos como los sombreros. Las plantas vivas y los productos de floricultura al igual que el café, han mostrado una tendencia creciente dentro de las ventajas comparativas para el Ecuador, es decir que esta clase de exportaciones se están volviendo cada vez más apetecida por el mercado emiratí.

Existen productos como las sombrillas (1.00 pts.), aparatos de fotografía (0.90 pts.) y pieles (0.65pts.) que son altamente competitivos, pero que lamentablemente su ventaja solo se muestra en un año; 2009, 2011, 2011 respectivamente, esto se debe principalmente a que en el resto de años del periodo analizado se dejó de exportarlos.

Durante el primer semestre del 2013, Ecuador se encuentra en condiciones de satisfacer el mercado emiratí especialmente en productos como los azúcares y productos de confitería, maderas, preparación de legumbres, herramientas de cuchillería y rosas.

6.3. RESULTADOS RESPECTO AL OBJETIVO 3

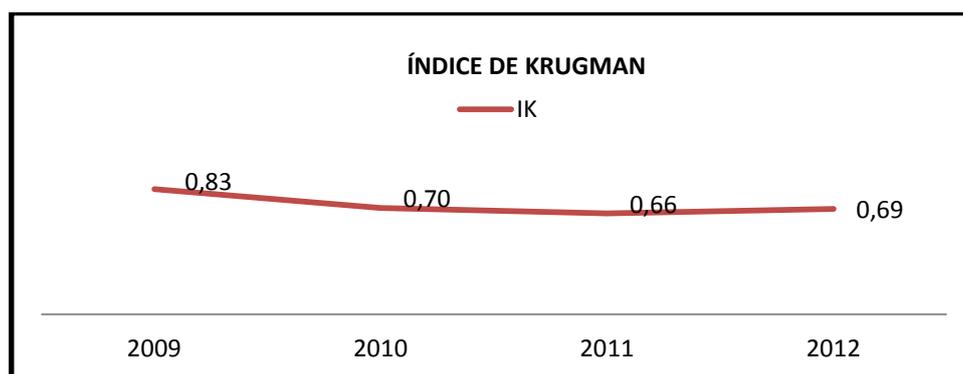
6.3.1. Índice de Krugman (IK)

Mediante el índice de Krugman, se da a conocer la similitud o diferencia de la estructura de exportaciones de Ecuador y EAU con respecto al mundo, mediante la aplicación de

la siguiente fórmula:
$$IK_i = \sum_{k=1}^n |P_i^k - P_j^k|$$
 (ver anexos # 11, 11.1 y 11.2).

En el siguiente gráfico se muestra la tendencia evolutiva que presenta el IK durante el periodo de estudio.

Gráfico 5: Evolución del índice de Krugman (2009-2012)



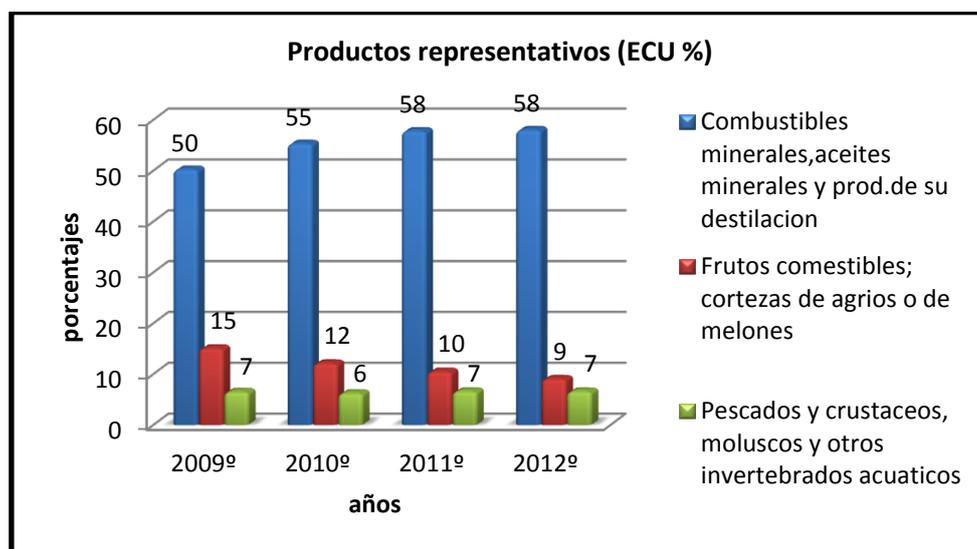
Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trademap.

Elaboración: La Autora.

Se puede ver que sus valores cada vez se acercan más a cero, también se observa que en ningún año el índice se ubica por encima del 1, dado que los valores del indicador varía entre 0 y 2 (exactamente iguales o totalmente diferentes respectivamente), se puede decir que la estructura de exportaciones de los dos países hacia el mundo es similar.

La estructura de exportaciones del Ecuador a nivel mundial se basa específicamente en tres productos, siendo estos los más representativos y manteniéndose durante los cuatro años analizados.

Gráfico 6: Estructura de exportaciones del Ecuador hacia el mundo (2009- 2012)



Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trademap.

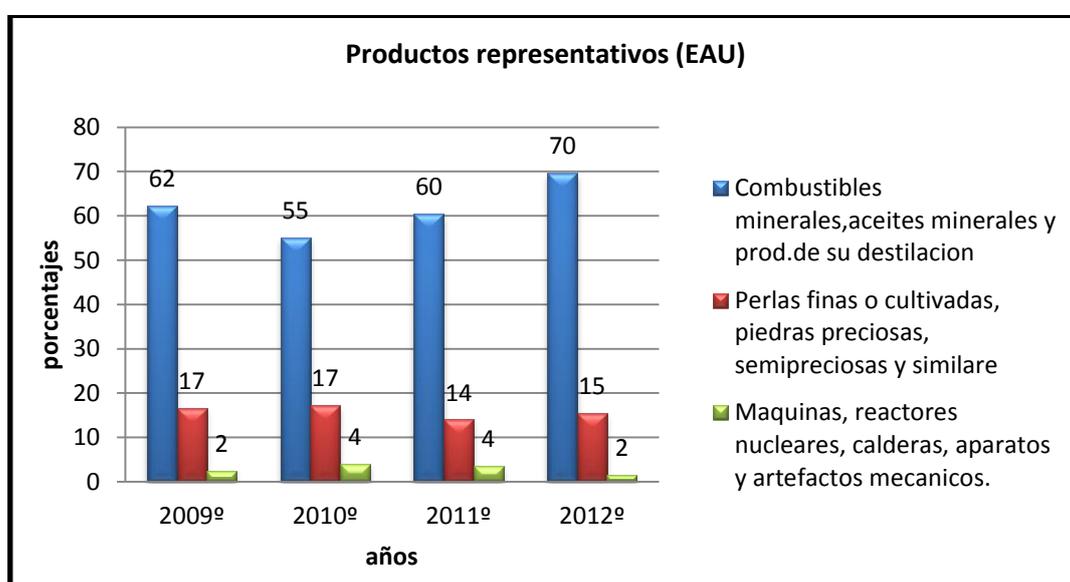
Elaboración: La Autora.

Como lo indica el gráfico N° 6, los combustibles, aceites minerales y productos de su destilación constituyen entre el 50% y el 58% de las exportaciones totales que Ecuador

realiza hacia el mundo para los años 2009 y 2012, dicho incremento se da especialmente por el incremento en los precios del barril de petróleo crudo y sus derivados. Los frutos comestibles entre los cuales se encuentran el banano y el plátano como los productos más exportados tienen una participación de entre el 9% y 15% de las exportaciones, mientras que los productos del mar tienen una participación menor (7%).

En cuanto a la estructura de exportaciones de los EAU, también está constituida por tres principales productos, los mismos que se los detallan en el siguiente gráfico.

Gráfico 7: Estructura de exportaciones de los Emiratos Árabes Unidos hacia el mundo (2009- 2012)



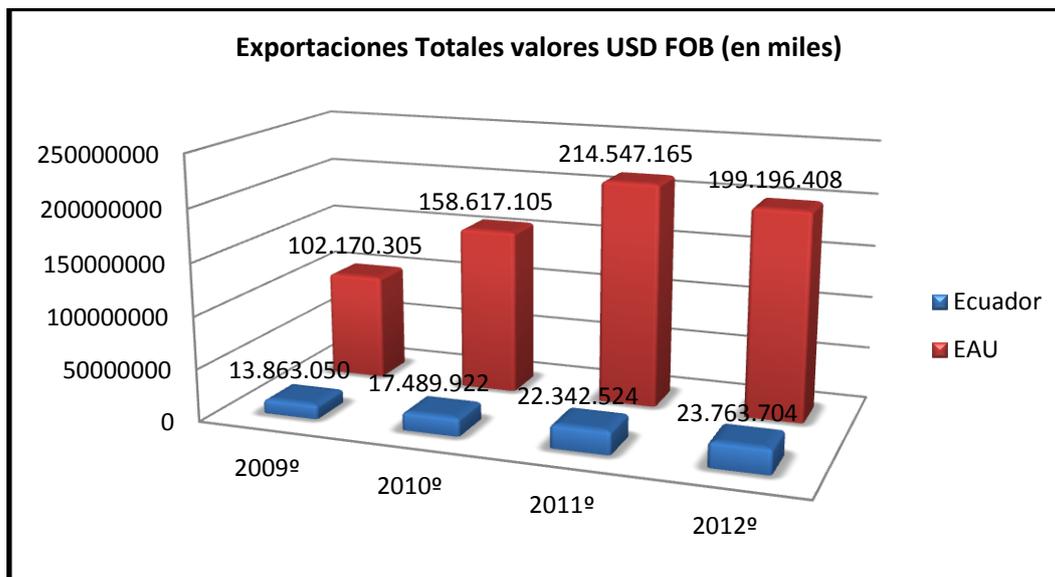
Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trademap.

Elaboración: La Autora.

Al igual que en el Ecuador, según el gráfico N° 7, las exportaciones petroleras de los EAU son las más representativas con una participación de entre el 55% en el 2010 y el 70% en el 2012, dentro de las exportaciones totales.

El segundo producto del cual dependen sus exportaciones son las perlas, piedras preciosas, semipreciosas y similares. Las máquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos, tienen una participación mínima (entre el 2 y el 4% manteniendo la tendencia durante todo el periodo analizado) dentro de la estructura de exportaciones; pese a su aportación, es el tercer producto más importante que produce EAU.

Gráfico 8: Exportaciones totales de Ecuador y de los Emiratos Árabes Unidos hacia el mundo (2009- 2012).



Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trademap.

Elaboración: La Autora.

El nivel de exportaciones de los EAU es mucho mayor al de Ecuador, pues sus exportaciones varían entre 102 mil y 214 mil millones de dólares, mientras que las del Ecuador fluctúan entre los 13 mil y 23 mil millones de dólares.

6.4. RESULTADOS RESPECTO AL OBJETIVO 4

La presente sección, estudia la evolución de variables que permiten medir y analizar el crecimiento empresarial, tales como: el volumen de ventas, número de empleados, utilidades, organización y tamaño dimensional (sucursales) de 127 empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los EAU.

6.4.1. Datos generales de los informantes

El cuestionario se enfocó para ser aplicado a los gerentes o representantes de las instituciones; es por ello, que del total de informantes el 84% ocupan el cargo de Gerentes generales, Gerentes de departamentos, Gerentes encargados o Presidentes.

El 78% de los mismos son de sexo masculino, lo que quiere decir que la mayoría de los altos cargos están representados por hombres; el 41% de los mismos tiene una edad de entre 41 y 50 años, en cuanto a su nacionalidad el 87% son ecuatorianos, mientras que

el 13% restante son de otros países, dicho porcentaje se debe principalmente a que el 20% de empresas investigadas son de conformación extranjera. (Ver anexo # 12).

Cabe destacar que el grado de instrucción académica de los informantes es elevado, ya que el 50% de ellos cuentan con estudios de cuarto nivel, el 46% tiene estudios superiores y solamente el 4% tiene una formación académica secundaria; sin embargo, éstos últimos se encuentran cursando sus estudios superiores. Los elevados grados de formación profesional están explicados por el hecho de que se encuestó a los altos cargos empresariales. (Ver Anexo 13).

6.4.2. Información General de las Empresas

El proceso de levantamiento de información ayudó a determinar la estructura comercial según el tipo de actividad que desempeñan las empresas encuestadas, obteniendo como resultado los siguientes datos:

Tabla 9: Actividad comercial de las empresas (enero 2009- junio 2013).

ACTIVIDAD	(f)	(%)
Cultivo, venta y exportación de Plantas vivas y productos de floricultura	108	85
Servicios de extracción de petróleo y gas	6	4.7
Producción/procesamiento de fruta	5	3.9
Diseño de mecanizados	2	1.6
Venta de otro productos enlatados	1	0.8
Venta al por mayor de productos sin especialización	1	0.8
Importación y exportación de automotores	1	0.8
Venta al por menor de productos por televisión	1	0.8
Tejido plano e hilo (textiles)	1	0.8
Extracción y explotación de hidrocarburos	1	0.8
TOTAL	127	100

Fuente: Encuesta aplicada a empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los EAU.

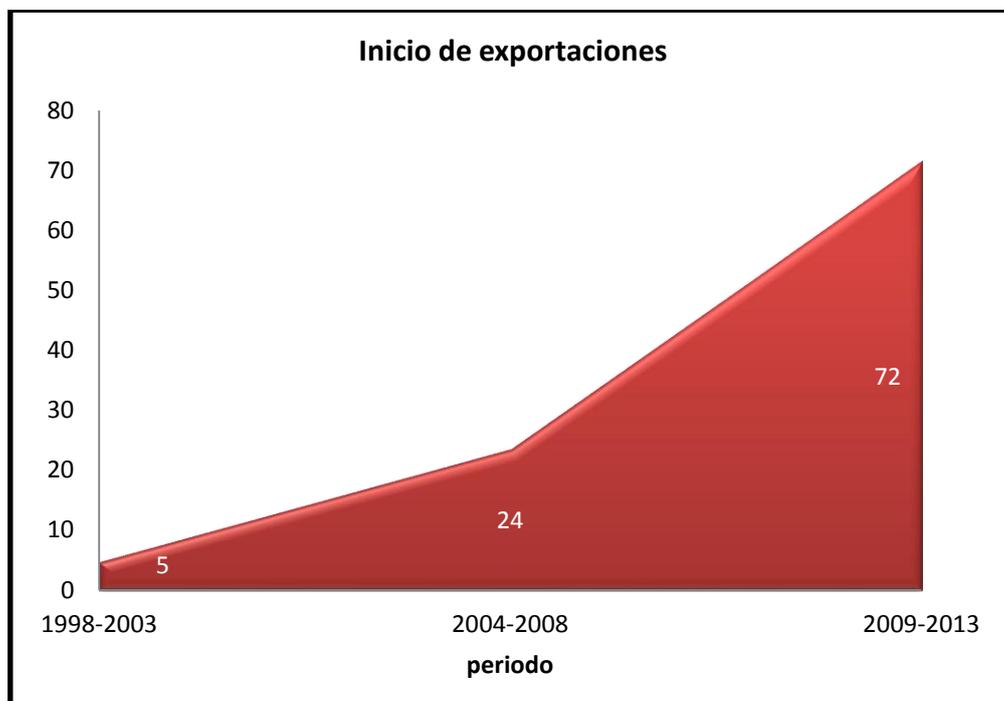
Elaboración: La Autora

Según la tabla anterior, el 85% de las mismas se especializa en el cultivo y venta de Plantas vivas y productos de floricultura, el 4.6% son prestadoras de servicios de

extracción de petróleo y gas¹⁴, mientras que el 3.7% se dedican a la producción y/o procesamiento de frutas, finalmente existen 6 empresas encargadas a 6 actividades diferentes entre las cuales se encuentra una empresa se especializa en la extracción y explotación de hidrocarburos, partida que previamente se conoció que tiene gran relevancia en el año 2010.

En cuanto al comercio de las compañías investigadas con los Emiratos Árabes Unidos, se puede decir que es muy reciente y que poco a poco con el pasar de los años las empresas incursionan en el mercado emiratí, para poderlo explicar, en el siguiente gráfico se puede observar el periodo en que las compañías inician sus exportaciones hacia la Federación.

Gráfico 9: Inicio de exportaciones hacia los EAU



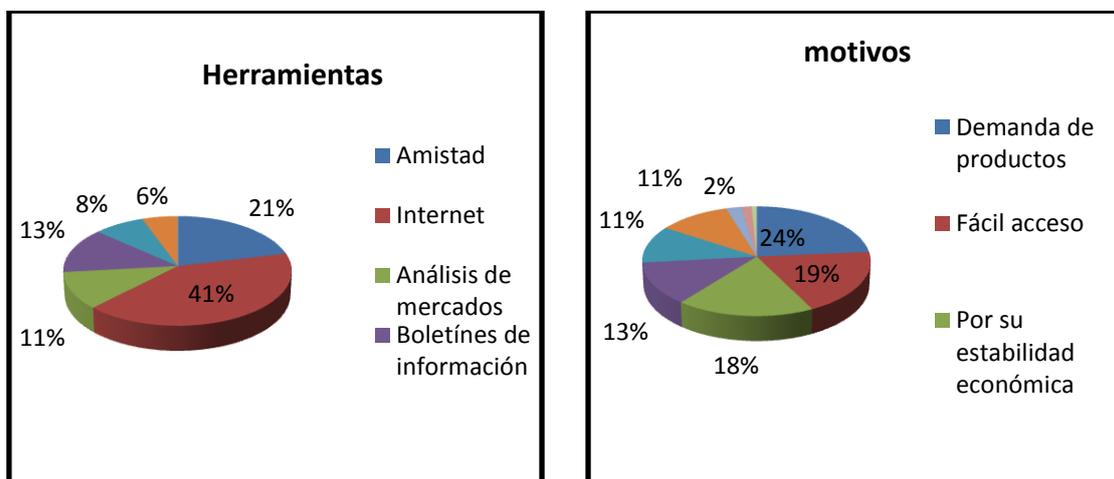
Fuente: Encuesta aplicada a empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los EAU.
Elaboración: La Autora

En el año de 1998 inician las exportaciones hacia los EAU; sin embargo, en este año solamente exporta una empresa (LOVEROSES S.A), desde dicho año hasta el 2003 únicamente el 5% del total de las compañías investigadas ven como destino de sus exportaciones a los EAU.

¹⁴ En el análisis se prescindirá de ellas por ser exportadoras de servicios y no de productos.

Mientras que desde el 2004 hasta el año 2008, el 24% de las mismas enviaban sus productos hacia los emiratos; es decir, se presentó un incremento del 19%. Sin embargo, de las 127 empresas inquiridas se pudo evidenciar que el 72% de ellas inició sus actividades comerciales dentro del ciclo enero 2009- junio 2013.

Gráfico 10: Motivos y herramientas para relacionarse con los EAU



Fuente: Encuesta aplicada a empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los EAU.

Elaboración: La Autora

La relación entre las compañías y los EAU se dio por el uso de diversas herramientas, pues el 41% de los informantes argumentaron haber establecido contacto con los mismos mediante el servicio de internet, ya sea, a través de las redes sociales (en algunos casos) o por las páginas web institucionales, mientras que el 21% inició sus relaciones comerciales por amistades. Finalmente, el 13% destinó sus exportaciones hacia el mercado emiratí por boletines informativos, emitidos por los diversos organismos.

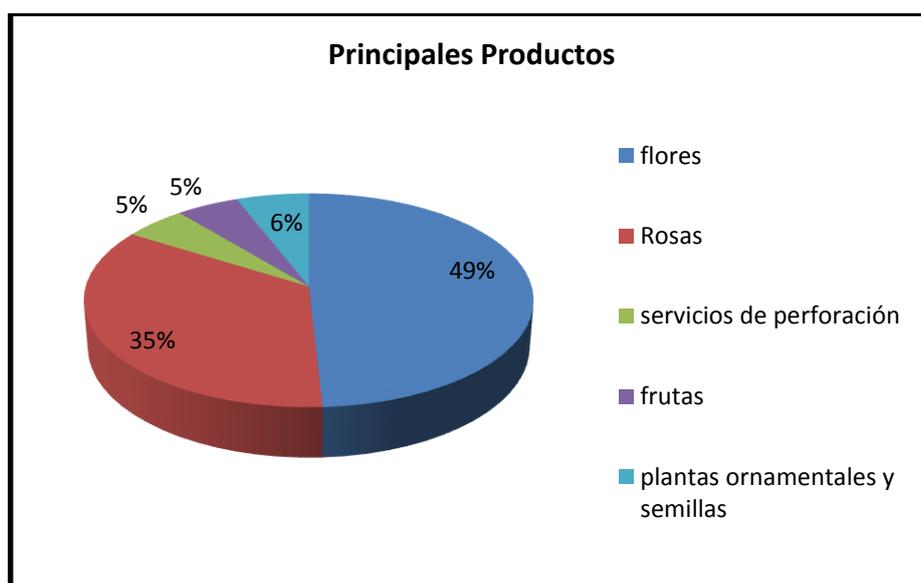
El principal motivo para exportar hacia la Federación según las empresas (ver anexo # 14), es la demanda de bienes que existe por parte de los Emiratos, pues el 24% de ellas afirmó ser esta la razón para que envíe parte de su producción hacia dicho destino, como ya se había mencionado con anterioridad, el 85% de las mismas se dedica al cultivo y venta de plantas vivas y floricultura y según la guía comercial de EAU presentada por el IPEI¹⁵, las exportaciones no petroleras desde el Ecuador hacia los EAU, durante el periodo 2007-2011 han presentado una evolución ascendente, con una tasa de

¹⁵Instituto de Promoción de Exportación e Inversión

crecimiento del 10%, siendo los productos de mayor crecimiento las rosas y productos de confitería.

Mientras que para el 19% de compañías, el motivo más importante para exportar es la facilidad de acceso al mercado, pues según el IPEI, a pesar de que cada Emirato tiene su propia autoridad aduanera, los requisitos se reducen al mínimo, con el fin de no perjudicar las importaciones.

Gráfico 11: Principales productos que se envían hacia los EAU



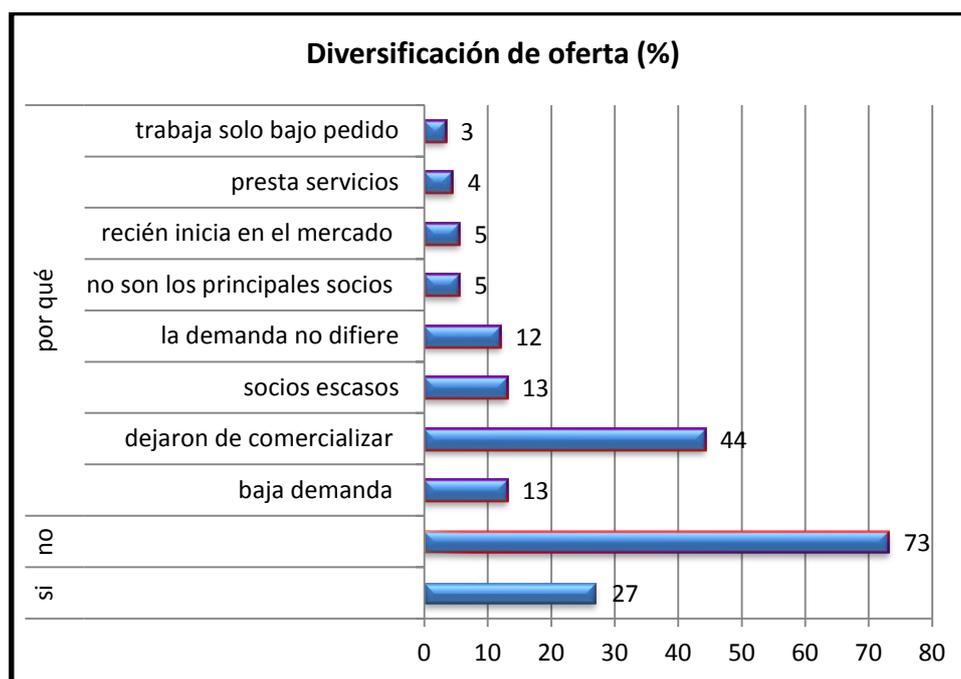
Fuente: Encuesta aplicada a empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los EAU.

Elaboración: La Autora

Los principales productos que se envían hacia EAU desde Quito son las flores con el 49% de participación, seguidas de las rosas con un 35%; por lo tanto, dichas empresas se dedican especialmente a la floricultura.

En cuanto a que si se ha diversificado o no la oferta comercial por parte de las empresas, según el siguiente gráfico, el 73% afirmó que no ha variado sus productos y de ellos el 44% dijo no hacerlo por el hecho de dejar de negociar con los emiratos, pues dentro del periodo estudiado, únicamente el 14% de compañías han comercializado todos los años del periodo analizado. (Ver anexo # 15).

Gráfico 12: Diversificación de oferta y razones del por qué no se varía la oferta.



Fuente: Encuesta aplicada a empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los EAU.

Elaboración: La Autora

Otras razones para no variar las exportaciones, según los informantes son: la disminución de la demanda, argumentan que los volúmenes exportados son bajos. Y los pocos socios comerciales con los que cuentan en los EAU.

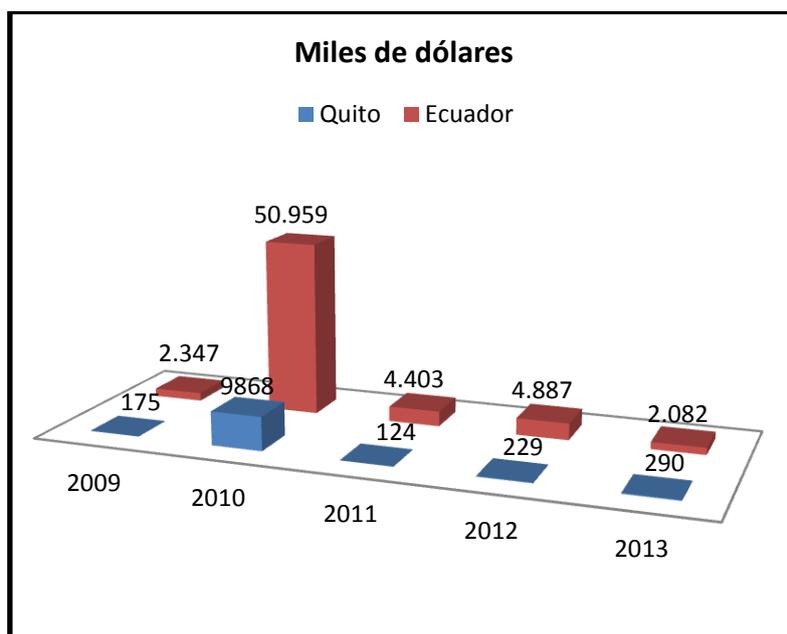
6.4.3. Análisis evolutivo de variables de crecimiento empresarial (enero 2009- junio 2013)

El análisis de las tasas de crecimiento se las realiza de 2 formas: la primera, tomando como referencia el año anterior, con el fin de conocer como fluctúa el comercio año tras año y la segunda, considerando al 2009 como año base, para mediante este cálculo determinar la tendencia de crecimiento (ascendente o descendente) dentro del periodo total y para mejor tratabilidad de los datos se los realiza de forma acumulada.

6.4.3.1. Evolución del crecimiento de las ventas hacia los EAU

El volumen de ventas que se analiza corresponde únicamente a las realizadas por las empresas investigadas hacia los EAU. Mediante esta variable se puede medir si se ha incrementado o ha disminuido la producción enviada hacia el mercado emiratí.

Gráfico 13: Variación del volumen de ventas hacia los EAU (comparado) Quito-Ecuador



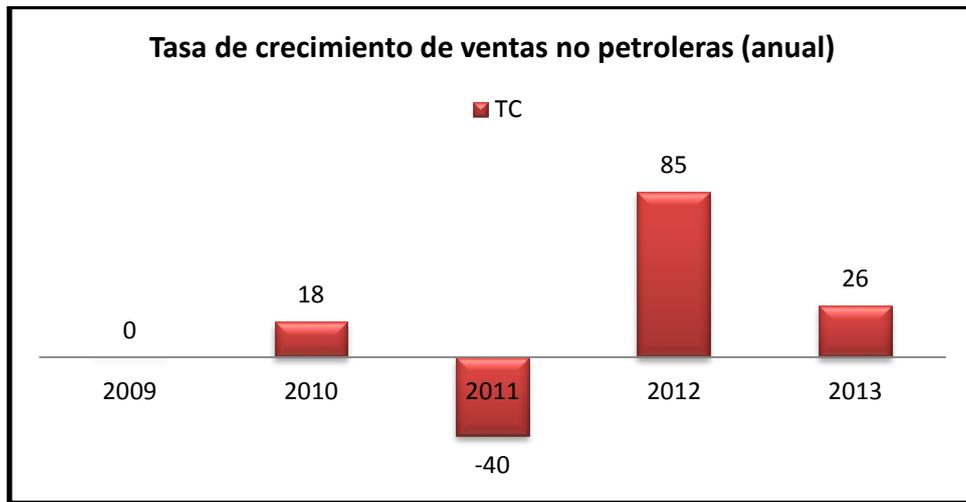
Fuente: Encuesta aplicada a empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los EAU.

Elaboración: La Autora

Como se puede verificar en el gráfico anterior, las ventas realizadas por las empresas de la ciudad de Quito presentan una tendencia similar a las ventas totales realizadas por el país hacia la Federación; sin embargo, su participación es mínima, pues varía entre el 3 y el 7%, suscitado principalmente a su actividad comercial que es el cultivo de plantas y productos de floricultura, línea arancelaria que tienen una participación entre el 7 y el 21% dentro de las exportaciones totales del país hacia los Emiratos en el periodo analizado (ver anexo # 16).

Pese a esto, para el año 2010, las exportaciones de las empresas de Quito tienen una participación del 20% debido a las exportaciones petroleras que se realizaron en dicho año por parte de la empresa Andes Petroleum Ecuatoriana. Sin embargo, esta partida no se la volvió a exportar en el transcurso del tiempo analizado, debido a la disminución de la demanda de petróleo por parte de los EAU. (Trademap, 2010).

Gráfico 14: Tasa de crecimiento de ventas no petroleras hacia los EAU de las empresas de Quito (anual)



Fuente: Encuesta aplicada a empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los EAU.

Elaboración: La Autora

La tasa de crecimiento de las ventas es fluctuante, pero en el año 2011 disminuye drásticamente en un 40%, la principal razón para que esto suceda es el alto grado de dependencia que tienen las compañías hacia la exportación de flores y rosas. Según el Banco Central del Ecuador, en el 2011 los volúmenes de exportación de dicha partida caen de un 15% a un 7% (Ver anexo # 16), razón por la cual las empresas de Quito se ven afectadas directamente y disminuyen su tasa de crecimiento.

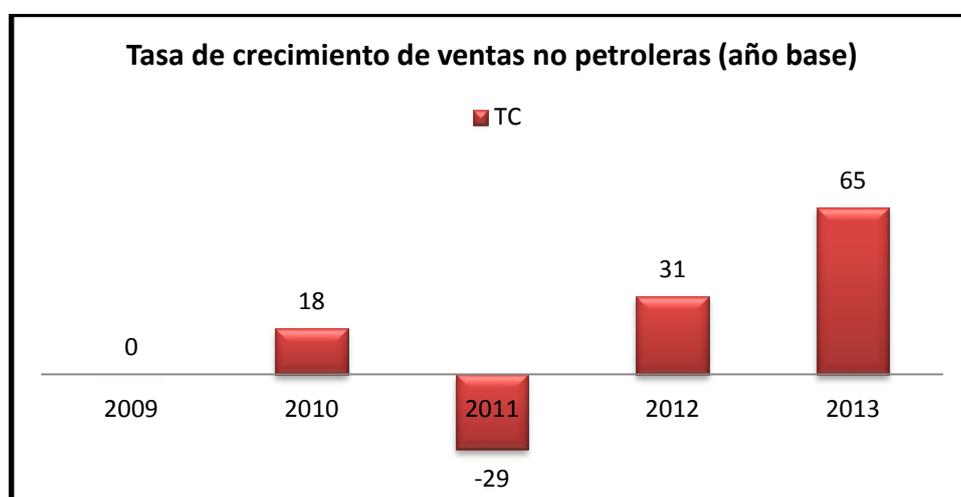
En el 2012 se presenta el mayor crecimiento, pues en este año según el levantamiento de información, a más de incrementar los volúmenes de venta de 28 a 46 toneladas de exportaciones de flores y rosas, también incrementaron sus precios pasando de un 4.4 a 4.9 mil dólares la tonelada aproximadamente.(Ver anexo # 17).

Para el 2013, el comercio entre Quito y los EAU presenta una tasa de crecimiento del 26% con respecto al año anterior, en el cual tuvo ventas por 229 mil dólares dichas ventas son superadas únicamente en el primer semestre del año ubicándose en 290 mil dólares (ver anexo # 18), al igual que en los años anteriores este incremento se ve influenciado por el incremento de la demanda de rosas y flores por parte de los Emiratos, por lo cual, Ecuador exporta entre enero y junio 442 mil dólares cantidad que supera a la del 2012 que fueron de 406 mil dólares y a la de los años anteriores. (Ver anexo # 16).

A más de lo antes dicho, la tasa de crecimiento también está ligada a los volúmenes de exportación de empresas como: Frozen Tropic y Frutierrez, las cuales se dedican a la producción, procesamiento y exportación de frutos comestibles, partida que según datos del Banco Central del Ecuador, tuvo una representación del 34% en el total de exportaciones enviadas a los EAU. (Ver anexo # 19).

Sin embargo, para tener una idea clara de que si las ventas han crecido o no durante el periodo de estudio, se toma como año base al 2009 obteniendo los resultados del siguiente gráfico.

Gráfico 15: Tasa de crecimiento de ventas no petroleras hacia los EAU de las empresas de Quito (año base)

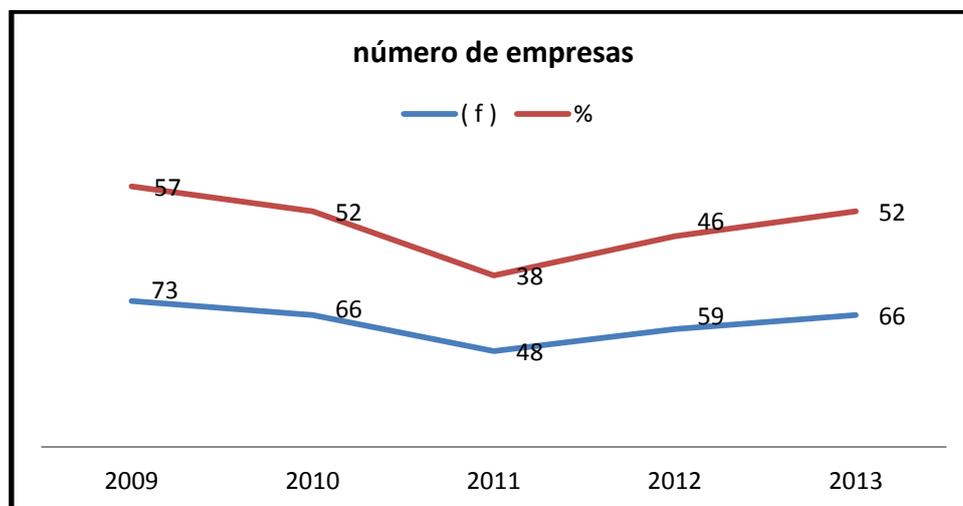


Fuente: Encuesta aplicada a empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los EAU.
Elaboración: La Autora

Al respecto se puede concluir que el comercio entre las compañías indagadas y los EAU, dentro del periodo analizado, efectivamente, presenta tendencias ascendentes de crecimiento con respecto al año base, a excepción del 2011, que como ya se lo había mencionado anteriormente, este acontecimiento fue suscitado por la caída en volumen de exportación de rosas, mientras que el primer semestre del 2013, es en donde se registran la mayor tasa de crecimiento (65%).

También es importante analizar el número de empresas que comercializan con la Federación en cada uno de los años, con el fin de conocer la estabilidad de las mismas dentro de dicho mercado.

Gráfico 16: Número de empresas que exportan hacia los EAU
(Enero 2009-junio 2013)



Fuente: Encuesta aplicada a empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los EAU.
Elaboración: La Autora

En el 2009 fue donde más compañías exportaron hacia la Federación (57%), pese a ello la tendencia de crecimiento referente al número de exportadoras hasta el 2011 fue decreciente.

A partir del 2011 el número de empresas ha incrementado en una tasa del 23% y para el primer semestre del 2013 a un tasa del 12% con respecto al año anterior (Ver anexo # 20). Pero, solamente el 14% del total de compañías comercializó durante todo el periodo de estudio. (Ver anexo # 15).

6.4.3.2. Porcentaje de ventas hacia los EAU con respecto a las ventas totales de las empresas.

La presente variable sirvió para analizar la incidencia del dinamismo comercial en el crecimiento de las empresas ubicadas en la ciudad de Quito; ya que, mientras más elevados sean los porcentajes de ventas hacia los EAU, más influirá en el crecimiento de las empresas, caso contrario no tendría repercusión directa sobre el mismo.

Tabla 10: Porcentaje de exportación

<i>Porcentaje de exportación</i>		
<i>Criterio</i>	<i>(f)</i>	<i>(%)</i>
0.001-0.1	78	61
0.11-1	22	17
No sabe/ no responde	27	21
Total	127	100

Fuente: Encuesta aplicada a empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los EAU.

Elaboración: La Autora

Según la tabla anterior, el 61% de las compañías destinan valores bajo el 0.1%, mientras que el 17% realiza envíos de hasta el 1% del total de sus ventas hacia los EAU.

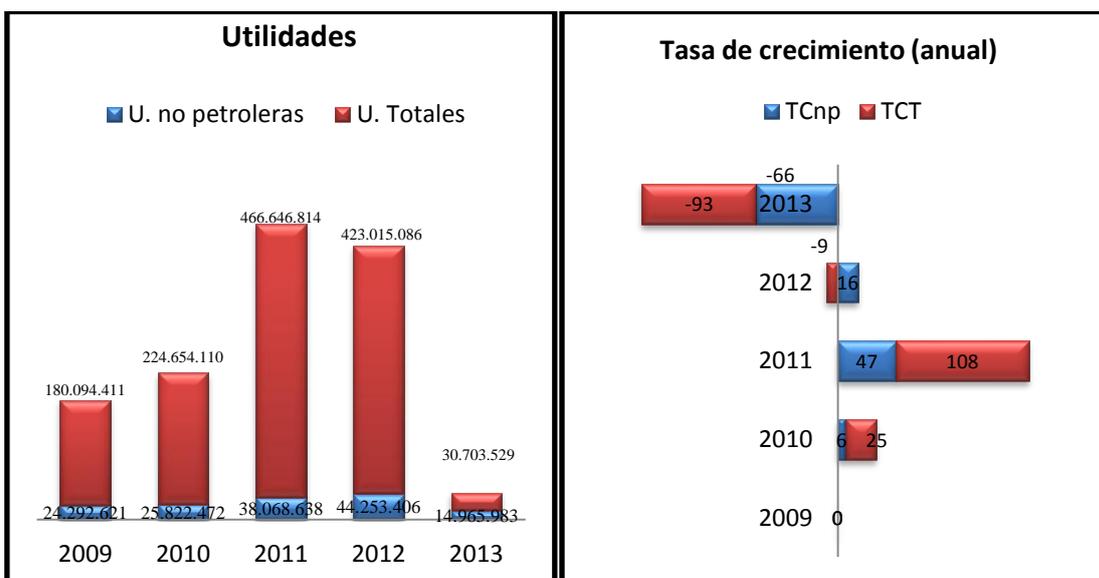
El 21% de informantes manifestó que desconoce dichos porcentaje, principalmente por que los envíos que realizaron correspondían a muestras de productos o porque solamente exportaron el primer año del periodo, pero también mencionan que los porcentajes eran mínimos.

Evidentemente, el porcentaje de ventas de las empresas ubicadas dentro de la zona urbana de la ciudad de Quito hacia el mercado emiratí, es muy bajo (menor al 1%).

6.4.3.3. Evolución de las utilidades totales y no petroleras.

Otra forma de medir el crecimiento empresarial es mediante el cálculo de las tasas de crecimiento de las utilidades.

Gráfico 17: Variación de las utilidades totales y no petroleras (dólares) y su tasa de crecimiento (%).



Fuente: Encuesta aplicada a empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los EAU.

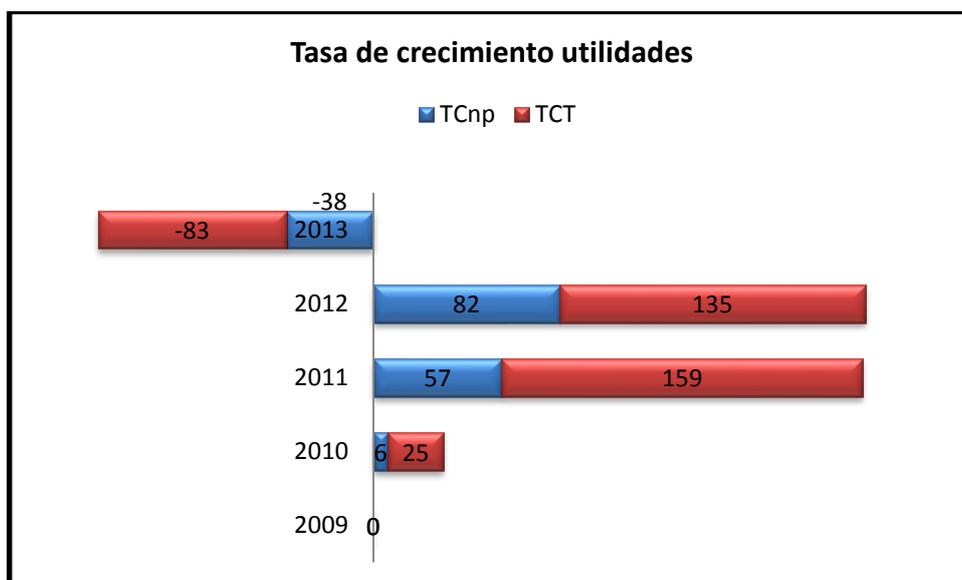
Elaboración: La Autora

Se puede observar en el gráfico anterior, que el mayor número de utilidades se da en el año 2011, el cual registra una tasa de crecimiento superior al 100%, a causa de los beneficios petroleros los mismos que cubren el 92% del total de utilidades (ver anexo # 21), ya que solamente Andes Petroleum presenta rubros de \$ 270,950.187 dólares; es decir el 58% del total, gracias a la subida del precio del barril de petróleo que se ubicó en \$ 114.83 dólares el barril.

Sin embargo, para el 2012 se observa una disminución del 9% con respecto al 2011, dado que las utilidades disminuyeron de 466 a 423 millones de dólares. Las utilidades no petroleras en cambio registran valores ascendentes dentro de los tres años, a excepción del 2013, esto se debe a que únicamente se analiza el primer semestre del año; sin embargo, de enero a junio del 2013 se registran 30 millones dólares en beneficios económicos.

Para determinar la tasa de crecimiento dentro del periodo analizado se considera como año base al 2009 y se obtienen los siguientes resultados.

Gráfico 18: Tasa de crecimiento de de las utilidades totales y de las utilidades no petroleras (año base)



Fuente: Encuesta aplicada a empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los EAU.

Elaboración: La Autora

La tendencia de crecimiento de las utilidades enero 2009- junio 2013, es positiva; es decir, que a partir del 2009 las empresas han incrementado sus márgenes de utilidades, en cantidades extraordinarias (superiores al 100%), especialmente en el año 2011 y 2012.

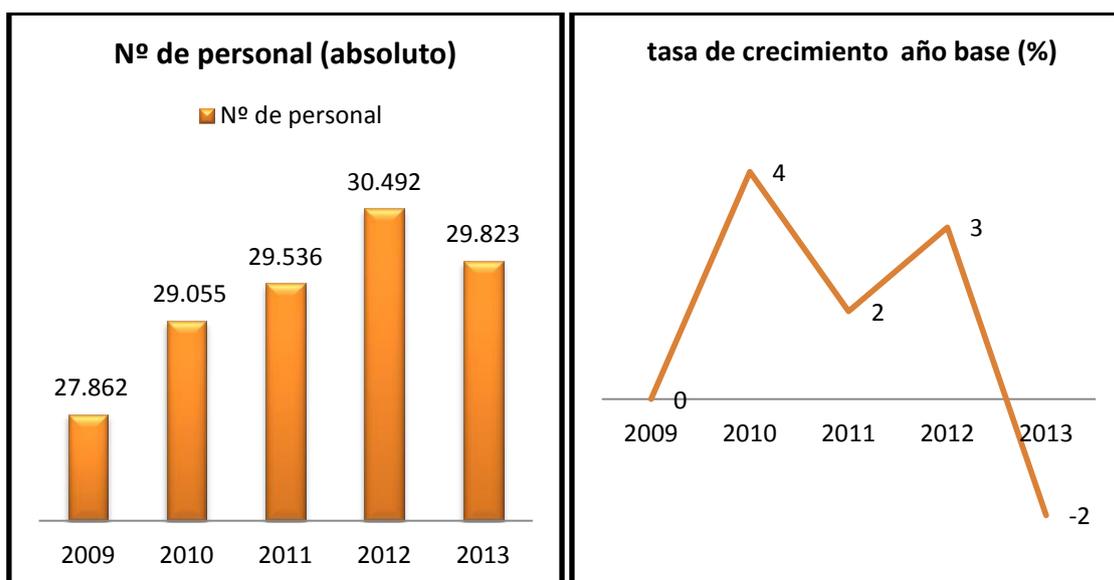
Ahora bien, si dejamos a un lado las empresas petroleras, se puede observar que el resto de empresas también presentan tasas de crecimiento positivas, sobre todo en los años antes mencionados (57 y 82% respectivamente), es importante recalcar que a pesar de que en el año 2011, las ventas no petroleras hacia los EAU, decaen en una tasa del 40% y en donde menos empresas comercializan, es el año en que se denotan mayores tasas de crecimiento con respecto a las utilidades.

En cuanto al 2013 es probable que los beneficios para las empresas incrementen al finalizar el año, por el momento se cometería un error al decir que las utilidades no han crecido, puesto que es un año no comparable, como ya se explicó anteriormente. (Para el cálculo de TC con año base ver anexo # 22)

6.4.3.4. Evolución del personal ocupado.

En los siguientes gráficos se presentan los valores referentes al personal ocupado, con el fin de conocer los empleos generados por las empresas y la tasa de crecimiento que ha presentado dicha variable año tras año.

Gráfico 19: Variación del número de personal y tasa de crecimiento anual

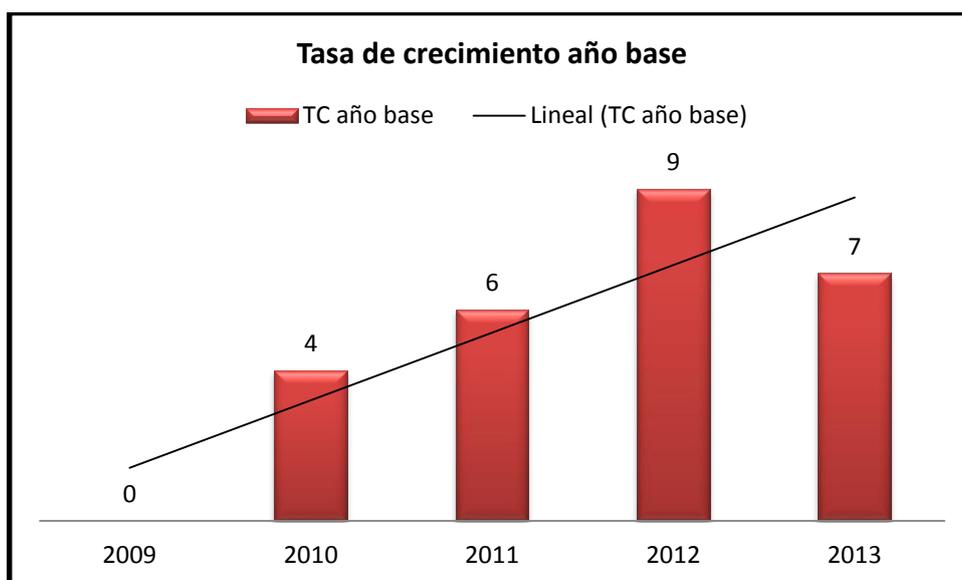


Fuente: Encuesta aplicada a empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los EAU.

Elaboración: La Autora

La mayor tasas de crecimiento (4%) se registra en el 2010, en dicho año se generan 29 mil puestos de trabajo a diferencia del 2009 que solamente fueron 27 mil. Luego de ello para los siguiente dos años la tasa de empleo crece a un 2% y 3% respectivamente, mientras que para el 2013 se muestra una disminución del 2% en la generación de empleos, esto se debe a que como el 85% de empresas analizadas se dedican al cultivo y exportación de flores y rosas, la contratación de personal en cierta parte depende de proceso de producción de las mismas y porque solo se analiza el primer semestre.

Gráfico 20: Tasa de crecimiento de los empleos generados (año base)



Fuente: Encuesta aplicada a empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los EAU.

Elaboración: La Autora

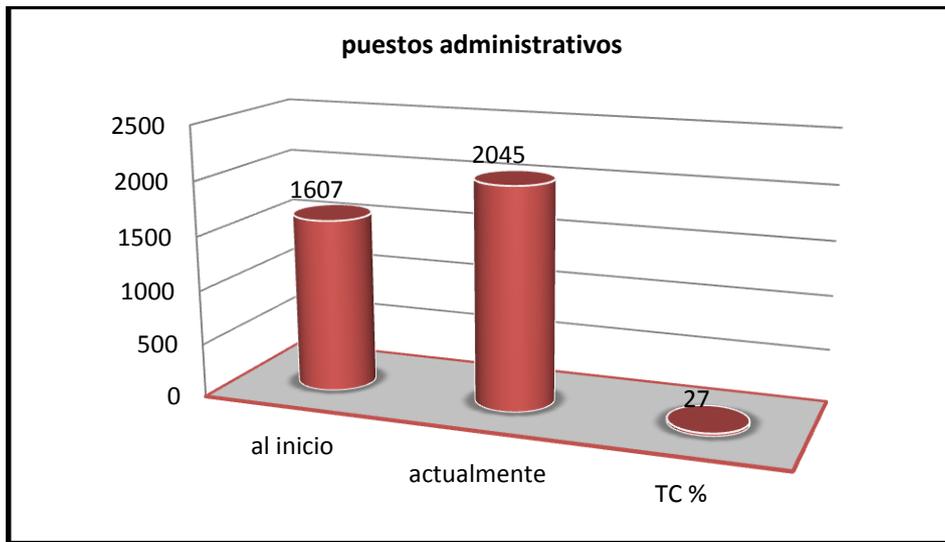
En cuanto al crecimiento de la variable, durante todo el periodo analizado y tomando como referencia un año base, se puede decir que, los empleos generados por las empresas presentan una tendencia de crecimiento ascendente en referencia al 2009.

Es decir, que las empresas si han crecido durante el periodo de análisis considerando la variable del personal contratado, dicha tasa de crecimiento fluctúa entre el 4 y el 9%.

6.4.3.5. Evolución de la organización y tamaño dimensional.

Con el fin de medir la estructura organizativa o tamaño dimensional, se preguntó a los representantes de las empresas, con cuántos puestos administrativos inició su actividad comercial con los EAU, cuántos tiene actualmente y si tienen o no sucursales.

Gráfico 21: Evolución y tasa de crecimiento de los cargos administrativos al inicio de la actividad comercial con los EAU y actualmente

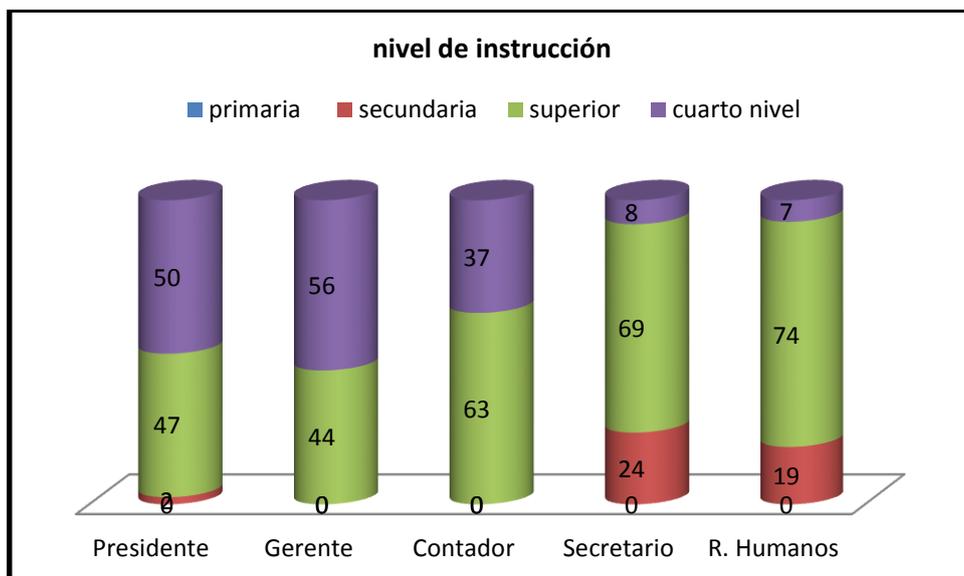


Fuente: Encuesta aplicada a empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los EAU.

Elaboración: La Autora

Según el gráfico anterior, los puestos administrativos han presentado una tasa de crecimiento del 27% desde el inicio de sus actividades comerciales con los EAU hasta la actualidad, de forma acumulada. (Ver anexo # 23).

Gráfico 22: Nivel de instrucción del personal administrativo (porcentajes).

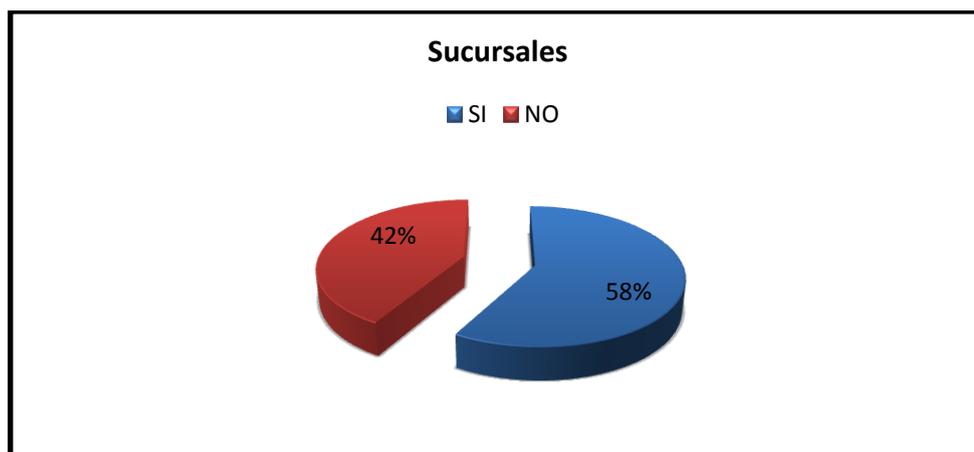


Fuente: Encuesta aplicada a empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los EAU.

Elaboración: La Autora

El 50 y 56% del personal que ocupa los cargos de Presidente y Gerente respectivamente, tienen una preparación profesional de cuarto nivel, mientras que los cargos de contabilidad (63%), secretariado (69%) y recursos humanos (74%) tienen mayores porcentajes de instrucción superior. Lo que quiere decir que el personal administrativo de las empresas que comercializan con los EAU es altamente cualificado.

Gráfico 23: Sucursales de las empresas.



Fuente: Encuesta aplicada a empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los EAU.

Elaboración: La Autora

Como se puede observar en el gráfico número 23, el 58% de las empresas encuestadas cuentan con sucursales.

Las empresas son exigentes con la formación académica de los que ocupan los cargos administrativos como lo demuestra el siguiente gráfico.

7. DISCUSIÓN

Con el fin de calcular el grado de concentración o diversificación de mercado entre Ecuador y EAU, se procedió a calcular el IHH con respecto a la participación de los productos dentro de las exportaciones, el mismo que indicó que el comercio bilateral, dentro del periodo enero 2009- junio 2013, se encuentra concentrado.

En el 2009, el índice se ubicó en 22,5%. Según Herfindahl-Hirschmann, un porcentaje mayor al 18% indica un mercado concentrado. Efectivamente, en dicho año las exportaciones del Ecuador hacia el mercado emiratí según información emitida por el Centro Internacional de Comercio Trademap, y analizando los componentes a 10 dígitos de 97 líneas arancelarias clasificadas por el Sistema Armonizado, los principales productos en los cuales se concentraron las exportaciones fueron: artículos de confitería y recubiertos de azúcar (chicles, chocolate blanco, caramelos, bombones y confites); plantas vivas y productos de floricultura (flores y rosa); y frutos comestibles (banano y plátano).

En el 2010 se muestra el grado más elevado de concentración, en el cual el índice HH se ubica en 91%, acontecimiento marcado especialmente por las exportaciones de aceites crudos de petróleo, que en el año mencionado se ubicaron en \$ 48.6 millones de dólares, esto debido al el incremento progresivo de las importaciones de este tipo de bienes por parte de los EAU desde todo el mundo, debido a los programas energéticos con los que cuentan para la satisfacción de necesidades básicas, entre las cuales se destaca el abastecimiento de aire acondicionado, sobre todo en épocas de verano dentro del cual las temperaturas climáticas oscilan entre (24°C y 40°C, llegando hasta los 45°C). Sin embargo, luego del 2010 no se volvieron a registrar exportaciones de esta índole.

Pero, en el 2011, el mercado tiende a estar moderadamente concentrado, mostrando un índice de 12.9%, lo que quiere decir que Ecuador ha diversificado su oferta hacia los EAU, según la base de datos del Centro Internacional del Comercio, en este año se exportaron 21 líneas arancelarias clasificadas por el Sistema Armonizado a 2 dígitos en comparación al resto de años que únicamente se exportaban entre 14 y 17 líneas, lo que puede estar asociado con el cumplimiento de una de las metas del objetivo 11 de PNBV que consiste en reducir en 0.72 la concentración exportable de productos del Ecuador hacia los diferentes mercados del mundo. (Ver anexo # 7).

En el 2012 y en el primer semestre del 2013, nuevamente se vuelven aglutinar las exportaciones, pues el IHH se ubica sobre el 18%. De igual forma los productos de mayor exportación son: Pecados y crustáceos, plantas vivas, frutos comestibles y productos de azúcares y confitería.

Finalmente, se puede aducir que los productos que se comercializan entre Ecuador y la Federación, son de origen agrícola y materias primas, con sus respectivas excepciones. Paúl Krugman (1979), planteo la teoría de la nueva geografía económica, la cual se basa en la formulación de la especialización y la producción a gran escala con bajos costos y oferta diversificada.

Es decir, que si las empresas se especializaran en producir los bienes para las cuales se encuentran capacitadas e impulsan la producción a gran escala se disminuirían los costos y se diversificaría la oferta, lo cual, se convertiría en una solución para la concentración de exportaciones e impulsar el comercio hacia diferentes países.

Para conocer de mejor manera el dinamismo comercial entre Ecuador y la Federación, se procedió a determinar las ventajas y desventajas del patrón exportador nacional, mediante el cálculo del índice de Balassa. Por lo cual, se puede decir que Ecuador tiene ventajas comparativas en los siguientes bienes: *Productos de azúcar y artículos de confitería*, los mismos que han registrado valores mayores a 0.96 puntos dentro del índice de Balassa, a excepción del 2010, donde se ubicó en 0.74 puntos, debido a que en dicho año los volúmenes de exportaciones no petroleras del Ecuador decayeron, mientras que las petroleras llegaron a ocupar un importante lugar (95.4%) dentro de las exportaciones totales.

A pesar de la importancia de las exportaciones petroleras en el año 2010, Ecuador no tiene ventaja comparativa para exportar derivados de petróleo hacia los EAU, ya que existe tendencia hacia un comercio intraproducto, dado que para EAU el petróleo también es una de sus fortalezas; por ende, a partir del 2010 ha disminuido su demanda petrolera y desde Ecuador no registra importación alguna.

Según lo que se comprobó con el índice de Balassa, los *artículos de sombrería* representan una oportunidad comercial para el país; ya que, los sombreros elaborados en Ecuador cuentan con un gran reconocimiento a nivel mundial, especialmente los de paja

toquilla (principal materia prima utilizada para su elaboración), la misma que le brindan calidad y textura únicas.

Las plantas vivas/productos de floricultura y especialmente productos como el *café*, durante el periodo de estudio, se ha verificado que son una buena alternativa para ser exportados. Pues a partir del año 2010, han presentado tendencias crecientes de acuerdo al índice de Balassa, lo que quiere decir que, dichos productos se vuelven cada vez más apetecidos por el mercado emiratí.

Ecuador tendría que considerar la opción de abrir nuevamente un mercado dentro de la Federación para productos como: *sombrillas, aparatos de fotografía y pieles*, que fueron altamente competitivos dentro del año en que se los exportó, pero que lamentablemente se dejó de hacerlo.

Finalmente, es importante analizar que Ecuador tiene ventaja para exportar productos de confitería, entre los cuales se destacan los bombones y el chocolate blanco; sin embargo, no posee ventajas para exportar el cacao como materia prima; por ende, se debería poner énfasis en la industrialización del cacao, actividad que fortalecería el cambio de la matriz productiva impulsada por el Gobierno del Eco. Rafael Correa.

Krugman 2012, sugiere a demás, que el comercio no se puede dar simplemente por las ventajas comparativas, sino más bien puede surgir por rendimientos crecientes o economías a escala.

Mientras que la teoría de David Ricardo, asume que se puede adquirir productos de cualquier parte del mundo sin restricción comercial alguna; Sin embargo, y de acuerdo con varios economistas esto no es del todo cierto, ya que en el caso de los mercados analizados se puede observar que existen diversas restricciones, como por ejemplo: Las distancias geográficas (un envío tarda 60 días aproximadamente en llegar a los EAU), lo que implica elevados costos de transporte, pues según el IPEI, 2012, el costo referencial para el flete de un contenedor de 40' (ton) seco es de USD 5,500, mientras que para un reefer (barco congelador) es de USD 6,500, otra restricción son los costos de intercambio (los aranceles).

Para finalizar el análisis sobre el dinamismo comercial, se creyó oportuno dar a conocer la similitud o diferencia de la estructura de exportaciones del país y la Federación con respecto al mundo. Y según el índice de Krugman, se pudo determinar que la misma es

muy similar; ya que ambas estructuras presentan elevada dependencia de los recursos petroleros y escasa diversificación de productos exportados.

Pues, para Ecuador los derivados de petróleo representan entre el 50 y 58% del total de exportaciones, debido especialmente al incremento en el precio del barril de petróleo, según el Banco Central del Ecuador (BCE), comparando dos periodos enero - febrero 2011 y enero- febrero 2012, el precio del petróleo tuvo un incremento de 23.2%, obteniendo como resultado un incremento del 39.6% en el valor FOB de las exportaciones petroleras, mientras que en volumen dichas exportaciones aumentaron en 13.3% en el 2012. Productos de mayor participación también son: los frutos comestibles y productos de mar.

Al igual que el Ecuador, las exportaciones de los Emiratos Árabes Unidos, también están representadas por los derivados del petróleo, teniendo la mayor participación en el 2012 (70%). Pues como se lo había mencionado en capítulos anteriores los EAU cuentan con el 10% de las reservas mundiales de petróleo.

Sin embargo, la Federación emiratí no solo cuenta con recursos petroleros, sino también, con minas de diamantes y por su acceso al Golfo Pérsico sus habitantes se dedican a la recolección y comercialización de perlas. (IPEI, 2012), por lo tanto, las perlas son el segundo producto más representativo dentro de la estructura de exportaciones de los EAU; mientras que, las máquinas y reactores nucleares constituyen el tercer producto entre los más importante.

David Ricardo, sostenía que los países comercializaban con el fin de beneficiarse especialmente de las diferencias que existían entre ellos; Sin embargo, Krugman argumenta que los países pueden beneficiarse pese a ser similares en su estructura productiva. (Duran, 2008).

Pese a que la estructura de *exportaciones* del país y la Federación es similar, la estructura de *producción* es distinta, como se lo comprobó anteriormente con los productos representativos de las mismas. Sin embargo, EAU y Ecuador se pueden beneficiar mutuamente, en vista de que el 90% del territorio emiratí está constituido por desiertos se constituye en un mercado escaso de productos agrícolas, lo cual implica una oportunidad inherente para que el Ecuador exporte su producción agraria en mayores volúmenes, siempre y cuando existan acuerdos comerciales pertinentes.

Para ello hay que considerar el consumo de los EAU y según PROMPERÚ, en el año 2013 se estimó que los emiratíes tendrían un consumo de 77,220 millones de dólares en viviendas, seguido de 26,263 millones en alimentos y bebidas no alcohólicas, entre otras categorías importantes. (Ver anexo # 24). Lo que implica que uno de los mayores gastos que tienen los habitantes de los EAU es en alimentación.

Según el Banco Central del Ecuador, 2012, el comercio con el mercado árabe es muy bajo, pues con Qatar, Omán y Libia, la participación de las exportaciones es de: 0.11%, 0.01% y 1.18%, respectivamente. El Golfo pérsico y los puertos de Dubái son la entrada principal para acceder a dichos mercados; por lo cual, es importante fortalecer las relaciones comerciales con los EAU.

A diferencia del Ecuador, el comercio entre el mercado emiratí y Perú durante los años 2008 y 2012, aumentó en un 66.9% en promedio anual, alcanzando un total de US\$ 28.8 millones en 2012, principalmente por las exportaciones de minerales como el cobre y el oro, lo cual les otorgó un superávit de US\$ 15.8 millones dólares en dicho año. A más del sector minero, Perú exporta textiles y fréjol castilla, uvas y vidrio contrachapado.

Es decir, Perú mantiene relaciones comerciales con los EAU más fuertes que el Ecuador, cabe recalcar que en Perú si existe una embajada de EAU, lo cual implica que dicho país es un competidor importante para la nación, y se debería considerar la opción de realizar un estudio comparativo, con el fin de conocer las debilidades del mismo y aprovechar las ventajas que se puedan presentar de la competencia con dicho mercado.

Luego de conocer el dinamismo comercial que existe entre Ecuador y la Federación, se analiza cómo incide el mismo sobre el crecimiento de las empresas que exportan hacia el mercado de análisis y que se encuentran ubicadas en la zona urbana de la ciudad de Quito.

Iurrita 2011, citando a algunos autores en su libro “Crecimiento y competitividad” pone a disposición del lector diversas variables óptimas para medir el crecimiento empresarial, entre las cuales se encuentran: El volumen de ventas, números de empleados, beneficios, organización y tamaño dimensional (sucursales o franquicias). Tales que fueron consideradas por la autora dentro de la investigación desarrollada.

Primeramente, se determina que el 85% de las empresas investigadas se dedican al cultivo y venta de plantas vivas y productos de floricultura. Dichas empresas inician sus actividades comerciales con los Emiratos en el año de 1998; Sin embargo, la evolución de dicho comercio es lenta y muy reciente, pues, desde el año antes mencionado hasta el 2003, solamente exportaban el 5% de las compañías analizadas, debido a las distancias geográficas y a que a la Federación no es muy conocida dentro del Ecuador.

Suceso que cambia en el periodo 2004-2008, donde el 24% de las empresas empiezan a enviar parte de su producción hacia los EAU, tal crecimiento es posible que se pueda atribuir a la reunión del ASPA (América del Sur y Países Árabes) en Brasil en el año 2005, la misma que sirvió para dar a conocer más los mercados árabes e intentar fortalecer las relaciones comerciales entre sus integrantes.

Pero, es importante recalcar que el 72% de las mismas inició sus actividades comerciales en el periodo 2009-2013, esto es razonable desde el punto de vista de la necesidad del actual gobierno por diversificar mercados e impulsar el comercio exterior, con el fin de disminuir el riesgo de negociar el 60% de la producción total con un solo país (EE.UU). Razón por la que existen organismos como: FEDEXPORT, PRO-ECUADOR, COMEX, entre otros, que difunden información sobre todo cuanto respecta al comercio exterior.

La tasa de crecimiento del volumen de ventas con respecto al año base (2009), presenta una tendencia ascendente, siendo el 2013 el año en el que ha experimentado el mayor crecimiento (65%), pues en este año los volúmenes de ventas fueron de \$ 290 mil dólares, a diferencia del 2009 que únicamente fueron de \$ 175 mil dólares. Pese a que existe crecimiento de las ventas, los rubros exportados aun son muy bajos (menos del 1%).

Sin embargo, en el 2011 se presenta una tasa de variación negativa del 29% con respecto al mismo periodo del 2009, a causa de la dependencia que tienen las compañías a la venta de flores y rosas; a más de ello esta disminución se justifica por el gran número de empresas (31) que dejó de comercializar en dicho año.

A cerca de ello, podemos mencionar que las empresas que exportan en cada uno de los años estudiados, es fluctuante, con tendencia descendente; es decir, que conforme han pasado los años estas han ido disminuyendo.

El número máximo de empresas que exportaron fue de 73 en el 2009, lo cual constituyó el 57% del total de compañías inquiridas, mientras que en el 2011 solamente exportaron 48, considerando que en dicho año, según datos de los informantes, se incorporaron 13 nuevas empresas y que en el 2010 existían 66, quiere decir que 31 empresas dejaron de exportar en dicho año. La principal razón para que esto sucediera, según la investigación de campo, es el tiempo que tardan en llegar los productos hasta los puertos de Dubái. Por ende, sería necesario fomentar el transporte aéreo como alternativa de solución, especialmente para los productos perecederos.

A más de ello, la cultura de negocios de los EAU, hace que una vez lograda las negociaciones, solamente realicen una vez importaciones y que luego ya no las vuelvan a realizar pese a estar satisfechos con los productos, probablemente por el hecho de encontrar a proveedores que ofrezcan mejores oportunidades comerciales, por lo que es aconsejable que los negociadores siempre estén a la expectativa del mercado y se ajusten a la coyuntura de los precios. (PromPerú, 2013).

Con respecto a los envíos realizados por las empresas hacia la Federación, es importante analizar el porcentaje de ventas que destinan de su producción total hacia el mercado de análisis, ya que mientras mayor sea dicho porcentaje, mayor peso tendrá sobre el crecimiento de las empresas.

Como se ha demostrado en el capítulo anterior, el porcentaje de ventas hacia la Federación es muy bajo (menor al 1%), los informantes aducen que dichos valores se deben a que recién están incursionando en el mercado, por lo tanto los volúmenes de exportación son bajos, a ello se suma que los emiratíes tardan demasiado en cerrar negocios. Y finalmente, argumentan que sus principales socios son: EE.UU, Europa y Rusia, naciones a las cuales destinan la mayor parte de su producción.

Por lo tanto, si el dinamismo comercial que existe entre Ecuador y la Federación de los Emiratos Árabes Unidos, incidiera en el crecimiento de las compañías investigadas, tal crecimiento se vería afectado de manera negativa, especialmente en el año 2011, donde se registró el mayor número de empresas que dejaron de comercializar con los mismos.

El nivel de utilidades básicamente está representado por las utilidades petroleras, pues como ya se mencionó en la tabla # 9, existen 6 compañías cuya actividad es prestar

servicios de extracción de petróleo y gas y una compañía como es Andes Petroleum, dedicada a la extracción de hidrocarburos.

En el año 2011 y el 2012 se presentan las mayores tasas de crecimiento, llegando a superar el 100% con respecto al 2009, es fundamental aclarar que en el 2011 (año en el cual 31 empresas que exportaban hacia los EAU dejaron de hacerlo), es donde las utilidades registran un crecimiento de 159%, justificadas por la explotación de hidrocarburos y la prestación de servicios petroleros, pero si solo se considera las empresas no petroleras, éstas al igual que las anteriores presentan tendencias de crecimiento especialmente en los mismos años antes mencionados. Por ende, se puede concluir que pese a que las empresas dejaron de comercializar con el mercado emiratí, siguieron manteniendo márgenes de utilidades elevados.

Por su parte, el personal contratado ha crecido durante el periodo estudiado en una tasa que varía entre el 4 y el 9%, siendo el 2012 donde se registra el mayor crecimiento en comparación con el 2009, en dicho año las empresas generaron 30,492 empleos.

La mayor cantidad de empleos son otorgados por las empresas petroleras, las mismas que según la información de campo contratan entre 400 y 600 personas.

En cuanto a la organización de la empresa, es decir, los puestos administrativos que han tenido las empresas al inicio de su actividad comercial y actualmente, se puede argumentar que han aumentado en un 27%, lo que implica que el hecho de haber dejado de comercializar con los Emiratos Árabes no ha provocado que se disminuyan los empleos administrativos. Seguidamente se puede mencionar que con lo que respecta al tamaño dimensional, el 58% de las empresas cuentan con sucursales, en algunos casos estas se encuentran establecidas internacionalmente como sucede con: FRUTIERREZ ECUADOR, que tienen oficinas en Colombia, Perú y Ecuador. O con INAEXPO que también se encuentra en Brasil y México, entre otras.

Como se ha podido evidenciar, todas las variables analizadas han crecido progresivamente durante enero del 2009 hasta junio del 2013, Por ende, según Shepherd y Wiklund, se puede decir que efectivamente durante el periodo, existió crecimiento empresarial.

Lamentablemente, no se puede afirmar que dicho crecimiento se debe a las exportaciones que realizan hacia los Emiratos, ya que como se ha podido corroborar con

los datos anteriores, las empresas han crecido aun si estas han dejado de comercializar con los mismos y pese a los volúmenes mínimos de exportación (1%). Bajo este contexto, se puede concluir que el dinamismo comercial que existe entre Ecuador y los Emiratos Árabes Unidos no incide de forma considerable y perceptible en el crecimiento de las empresas investigadas de la ciudad de Quito.

8. CONCLUSIONES

Al finalizar la investigación se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- ✓ Respecto a la concentración y/o diversificación de la estructura comercial del Ecuador, se concluye que ésta se encuentra concentrada, especialmente en productos como: Azúcares y artículos de confitería (41.9%), plantas vivas y productos de floricultura (14.5%), frutos comestibles (13.7%) en el 2009. Y combustibles minerales, aceites minerales y derivados de su destilación (95.4%) en el 2010; mientras que en el 2011, las exportaciones están moderadamente concentradas.
- ✓ Una vez analizadas las ventajas y desventajas, se determinó que Ecuador posee ventaja comparativa en: Productos de azúcar y artículos de confitería (chocolate blanco, bombones), artículos de sombrería, plantas vivas y los productos de floricultura, café, recubiertos de azúcar, maderas, preparación de legumbres, herramientas de cuchillería. Pero, no posee ventaja en la exportación de productos como el cacao sin procesar; ni tampoco, en productos derivados de petróleo.
- ✓ Según el índice de Krugman, la estructura de exportaciones de los dos países hacia el mundo es similar, por su elevada dependencia de los recursos petroleros y su escasa diversificación de productos exportados, pero su estructura productiva es diferente especialmente por su composición territorial.
- ✓ En cuanto a la determinación del crecimiento empresarial se llegó a las siguientes conclusiones:
 - El volumen de ventas, ha incrementado con respecto al año base, a excepción del 2011, siendo el primer semestre del 2013, en donde se registran la mayor tasa de crecimiento 85%. Sin embargo, el porcentaje de ventas destinado hacia el mercado emiratí, es muy bajo (menor al 1%).
 - A partir del 2009, las empresas han incrementado sus márgenes de utilidades en cantidades extraordinarias (superiores al 100%), especialmente en el año 2011 y 2012, cantidades justificadas por la explotación de hidrocarburos. Para los mismos años, las utilidades no

petroleras también presentan tasas de crecimiento positivas. sobre todo en 2011 y en el 2012, (57 y 82% respectivamente). A pesar de que en dicho año 31 empresas dejaron de comercializar con los emiratíes.

- El personal contratado por las empresas ha crecido en una tasa que fluctúa entre el 4 y el 9% con respecto al 2009.
 - El 58% de las empresas encuestadas cuentan con sucursales, dentro y en algunos casos fuera del país, como por ejemplo: INAEXPO y FRUTIERREZ. Mientras que los puestos administrativos han presentado una tasa de crecimiento del 27% desde el inicio de sus actividades comerciales con los EAU hasta la actualidad.
- ✓ La relación comercial entre Perú y EAU es más fuerte que la del Ecuador, lo que lo convierte en un potencial competidor.
- ✓ Finalmente, la incidencia del dinamismo comercial sobre el crecimiento de las empresas que exportan hacia los EAU y que se encuentran ubicadas en la zona urbana de la ciudad de Quito, no es considerable, ya que éstas no depende del comercio que realizan hacia los mismos para crecer, como se lo pudo comprobar en el transcurso de la investigación.

9. RECOMENDACIONES

Una vez finalizada la investigación, se puede plantear las siguientes recomendaciones:

- ✓ Ecuador tendría que considerar la opción de abrir nuevamente un mercado dentro de la Federación para productos como: *sombrillas, aparatos de fotografía y pieles*. De esta manera, se aprovecha las ventajas que tiene el país y se diversificar la oferta exportable hacia los EAU.
- ✓ Se recomienda la industrialización del cacao, ya que en los EAU se lo prefiere consumir en chocolates y bombones.
- ✓ Debido a que el 90% del territorio emiratí es desértico, se recomienda al Ecuador realizar acuerdos comerciales que fomenten la exportación de productos agrarios e industrializados en mayores volúmenes.
- ✓ Respecto al crecimiento empresarial se recomienda lo siguiente:
 - Con el fin de elevar el volumen de ventas, se recomienda a las empresas mantener continuidad en el comercio con los EAU, prestando atención a los precios e insertándose a la coyuntura de los mismos.
 - Pese a que las utilidades crecieron en el 2011, 31 empresas dejaron de comercializar debido a las distancias geográficas; por lo cual, se cree necesario fomentar el transporte aéreo como alternativa de solución, particularmente para productos perecederos.
 - Se recomienda a las empresas mantener en la manera posible las tasas de contratación de personal.
 - A pesar de que las empresas han crecido dimensionalmente, se recomienda a las mismas, abrir nuevas sucursales o puntos de venta con el fin de acaparar mayor proporción de mercado.
- ✓ Se debería considerar la opción de realizar un estudio comparativo entre Perú y Ecuador con respecto al comercio que mantienen con los EAU, con el fin de conocer las debilidades y oportunidades que se puedan presentar de dicha competencia.

- ✓ Con el fin de intensificar el comercio con el mercado emiratí se plantea la siguiente propuesta:

1. PROPUESTA

Intensificación del comercio con los Emiratos Árabes Unidos.

1.1. JUSTIFICACIÓN

Durante el periodo enero 2009 hasta junio 2013, existieron 306 empresas que exportaron hacia los Emiratos Árabes Unidos, de las cuales el 42% se encontraron ubicadas en la ciudad de Quito; El escaso número de empresas se debe principalmente a las distancias geográficas y al desconocimiento de oportunidades comerciales con dicho mercado.

Por lo tanto, el volumen de exportaciones hacia los EAU por parte de las empresas de la ciudad de Quito, es menor al 1% con respecto a sus ventas totales; mientras que la participación de las exportaciones del Ecuador hacia los mismos, únicamente representan el 0.02% dentro de sus exportaciones totales; por lo cual, se cree necesario intensificar el comercio con la Federación, mediante el uso de algunas estrategias como: difundir información, capacitación personalizada y la posible apertura de una oficina comercial de los EAU en el país.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo General

- ✓ Intensificar el comercio con los Emiratos Árabes Unidos.

1.2.2. Objetivos específicos

- ✓ Dar a conocer los beneficios y oportunidades comerciales que ofrece el mercado de los EAU.
- ✓ Capacitar a los empresarios sobre la cultura de negociación de los emiratíes.
- ✓ Sugerir a las autoridades emiratíes la apertura de una oficina comercial dentro del país.

1.3. ACTIVIDADES A DESARROLLARSE

- ✓ Con el fin de dar a conocer los beneficios y oportunidades de comercializar con los EAU, a cada uno de los habitantes del país, es necesario utilizar todos los medios informáticos disponibles como: radio, televisión, internet, prensa entre otros, para difundir paso a paso todos los aspectos relacionados con la exportación de productos hacia los mercados árabes. Actualmente, existen organismos que difunde este tipo de información; sin embargo, el mercado en análisis sigue siendo poco conocido; es por ello, que se propone una difusión mediática intensiva para lograr captar la atención no solo de empresarios, sino también de pequeños productores que pueden ver como destino de sus productos el mercado internacional.
- ✓ Es necesario que complementariamente a ello, se ofrezcan programas de capacitación a los empresarios y demás personas interesadas en comercializar con dichos mercados, en los cuales se les enseñe estrategias comerciales apropiadamente relacionadas con la cultura árabe.
- ✓ Una vez que se logre cumplir con los dos primeros objetivos, los organismos pertinentes deberían sugerir la apertura de una oficina comercial de los EAU dentro del país, la misma que a más de difundir la comercialización de los productos emiratíes, también sea una fuente de información para los empresarios.

1.4. RESULTADOS ESPERADOS

- ✓ Incrementar el número de empresas que comercialicen con los Emiratos.
- ✓ Facilitar y mantener la continuidad del comercio entre las empresas y la Federación.
- ✓ Crear un nexo más cercano entre las empresas y los Emiratos.

1.5. ORGANISMOS ENCARGADOS

- ✓ Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Inversiones.
- ✓ Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (IPEI).
- ✓ FEDEXPORT

10. BIBLIOGRAFÍA

El Comercio (2012). *La historia del Ecuador contada a través del petróleo*. Obtenido de:

http://www.elcomerciodeecuador.es/negocios/historia-contada-traves-petroleo_0_726527348.html

Domínguez, Manuel (2013). *La minería a gran escala en el Ecuador: Una perspectiva en desarrollo*.

Durán, J. Álvarez, M. (2008). *Indicadores de comercio exterior y política comercial: posición y dinamismo comercial*. Santiago de Chile: Naciones Unidas .

Pro-Ecuador (2012). *Guía Comercial de Emiratos Árabes Unidos*. Quito.

Pro-Ecuador (2011). *Guía Comercial de Emiratos Árabes Unidos*. Quito.

Enrríquez, Francisco (2005). *La Dinámica Industrial y Productividad de Quito*. Quito.

Estévez, Isabel (2012). *¿Hacia Donde va la Política Comercial del Ecuador? Nuevos elementos normativos en el ámbito comercial y sus implicaciones para el Acuerdo Comercial Multipartes con la Unión Europea*. Quito: IAEN (Instituto de altos estudios Nacionales).

González, Raquel (2011). *Diferentes Teorías del comercio internacional*.

Heredia, J. Huarachi (2009). *El índice de la ventaja comparativa revelada (IVCR) entre el Perú y los principales exportadores del mundo. El caso de la región Lambayeque*. Perú.

IPEI (2011). *Boletín comercio Exterior* .

IPEI (2012). *Guía comercial de EAU*.

Iurrita, Iñiaki (2011). *Crecimiento y Competitividad*.

Krugman, Obstfeld. Melitz (2012). *Economía Internacional: Teoría y Política 9na Edición*. Madrid: Pearson Educacion .

López, D (2013). *Aciertos y Desafíos del Comercio Exterior del Ecuador*. En FEDEXPORT. Quito: Gestión creativa.

Mayorga, J. Martínez, C (2008). *Paúl Krugman y el Nuevo Comercio Internacional. Criterio Libre* , 73-86.

Meade, José (2011). *Prospectiva del mercado de petróleo crudo 2010-2025*. Mexico.

Morris, Wilson (2013). *Plan Nacional del sector minero 2011-2015*. Obtenido de:

http://www.elcomercio.com/negocios/Plan-Desarrollo-Minero_ECMFIL20110918_0002.pdf

Mun, Tomas (1954). *La riqueza de Inglaterra por el comercio internacional*. México: Fondo de cultura económica.

Ordoñez, D (2012). *Observatorio de la economía Latinoamericana*. Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2012/ddoi.html>

Pro-Ecuador (Septiembre de 2013). *Ficha comercial Emiratos Árabes Unidos*. Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/09/Ficha-tecnica-Emiratos-Arabes-Unidos-Sept-20131.pdf>

Prom-Perú (2011). *Guía Comercial: Emiratos Árabes Unidos*.

Prom-Perú (2013). *Guía Comercial: Emiratos Árabes Unidos*.

Rocca (s.a). *Derecho Comercial*.

Romero (s.a). *Teorías de Comercio Internacional*.

Saludjian, Alexis. (2006). *La inserción mundial de America Latina en las teorías de la CEPAL, una confrontación entre Estructuralismo y Neoestructuralismo*. Porto Alegre.

Salvador, B (22 de octubre de 2012). *Boletín de Economía y Negocios. Otra oportunidad, ASPA Perú 2012* . Quito: Mentall.

Villacís, B (2013). *INEC*. Recuperado el 2013, de:

http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=292%3Aen-quito-existen-101937-establecimientos-economicos-segun-el-censo-nacional-economico&catid=68%3Aboletines&Itemid=51&lang=es

11. ANEXOS

Anexo 1

Proyecto de Tesis

a. TEMA

“Dinamismo comercial y su incidencia en el crecimiento de las empresas que exportan hacia los Emiratos Árabes Unidos, ubicadas en la ciudad de Quito, período 2009-2013”.

b. PROBLEMÁTICA

2.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Desde el inicio de las sociedades el comercio se ha establecido como base para el crecimiento económico y social de las mismas, con el transcurrir del tiempo la necesidad de las personas por intercambiar bienes y servicios fue cada vez mayor, lo cual impulsó a los individuos a estrechar relaciones comerciales con personas cada vez más alejadas a su entorno, creando así redes comerciales entre los distintos puntos del planeta.

Actualmente se ha creado un ambiente integracionista, especialmente por la apertura de mercados, los diferentes modelos de integración y la firma de acuerdos de cooperación, todo esto, con el fin de incrementar la participación comercial y dinamizar el comercio exterior.

Latinoamérica se caracteriza por tener una extensa diversidad de productos de primera necesidad, por lo cual se le hace fácil producir y exportar sus productos entre sus fronteras y fuera de ellas.

En el caso del Ecuador, éste mantiene relaciones comerciales con diferentes países entre los cuales se encuentran los Emiratos Árabes Unidos, el mismo que dentro del plan estratégico comercial del Ecuador es identificado como país priorizado, ya que le permitirá acceder al mercado de los países árabes (IPEI, 2012).

Sin embargo, es necesario tener una perspectiva clara de la actividad comercial de los dos países, caso contrario, no se podría aprovechar las ventajas que se pueda tener en este ámbito.

En los últimos años esta relación se ha fortalecido, según datos del Banco Central del Ecuador, desde el año 2009 hasta junio del 2013 existen 306 empresas que exportan hacia los Emiratos Árabes y 105 empresas que importan productos desde los mismos, destacando que el 42% (127) de las empresas exportadoras se encuentran ubicadas en la ciudad de Quito, mientras que el 58% restante se encuentran esparcidas en el resto del país.

Es por ello, que es necesario calcular indicadores que faciliten el análisis y evaluación de la situación comercial entre Ecuador y EAU, con el fin de analizar la competitividad de los productos que se exportan y determinar su incidencia en el crecimiento de las empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los mismos, para así poder generar alternativas de comercio que ayuden a fortalecer las relaciones comerciales existentes entre ambos países.

2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿El dinamismo comercial incide en el crecimiento de las empresas que exportan hacia los Emiratos Árabes Unidos, ubicadas en la ciudad de Quito, durante el periodo 2009-2013?

2.3. PREGUNTAS DIRECTRICES

- ✓ ¿Cuál es el grado de concentración o diversificación de los productos comercializados entre Ecuador y Emiratos Árabes Unidos, período 2009-2013?
- ✓ ¿Cuáles son las ventajas o desventajas comparativas comerciales entre Ecuador y EAU, período 2009-2013?
- ✓ ¿Son similares las estructuras comerciales del Ecuador y los Emiratos Árabes Unidos, período 2009-2013?
- ✓ ¿Durante el periodo de estudio las empresas que exportan hacia los EAU han presentado tendencias de crecimiento?

2.4. ALCANCE DEL PROBLEMA

El período de investigación comprenderá los años 2009-2013, en los que se determinaran indicadores comerciales, mediante el uso de la balanza comercial del Ecuador y de los Emiratos Árabes Unidos y se realizará un trabajo de campo en el cual se levantará información de las empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los EAU, se cuenta con los recursos necesarios para la realización y culminación de la investigación, tales como: información, disponibilidad de tiempo, dirección y coordinación profesional.

2.5. EVALUACIÓN DEL PROBLEMA

El problema planteado es de índole económico ya que se enmarca en una de sus ramas como es el comercio exterior. El tiempo y el espacio en el que se va a investigar son claros y delimitados, ya que se analizará la balanza comercial de Ecuador y de los EAU y se investigará las empresas de la ciudad de Quito específicamente, debido a que en dicha ciudad se encuentra el 42% de las empresas que exportan hacia los Emiratos.

Será un estudio útil, porque mediante la determinación de indicadores de dinamismo se analizará la situación comercial de estos dos países, las ventajas y desventajas comparativas que mantienen y su incidencia en el crecimiento de las empresas de la ciudad de Quito, permitiendo de esta forma generar alternativas de solución.

c. JUSTIFICACIÓN

La Universidad Nacional de Loja, se caracteriza principalmente por la formación de recursos humanos capaces de dar soluciones a problemas que afecten a la sociedad. El carácter y los objetivos de este proyecto investigativo se prestan para el cumplimiento de una disposición académica que permita incrementar y aplicar conocimientos adquiridos durante el período de formación profesional, es por ello que se ha escogido un tema de comercio exterior.

En los últimos años Ecuador ha estrechado relaciones con los países árabes, en especial con los Emiratos Árabes Unidos con quienes mantiene intercambio de bienes y servicios; Sin embargo, la representación de las importaciones y exportaciones son bastante bajas con respecto a la balanza comercial a nivel mundial, según datos del Banco Central del Ecuador y del Centro de Comercio Internacional (Trademap) para el

año 2012, Ecuador exportó hacia los EAU \$4.924 mil dólares que en porcentajes únicamente representaría el 0.02% del total de exportaciones (USD \$23.763.704.000), mientras que de los EAU se importó \$34,614 mil dólares, cifra que representó el 0.14% de total de importaciones de Ecuador (USD \$25.196.519.000).

La relación comercial con este país es una oportunidad que Ecuador debe aprovechar y empezar a ver un mercado global, y no solo un mercado subregional o regional. Considerando que los EAU, cuentan con un PIB per-cápita de \$49.000 dólares (CIA WorldFactbook, 2012) y por ende un poder adquisitivo elevado, se lo considera como un mercado bastante atractivo para el Ecuador.

Es por ello, que existe la necesidad de analizar y comparar la estructura de comercio, basándose en indicadores de dinamismo comercial de ambos países, con el fin de analizar las potenciales ventajas y desventajas de las exportaciones, determinar la competitividad de los productos que se exportan y analizar su incidencia en el crecimiento de la empresas exportadoras de la ciudad de Quito, para finalmente considerar, la posibilidad de fortalecer de manera más eficiente las relaciones comerciales existentes entre ambos países.

Este proyecto investigativo será útil para la sociedad, ya que permitirá tener una concepción mayor de lo que es el comercio exterior y sobre todo conocer cómo se encuentra la relación comercial entre Ecuador y EAU y el aporte que dicha relación presta al crecimiento de la empresas que se encargan de comercializar con los mismos. A más de esto, la presente investigación será una base en la cual se sustenten futuras investigaciones y servirá de apoyo para aquellas personas que de una u otra forma deben tomar decisiones en los ámbitos políticos y empresariales.

d. OBJETIVOS

4.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar el dinamismo comercial y su incidencia en el crecimiento de las empresas que exportan hacia los Emiratos Árabes Unidos, ubicadas en la ciudad de Quito, durante el periodo 2009-2013.

4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Calcular el grado de concentración y diversificación de comercio entre Ecuador y Emiratos Árabes Unidos -EAU- en el período 2009-2013.
- ✓ Analizar las ventajas y desventajas comparativas del intercambio comercial entre Ecuador y los EAU, en el período 2009-2013.
- ✓ Establecer la similitud o diferencia de la estructura de exportaciones, tanto de Ecuador como de EAU, en el período 2009-2012¹⁶.
- ✓ Determinar el crecimiento de las empresas que exportan hacia los EAU, ubicadas en la ciudad de Quito, en el periodo 2009-2013.

¹⁶El cálculo de este indicador se realizará hasta el año 2012, ya que el país socio (EAU) aun no presenta la información de su balanza comercial.

e. MARCO TEÓRICO

1. ANTECEDENTES

1.1. COMERCIO EXTERIOR DEL ECUADOR

1.1.1. Comercio exterior en la colonia

En tiempos de la colonia Ecuador tuvo una época de bonanza, pues gozaba de productos agrícolas, minerales e industriales, sin embargo este periodo duró muy poco tiempo, quedando como producto representativo de exportación el cacao, dicho producto alcanzó un auge por un tiempo más.

Sin embargo, en tiempos de la época colonial el primer producto de exportación fue el oro, ya que la minería fue la actividad que la corona española implanto en América latina durante los siglos XVI y XVII, pero en vista de que dicho producto es un recurso no renovable con el pasar de los años este se agotó cayendo de tal forma los volúmenes de exportación, pues al inicio se exportaban 800.000 pesos por año y al final se llegó a exportar únicamente 3.696 pesos anuales. (Ordoñez, 2012).

Luego del oro llegó el auge del cacao, dando una nueva época de bonanza al país, pero también este periodo se vio afectado por una plaga que no se pudo controlar y afectó el producto, pese a esto Ecuador se sobrepuso a este desastre y encontró un nuevo potencial en el banano, convirtiéndose hasta el día de hoy en uno de los mayores exportadores del mundo.

1.1.2. Comercio Exterior en la Actualidad

Actualmente Ecuador muestra su interés por la diversificación de mercados, con el fin de promover el comercio exterior y minimizar el riesgo que representa negociar con un solo país.

Todo esto en vista de que la balanza comercial del Ecuador con respecto al mundo en los últimos cinco años se ha mantenido deficitaria.

Tabla 1

Balanza comercial del Ecuador

Balanza comercial (miles de USD)					
Año	2009	2010	2011	2012	2013
Exportaciones	13,863,050	17,489,922	22,342,524	23,763,704	10,172,524.91
Importaciones	15,089,885	20,590,848	24,286,061	25,196,519	10,693,459.35
Saldo comercial	-1,226,835	-3,100,926	-1,943,537	-1,432,815	-520,934

Fuente: Centro de Comercio Internacional. Trademap y BCE.

Elaboración: La Autora

Ecuador necesita políticas que ayuden a fomentar las exportaciones, actualmente se apuesta por nuevos mercados, pues es necesario diversificar tanto productos como socios comerciales.

Según López (2013) analista económico de FEDEXPORT Ecuador apuesta por un crecimiento económico basado en el impulso de las exportaciones, ya que esto ha mostrado ser una estrategia para el desarrollo del país, es decir se está priorizando el comercio exterior porque se lo considera como motor de desarrollo.

Para ello se ha planteado una “Agenda de Competitividad para el Desarrollo Exportador” en la cual se han realizado propuestas en cinco ámbitos, los mismos que son los siguientes: institucional, agenda comercial, promoción financiera, fiscal y logístico-aduanero, ámbitos en los cuales se han tomado diversas medidas con el fin de llevar a cabo el fomento y desarrollo de las exportaciones. (Federación de Exportadores, 2013).

En cuanto a los productos que actualmente se exportan, son principalmente productos primarios entre los cuales se destacan: el banano, el café, el cacao, el camarón y el petróleo; sin embargo, en los últimos años nuevamente se ha hecho énfasis en la minería, pues se pretende emprender en una minería a gran escala, por lo cual no es de sorprenderse que en unos años el oro vuelva a ser uno de productos principales de exportación.

El primer socio comercial del Ecuador es Estados Unidos, la balanza comercial con este país es una de las más productivas ya que a este destino se exporta el 60% de la

producción total del Ecuador; sin embargo, las relaciones comerciales del país se han expandido a lo largo del mundo desde América Latina, hasta los continentes de Asia, Europa y África, según Francisco Rivadeneira (2013), viceministro de relaciones exteriores, aseguró que las negociaciones con los nuevos mercados han crecido y que Ecuador tiene nuevos clientes, tales como: Egipto, Argelia, Bulgaria y Georgia. En cuanto a América Latina se ha firmado un acuerdo comercial con Guatemala, pero hay que recalcar que las negociaciones con estos nuevos clientes son a pequeña escala, esto puede deberse al tiempo en lo cual se lleva negociando.

Para Rivadeneira, los nuevos mercados que tiene a la vista Ecuador serían la Unión Europea Y China, países con los que se espera lograr un aumento significativo de las exportaciones.

La federación de los Emiratos Árabes Unidos es otro cliente del Ecuador. Según Merizalde (2013) director de la oficina comercial del Ecuador en Dubai, en la federación existen tendencias de consumo de productos alimenticios, a pesar de que el volumen de exportaciones no son a gran escala, dicha federación se ha convertido en un mercado potencial para el país por su alto poder adquisitivo y por ser un nexo para ingresar al mercado árabe.

1.2. COMERCIO EXTERIOR DE LOS EMIRATOS ÁRABES UNIDOS

1.2.1. GENERALIDADES

Los estados de Abu Dhabi, Dubai, Ajman, Al Fujayrah, Shariqah, y Umm Al-Qawayn, son los emiratos¹⁷ que conforman la federación de los Emiratos Árabes Unidos (EAU) desde el año de 1971.

Su economía se basa principalmente en sus recursos petroleros y sus adecuadas políticas comerciales, según el Censo realizado en Julio del 2012 los emiratos tienen una población de 5, 314,317 mil habitantes, por lo cual se los considera pequeños, pese a ello su elevado Pib per-cápita (49.000 USD) los ha convertido en países líderes del occidente y referentes para otros países de la región, siendo Abu Dhabi su capital, su idioma oficial es el Árabe, pero el idioma de negocios es el Inglés.

¹⁷Territorio que gobierna un Emir.

La balanza comercial de los EAU ha sido fluctuante dentro de los 4 años anteriores, en el 2009 se presenta deficitaria. Sin embargo para el 2010 y el 2011 se recupera y tiene un superávit, pero lamentablemente para el 2012 nuevamente vuelve a decaer.

Tabla 2

Balanza Comercial de los Emiratos Árabes Unidos.

Balanza comercial (miles de USD)				
Año	2009	2010	2011	2012
Exportaciones	102,170,305	158,617,105	214,547,165	199,196,408
Importaciones	137,205,503	157,045,403	192,147,830	200,669,561
Saldo comercial	-35,035,198	1,571,702	22,399,335	-1,473,153

Fuente: Centro de Comercio Internacional. Trademap

Elaboración: La Autora

Los principales productos exportados por los EAU son los aceites de petróleo crudo, los diamantes no industriales y el oro.

En cuanto a las relaciones comerciales de los mismos, sus principales socios para las exportaciones son: Taipéi, India y China; mientras que los principales proveedores son: China, India, Estados Unidos, Japón, Alemania y Reino Unido. (IPEI, 2012).

1.3. COMERCIO BINACIONAL ENTRE ECUADOR Y EMIRATOS ÁRABES UNIDOS (EAU).

Desde el año de 1994 Ecuador empieza a realizar exportaciones hacia la federación de los Emiratos, siendo la empresa FADELMA Cia. Ltda ubicada en la ciudad de Guayaquil la primera empresa en incursionar en dichos mercados.

Según la guía comercial de EAU del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (IPEI), las exportaciones no petroleras desde el Ecuador hacia los EAU, han presentado una evolución creciente, con una tasa de crecimiento del 10% dentro del periodo 2007-2011, los productos de mayor crecimiento son las rosas y productos de confitería.

Los principales productos que importa Ecuador desde EAU, son aleaciones de aluminio, productos de medicina, mientras que los productos que presentaron mayor crecimiento fueron las partes de maquinaria con el 22%.

Durante el periodo 2009-2013 la balanza comercial del Ecuador y de los Emiratos Árabes Unidos, se ha presentado deficitaria para el Ecuador, el año 2010 es el único año que refleja un superávit de 35.790 millones de dólares, en el presente año el saldo comercial muestra un déficit para el Ecuador.

Tabla 3
Balanza Comercial Bilateral

BALANZA COMERCIAL TOTAL ENTRE ECUADOR- EAU					
VALORES MILES DÓLARES EUA					
ACTIVIDAD	2009	2010	2011	2012	2013
exportaciones	2347	50959	4403	4887	2,082
importaciones	6447	15169	18569	34615	9,538
Saldo Comercial	-4100	35790	-14166	-29728	-7,456

Fuente: TradeMap y Banco Central del Ecuador (BCE)
Elaboración: La Autora

1.4. SECTOR EMPRESARIAL DE LA CIUDAD DE QUITO.

La ciudad de Quito se encuentra ubicada en el norte del Ecuador a una altitud de 2.850 metros sobre el nivel del mar, es la capital de la república del Ecuador y de la provincia de Pichincha, se encuentra dividida en 32 parroquias, las mismas que conforman 5 administraciones. (Ver anexo 1 y 2)

Basa su economía principalmente en la elaboración de cemento, en la industria textil y alimentaria, a más de contar con una pequeña industria pesada.

Según datos de CENEC (2010), en la ciudad de Quito existen 101.937 establecimientos económicos que logran generar 65.650 millones de dólares en ventas y que a más de esto generan empleos a un total de 547.067 personas, entre las principales actividades se encuentran la fabricación de alimentos y bebidas. (Villacís, 2013)

En diferentes ciudades del país se encuentran empresas dedicadas a la exportación de productos hacia la Federación de los Emiratos, y la ciudad de Quito no es la excepción ya que en la misma se encuentran ubicadas 127 empresas, es decir el 41% del total de las empresas existentes en el país que comercializan sus productos con los EAU, estas empresas en su gran mayoría se encuentran asentadas en el sector norte de la ciudad, debido principalmente a que este sector es de gran movilidad comercial.

Según información obtenida del Banco Central del Ecuador (2013), dichas empresas se caracterizan especialmente por su actividad comercial la misma que es el cultivo de cereales y legumbres, a priori se puede decir que las empresas de la ciudad de Quito se dedican especialmente a la exportación de productos alimenticios.

2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

El 1° de enero del año 2003 los EAU aprueban el Arancel Aduanero Exterior Común (CET) del Consejo de Cooperación del Golfo –CCG- Este arancel es *ad valorem*¹⁸ el cambio de este de arancel requiere la aprobación de los demás países del CCG, el 99.7% de las líneas arancelarias son *ad valorem* y se calculan sobre el valor CIF¹⁹.

Existen 4 niveles de aranceles:

Para alimentos, materiales de construcción, productos médicos y productos destinados a las zonas libres, se aplica un arancel del 0%.

El arancel del 5% es un arancel general, con las excepciones pertinentes; mientras que para bebidas alcohólicas en general se aplica un arancel del 49%, y para tabacos y sus productos se aplica un arancel del 100%. (IPEI, 2012, p. 27)

El Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Hídricos, es el Organismo encargado de controlar el cumplimiento de las medidas sanitarias y fitosanitarias en los EAU.

Antes de importar vegetales o productos de origen vegetal el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Hídricos dan a conocer las condiciones y prescripciones antes del envío de las mercancías.

El país exportador debe cumplir obligatoriamente con el certificado sanitario o fitosanitario que es otorgado por la autoridad competente en el país de origen y validado por la Embajada de los EAU. Todas las mercancías de este tipo están sujetas a inspecciones.

Cumpliendo con la Ley Federal de los EAU N° 6 de 1979 sobre cuarentena veterinaria, “*Está prohibida la introducción de animales vivos, carne, productos de origen o residuos de origen animal importados que no hayan sido sometidos a medidas de cuarentena*”. (IPEI, 2012, p. 29)

¹⁸Derechos arancelarios que pagan ciertas mercancías.

¹⁹Los valores CIF comprenden el costo, flete y seguro de las mercancías.

Esto solo se lo puede hacer con puntos fronterizos y los exportadores de animales vivos deben de contar con una licencia emitida por el órgano veterinario.

Los EAU tienen un solo procedimiento aduanero. Sin embargo, cada Emirato tiene su propia autoridad aduanera, pero los requisitos aduaneros se reducen al mínimo, con el fin de no perjudicar las importaciones.

Emiratos Árabes Unidos cuenta con un régimen de comercio relativamente liberal; Sin embargo, no han adoptado medidas antidumping, medidas compensatorias ni medidas de salvaguardia.

Por lo general los emiratos se basan en leyes internacionales, la “Ley de agentes exclusivos” contribuye a la segmentación de mercados y al elevado precio de productos de marca.

Para realizar actividades comerciales en los EAU es necesario tener una licencia especial, la misma que puede ser adquirida por empresas de propiedad mayoritaria de los EAU o sucursales de propiedad extranjera en un 100%, todo esto en virtud a la Ley de Sociedades Mercantiles.

El CCG tiene un principio de libre circulación de bienes y servicios y el sistema de derechos exclusivos de los EAU impide la aplicación de dicho principio.

En la Ley de Comercio Exterior e Inversiones (LEXI) en el título 4, capítulo 1 de Promoción no financiera de exportaciones e inversiones directas en el artículo 17 se menciona lo siguiente “Para la promoción no financiera de las exportaciones e inversiones, en el País y en el extranjero, estructurase el Sistema Ecuatoriano de Promoción Externa, que estará integrado por la Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones CORPEI, y su red externa, el Servicio Comercial mediante su representación en aquellas ciudades que ameriten funciones de negociación en política comercial, y la colaboración del Servicio Exterior, por medio de sus Embajadas o Misiones Diplomáticas.”

CORPEI es el órgano encargado de realizar la promoción no financiera de las exportaciones e inversiones.

En el artículo tres del título dos correspondiente a los principios y disposiciones de la LEXI se dice lo siguiente: “Se considera de prioridad nacional al comercio exterior y en especial al fomento de las exportaciones e inversiones”

La política comercial del Ecuador se basa en nueve lineamientos pero los más apegados al tema son los siguientes: Asegurar la libertad de exportación e importación, promover el crecimiento y diversificación de las mismas, asegurar que la producción nacional compita en el ámbito internacional, impulsar el fortalecimiento y desarrollo exportaciones e inversiones.

En el artículo 8 de la misma ley se menciona lo siguiente: “*Las exportaciones esta exoneradas de todo tipo de impuesto, salvo las de hidrocarburos. Las importaciones no estarán gravadas con más impuestos que los derechos arancelarios, en caso de ser exigibles, el impuesto al valor agregado, el impuesto a consumos especiales, los derechos compensatorios o antidumping o la aplicación de medidas de salvaguardia que con carácter temporal se adopten...*”(LEXI, 1999).

Ecuador a diferencia de EAU si adopta medidas de salvaguardia, antidumping o compensatorias.

3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

En el año 2012 el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones elabora una guía comercial de Emiratos Árabes en la cual se revela información importante sobre las relaciones comerciales entre Ecuador y Emiratos Árabes Unidos y su estructura socio-económica.

Dicha guía comercial tiene estrecha relación con la investigación que se realizará por la información que muestra y por el período de análisis (2007-2011). Sin embargo, a esta guía le hace falta actualización de información de los dos últimos años 2012 y 2013 y un análisis más profundo en el cual se puedan determinar aspectos como: el tipo de comercio que se realiza entre estos dos países, similitud y diferencias de la estructura de exportaciones, concentración y diversificación de la misma y enfocarlo hacia un determinado sector del país, con el fin de tener más claro el entorno comercial entre los dos países de interés y medir el crecimiento de las empresas exportadoras.

Las conclusiones a las cuales llega la Guía Comercial de EAU son las siguientes:

Se recomienda la creación de una Oficina Comercial de Ecuador en Emiratos Árabes Unidos debido a:

- ✓ Incremento de las exportaciones no petroleras de Ecuador hacia EAU en el periodo 2007-2011
- ✓ Debido al alto PIB per cápita de alrededor de \$48,000 dólares, EAU se convierte en un mercado interesante para Ecuador.
- ✓ EAU es un punto estratégico para acceder al mercado de los países árabes.
- ✓ El creciente poder adquisitivo de EAU representa una oportunidad para el Ecuador.
- ✓ Los principales productos potenciales de Ecuador en el mercado de EAU, son coliflor, banano, conservas, confitería, rosas, etc. (IPEI, 2012, p. 22-23)

Por lo indicado anteriormente, existe un vacío de información sobre investigaciones llevadas a cabo en el área de las relaciones comerciales bilaterales entre Ecuador y Emiratos Árabes Unidos, motivo más que suficiente para emprender en investigaciones como la presente.

3.1. COMERCIO

3.1.1. Definición

“La actividad comercial surge con el hombre; esta es una verdad que no necesita demostraciones. Donde hay hombres viviendo en sociedad, hay intercambio, y donde hay intercambio hay comercio” (ROCCA, s.a).

Sin embargo, Nuri Rodríguez y Carlos López en su documento titulado El Comercio afirman que “se llama comercio a la intermediación entre la oferta y la demanda de mercaderías con el objetivo de obtener un lucro”.

Estas dos teorías discrepan entre sí, ya que la primera afirma que es un *intercambio* y la segunda afirma que el comercio consiste en un acto de *intermediación* en el cual se requiere una moneda o algún crédito que se lo pueda usar como pago, aspecto que en el intercambio no se da.

A pesar de esto, lo que sí se sabe con certeza es que el comercio es una actividad social y económica que genera bienestar a la humanidad.

3.2. COMERCIO INTERNACIONAL

El comercio internacional es el comercio que se realiza entre dos o más países, al respecto y para complementar este concepto existen diversas teorías, tales como:

3.2.1. Teoría de la ventaja absoluta y la ventaja comparativa

Adam Smith (1723-1790) sostiene que “Con el libre comercio cada país podría especializarse en la producción de aquellos bienes en los cuales tiene una ventaja absoluta”. (Gonzalez, 2011, p.104)

Adam Smith en su libro “La Riqueza de las Naciones” (1776), dice que un país tiene ventaja absoluta sobre otro en un producto cuando éste necesita menos recursos por unidad para la producción del producto; es decir que lo óptimo sería que los productos fueran producidos en los países con los costes más bajos para luego ser exportados a los diferentes lugares del mundo.

Sin embargo, David Ricardo en su obra “Principios de Política Económica” (1817), afirma que un país puede tener ventaja absoluta en ambos productos, por lo cual el comercio internacional no sería muy beneficioso para él, pero éste podría especializarse en la producción del producto que le otorgue mayor eficiencia relativa, a esto se lo conoce como ventaja comparativa.

3.2.2. El comercio intra-industrial y entre países similares

Bela Balassa (1966) realiza uno de los primeros estudios sobre el comercio intra-industrial realizando un indicador, el cual se fundamenta en el valor absoluto del saldo comercial $CI = |X_i - M_i| / X_i + M_i$; Sin embargo, esta teoría fue reputada por Grubel y Lloyd (por no considerar el peso de cada industria en el comercio total. (Gonzales, 2011, p. 110).

3.2.2.1. Determinantes del comercio intra-industrial (CI).

Grubel (1970) definió el comercio intra-industrial como: “los bienes comercializados son sustitutos en su consumo, en su producción o en ambos.”

- d) Existe un CI que puede ser explicado por la ventaja comparativa, se trataría de un comercio de productos sustituibles en su consumo, pero diferentes en su elaboración o materiales de los cuales se los elabora.
- e) Linder (1961), realiza un estudio sobre la diferenciación de productos, sugirió que “a niveles más altos de desarrollo económico, el comercio internacional requerirá cada vez más el intercambio de productos diferenciados.”
- f) Las economías a escala son otro factor determinante del CI. Fariñas y C. Martín (1988, p.252) concluyen que:

“Los resultados confirman que el comercio intra-industrial entre países es más intenso cuanto mayores son el nivel de desarrollo económico (renta per cápita) y el tamaño del mercado, y cuanto menores sean las diferencias de renta y de tamaño de mercado, la protección arancelaria y la proximidad geográfica. También se asocia positivamente con el grado de apertura externa de las economías nacionales. En cuanto a la diferencia de producto, el efecto positivo esperado se confirma en todos los estudios a excepción...”. (González, 2011, p. 111)

3.2.3. Economías de escala y diferenciación de productos

En este tipo de modelos las economías producen mayor cantidad de productos y aprovechan de mejor manera sus economías de escala.

Krugman (1980) realiza un estudio en el que determina que si los costos de transporte de los productos, hace que el comercio se torne costoso, es mejor realizar un comercio interno de mayor tamaño, pese a que exista demanda externa.

3.3. DINAMISMO COMERCIAL

El dinamismo comercial se basa principalmente en la acción de producir cambios y a su vez desarrollo, mediante la interacción entre diversos sectores de la economía a nivel nacional e internacional. (Gonzalez, 2011)

El dinamismo comercial permite analizar causas y beneficios del comercio exterior de forma cuantitativa ya que para su análisis es necesario el cálculo de algunos indicadores. (Durán, 2008).

Durán José y Álvarez Mariano en el documento Indicadores de comercio exterior y Política comercial: mediciones de posición y dinamismo comercial, elaborado para la CEPAL, ponen a disposición una serie de indicadores que permiten medir el dinamismo como los siguientes:

3.3.1. Índice de Concentración / Diversificación (Herfindahl -Hirschmann)

El índice (IHH) mide el grado de diversificación, concentración o ambos, tiene la propiedad de ponderar el peso de cada producto y país en el total de su comercio, de modo que si el valor exportado es reducido, tiene una influencia pequeña en el indicador final.

Este índice ha sido utilizado en la economía como un identificador de concentración de los productos y se lo calcula con la siguiente fórmula:

$$IHH = \frac{\left(\sum_{j=1}^n P_i^2 - \frac{1}{n} \right)}{1 - \frac{1}{n}}$$

$P_i = X_{ij}/X_{Ti}$, que sería la participación de mercado del Ecuador en las exportaciones de los EAU en el total de sus exportaciones al mundo (X_{Ti}). La suma de los cuadrados de todas las participaciones se conoce como Índice de Herfindahl.

Si el resultado del índice es:

Entre 0.0 y 0.10	mercado diversificado
Entre 0.10 y 0.18	mercado moderadamente concentrado
Mayor a 0.18	mercado concentrado. (Durán, 2008, p.28)

3.3.2. Índice de Balassa

El índice de Balassa mide el grado de importancia de un producto dentro de las exportaciones de un país al mercado de otro país, versus la importancia de las exportaciones del mismo producto en las exportaciones totales del mismo producto hacia el mundo y permite ver que producto cuenta con ventajas o desventajas.

La fórmula para calcularlo es la siguiente:

$$IB_{ij}^k = \frac{X_{ij}^k / XT_{ij}}{X_{iw}^k / XT_{iw}}$$

X_{ij}^k = Exportaciones del producto k realizadas por Ecuador hacia los EAU.

XT_{ij} = Exportaciones totales del Ecuador hacia los EAU.

X_{iw}^k = Exportaciones del producto k realizadas por el Ecuador hacia el mundo XT_{iw} = Exportaciones totales del Ecuador al mundo (w)

Para la lectura del indicador se recomienda la utilización de las siguientes escalas:

Entre +0.33 y +1 Existe ventaja para el país.

Entre -0.33 y -1 Existe desventaja para el país.

Entre -0.33 y +0.33 Existe tendencia hacia un comercio intra-producto. (Durán, 2008, p. 25)

3.3.3. Índice de Krugman

“Mide la diferencia de las estructuras de exportación, sumando las diferencias entre la participación de cada industria en el total del valor agregado industrial de un país y la participación de esa misma industria en el valor agregado industrial de otro país tomado como referencia.” (Durán, 2008, p. 35)

Este índice permite ver el grado de similitud y diferencia de la estructura de exportación entre uno o más países. Su fórmula es la siguiente:

$$IK_i = \sum_{k=1}^n |P_i^k - P_j^k|$$

P_i^k = Participación del producto k en las exportaciones totales del Ecuador

P_j^k = Participación del producto k en las exportaciones totales de los EAU

n = Número de productos

El índice varía entre 0 y 2

0= Exactamente igual

2= Totalmente diferentes. (Durán, 2008, p. 35)ç

3.4. CRECIMIENTO EMPRESARIAL

3.4.1. Definición

“El crecimiento se caracteriza por la acción compleja de las modificaciones internas que desembocan en un aumento de las dimensiones y cambios en las características de los objetos sometidos a tal proceso”. (Penrose, 1962, p. 5-8).

Según la definición anterior Penrose analiza al crecimiento empresarial desde un punto de vista organizativo.

Mientras que Correa (1999) aporta, *“...Las definiciones insisten en dos características que se podrían considerar como elementos esenciales del proceso de crecimiento: el aumento de la dimensión de la empresa, las modificaciones estructurales que experimenta la misma...”*

Bajo ese mismo sentido en el año 1952 Penrose ya había dicho que el término de crecimiento empresarial se lo usa bajo dos connotaciones la primera, se trata sobre un incremento de cantidad, ya sea producción, ventas o exportaciones y por otro lado el incremento en el tamaño o mejora de calidad. (Irrutia, 2011).

3.4.2. Medición del crecimiento empresarial

El crecimiento es un concepto multidimensional, por lo cual existen diversas variables que sirven para medirlo como por ejemplo: el volumen de ventas, sus empleados, sus beneficios, su organización o su tamaño dimensional (sucursales o franquicias) etc. Sin embargo, diversos autores discrepan sobre la forma de medirlo argumentando que dichas variables dificultan la comparación entre diferentes estudios, ya que la mayoría de los autores usan para sus análisis únicamente una de las variables, basándose en su mayoría en el volumen de ventas y otros en el número de sus empleados. (Irrutia, 2011).

La presente investigación se encargará de analizar la mayoría de las variables presentes, con el fin de tener una concepción más amplia de cómo influye el dinamismo comercial de Ecuador y los EAU en el crecimiento de las empresas exportadoras de la ciudad de Quito.

f. METODOLOGÍA

1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

1.1. DE CAMPO

La presente investigación es un estudio de campo, ya que se realizará un levantamiento de información de las empresas ubicadas en la ciudad de Quito que exportan hacia los Emiratos Árabes Unidos, proceso del cual se obtendrá información directa de las personas involucradas en la investigación.

1.2. DESCRIPTIVA

Conforme se realice la investigación se especificará las estructuras comerciales de los países en análisis, y las características especiales de cada una de las empresas investigadas, lo que la convierte en una investigación de carácter descriptiva.

1.3. HISTÓRICA

La investigación comprende un periodo de 4 años y medio (ya que del año 2013 solo existe información hasta el mes de junio), lo cual permitirá analizar el comportamiento del dinamismo comercial de los países analizados y la tendencia de crecimiento (en caso de existir) de las empresas investigadas a través del tiempo.

1.4. BIBLIOGRÁFICA

Los datos con los que se va a trabajar se obtendrán de fuentes secundarias, tales como: el Banco Mundial (BM), la Agencia Central de Inteligencia(CIA), el Centro de Comercio Internacional (Trademap), UNCOMTRADE y la Organización Mundial de Comercio (OMC) y organismo nacionales como el Banco Central del Ecuador y FEDEXPORT.

2. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. INDUCTIVO

Se realizará un análisis de la balanza comercial tanto del Ecuador como de los EAU partiendo desde los productos individuales hasta llegar a determinar la participación en

las exportaciones e importaciones totales, se levantará y analizará información de cada una de las empresas que exportan hacia los EAU y que se encuentran ubicadas en la ciudad de Quito, para luego determinar cómo incide el comercio binacional en el crecimiento del conjunto de dichas empresas.

2.2. DEDUCTIVO

Se partirá de conocimientos generales que se tiene al respecto de la relación comercial entre Ecuador y EAU y de las empresas exportadoras ubicadas en la ciudad de Quito, hasta llegar a analizar el dinamismo comercial y su incidencia en el crecimiento de cada una de dichas empresas.

2.3. ANALÍTICO

Una vez calculados los indicadores se procederá a un análisis de cada uno de los resultados para luego determinar de qué manera influyen en el crecimiento de las empresas, para finalmente hacer un análisis general que aporte en algo a las siguientes investigaciones.

2.4. SINTÉTICO

En el presente estudio se analizará las causas del comercio entre Ecuador y EAU, para luego determinar cómo afecta este factor al crecimiento de las empresas que exportan hacia los mismos ubicadas en la ciudad de Quito; Es decir, se partirá de las causas a los efectos del comercio binacional.

2.5. MÉTODO NO EXPERIMENTAL

Para la realización del estudio se requiere el levantamiento de información; es por ello, que se aplicará encuestas a las empresas que tienen como destino de sus exportaciones a los EAU, a más de ello se requiere la observación documental de diferentes archivos que permitan ampliar los conocimientos sobre dinamismo comercial.

3. POBLACIÓN

La investigación se enfoca, a más del comercio exterior entre Ecuador y EAU a las empresas de la ciudad de Quito que tienen como destino de sus exportaciones a los Emiratos Árabes Unidos.

Tabla N° 2

Número de empresas Exportadoras

EMPRESAS QUE EXPORTAN DESDE EL ECUADOR HACIA LOS EAU (2009-2013)		
DETALLE	(f)	%
CIUDAD DE QUITO	127	42
RESTO DEL PAÍS	179	58
ECUADOR (TOTAL)	306	100

Fuente: Banco Central del Ecuador (BCE).

Elaboración: La Autora

En vista de que la población total de la ciudad de Quito es de 127 empresas. Es decir, menor a 250 elementos, término tomado como referencia para aplicar el método de muestreo, se procederá a trabajar con el universo completo; por lo cual, se realizarán 127 encuestas aplicadas a las empresas que se encuentran ubicadas dentro del área urbana de la ciudad de Quito.

4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

4.1. TÉCNICAS

4.1.1. Bibliográfica

Esta técnica ayudará a ampliar conocimientos básicos que se tenga al respecto, mediante la revisión de fuentes teóricas e investigaciones realizadas que mantengan estrecha relación con el tema, con el fin de lograr cumplir los objetivos establecidos.

4.1.2. Encuesta

Para el levantamiento de información se aplicará una encuesta a los responsables y encargados de las empresas que exportan hacia los Emiratos Árabes Unidos y que se encuentren ubicadas dentro de la ciudad de Quito. (Ver anexo 3 y 4).

4.2. INSTRUMENTOS

4.2.1. Ficha bibliográfica

Los instrumentos que se utilicen en la investigación será de carácter documental tales como: libros, boletines económicos, documentos de la Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, bases de datos, cálculo de indicadores de dinamismo comercial.

4.2.2. Cuestionario

Para la aplicación de la encuesta se elaborará un cuestionario con preguntas pertinentes al tema.

5. PROCEDIMIENTO PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

El procedimiento que se seguirá para la recolección de datos es el siguiente:

- ✓ **Autorización.**- Antes de proceder al levantamiento de información se necesita una certificación de la Universidad Nacional de Loja, indicando que la autora se encuentra realizando la tesis previo a la obtención del título de Economista y que el estudio que está realizando depende de la información que las empresas que exportan hacia los EAU, ubicadas en la ciudad de Quito puedan brindarle, todo esto con el fin de tratar con más formalidad a las empresas a quienes se va a encuestar.
- ✓ **Capacitación.**- Previo al levantamiento de información, también es importante la capacitación de la autora; Es decir, el dominio del tema de comercio exterior y conocimientos generales de la empresa a la que visita, con el objetivo de facilitar la fluidez del diálogo y obtener la mayor cantidad de información de la misma.
- ✓ **Recursos:** Los recursos que se utilizarán en el levantamiento de información así como en la totalidad del estudio se detallan a continuación:

Tabla 3
Presupuesto detallado

INFORMACIÓN DETALLADA DE MATERIALES Y SERVICIOS.					
TIPO COMPRA (Bien, obra, servicio)	DETALLE DEL PRODUCTO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO (Dólares)	TOTAL
Bien	Papel Bond.	3	Resmas	5,00	15
Bien	Cartuchos para impresora.	2	Unidad	25,00	50
Bien	Libros	2	Unidad	20	40
Servicio	Web. (Internet)	1	Unidad	150	150
Servicio	Alimentación				200
Servicio	Hospedaje				300
Servicio	Transporte terrestre.			400	300
Servicio	Impresión de Papers u otro(s) material (es).	10	Unidad	15	150
Bien	Copias		Unidad		150
Bien	Elaboración del informe final.			70	70
Bien	Otros materiales de oficina.			50	40
Bien o Servicio	Imprevistos				140
TOTAL					1605

Fuente y elaboración: La Autora.

La investigación tendrá un costo de \$ 1605.00 dólares, la misma que será financiada, en su totalidad, por la autora.

- ✓ **Recursos humanos.-** En cuanto a los recursos humanos que se vinculan con la recolección de información son los siguientes:
 - Autora.
 - Representantes de las empresas que exportan hacia los EAU, ubicadas en la ciudad de Quito.
 - Director de tesis.
- ✓ **Supervisión y coordinación.-** El proceso de levantamiento de información estará supervisado y dirigido por el director de tesis que se asigne.

✓ **Tiempo.-** El tiempo en el cual se procederá a recolectar la información se detalla en el siguiente cronograma:

Tabla 4: Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES	TIEMPO ESTIMADO (2013-2014)																																																			
	ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4								
1 Elaboración del Proyecto			x	x																																																
2 Revisión y corrección del Proyecto			x	x	x	x	x	x	x	x																																										
3 Asignación de tutor									x	x	x																																									
4 Aprobación del Proyecto													x	x	x																																					
5 Validación de instrumentos																	x	x																																		
6 Elaboración del marco teórico																					x	x	x																													
7 Capacitación																									x	x																										
8 levantamiento de información																													x	x	x																					
9 Procesamientos de datos																																	x	x	x																	
10 Cálculos de índices																																	x	x	x	x																
11 Análisis de Resultados																																					x	x	x													
12 Elaboración de conclusiones																																									x	x	x									
13 Formulación de propuesta																																									x	x										
14 Validación de Propuesta																																									x	x										
15 Revisión y corrección																																													x	x						
16 Elaboración de Informes																																													x	x	x	x				
17 Revisión																																													x	x						
18 Corrección de Informes																																																	x			
19 Presentación de Informes finales																																																	x	x	x	

Fuente y elaboración: La Autora.

BIBLIOGRAFÍA

Agencia Central de Inteligencia. *Emiratos Árabes Unidos*, (2013). Recuperado de <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ae.html>

Comercio exterior, Estadísticas, Banco Central del Ecuador. (2013), Recuperado de http://www.portal.bce.fin.ec/vto_bueno/ComercioExterior.jsp

Durán, J. Á. (2008). *Indicadores de comercio exterior y política comercial: posición y dinamismo comercial*, CEPAL, Santiago de Chile: Naciones Unidas . pag. 23-35.

Duppy, J. (1980). Estudio del mercado del banano en los Emiratos Árabes Unidos. *Proyecto No. RLA/77/020*.

Estadísticas de comercio para el desarrollo internacional de las empresas. Trademap. (2013) Recuperado de http://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx

Gonzalez, R. (2011). *Diferentes Teorías del comercio internacional*. ICE, Número 858, pag. 104-111.

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. *Guía Comercial de EAU*. (2012). Quito. pag.13-24.

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. *Boletín comercio Exterior* . (2011). Quito, pag. 42-43.

Iurrutia, I. (2011). *Crecimiento y Competitividad*. Universidad de Deuston, Iskailab, Proyecto número 5752. pag. 5-8.

Ley de Comercio Exterior e Inversiones, (1999). *Promoción no financiera de exportaciones e inversiones directas*, artículo 17.

Europa, R. (2005). Apéndice Estadístico. Comercio Exterior por áreas y países. *Boletín económico de Información comercial española*, (2844-2847).

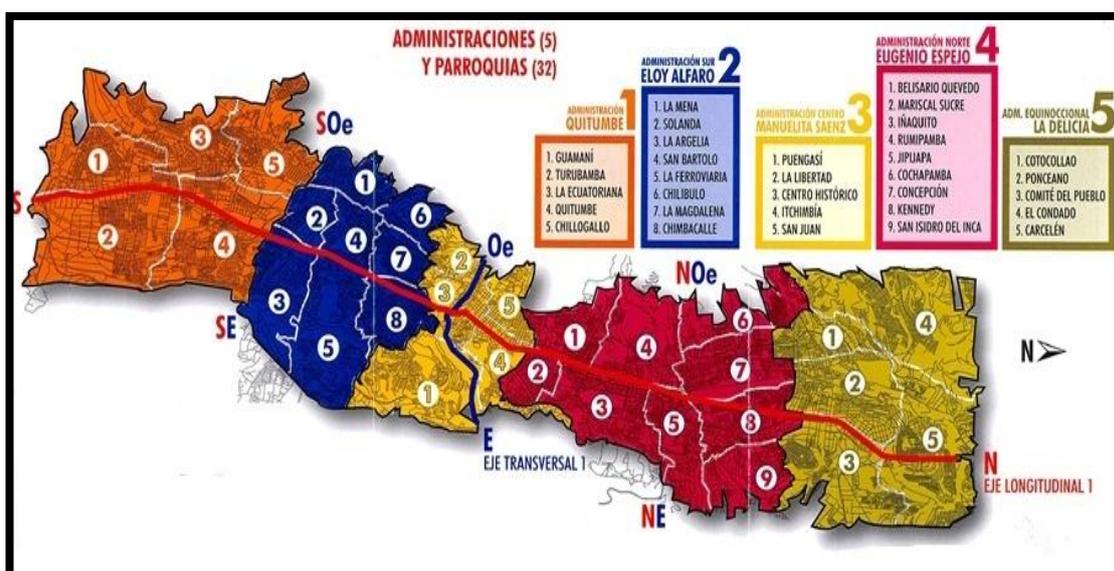
Ordoñez Iturralde, D.: (2012). "*El comercio exterior del Ecuador: análisis del intercambio de bienes desde la colonia hasta la actualidad*", en Observatorio de la Economía Latinoamericana, Número 173, (En línea) en <http://www.eumed.net/coursecon/ecolat/ec/2012/>

Rocca. (s.a). *Derecho Comercial*.

Romero. A. (2011). *Teorías de Comercio Internacional*. (Diapositivas).

Anexo 1 del proyecto

Parroquias urbanas y administraciones de Quito.



Anexo 2 del proyecto

Administraciones y Parroquias urbanas de la ciudad de Quito

ADMINISTRACIONES Y PARROQUIAS URBANAS				
Quitumbe (1)	Eloy Alfaro (2)	Manuelita Sáenz (3)	Eugenio Espejo (4)	La Delicia (5)
Guamaní	La mena	Puengasí	Belisario Quevedo	Cotocollao
Turubamba	Solanda	La Libertad	Mariscal Sucre	Ponceano
La Ecuatoriana	La Argelia	Centro Histórico	Iñaquito	Comité del pueblo
Quitumbe	San Bartolo	Itchimbia	Rumipamba	El Condado
Chillogallo	La Ferroviaria	San Juan	Jipijapa	Carcelén
	Chilibulo		Cochapamba	
	La Magdalena		Concepción	
	Chimbacalle		Kenedy	
			San Isidro del Inca	

Fuente: Quito ciudad, Distrito, región.

Elaboración: La Autora.

Anexo 3 del proyecto

Cuestionario



Universidad Nacional de Loja
Área Jurídica, Social y Administrativa
Carrera de Economía

“Dinamismo comercial y su incidencia en el crecimiento de las empresas que exportan hacia los EAU, ubicadas en la ciudad de Quito, período 2009-2013”.

Encuesta realizada a los representantes de las empresas que exportan hacia los EAU.

Objetivo: Estudiar cómo influye el dinamismo comercial en el crecimiento empresarial.

Nombre del encuestado: _____

Nacionalidad: _____

Nombre de la empresa: _____

Dirección: _____ **Telf:** _____

Fecha: _____

1. ¿Qué cargo ocupa dentro de la empresa?

2. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

3. ¿Qué edad tiene?

4. ¿Cuál es la actividad principal a la que se dedica su empresa?

5. Cómo empezó a relacionarse con los Emiratos Árabes Unidos?

Observaciones:.....

.....

.....

6. ¿Importa algún producto desde los EAU?

7. ¿Desde qué año empezó a realizar exportaciones hacia los EAU?

8. ¿Por qué escogió el destino de los EAU para sus exportaciones?

9. Del total de su producción. ¿Qué porcentaje exporta hacia los EAU?

10. ¿Cuáles son los principales productos que exporta hacia los Emiratos?

_____ _____ _____
_____ _____ _____

11. En los últimos 5 años la empresa ha diversificado su oferta hacia los EAU?

Si ()

No ()

Por qué: _____

12. En los últimos 5 años, ¿cuál ha sido el volumen de sus exportaciones hacia los EAU?

Año	Cantidad (ton)	Dólares (\$)
2009		
2010		
2011		
2012		
2013		

Observaciones:.....
.....
.....

13. Durante el periodo 2009-2013, ¿cuál ha sido el nivel de utilidad o pérdida que ha presentado la empresa?

Año	Utilidad	pérdida
2009		
2010		
2011		
2012		
2013		

14. Dentro del periodo 2009-2013 ¿Cómo ha variado el número de personal de su empresa?

Año	Nº
2009	
2010	
2011	
2012	
2013	

15. ¿Cuántos puestos administrativos ofrecía la empresa al iniciar sus actividades comerciales con los EAU?

Año

número

16. ¿Actualmente con cuántos puestos administrativos cuenta la empresa?

Observaciones.....

17. ¿Qué nivel de instrucción tiene el personal que ocupa estos cargos?

Cargo administrativo	primaria	Secundaria	superior	4to nivel	post-grado

18. ¿Cuál es el salario mínimo que percibe su personal y cuál el máximo?

Mínimo

Máximo

19. ¿La empresa cuenta con alguna sucursal?

Si () No ()

Lugar _____

Observaciones:.....

Gracias por su colaboración.

Anexo 4 del proyecto

Directorio empresarial 2009-2013

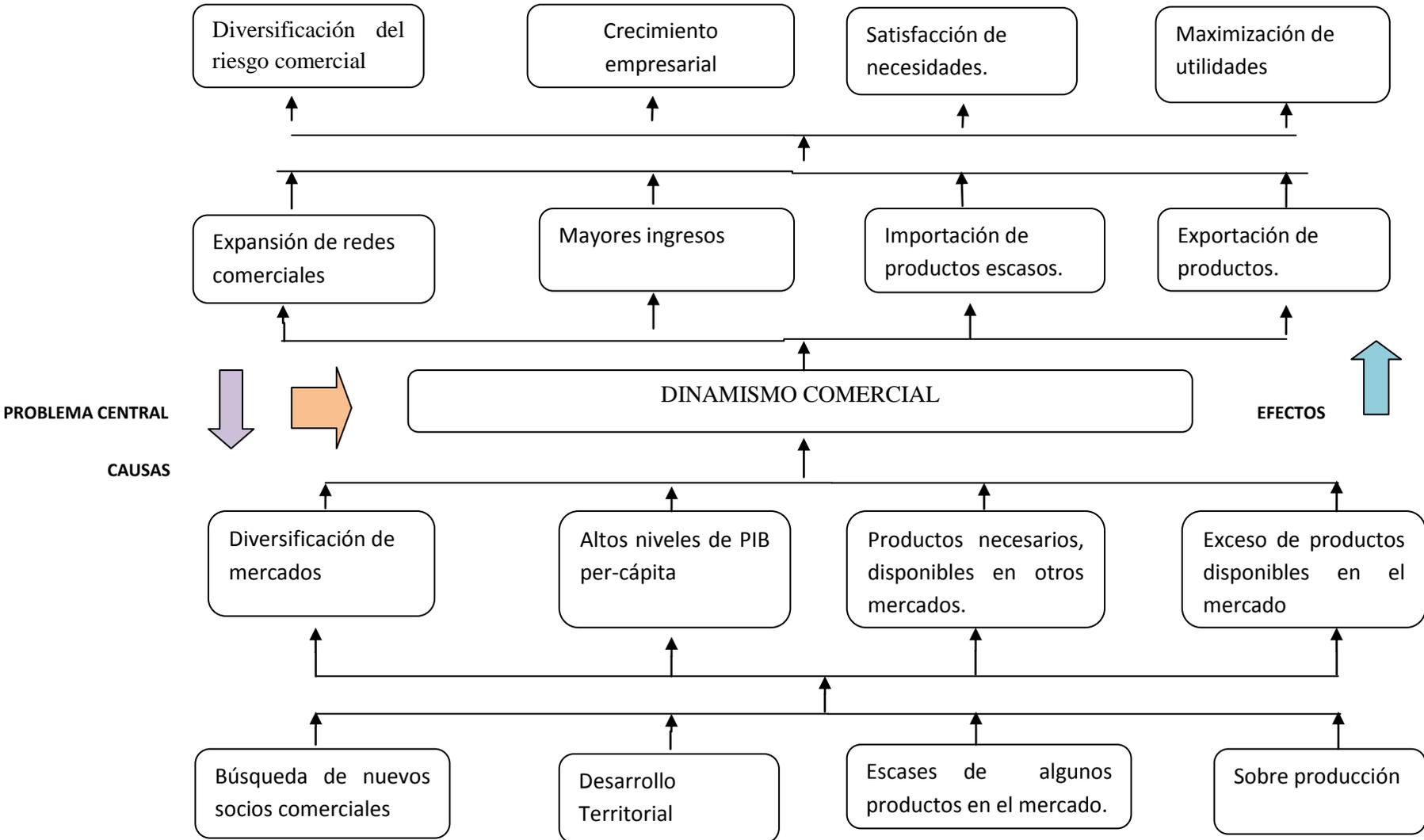
NOMBRE	DIRECCION
AGRICOLA AGRONATURA S.A.	CORDOVA GALARZA Nº 8 Y HUMBERTO FIERRO PAN
AGRICOLA EL ROSARIO AGRIROSE CIA.LTDA.	BOUGUER OE-338 Y BRASIL
AGRICOLA SAN ANDRES DEL CHAUPI S.A.	ROBLES 653 Y AMAZONAS
AGRICOLA SAN FULGENCIO AGRIFUL CIA LTDA	AV NACIONES UNIDAS 234 CASA # 2
AGRICOLA SANTA ROSA DE AMBOASI S.A.	LA FLORESTA CALLE HUMBOLT # 616 Y CORUÑA
AGRIFEG S.A.	AMAZONAS 4545 Y PEREIRA OFICINA 316
AGROCOEX AGROPROMOTORA DEL COTOPAXI	SHYRIS 1900 EL ZURIAGO
AGROFLORA C. LTDA.	EDF. MULTICENTRO OF.503 Y AV.6 DE DICIE
AGROGANADERA ESPINOSA CHIRIBOGA S.A.	NORUEGA # 210 Y SUIZA
AGROPRIM FARMS CIA. LTDA.	CALLE GARCIA MORENO S/N Y ESPEJO YARUQUI
AGROSERVICIOS ANDINOS CAMACHO CIA. LTDA.	BORJA LAVAYEN Y JUAN PABLO SAENZ
AH DISEÑO CIA. LTDA.	ALONSO DE TORRES OE 7-12 Y EL PARQUE
ALAMO ROSAS	SHYRIS 267 Y ELOY ALFARO
ALKAVAT CIA. LTDA.	ALEMANIA E3-57 Y GUAYANAS / EDIF. ALEMANIA OF. 802
ANDES PETROLEUM ECUADOR LTD.	AV. REPUBLICA DEL SALVADOR E10-44
ARCOFLOR FLORES ARCOIRIS S.A.	JUAN GONZALEZ 3526 Y PABLO SANZ EDF. VIZCAYA II 10
ARTES SAQUIL S.A.	LAS CASAS MIGUEL SOLER 315 Y DIAZ DE LA MADRID
BAKER HUGHES INTERNATIONAL BRANCHES, INC.	AV. AMAZONAS 3123 Y AZUAY ED.COPLADI
BELLARO S.A.	LOS SHYRIS 1240 Y PORTUGAL EDIF. ALVATROS OF. 102
BETELFLOWER COMERCIALIZADORA PRODUCT.DE FLORES	AGUSTIN DE AZKUNAGA NO. 400 Y BRASIL
BGP ECUADOR CO. S.A.	AV. REP. DEL SALVADOR ED. PRISMA NORTE OF. 501
BLOSSOM CIA. LTDA.	ROMA B Nº 37-32 Y LA BRUJULA
BOUTIQUE FLOWER'S	AV. 12 DE OCTUBRE #1942Y CORDERO
CADENASERV S.A.	ALONSO TORRES OE 7-12 Y AV. EL PARQUE
CAICEDO CARRILLO ROMULO ROLANDO	AVENIDA QUITO 525 Y 3 DE MAYO
CASSBLOCKINC S.A.	ALPALLANA 289 Y DIEGO DE ALMAGRO PLANTA BAJA
CELICAFLORES C.A.	VACA DE CASTRO 0E4-421 Y LA PRENSA
CHIRIBOGA CORDOVEZ HERNAN OSWALDO	IGNACIO BOSSANO 551 Y CARLOS GUERRERO
CLARIVEL CIA.LTDA.	6 DE DICIEMBRE Y LA NIÑA, EDIF.MULTICENTRO 702
CORDOVEZ BUSTAMANTE CARLOS GUSTAVO	GONZALEZ SUAREZ 432 Y SAN IGNACIO EDF.BELLO HORIZ
CULTIVOS VARIOS S.A. CULVARSA	REPUBLICA DEL SALVADOR 836 Y PORTUGAL
DENMAR SA	JORGE DROM 945 Y VILLARROEL
ECUAFLORES EXPORT S.A.	INTEROCEANICA 128 Y AV. SIENA
ECUATORIAN FLOWER CIA.LTDA.	CATARAMA Y PIMAMPIRO SAN BARTOLO
EFANDINA EMPRESA FLORICOLA ANDINA CIA. LTDA.	6 DE DICIEMBRE Y LA NIÑA EDIF. MULTICENTRO OF. 110
EMIHANA CIA.LTDA.	CENTRO COMERCIAL EL CONDADO LOCAL 24
ENCHANTED ROSES ENROSES S.A.	AV.AMAZONAS 4545 Y PEREIRA, EDIF.CENTRO FINANCIERO
ENERGY FLOWERS	LEONIDAS PLAZA NO. 1132 Y LUIS CORDERO
EVER GREEN ROSES EVERROSES S.A.	HIDALGO DE PINTO # 204 EDIF. OSIRIS P.B.
EXPORT. AGROINDUST.SAN NICOLAS FHAEEEX S.	CORDERO 1154 Y R.VICTORIA
EXXIDE S.A.	AV. DE LOS SHIRYS N37-313 Y EL TELEGRAFO PISO 5T
FISCELAFLOWER CIA. LTDA.	CHARLES DARWIN 190 Y BRAZIL EDIF. SALVADOR
FLEURO S.A. FLEUROSA	AV. AMAZONAS 477 Y ROCA

FLOR DEL AGRO FLORAGRO S.A.	HOLANDA NO. 122
FLOR ETERNA SISA HUIÑAI S.C.C.	ANTONIO NAVARRO N 31-64 Y CARLOS TOBAR
FLORANA FARMS S.A.	PANAMERICANA NORTE S/N, SECTOR LA Y
FLORELOY S.A.	PANAMERICANA NORTE KM 3 DESVIO CASTILLO GUACHALA
FLORES DE LA COLINA "FLODECOL S.A."	YANEZ PINZON 144 Y COLON
FLORES DE MACHACHI	ISABELA CATOLICA 882 Y CORDERO
FLORES DE MONICA FLORM CIA. LTDA.	LA ARMENIA PRINCIPAL 1 LOTE 275 Y 7MA. TRANSVERSAL
FLORES DE PISHIGLATA	ANTONIO NAVARRO 148 Y C. TOBAR
FLORES DEL COTACACHI FLORECOT S.A.	AV. DE LOS SHYRIS 37-313 Y EL TELEGRAFO
FLORES DEL COTOPAXI S.A.	NACIONES UNIDA 1084 Y AMAZONAS EDF.BCO. PREVISORA
FLORES EQUINOCCIALES S.A.	PASAJE ALONSO JERVES 168 Y ORELLANA
FLORES SANTA MONICA CIA.LTDA.	PASAJE NARANJOS E-10-34 Y 6 DE DICIEMBRE
FLORES SANTA MONICA S.A.	AV. JUAN DE ASCARAY 355 Y AMAZONAS
FLORES TOACASO S.A.	ALMAGRO 1822 Y ALPALLANA 8VO PISO OF.807
FLORES Y FRUTAS FLORIFRUT S.A.	REPUBLICA DEL SALVADOR 1082 Y NNUU
FLORESARAIH CIA. LTDA.	PAPALLACTA OE1-86 Y PRENSA
FLORICOLA LA ROSALEDA S.A. FLOROSAL	AMAZONAS 4080 Y UNP
FLORICOLA SAN ANTONIO S.A. FLORSANTA	10 DE AGOSTO 8975 Y ALGARROBOS
FLORISOL CIA. LTDA.	AV. 6 DE DICIEMBRE Y LA NINA OFC. 704
FLOWER VILLAGE CIA. LTDA.	AMAZONAS 4545 Y PEREIRA C. FINANC. OF. 104
FLOWERFEST S.A.	LOS URALES 127 NAYON
FROZEN TROPIC CIA. LTDA.	ISAAC ALBENIZ E3-78 Y MOZART
FRUTIERREZ DEL ECUADOR	PATRIA Y AMAZONAS ED COFIEC PISO 4
GALAPAGOS FLORESGALAFLO	REPUBLICA DEL SALVADOR 1082 Y NACIONES U
GOLDENROSE CORPORATION S.A.	12 DE OCTUBRE 1942 ED.WORLD TRADE OF.502
GREENAGRO S.A.	YANEZ PINZON E9-133 Y AV. ORELLANA PH
GUANGUILQUI-AGRO INDUSTRIAL S.A.GUAISA	AV. 10 DE AGOSTO 8975 CHAUPICRUZ
GYPSO S.A.	FAUSTINO SARMIENTO 169 H. MONCAYO
GYPSOPHILIA DE LA MONTANA S.A.	AV. AMAZONAS 477 Y ROCA PISO 10
HALLIBURTON LATIN AMERICA S.A.	AV. REPUBLICA DE EL SALVADOR 3582 Y PORTUGAL
HOJAS VIVAS S.A.	ALOY ALFARO N32-656 Y RUSIA
INDUSTRIA AGRICOLA EXP. INAEXPO	AV. DE LOS NARANJOS S/N Y GRANADOS
INGUEZA ROSES CIA. LTDA.	LUIS CORDERO E12-35 Y ANDALUCIA ED. CYEDE 4.P.403
INVERSIONES PONTE TRESA CIA.LTDA.	AV. AMAZONAS 4545 Y PEREIRA EDIF. CENTRO FINANCIE
JARDINES PIAVERI CIA.LTDA	6 DE DICIEMBRE Y LA NIÑA, EDIF. MULTICENTTRO 704
JUMBO ROSES CIA.LTDA.	TERESA DE CEPEDA 34225 Y AV. REPUBLICA
KING FLOWERS S.A.	AV. DE LOS SHYRIS N41-151 E ISLA FLOREANA
LA INTERNACIONAL S.A.	AV. MALDONADO N° S10-178 Y CALVAS
LOVEROSES S.A.	YANEZ PINZON 511 Y ORELLANA 7PISO ED. PINZON
MAXIROSES S.A.	CALLE GUAYLLABAMBA Y SAN RAFAEL S/N DIAGONAGASOL
MEGAROSSES CIA.LTDA.	DIEGO DE ALMAGRO 2033 Y WIMPHER
MILIFARMS CIA.LTDA.	ISLA FLOREANA 508 2DO PISO
MONIFLOR S.A.	NN.UU. 1084 Y AMAZONAS B. B OF BCO.PREVISORA
MYSTIC FLOWERS	AV.NN.UU. 1014 Y AV. AMAZONAS
NATUFLOR S.A.	CALLE A LOTE 86 Y EDMUNDO CARVAJAL
NELLYS FLOWERS S.A.	AV. SHIRYS 41-151 E ISLA FLOREANA
NEVADO ECUADOR ROSAS DE EXPORTACION NEVAECUADOR	AMAZONAS 7797 Y JUAN HOLGUIN

OLIMPOFLOWERS CIA. LTDA.	GUACHALA S/N A 1 KM DE FLORICOLA MYSTIC FLOWERS
PANORAMA ROSES	AV. N°. 673 Y CALLE N - URB. EL CONDADO
PARADISE FLOWERS C.A.	AV. 10 DE AGOSTO N52-38 Y CAPITAN RAMON BORJA
PENCAFLOL CIA.LTDA.	RAM.DAVALOS 117 Y AMAZONAS EDIF.TURISMUN
PRIMAVEST SOCIEDAD CIVIL Y COMERCIAL	ANTONIO NAVARRO 3164 Y CARLOS TOBAR
PRIMFLORAL S.A.	10 DE AGOSTO Y PATRIA EDIF. BOC. PRESTAMOS
PUGA MENA CARLOS RODRIGO	HERNAN VASQUEZ N. 83-24 Y JOSE ENRIQUE GUERRERO
QUALITY SERVICE S.A. – QUALISA	AV. AMAZONAS # 477 Y ROCA
QUEENROSES CIA.LTDA.	EDIF MULTICENTRO 5 PISO OF 501
QUITO INOR FLOWERS CIA LTDA.	12 DE OCTUBRE 1942 Y CORDERO
ROMAVERDE S.A.	PASAJE MANUEL SAENZ 150 Y GERMAN ALEMAN
ROSAPRIMA CIA. LTDA.	LOS CIRUELOS 514 Y DIEGO DE VASQUEZ
ROSAS DE LOS ANDES ROSANDES CIA.LTDA.	CORDERO E12-35, LA FLORESTA ED. CYEDE
ROSAS DEL COTOPAXI, COMPAÑIA LTDA.	AV. DE LOS SHIRYS N37-313 Y EL TELEGRAFO 5TO PISO
ROSAS DEL MONTE ROSEMONTE CIA.LTDA.	AV. AMAZONAS 4545 Y PEREIRA EDIF. CENTRO FINAN
ROSAS DEL PRADO PRAROSAS CIA.LTDA.	CALLE LEONIDAS PLAZA 1132 Y CORDERO
ROSINVAR S.A.	REINA VICTORIA Y COLON
ROYAL FLOWERS S.A.	AV. EL INCA 2834 Y LA PRENSA
SAENZ FERNANDEZ HECTOR FRANCISCO	LA ARMENIA – GUALEA
SAPPHIREFARMS	REPUBLICA DE EL SALVADOR N34-183 Y MOSCU
SARGAZOS S.A.	AV. JUAN DE ASCARAY 355 Y AMAZONAS
SCHLUMBERGER SURENCO S.A.	REPUBLICA DE EL SALVADOR 550 E IRLANDA
SERFIDEC S.A	PASAJE MANUEL SAENZ 150 Y GERMAN ALEMAN
SINOPEC INTERNATIONAL PETROLEUM SERVICE ECUADOR	AV. 12 DE OCTUBRE N24-593 Y FRANCISCO SALAZAR
SISAPAMBA ROSAS Y ROSAS S.C.C.	GUAYANAS 241 E INGLATERRA
SUBIA SANCHEZ ROCIO DEL CARMEN	PASAJE ATACAMES # 162 (LA GASCA)
SUNSET VALLEY FLOWERS CIA.LTD.	ANTONIO NAVARRO 148 PENTHOUSE 3
TECHNIROSE CIA. LTDA.	RUMIPAMBA E2-209 Y AV. REPUBLICA ED. BORJA PAEZ 5P
TELEVISION Y VENTAS TELEVENT S.A.	JUAN DE AZCARAY 355 Y AMAZONAS
VASCONEZ PERUGACHI PATRICIO JOSE	QUIROGA N° 746 Y ATAHUALPA
VASEFLOR S.A.	HERNANDO SARMIENTO N39-65 ENTRE PORTETE MONCAYO
VEGAFLOR	GERMAN ALEMAN 150 Y 6 DE DICIEMBRE
VERDILLANO CIA. LTDA.	SHYRIS 2745 Y GASPAR DE VILLARROEL
WEATHERFORD SOUTH AMERICA INC.	AV. 12 DE OCTUBRE N24-584 Y GENERAL SALAZAR
ZAPAD VOSTOK EXPORTACIONES CIA. LTDA.	JUAN DEL ALCAZAR E-417 Y FRANCISCO COBO

Anexo 5 del proyecto
Árbol de problemas

TEMA: “Dinamismo comercial y su incidencia en el crecimiento de las empresas que exportan hacia los Emiratos ubicadas en la ciudad de Quito, periodo 2009-2013”



Anexo 2

Parroquias urbanas y administraciones de Quito.



Fuente: Quito ciudad, Distrito, región.

Elaboración: La Autora.

Anexo 3

Administraciones y Parroquias urbanas de la ciudad de Quito

ADMINISTRACIONES Y PARROQUIAS URBANAS				
Quitumbe (1)	Eloy Alfaro (2)	Manuelita Sáenz (3)	Eugenio Espejo (4)	La Delicia (5)
Guamaní	La mena	Puengasí	Belisario Quevedo	Cotocollao
Turubamba	Solanda	La Libertad	Mariscal Sucre	Ponceano
La Ecuatoriana	La Argelia	Centro Histórico	Ñaquito	Comité del pueblo
Quitumbe	San Bartolo	Itchimbia	Rumipamba	El Condado
Chillogallo	La Ferroviaria	San Juan	Jipijapa	Carcelén
	Chilibulo		Cochapamba	
	La Magdalena		Concepción	
	Chimbacalle		Kenedy	
			San Isidro del Inca	

Fuente: Quito ciudad, Distrito, región.

Elaboración: La Autora.

Anexo 4

Balanza comercial del Ecuador desglosada en toneladas métrica y valor USD FOB (en miles),
Periodo 2009-2012.

	Ene - Dic 2009			Ene - Dic 2010			Ene - Dic 2011			Ene - Dic 2012			Variación 2012 - 2011			
	a	b	b/a													
	Valor USD		Valor													
	Volumen	FOB	unitario	Volumen	USD	FOB	unitario									
Exportaciones totales	27,348	13,863,058	507	26,628	17,489,928	657	27,311	22,322,353	817	27,911	23,898,734	856	2.2%	7.1%	4.8%	
<i>Petroleras **</i>	133,279	6,964,638	52	136,252	9,673,228	71	135,045	12,944,868	96	141,158	13,791,926	98	4.5%	6.5%	1.9%	
<i>No petroleras</i>	8,831	6,898,420	781	7,678	7,816,700	1,018	8,543	9,377,485	1,098	8,273	10,106,807	1,222	-3.2%	7.8%	11.3%	
Importaciones totales	11,367	14,096,904	1,240	13,716	19,468,655	1,419	14,474	23,009,547	1,590	14,267	24,041,538	1,685	-1.4%	4.5%	6.0%	
<i>Bienes de consumo</i>	922	3,094,035	3,356	1,052	4,116,470	3,913	1,144	4,742,920	4,145	1,053	4,825,738	4,582	-7.9%	1.7%	10.5%	
<i>Materias primas</i>	5,812	4,669,806	804	6,517	5,914,771	908	7,549	7,231,015	958	7,365	7,291,054	990	-2.4%	0.8%	3.4%	
<i>Bienes de capital</i>	398	3,926,591	9,868	497	5,129,089	10,329	531	5,844,619	11,016	543	6,417,605	11,822	2.3%	9.8%	7.3%	
<i>Combustibles y Lubricantes</i>	4,227	2,338,309	553	5,639	4,042,823	717	5,245	5,086,539	970	5,301	5,441,136	1,026	1.1%	7.0%	5.8%	
<i>Diversos</i>	9	42,715	4,881	12	75,560	6,342	5	40,713	8,034	4	42,207	9,682	-14.0%	3.7%	20.5%	
<i>Ajustes ***</i>		25,449			189,941			63,741			23,798					-62.7%
Balanza Comercial - Total		-233,846			-1,978,727			-687,194			-142,804					79.2%
<i>Bal. Comercial - Petrolera</i>		4,626,329			5,630,404			7,858,329			8,350,790					6.3%
<i>Bal. Comercial - No petrolera</i>		-4,860,176			-7,609,131			-8,545,523			-8,493,594					0.6%

* Las cifras son provisionales; su reproceso se realiza conforme a la recepción de documentos fuente de las operaciones de comercio exterior. A partir de 2011, y en el marco de la Ley Reformativa a la Ley de Hidrocarburos, publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 244 de julio 27 de 2010, en las estadísticas de las exportaciones de petróleo crudo, se incluye a la Secretaría de Hidrocarburos (SH), del Ministerio de Recursos Naturales no Renovables del Ecuador (MRNNR), como nueva fuente de información. Esta entidad es la responsable de proveer información sobre las distintas modalidades de pago, que por concepto de tarifa, reciben las compañías petroleras privadas que operan en el Ecuador, bajo la modalidad contractual de prestación de servicios. Para fines de este cuadro, se incluye el

** Volumen en miles de barriles

*** Otras importaciones no regularizadas en el SENA

Fuente y elaboración: Banco Central del Ecuador, SENA, SHE, EP Petroecuador.

Anexo 5

Países integrantes de la Liga Árabe

PAÍS	EXTENSIÓN TERRITORIAL KM ²	POBLACIÓN	PIB (MILLONES DE DÓLARES)	PIB PERCAPITA DÓLARES	TIPO DE GOBIERNO
EGIPTO	1.001.450	83.688.164	515.400	6.500	REPÚBLICA
IRAK	438.317	31.129.225	108.600	3.900	REPÚBLICA
JORDANIA	89.342	6.508.887	36.820	5.900	REINO
LÍBANO	10.400	4.140.289	61.610	15.600	REPÚBLICA
ARABIA SAUDITA	2.149.690	26.534.504	676.700	24.200	REINO
SIRIA	185.180	22.530.746	107.600	5.100	REPÚBLICA
YEMEN DEL NORTE	527.968	24.771.809	63.240	2.500	REPÚBLICA
LIBIA	1.759.540	6.733.620	94.944	14.100	REPÚBLICA
SUDÁN	1.861.484	25.946.220	97.210	3.000	REPÚBLICA
MARRUECOS	446.550	32.309.239	163.000	5.100	REINO
TUNEZ	163.610	10.732.900	101.700	9.500	REPÚBLICA
KUWAIT	14.818	2.646.314	149.800	40.700	EMIRATO HEREDITARIO
ARGELIA	2.381.741	35.406.303	264.100	7.200	REPÚBLICA DEMOCRÁTICA
EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	83.600	5.314.317	260.800	48.500	EMIRATO HEREDITARIO
BAREIN	760	1.248.348	30.800	27.300	REINO HEREDITARIO
CATAR	11.586	1.951.591	181.700	102.700	EMIRATO HEREDITARIO
OMAN	309.500	3.090.150	80.890	26.200	SULTANATO
MAURITANIA	1.030.700	3.359.185	7.240	2.200	REPÚBLICA ISLÁMICA
SOMALIA	637.657	10.085.638	5.8896	600	REPÚBLICA DEMOCRÁTICA
PALESTINA	6.210	4.400	S/D	S/D	AUTORIDAD NACIONAL PALESTINA
YIBUTI	23.200	774.389	2.244	2.600	REPÚBLICA
COMORES, UNIÓN DE	2.235	737.284	816	1.200	REPÚBLICA
TOTAL	13.135.538	339.643.522	3.064.110	354.600	

Fuente: Boletín de Economía y Negocios, Universidad Tecnológica Equinoccial.

Elaboración: Bolívar Salvador

Anexo 6

La política comercial según la Constitución del Ecuador

De la política comercial:

Art. 304.- La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

1. Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
2. Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
3. Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
4. Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
5. Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.
6. Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

Art. 305.- La creación de aranceles y la fijación de sus niveles son competencia exclusiva de la Función Ejecutiva.

Art. 306.- El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza.

Art. 307.- Los contratos celebrados por el Estado con personas naturales o jurídicas extranjeras llevarán implícita la renuncia de éstas a toda reclamación diplomática, salvo contrataciones que correspondan al servicio diplomático.

De los tratados e instrumentos internacionales:

Art. 417.- Los tratados internacionales ratificados por el Ecuador se sujetarán a lo establecido en la Constitución [...]

Art. 421.- La aplicación de los instrumentos comerciales internacionales no menoscabará, directa o indirectamente, el derecho a la salud, el acceso a medicamentos, insumos, servicios, ni los avances científicos y tecnológicos.

Art. 422.- No se podrá celebrar tratados o instrumentos internacionales en los que el Estado ecuatoriano ceda jurisdicción soberana a instancias de arbitraje internacional, en controversias contractuales o de índole comercial, entre el Estado y personas naturales o jurídicas privadas.

Fuente: Constitución del Ecuador.

Elaboración: Estévez, Isabel.

Anexo 7

Política Comercial en el Objetivo 11 del Plan Nacional del Buen Vivir.

Política 11.7. Promover condiciones adecuadas para el comercio interno e internacional, considerando especialmente sus interrelaciones con la producción y con las condiciones de vida [...] Aplicar aranceles selectivos, subsidios y otras medidas para regular el comercio en función de los intereses nacionales.

Política 11.10. Promover cambios en los patrones de consumo, a fin de reducir su componente importado y suntuario, generalizar hábitos saludables y prácticas solidarias, social y ambientalmente responsables.

- a. Promover y generar incentivos al consumo responsable.
- b. Diseñar y difundir campañas educativas para la promoción del consumo de bienes y servicios producidos a nivel local y nacional, que no sean suntuarios, que no afecten a la naturaleza ni a la salud.
- c. Crear incentivos para las actividades comercializadoras que privilegien la producción nacional de calidad.
- d. Impulsar hábitos de consumo responsables en el uso y aprovechamiento de energía y agua.
- e. Generar normas e incentivos para minimizar el desperdicio de materiales en el empaque y comercialización de los productos, y para promover el reciclaje.

Otras políticas pertinentes para la política comercial: Metas pertinentes:

Política 11.1. Impulsar una economía endógena para el Buen Vivir, sostenible y territorialmente equilibrada, que propenda a la garantía de derechos y a la transformación, diversificación y especialización productiva a partir del fomento a las diversas formas de producción. 11.1.1. Reducir a 0,72 la concentración de las exportaciones por producto hasta el 2013.

Política 11.2. Impulsar la actividad de pequeñas y medianas unidades económicas asociativas y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan. 11.3.1. Aumentar a 8% la participación de la producción nacional de alimentos respecto a la oferta total hasta el 2013.

Política 11.3. Impulsar las condiciones productivas necesarias para el logro de la soberanía alimentaria. 11.11.1. Alcanzar el 15,1% de participación del turismo en las exportaciones de bienes y servicios no petroleros hasta el 2013.

Política 11.4. Impulsar el desarrollo soberano de los sectores estratégicos en el marco de un aprovechamiento ambiental y socialmente responsable de los recursos no renovables. 11.12.1. Reducir a la mitad el porcentaje de comercio de (M) no registrado hasta el 2013.

Política 11.6. Diversificar los mecanismos para los intercambios económicos, promover esquemas justos de precios y calidad para minimizar las distorsiones de la intermediación, y privilegiar la complementariedad y la solidaridad. 11.12.2. Reducir a 1% el porcentaje de comercio de exportaciones no registrado hasta el 2013.

Política 11.9. Promover el acceso a conocimientos y tecnologías y a su generación endógena como bienes públicos.

Política 11.11. Promover la sostenibilidad ecosistémica de la economía a través la implementación de tecnologías y prácticas de producción limpia.

Fuente: SENPLADES (2009).

Elaboración: Estévez, Isabel.

Anexo 8

Política Comercial en el Objetivo 5 de Plan Nacional de Buen Vivir

Política 5.4. Promover el diálogo político y la negociación soberana de la cooperación internacional y de los instrumentos económicos.

- c. Atraer ahorro externo, en la forma de inversión extranjera directa pública y privada, para proyectos de largo plazo que sean sostenibles, respeten los derechos de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades, transfieran tecnología y generen empleo digno [...].
- e. Desarrollar una diplomacia ciudadana de cercanía que promueva la inserción estratégica [...].
- g. Fomentar las relaciones comerciales y de cooperación internacional con gobiernos autónomos descentralizados a lo largo del mundo. [...]
- i. Promover los tratados de comercio para el desarrollo como instrumentos para incentivar la complementariedad y la solidaridad entre los países.
- j. Impulsar la inclusión de factores sociales en los acuerdos de integración económica. [...]

Política 5.5. Impulsar la integración con América Latina y el Caribe.

- d. Coordinar convergentemente las políticas económicas, sociales, culturales, migratorias y ambientales de los países miembros de los esquemas de integración regional de los que Ecuador es parte.
- e. Priorizar la negociación en bloque junto con los países suramericanos para lograr acuerdos beneficiosos al incrementar el poder de negociación de la región [...].
- h. Promover mecanismos que faciliten la libre movilidad de las personas dentro de la región e incentivar los intercambios turísticos [...].

Política 5.6. Promover relaciones exteriores soberanas y estratégicas, complementarias y solidarias.

- a. Insertar al país en redes internacionales que respalden y potencien la consecución de los objetivos programáticos del Ecuador.
- b. Definir lineamientos estatales estratégicos sobre la comercialización de productos ecuatorianos en el exterior.
- c. Definir e implementar mecanismos de transferencia de recursos y tecnología con impacto social directo.

d. Potenciar las capacidades del país para incidir en la agenda internacional y en políticas bilaterales y multilaterales que, entre otros, faciliten el ejercicio de derechos y garanticen la protección de los y las ecuatorianas viviendo fuera del país.

- e. Diversificar las exportaciones ecuatorianas al mundo, priorizando las complementariedades con las economías del Sur, con un comercio justo que proteja la producción y el consumo nacional.
- f. Incorporar nuevos actores en el comercio exterior, particularmente provenientes de la micro, pequeña y mediana producción y del sector artesanal, impulsando iniciativas ambientalmente responsables y generadoras de trabajo.
- g. Establecer mecanismos internacionales de garantías de exportaciones, en particular para MIPYMES, empresas solidarias y organizaciones populares, dando prioridad a aquellas que integren a mujeres diversas, grupos de atención prioritaria, pueblos y nacionalidades.
- h. Defender los intereses comerciales nacionales a nivel bilateral y multilateral, estableciendo, cuando sea necesario, medidas de protección para la producción y consumo nacional.
- i. Mantener relaciones de comercio exterior con prevalencia de la seguridad jurídica nacional y evitando que intereses privados afecten la relación entre los Estados.
- j. Aplicar un esquema de sustitución selectiva de importaciones que propicie las importaciones indispensables para los objetivos del Buen Vivir, especialmente las de insumos para la producción, y que desincentive las que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza [...].
- l. Posicionar al país en la comunidad internacional, a partir de su patrimonio natural, en los mecanismos globales de lucha contra el cambio climático.
- m. Promover las potencialidades turísticas del país en el mundo. [...]
- o. Contribuir a los esfuerzos de los miembros del Tratado Antártico para la investigación del ambiente y el monitoreo global del cambio climático.

Fuente: SENPLADES (2009).
Elaboración: Estévez, Isabel.

Anexo 9

Cálculo del índice Herfindahl- Hirschmann 2009

<i>código</i>	<i>Descripción del producto</i>	<i>X_{ij}</i>	<i>X_{tij}</i>	<i>Participación</i>
3	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	109	2347	0.046
6	Plantas vivas y productos de la floricultura	340	2347	0.145
8	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	322	2347	0.137
9	Café, té, yerba mate y especias	59	2347	0.025
16	Preparaciones de carne, de pescado o de crustáceos, de moluscos.	1	2347	0.000
17	Azúcares y artículos de confitería	984	2347	0.419
20	Prep.de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plantas	99	2347	0.042
21	Preparaciones alimenticias diversas	3	2347	0.001
33	Aceites esenciales y resinoides; prep.de perfumería, de tocador	41	2347	0.017
39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	1	2347	0.001
44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	176	2347	0.075
65	Artículos de sombrerería y sus partes	5	2347	0.002
66	Paraguas, sombrillas, quitasoles, bastones asiento, látigos, fustas	8	2347	0.003
84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	198	2347	0.084
IHH9				0.233
IHH9 corregido				0.225

Fuente: Trademap Center

Elaboración: La Autora

Anexo 9.1

Cálculo del índice Herfindahl- Hirschmann 2010

<i>código</i>	<i>Descripción del producto</i>	<i>X_{ij}</i>	<i>X_{tij}</i>	<i>P_i</i>
'06	Plantas vivas y productos de la floricultura	347	50959	0.007
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	130	50959	0.003
'17	Azúcares y artículos de confitería	1086	50959	0.021
'18	Cacao y sus preparaciones	12	50959	0
'20	Prep.de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plant.	302	50959	0.006
'27	Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación	48612	50959	0.954
'30	Productos farmacéuticos	38	50959	0.001
'33	Aceites esenciales y resinoides; prep.de perfumería, de tocador	56	50959	0.001
'39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	2	50959	0
'40	Caucho y manufacturas de caucho	1	50959	0
'44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	185	50959	0.004
'61	Prendas y complementos de vestir, de punto	1	50959	0
'65	Artículos de sombrerería y sus partes	101	50959	0.002
'70	Vidrio y manufacturas de vidrio	1	50959	0
'82	Herramientas, útiles, articul.de cuchillera, cubiertos de mesa	25	50959	0
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	2	50959	0
'94	Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares	59	50959	0.001
IHH10				0.911
IHH10 corregido				0.91

Fuente: Trademap Center

Elaboración: La Autora

Anexo 9.2

Cálculo del índice Herfindahl- Hirschmann 2011

<i>Código</i>	<i>Descripción del producto</i>	<i>X_{ij}</i>	<i>X_{tij}</i>	<i>P_i</i>
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	752	4403	0.171
'17	Azúcares y artículos de confitería	919	4403	0.209
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	42	4403	0.010
'06	Plantas vivas y productos de la floricultura	290	4403	0.066
'20	Prep.de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plant.	459	4403	0.104
'44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	507	4403	0.115
'21	Preparaciones alimenticias diversas	8	4403	0.002
'09	Café, té, yerba mate y especias	66	4403	0.015
'65	Artículos de sombrerería y sus partes	80	4403	0.018
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	393	4403	0.089
'85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	50	4403	0.011
'18	Cacao y sus preparaciones	19	4403	0.004
'82	Herramientas, útiles, articul.de cuchillera, cubiertos de mesa.	2	4403	0.000
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	2	4403	0.000
'70	Vidrio y manufacturas de vidrio	3	4403	0.001
'12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos..	32	4403	0.007
'33	Aceites esenciales y resinoides; prep.de perfumería, de tocador	22	4403	0.005
'90	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía.	741	4403	0.168
'94	Muebles; mobiliario médico quirúrgico; artículos de cama y similares	4	4403	0.001
'41	Pieles (excepto la peletería y cueros	10	4403	0.002
'86	Vehículos y material para vías o símil. y sus partes; aparatos mecánico	1	4403	0.000
IHH11				0.138
IHH11 corregido				0.129

Anexo 9.3

Cálculo del índice Herfindahl- Hirschmann 2012

<i>Código</i>	<i>Descripción del producto</i>	<i>X_{ij}</i>	<i>X_{tij}</i>	<i>P_i</i>
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	2133	4887	0.436
'17	Azúcares y artículos de confitería	585	4887	0.120
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	571	4887	0.117
'06	Plantas vivas y productos de la floricultura	527	4887	0.108
'20	Prep.de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plant.	395	4887	0.081
'44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	239	4887	0.049
'21	Preparaciones alimenticias diversas	144	4887	0.029
'09	Café, té, yerba mate y especias	132	4887	0.027
'65	Artículos de sombrerería y sus partes	59	4887	0.012
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos	34	4887	0.007
'85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes;	27	4887	0.006
'18	Cacao y sus preparaciones	18	4887	0.004
'39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	8	4887	0.002
'82	Herramientas, útiles, articul.de cuchillera, cubiertos de mesa	7	4887	0.001
'62	Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	5	4887	0.001
'88	Navegación aérea o espacial	1	4887	0.000
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	1	4887	0.000
IHH 12				0.241
IHH12 corregido				0.233

Anexo 9.4

Cálculo del índice Herfindahl- Hirschmann 2013

<i>Descripción del producto</i>	<i>X_{ij}</i>	<i>X_{tij}</i>	<i>P_i</i>
Los demás productos. animal, no comprendidos en otros capítulos	4.72	2,082	0.002
Plantas vivas y productos de la floricultura	426	2,082	0.205
Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	0.05	2,082	0.000
Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	717	2,082	0.345
Azúcares y artículos de confitería	539	2,082	0.259
Cacao y sus preparaciones	1	2,082	0.001
Prep.de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plantas.	145	2,082	0.070
Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; ali. para animales	57	2,082	0.027
Artículos de sombrerería y sus partes	14	2,082	0.006
Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	0	2,082	0.000
Herramientas, útiles, articul.de cuchillera, cubiertos de mesa,	13	2,082	0.006
Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	29	2,082	0.014
Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	12	2,082	0.006
Objetos de arte, de colección o de antigüedad	2	2,082	0.001
IHH13			0.233676
IHH13 corregido			0.228259

Fuente: Trademap center.

Elaboración: La Autora

Anexo 10

Base de datos usada en el cálculo del índice Balassa

Código	Descripción del producto	Ecuador exporta hacia EAU					Ecuador exporta hacia el mundo				
		2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013 ²⁰
'01	Animales vivos	0	0	0	0	0	273	242	359	491	_
'02	Carne y despojos comestibles	0	0	0	0	0	454	469	388	120	_
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	109	0	752	2133	0	904094	1E+06	1E+06	2E+06	_
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	0	0	0	0	0	4223	11547	23880	36435	782.43
'05	Los demás produc.de orig. animal, no comprendidos en otros capítulos	0	0	0	0	5	1355	1350	2128	2229	459507
'06	Plantas vivas y productos de la floricultura	340	347	290	527	441	549050	611258	684321	723736	85.3
'07	Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	0	0	0	0	0	82557	88608	122406	113371	1203606
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	322	130	42	571	717	2E+06	2E+06	2E+06	2E+06	_
'09	Café, té, yerba mate y especias	59	0	66	132	0	50378	68777	120626	118149	_
'10	Cereales	0	0	0	0	0	33548	15464	32349	14075	_
'11	Productos de la molinera; malta; almidón y fécula; inulina ;gluten de trigo	0	0	0	0	0	1423	2157	1383	1557	_
'12	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos.	0	0	32	0	0	1400	3681	6454	9327	_
'13	Gomas, resinas y demás jugos y extractos vegetales	0	0	0	0	0	265	386	480	255	_
'14	Materias trenzables, demás produc.de origen vegetal, no exprés. en otros	0	0	0	0	0	977	1924	1959	1399	_
'15	Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias; ceras	0	0	0	0	0	218847	205407	390176	384766	_
'16	Preparaciones de carne, de pescado o de crustáceos, de moluscos.	1	0	0	0	0	633132	603800	880041	1E+06	_
'17	Azúcares y artículos de confitería	984	1086	919	585	539	45308	55244	62177	55807	20260.25
'18	Cacao y sus preparaciones	0	12	19	18	3	400331	423211	582988	444796	28708.64
'19	Prepa base de cereales, harina, almidón, fécula o leche; pastelería	0	0	0	0	0	12100	11172	5352	5321	_
'20	Prep.de legumbres, hortalizas, frutos o de otras partes de plant.	99	302	459	395	145	222091	242326	249039	284610	70355.35
'21	Preparaciones alimenticias diversas	3	0	8	144	0	99868	112943	150064	192381	_
'22	Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre	0	0	0	0	0	23085	27142	28400	37264	_
'23	Residuos, desperdicios de las industrias alimentarias; ali. para animales	0	0	0	0	57	102982	126857	157132	149694	778.92
'24	Tabaco y sucedáneos del tabaco elaborados	0	0	0	0	0	39820	39827	43743	46716	_
'25	Sal; azufre; tierras y piedras; yesos, cales y cementos	0	0	0	0	0	4627	2620	6060	5722	_
'26	Minerales, escorias y cenizas	0	0	0	0	0	4413	16776	30338	43786	_
'27	Combustibles minerales, aceites minerales y prod.de su destilación	0	48612	0	0	0	7E+06	1E+07	1E+07	1E+07	_
'28	Prod. químicos inorgan; compuestos inorgan./organ.de los metales	0	0	0	0	0	944	21885	19553	44354	_
'29	Productos químicos orgánicos	0	0	0	0	0	2459	17483	51487	36696	_
'30	Productos farmacéuticos	0	38	0	0	0	43883	53407	32045	27360	_
'31	Abonos	0	0	0	0	0	2003	25582	9336	4384	_

➔ Continúa

²⁰ Los espacios en blanco del 2013, son de productos que no exporta Ecuador hacia EAU, por lo que según el IB, esto se vuelve automáticamente en desventaja para el país.

Código	Descripción del producto	Ecuador exporta hacia EAU					Ecuador exporta hacia el mundo				
		2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013
'32	Extractos curtientes/tintoreos; taninos, sus derivados	0	0	0	0	0	7627	8093	14342	18054	—
'33	Aceites esenciales y resinoides; prep.de perfumería-	41	56	22	0	0	11690	10456	9683	20071	—
'34	Jabones, agentes de superficie orgánicos, preparac. para lavar, etc	0	0	0	0	0	14350	29679	20799	20345	—
'35	Materias albuminoides; prod. a base de almidón o de fécula modificados	0	0	0	0	0	11686	17535	16739	25817	—
'36	Pólvoras y explosivos; artículos de pirotecnia; fósforos..	0	0	0	0	0	176	174	169	180	—
'37	Productos fotográficos o cinematográficos	0	0	0	0	0	294	610	61	81	—
'38	Misceláneos chemical productos.	0	0	0	0	0	19672	19819	25617	41336	—
'39	Materias plásticas y manufacturas de estas materias	1	2	0	8	0	69300	97631	129881	145260	—
'40	Caucho y manufacturas de caucho	0	1	0	0	0	31729	38703	68380	74103	—
'41	Pieles (excepto la peletería) y cueros	0	0	10	0	0	2379	5632	10834	9201	—
'42	Manuf.de cuero; articul.de guamicioneria, talabartería.	0	0	0	0	0	579	745	970	1308	—
'43	Peletería, confecciones; peletería artificial/facticia	0	0	0	0	0	0	6	1	1	—
'44	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	176	185	507	239	105	155309	205651	227640	229561	37,913.15
'45	Corcho y sus manufacturas	0	0	0	0	0	89	0	400	0	—
'46	Manufacturas de espartería o de cestería	0	0	0	0	0	29	18	54	71	—
'47	Pasta de madera o de otras materias fibrosas celulósicas.	0	0	0	0	0	4822	5873	9396	6207	—
'48	Papel, cartón; manufactura. de pasta de celulosa, de papel/de cartón	0	0	0	0	0	30302	42240	58601	59319	—
'49	Productos editoriales, de la prensa/de otras industrias graficas	0	0	0	0	0	4494	4759	5639	7389	—
'50	Seda	0	0	0	0	0	0	3	0	0	—
'51	Lana y pelo fino u ordinario; hilados y tejidos de crin	0	0	0	0	0	132	142	158	380	—
'52	Algodón	0	0	0	0	0	9156	14050	25370	35241	—
'53	Las demás fibras textiles vegetales; hilados y tejidos de papel	0	0	0	0	0	12908	13149	12911	16997	—
'54	Filamentos sintéticos o artificiales	0	0	0	0	0	7599	9830	11057	16306	—
'55	Fibras sintéticas o artificiales discontinuas	0	0	0	0	0	12147	9530	11760	9363	—
'56	Guata, fieltro. Telas sin tejer ;hilados especiales; cordeles, etc.	0	0	0	0	0	13087	24974	3248	2456	—
'57	Alfombras y demás revestimientos para el suelo, de mater. textiles	0	0	0	0	0	118	233	57	28	—
'58	Tejidos especiales; superfic. textiles con pelo insertado; encajes	0	0	0	0	0	62482	10471	1853	1645	—
'59	Tejidos impregnados, recubiertos, revestidos o estratificados..	0	0	0	0	0	16720	90466	53416	3627	—
'60	Tejidos de punto	0	0	0	0	0	2707	3255	4284	3370	—
'61	Prendas y complementos de vestir, de punto	0	1	0	0	0	17167	18578	21858	18826	—
'62	Prendas y complementos de vestir, excepto los de punto	0	0	0	5	0	4339	3442	4409	6025	—
'63	Los demás artículos textiles confeccionados; conjuntos/surtidos..	0	0	0	0	0	22454	31170	44821	40457	—
'64	Calzado, polainas, botines y artículos análogos y sus partes	0	0	0	0	0	33653	34938	42980	29828	—
'65	Artículos de sombrerería y sus partes	5	101	80	59	14	7005	10210	15542	12316	3,433.16
'66	Paraguas, sombrillas, quitasoles, bastones asiento, látigos, fustas	8	0	0	0	0	8	1	1	0	—

→ continúa

→ Conclusión

Código	Descripción del producto	Ecuador exporta hacia EAU					Ecuador exporta hacia el mundo				
		2009	2010	2011	2012	2013	2009	2010	2011	2012	2013
'67	Plumas, plumón preparados y artículos de pluma/plumon; flores artificial	0	0	0	0	0	23	21	44	38	_
'68	Manufacturas de piedra, yeso, cemento, amianto, mica o materias análogas	0	0	0	0	0	2321	2854	3567	4476	_
'69	Productos cerámicos	0	0	0	0	0	29489	35019	32555	35216	_
'70	Vidrio y manufacturas de vidrio	0	1	3	0	0	2636	3287	3945	5405	_
'71	Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas, semipreciosas y similares	0	0	0	0	0	54402	70596	134145	396275	_
'72	Fundición, hierro y acero	0	0	0	0	0	23060	16690	23380	17488	_
'73	Manufacturas de fundición, de hierro o de acero	0	0	2	1	0	122688	119581	116691	163957	1,994.25
'74	Cobre y manufacturas de cobre	0	0	0	0	0	24637	38769	52855	56334	_
'75	Níquel y manufacturas de níquel	0	0	0	0	0	11	24	5	47	_
'76	Aluminio y manufacturas de aluminio	0	0	0	0	0	12908	17856	27250	31102	_
'78	Plomo y manufacturas de plomo	0	0	0	0	0	7513	8746	12312	12852	_
'79	Cinc y manufacturas de cinc	0	0	0	0	0	566	639	1410	782	_
'80	Estaño y manufacturas de estaño	0	0	0	0	0	0	4	1	0	_
'81	Los demás metales comunes; cermets; manufacturas de estas materias	0	0	0	0	0	11	8	11	15	_
'82	Herramientas, útiles, articul.de cuchillera, cubiertos de mesa, de met.com	0	25	2	7	13	4065	5546	4866	6113	13705
'83	Manufacturas diversas de metales comunes	0	0	0	0	0	9497	10001	8839	7566	_
'84	Maquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos.	198	2	393	34	29	102130	147752	112164	147828	9428.6
'85	Maquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes; aparatos de grabación	0	0	50	27	12	37902	39019	65006	55444	65,345.00
'86	Vehículos y material para vías o símil. y sus partes; aparatos mecánico	0	0	1	0	0	116	269	339	308	_
'87	Vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás	0	0	0	0	0	251640	352171	390225	492311	_
'88	Navegación aérea o espacial	0	0	0	1	0	2811	20332	1586	2200	_
'89	Navegación marítima o fluvial	0	0	0	0	0	336	109	514	10088	_
'90	Instrumentos, aparatos de óptica, fotografía, cinematografía, medida, contr	0	0	741	0	0	13925	126453	22515	16948	_
'91	Relojería	0	0	0	0	0	32	180	396	701	_
'92	Instrumentos de música; partes y accesorios de estos instrumentos	0	0	0	0	0	91	64	73	81	_
'93	Armas y municiones y sus partes y accesorios	0	0	0	0	0	0	13	1	0	_
'94	Muebles; mobiliario medicoquirurgico; artículos de cama y similares	0	59	4	0	0	13530	14227	13206	17147	_
'95	Juguetes, juegos, artículos para recreo o para deporte; partes...	0	0	0	0	0	4277	3513	3339	6332	_
'96	Manufacturas diversas	0	0	0	0	0	16489	15552	26614	13844	_
'97	Objetos de arte, de colección o de antigüedad	0	0	0	0	2	115	23	130	14	804.06
'99	Materias no a otra parte especificadas	0	0	0	0	0	536	1276	2477	1915	_
TOTAL	Todos los productos	2347	86	1196	70	56.2	1E+07	2E+07	2E+07	2E+06	12,194,174

Fuente: Trademap Center
Elaboración La Autora

Anexo 11

Cálculo del índice Krugman. Participación de los productos en las exportaciones totales del Ecuador.

Código	Descripción del producto	X 2009	Pecu	X 2010	Pecu	X 2011	Pecu	X 2012	Pecu
'01	Animales vivos	273	1.97E-05	242	1.4E-05	359	1.6E-05	491	2.1E-05
'02	Carne y despojos comestibles	454	3.27E-05	469	2.7E-05	388	1.7E-05	120	5.0E-06
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	904094	6.52E-02	1094054	6.3E-02	1480780	6.6E-02	1567024	6.6E-02
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	4223	3.05E-04	11547	6.6E-04	23880	1.1E-03	36435	1.5E-03
'05	Los demás produc. De orig. animal, no comprendidos en otros capítulos	1355	9.77E-05	1350	7.7E-05	2128	9.5E-05	2229	9.4E-05
'06	Plantas vivas y productos de la floricultura	549050	3.96E-02	611258	3.5E-02	684321	3.1E-02	723736	3.0E-02
'07	Legumbres y hortalizas, plantas raíces y tubérculos alimenticios	82557	5.96E-03	88608	5.1E-03	122406	5.5E-03	113371	4.8E-03
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	2089244	1.51E-01	2119181	1.2E-01	2344297	1.0E-01	2150248	9.0E-02
'09	Café, té, yerba mate y especias	50378	3.63E-03	68777	3.9E-03	120626	5.4E-03	118149	0.00497
'10	Cereales	33548	2.42E-03	15464	8.8E-04	32349	1.4E-03	14075	0.00059
	NOTA: el mismo procedimiento para las 97 líneas.								
TOTAL	Todos los productos	13863050	1	17489922		22342524	1	2.4E+07	1

Fuente: Trademap Center

Elaboración La Autora

Anexo 11.1

Participación de los productos en las exportaciones totales de los Emiratos Árabes Unidos

Código	Descripción del producto	2009	Peau	2010	Peau	2011	Peau	2012	Peau
'01	Animales vivos	86436	0.001	102815	0.0006	56904	0.0003	42370	0.0002
'02	Carne y despojos comestibles	30947	0.000	245983	0.0016	299491	0.0014	36397	0.0002
'03	Pescados y crustáceos, moluscos y otros invertebrados acuáticos	96426	0.001	195062	0.0012	132091	0.0006	63115	0.0003
'04	Leche y productos lácteos; huevos de ave; miel natural;	230613	0.002	391403	0.0025	535946	0.0025	120708	0.0006
'05	Los demás produc. Deorig .animal, no comprendidos en otros capítulos	376	0.000	765	0.0000	2317	0.0000	1742	0.0000
'06	Plantas vivas y productos de la floricultura	2494	0.000	4764	0.0000	2503	0.0000	1256	0.0000
'07	Legumbres y hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	60644	0.001	159322	0.0010	179837	0.0008	72361	0.0004
'08	Frutos comestibles; cortezas de agrios o de melones	78363	0.001	310115	0.0020	315667	0.0015	92757	0.0005
'09	Café, té, yerba mate y especias	198889	0.002	328977	0.0021	347032	0.0016	113905	0.0006
'10	Cereales	83739	0.001	1009291	0.0064	1122953	0.0052	138377	0.0007
	NOTA: el mismo procedimiento para las 97 líneas.								
Código	Descripción del producto	2009	Peau	2010	Peau	2011	Peau	2012	Peau

Fuente: Trademap Center

Elaboración La Autora

Anexo 12

Datos Generales de los Informantes

VARIABLE	(f)	(%)
Sexo		
Hombres	99	78.0
Mujeres	28	22.0
Edad		
20-30	12	9.4
31-40	41	32.3
41-50	52	40.9
51- a más	22	7.3
Nacionalidad		
Ecuatoriana	111	87.4
Extranjera	16	12.6
Nivel de Instrucción		
primaria	0	0.0
secundaria	6	4.7
superior	58	45.7
cuarto nivel	63	49.6
Cargo empresarial		
Gerente/representante	106	83.5
secretario/contador	21	16.5

Fuente: Encuesta aplicada a empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los EAU.

Elaboración: La Autora

Anexo 13

Cargo empresarial y nacionalidad de accionistas de empresas extranjeras

Nº	Empresa	Cargo empresarial	Nacionalidad
1	AGRICOLA AGRONATURA S.A.	Gerente	colombiana
2	AGROSERVICIOS ANDINOS CAMACHO CIA. LTDA.	Gerente General	colombiana
3	ALKAVAT CIA. LTDA.	Gerente General	chilena
4	ANDES PETROLEUM Ecuatoriana LTD.	Administrador	China
5	BAKER HUGHES INTERNATIONAL BRANCHES, INC.	Gerente	colombiana
6	BELLARO S.A.	Gerente General	estadounidense
7	BGP Ecuatoriana CO. S.A.	Subgerente	China
8	EMIHANA CIA.LTDA.	Gerente General	colombiana
9	FLORELOY S.A.	Gerente General	colombiana
10	FLORES DEL COTACACHI FLORECOT S.A.	Presidente	argentina
11	GREENAGRO S.A.	Gerente General	argentina
12	KING FLOWERS S.A.	Representante	rusa
13	MAXIROSES S.A.	Gerente General	Francesa
14	OLIMPOFLOWERS CIA. LTDA.	Gerente General	Colombiana
15	ROSAS DEL COTOPAXI, COMPAÑIA LTDA.	Gerente General	Árabe
16	SAPPHIREFARMS	Gerente General	Alemana
17	ADIALPETRO PETROLEUM SERVICES CIA.LDA.	Accionistas	extranjera ²¹
18	FLORES DE MACHACHI	Accionistas	extranjera
19	HALLIBURTON LATIN AMERICA S.A.	Accionistas	extranjera
20	KING FLOWERS S.A.	Representante	rusa
21	LOVEROSES S.A.	Accionistas	extranjera
22	QUALITY SERVICE S.A. – QUALISA	Accionistas	extranjera
23	ROSAPRIMA CIA. LTDA.	Accionistas	extranjera
24	WEATHERFORD SOUTH AMERICA INC.	Accionistas	extranjera
25	ZAPAD VOSTOK EXPORTACIONES CIA. LTDA.	Accionistas	extranjera

Fuente: Encuesta aplicada a empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los EAU.

Elaboración: La Autora

²¹País de origen de los accionistas no disponible, ya que los informantes (secretaria/o contadores) la desconocían

Anexo 14

Motivos de exportación hacia los EAU

Motivo	(f)	(%)
Demanda de bienes	30	24
Fácil acceso	24	19
Por su estabilidad económica	23	18
Oportunidades comerciales	16	13
Aceptación de productos	14	11
Alianza con empresas	14	11
Precios	3	2
Posibilidad de competir	2	2
Expandir su mercado	1	1
Total	127	100

Fuente: Encuesta aplicada a empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los EAU.

Elaboración: La Autora

Anexo 15

Empresas que han exportado hacia EAU durante todo el periodo estudiado

EMPRESA
AGROCOEX AGROPROMOTORA DEL COTOPAXI
AGROGANADERA ESPINOSA CHIRIBOGA S.A.
ALKAVAT CIA. LTDA.
DENMAR SA
FLEURO S.A. FLEUROSA
FLORES DE MONICA FLORM CIA. LTDA.
FLORES DEL COTOPAXI S.A.
FLORICOLA LA ROSALEDA S.A. FLOROSAL
FLORISOL CIA. LTDA.
FLOWER VILLAGE CIA. LTDA.
FLOWERFEST S.A.
GALAPAGOS FLORESGALAFLOR
GREENAGRO S.A.
GUANGUILQUI-AGRO INDUSTRIAL S.A.GUAISA
GYPSOPHILIA DE LA MONTANA S.A.
INGUEZA ROSES CIA. LTDA.
JARDINES PIAVERI CIA.LTDA
ROYAL FLOWERS S.A.

Fuente: Encuesta aplicada a empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los EAU.

Elaboración: La Autora.

Anexo 16

Participación de la partida plantas vivas y productos de floricultura en las exportaciones totales del Ecuador hacia los EAU (enero 2009- junio 2013)

Producto	2009		2010		2011		2012		2013	
	valor	%								
Plantas vivas y productos de la floricultura	340	14	347	15	290	7	406	11	442	21
Todos los productos	2347	100	50959	100	4403	100	4887	100	2081	100

Fuente: Trademap y Banco Central del Ecuador

Elaboración: La Autora

Anexo 17

Exportaciones de plantas vivas y productos de floricultura de las empresas de Quito hacia los EAU (enero 2009- junio 2013)

Año	toneladas	dólares	% en las Xt ecu
2009	36	168	50
2010	42	202	58
2011	28	112	39
2012	46	227	56
2013	56	227	51

Fuente: Trademap y Banco Central del Ecuador

Elaboración: La Autora

Anexo 18

Tasa de crecimiento de las ventas (anual)

Año	Ventas	TC	Fórmula
2009	175	—	—
2010	207	18	$TC=(t_{10}-t_{09})/t_{09}*100$
2011	124	-40	$TC=(t_{11}-t_{10})/t_{10}*100$
2012	229	85	$TC=(t_{12}-t_{11})/t_{11}*100$
2013	290	26	$TC=(t_{13}-t_{12})/t_{12}*100$

Fuente: Trademap y Banco Central del Ecuador

Elaboración: La Autora

Anexo 19

Participación de la partida plantas frutos comestibles en las exportaciones totales del Ecuador hacia los EAU (enero-junio 2013)

Producto	2013	
	valor exportado por Ecuador	%
Frutos comestibles	717	34
Todos los productos	2081	100

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: La Autora

Anexo 20

Número y tasa de crecimiento de las empresas que comercializan hacia los EAU en cada año

Perdurabilidad de las empresas			
Año	(f)	%	TC
2009	73	57	
2010	66	52	-10
2011	48	38	-27
2012	59	46	23
2013	66	52	12
Total	127	100	-2

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: La Autora

Anexo 21

Cálculo de tasas de crecimiento de utilidades (anual)

Año	U. no petroleras	U. Totales	%	TCnp	TC	fórmula
2009	24,292,621	180,094,411	13	—	—	—
2010	25,822,472	224,654,110	11	6	25	$TC=(t10-t09)/t09*100$
2011	38,068,638	466,646,814	8	47	108	$TC=(t11-t10)/t10*100$
2012	44,253,406	423,015,086	10	16	-9	$TC=(t12-t11)/t11*100$
2013	14,965,983	30,703,529	49	-66	-93	$TC=(t13-t12)/t12*100$

Fuente: Encuesta aplicada a empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los EAU.

Elaboración: La Autora

Anexo 22

Cálculo de tasas de crecimiento de utilidades (año base-2009)

Año	U. no petroleras	U. Totales	TCnp	TCT	fórmula
2009	24,292,621	180,094,411	—	—	—
2010	25,822,472	224,654,110	6	25	$TC=(t_{10}-t_{09})/t_{09}*100$
2011	38,068,638	466,646,814	57	159	$TC=(t_{11}-t_{09})/t_{09}*100$
2012	44,253,406	423,015,086	82	135	$TC=(t_{12}-t_{09})/t_{09}*100$
2013	14,965,983	30,703,529	-38	-83	$TC=(t_{13}-t_{09})/t_{09}*100$

Fuente: Encuesta aplicada a empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los EAU.

Elaboración: La Autora

Anexo 23

Cargos administrativo al inicio de la actividad comercial con los EAU y actualmente, desagregados por años

Cargos Administrativos			
Año	(f)	al inicio	actualmente
1998	1	3	13
2000	3	15	41
2001	2	27	68
2004	1	16	8
2005	3	26	30
2006	7	99	121
2007	6	52	83
2008	13	147	194
2009	47	637	767
2010	9	157	218
2011	16	201	238
2012	14	161	183
2013	5	81	81
Total	127	1622	2045

Fuente: Encuesta aplicada a empresas de la ciudad de Quito que exportan hacia los EAU.

Elaboración: La Autora

Anexo 24

Principales categorías de consumo de los Emiratos Árabes Unidos.

Consumo en EAU (Millones de USD)					
Categoría	2009	2010	2011	2012	2013*
Alimentos y bebidas no alcohólicas	20,933	21,592	23,875	25,255	26,396
Bebidas alcohólicas y tabaco	325	329	363	382	397
Ropa y calzado	10,806	11,147	12,397	13,198	13,890
Vivienda	58,582	61,034	68,124	72,936	77,220
Artículos y servicios para el hogar	6,005	6,122	6,767	7,139	7,440
Productos de salud y servicios médicos	2,182	2,290	2,565	2,760	2,937
Transporte	14,005	14,387	15,938	16,883	17,675
Comunicaciones	9,786	10,361	11,828	13,007	14,156
Recreación y ocio	3,173	3,299	3,685	3,947	4,180
Educación	4,148	4,337	4,855	5,218	5,547
Hoteles y catering	6,738	7,060	7,903	8,497	9,036
Bienes y servicios varios	6,403	6,642	7,403	7,906	8,349
CONSUMO PRIVADO	143,085	148,599	165,702	177,125	187,221

Fuente: Euromonitor International

Elaboración: PROMPERU *Estimaciones

ÍNDICE

CARATULA	I
CERTIFICACIÓN	II
AUTORÍA.....	III
CARTA DE AUTORIZACIÓN	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTOS	VI
1. TÍTULO.....	1
2. RESUMEN	2
3. INTRODUCCIÓN	4
4. REVISIÓN DE LITERATURA	4
4.1. ANTECEDENTES	8
4.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	9
4.2.1. GENERALIDADES DEL ECUADOR	9
4.2.1.1. COMERCIO EXTERIOR DEL ECUADOR	10
4.2.2. GENERALIDADES DEL LOS EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	14
4.2.2.1. COMERCIO EXTERIOR DE LOS EMIRATOS ÁRABES UNIDOS.....	14
4.2.3. COMERCIO BINACIONAL ENTRE ECUADOR Y EMIRATOS ÁRABES UNIDOS (EAU)	15
4.2.4. COMERCIO INTERNACIONAL	17
4.2.4.1. Definición	17
4.2.4.2. Teoría Mercantilista	18
4.2.4.3. Teoría de la ventaja absoluta y la ventaja comparativa	18
4.2.4.4. El comercio intraindustrial y entre países similares	19
4.2.4.5. Política Comercial de los países en vías de desarrollo	20
4.2.4.6. Política Comercial de América Latina: Estructuralismo y Neo- estructuralismo.....	23
4.2.4.7. Política comercial del Ecuador.....	25
4.2.4.8. Teoría del Nuevo Comercio y Geografía Económica: Economías de escala y diferenciación de productos	26
4.2.5. DINAMISMO COMERCIAL.....	28
4.2.5.1. Índice de Concentración / Diversificación (Herfindahl -Hirschmann).....	28
4.2.5.2. Índice de Balassa	28
4.2.5.3. Índice de Krugman.....	29
4.2.6. CRECIMIENTO EMPRESARIAL	29
4.2.6.1. Definición	29
4.2.6.2. Medición del crecimiento empresarial.....	30
4.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	31
5. MATERIALES Y MÉTODOS	34
5.1. MATERIALES	34
5.2. MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	34
5.2.1. INDUCTIVO.....	34
5.2.2. DEDUCTIVO	34
5.2.3. ANALÍTICO.....	35
5.2.4. SINTÉTICO	35
5.3. POBLACIÓN Y MUESTRA	35
5.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	36

5.4.1. TÉCNICAS.....	36
5.4.1.1. Estadística.....	36
5.4.1.2. Encuesta	38
5.4.2. INSTRUMENTOS	39
5.4.2.1. Instrumentos estadísticos	39
5.4.2.2. Cuestionario	39
6. RESULTADOS	40
6.1. RESULTADOS RESPECTO AL OBJETIVO 1	40
6.1.1. Índice de Herfindahl-Hirschmann (IHH)	40
6.2. RESULTADOS RESPECTO AL OBJETIVO 2.....	44
6.2.1. Índice de Balassa (IB)	44
6.3. RESULTADOS RESPECTO AL OBJETIVO 3.....	46
6.3.1. Índice de Krugman (IK).....	46
6.4. RESULTADOS RESPECTO AL OBJETIVO 4	49
6.4.1. Datos generales de los informantes.....	49
6.4.2. Información General de las Empresas.....	50
6.4.3. Análisis evolutivo de variables de crecimiento empresarial (enero 2009- junio 2013)	54
6.4.3.1. Evolución del crecimiento de las ventas hacia los EAU	54
6.4.3.2. Porcentaje de ventas hacia los EAU con respecto a las ventas totales de las empresas.....	58
6.4.3.3. Evolución de las utilidades totales y no petroleras.	59
6.4.3.4. Evolución del personal ocupado.....	62
6.4.3.5. Evolución de la organización y tamaño dimensional.....	63
7. DISCUSIÓN.....	66
8. CONCLUSIONES.....	75
9. RECOMENDACIONES.....	77
10. BIBLIOGRAFÍA	80
11. ANEXOS.....	82
INDICE.....	140

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Crecimiento del comercio de los países en desarrollo.	22
Gráfico 2: Tendencia del Índice de Herfindahl-Hirschmann	41
Gráfico 3: Importaciones mundiales de los EAU de productos derivados del petróleo valores CIF (2008-2012)	43
Gráfico 4: Participación de los principales productos en las exportaciones totales del Ecuador (enero 2009-junio 2013)	44
Gráfico 5: Evolución del índice de Krugman (2009-2012).....	47
Gráfico 6: Estructura de exportaciones del Ecuador hacia el mundo (2009- 2012)	47
Gráfico 7: Estructura de exportaciones de los Emiratos Árabes Unidos hacia el mundo (2009- 2012).....	48
Gráfico 8: Exportaciones totales de Ecuador y de los Emiratos Árabes Unidos hacia el mundo (2009- 2012).	49
Gráfico 9: Inicio de exportaciones hacia los EAU	51
Gráfico 10: Motivos y herramientas para relacionarse con los EAU	52
Gráfico 11: Principales productos que se envían hacia los EAU	53
Gráfico 12: Diversificación de oferta y razones del por qué no se varía la oferta.	54
Gráfico 13: Variación del volumen de ventas hacia los EAU (comparado) Quito- Ecuador	55
Gráfico 14: Tasa de crecimiento de ventas no petroleras hacia los EAU de las empresas de Quito	56
Gráfico 15: Tasa de crecimiento de ventas no petroleras hacia los EAU de las empresas de Quito.	57
Gráfico 16: Número de empresas que exportan hacia los EAU	58
Gráfico 17: Variación de las utilidades totales y no petroleras (dólares) y su tasa de crecimiento (%).	60
Gráfico 18: Tasa de crecimiento de de las utilidades totales y de las utilidades no petroleras (año base)	61
Gráfico 19: Variación del número de personal y tasa de crecimiento anual	62
Gráfico 20: Tasa de crecimiento de los empleos generados (año base).....	63
Gráfico 21: Evolución y tasa de crecimiento de los cargos administrativos al inicio de la actividad comercial con los EAU y actualmente	64
Gráfico 22: Nivel de instrucción del personal administrativo (porcentajes).....	64
Gráfico 23: Sucursales de las empresas.	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Balanza comercial del Ecuador.....	12
Tabla 2: Balanza Comercial de los Emiratos Árabes Unidos.	14
Tabla 3: Balanza Comercial Bilateral	16
Tabla 4: Aranceles aplicados a productos Ecuatorianos a marzo del 2012.	17
Tabla 5: Materiales de investigación	34
Tabla 6: Número de empresas Exportadoras	35
Tabla 7: Participación de los productos en las exportaciones totales e IHH	42
Tabla 8: Índice de Balassa por productos (enero 2009- junio 2013)	45
Tabla 9: Actividad comercial de las empresas (enero 2009- junio 2013).	50
Tabla 10: Porcentaje de exportación.....	59

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Proyecto de Tesis.....	82
Anexo 2: Parroquias urbanas y administraciones de Quito.	118
Anexo 3: Administraciones y Parroquias urbanas de la ciudad de Quito.....	118
Anexo 4: Balanza comercial del Ecuador desglosada en toneladas métrica y valor USD FOB (en miles)	119
Anexo 5: Países integrantes de la Liga Árabe	120
Anexo 6: La política comercial según la Constitución del Ecuador.....	121
Anexo 7: Política Comercial en el Objetivo 11 del Plan Nacional del Buen Vivir.	123
Anexo 8: Política Comercial en el Objetivo 5 de Plan Nacional de Buen Vivir	124
Anexo 9: Cálculo del índice Herfindahl- Hirschmann 2009.....	125
Anexo 10: Base de datos usada en el cálculo del índice Balassa.....	128
Anexo 11: Cálculo del índice Krugman. Participación de los productos en las exportaciones totales del Ecuador.....	131
Anexo 12: Datos Generales de los Informantes.....	133
Anexo 13: Cargo empresarial y nacionalidad de accionistas de empresas extranjeras.....	134
Anexo 14: Motivos de exportación hacia los EAU	135
Anexo 15: Empresas que han exportado hacia EAU durante todo el periodo estudiado.....	135
Anexo 16: Participación de la partida plantas vivas y productos de floricultura en las exportaciones totales del Ecuador hacia los EAU (enero 2009- junio 2013).....	136
Anexo 17: Exportaciones de plantas vivas y productos de floricultura de las empresas de Quito hacia los EAU (enero 2009- junio 2013).....	136
Anexo 18: Tasa de crecimiento de las ventas (anual)	136
Anexo 19: Participación de la partida plantas frutos comestibles en las exportaciones totales del Ecuador hacia los EAU (enero-junio 2013)	137
Anexo 20: Número y tasa de crecimiento de las empresas que comercializan hacia los EAU en cada año	137
Anexo 21: Cálculo de tasas de crecimiento de utilidades (anual)	137
Anexo 22: Cálculo de tasas de crecimiento de utilidades (año base-2009).....	138
Anexo 23: Cargos administrativo al inicio de la actividad comercial con los EAU y actualmente, desagregados por años	138
Anexo 24: Principales categorías de consumo de los Emiratos Árabes Unidos.....	139