

El pensamiento capitalista ecuatoriano, dimensión comercio ecuatoriano de productos cosméticos

Ecuadorian capitalist thinking, Ecuadorian cosmetic products trade dimension

Jenny Cárdenas Encalada¹, Juan Carlos Estrella Herrera¹ , Sebastián Tito-Tomalá² , Estefany Guerra-Alquinga³ 

¹ Instituto Tecnológico Superior Quito Metropolitano. Carán N3-195 y Calle B (Nueva Tola 2) Quito, Ecuador., jcestrella@itsqmet.edu.ec, jcardenas@itsqmet.edu.ec

Universidad Internacional del Ecuador, Jorge Fernández S/N, Quito 170411. editotito@uide.edu.ec

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Av. Gral. Rumiñahui S/N, Sangolquí 171103. ecguerra1@espe.edu.ec

RESUMEN:

La presente investigación reúne una serie de datos, información y resultados entorno al Pensamiento Capitalista Ecuatoriano, Dimensión Comercio Ecuatoriano de Productos Cosméticos útiles para la creación de nuevas investigaciones, fuentes de consulta y posibles debates. Se analizó a las empresas de dentífricos agrupadas a la Asociación Ecuatorianas de Empresas de Productos Cosméticos e Higiene y Absorbentes bajo la dirección del método científico, conjuntamente se entendió como el país adoptó un cultura consumista, explotación sobre los medios de producción, introducción de las empresas extranjeras y la adopción de nuevas formas de calidad, productividad y ventas. La investigación invita a entender, estudiar y analizar al modelo económico desde una perspectiva nacional y como afecta al comercio de productos cosméticos de pasta dental y además genera un sin número de beneficios, oportunidades e incentiva a la discusión tanto a los participantes como a los lectores.

Palabras clave: capitalismo, medios de producción, cosméticos, gobierno nacional, comercio ecuatoriano.

ÉLITE 2020, VOL. (2). NÚM. (1)
ISSN: 2600-5875

Recibido: 30/10/2019

Revisado: 29/11/2019

Aceptado: 01/02/2020

Publicado: 14/04/2020

ABSTRACT:

The present investigation gathers a series of data, information and results around the Ecuadorian Capitalist Thought, Ecuadorian Trade Dimension of Cosmetic Products useful for the creation of new investigations, sources of consultation and possible debates. It was analyzed the toothpaste companies grouped to the Ecuadorian Association of Cosmetic and Hygienic Products and Absorbents Companies under the direction of the scientific method, jointly understood as the country adopted a consumerist culture, exploitation on the means of production, introduction of foreign companies and the adoption of new forms of quality, productivity and sales. The research invites to understand, study and analyze the economic model from a national perspective and how it affects the trade of cosmetic products of toothpaste and also generates a number of benefits, opportunities and encourages discussion to both participants and readers.

Keywords: Capitalism, Means of Production, Cosmetics, National Government, Ecuadorian Trade

INTRODUCCIÓN:

Todas las industrias que manejan este ideal económico “El Capitalismo” están regidas por la ley de la oferta y la demanda, la interacción del interés individual, los ajustes del precio, el libre intercambio de bienes y servicios, trabajo remunerado y competitividad no obstante este sistema se basa en la explotación a la clase trabajadora y corta todo mecanismo de ahorro.

Los dueños de los medios de producción ganan fuertes sumas de dinero a cambio de la fuerza de trabajo, la persona dueña de la fuerza de trabajo,

debe ofrecerla y venderla como mercancía.

A esto se denomina “Capitalismo”, es una fuente filosófica expuesta por Carlos Marx, la misma empuja al lector a plantearse varias hipótesis sobre el estudio planteado y a corroborar con el mismo por el hecho de enfatizar con las características de esta corriente filosófica defendida y estudiada desde el siglo XVIII.

Esta investigación aterrizada en los productos cosméticos, es su preferencia los dentífricos que son comercializados en el Ecuador por las principales empresas, con este estudio se invita al lector a redescubrir como el capitalismo es una teoría que a pesar de ser conocida hace dos siglos sigue vigente y pelea aun en los mercados, incluso en los productos que no están en la gama de moda, hogar, alimentación y demás.

Poco a poco y con el conocimiento que enfatizaba Marx los lectores darán razón a este pensamiento un tanto olvidado pero utilizado a nivel mundial y que los participantes de mercados económicos lo observan como actividades cotidianas de transacciones.

MARCO CONCEPTUAL:**El Capitalismo:**

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

El trueque se convirtió en el elemento clave para el progreso y bienestar de las comunidades de la mencionada época por la forma de intercambio sin utilizar el dinero. “Con la aparición de las actividades productivas y el sedentarismo es cuando aparece la necesidad del intercambio de productos o trueque, el trueque implica ya el comienzo de concepto precio”. (Ruiz, 2011, p. 11)

Sin embargo, el trueque tuvo dificultades en su tiempo de apogeo porque los bienes no eran correctamente intercambiados con otros tipos de recursos es decir, que el individuo que poseía o fabricaba sandalias y conservaba la necesidad de un pan debía buscar a un panadero que desee intercambiar panes por sandalias, por esta razón las personas buscaron un mejor tipo de cambio o precio por tipos de productos. (Humphrey & Hugh-Jones, 1998)

Sin duda este tipo de actividad abrió las puertas al comercio, los pueblos traficaban unos con otro todo tipo de productos, muchos de ellos con especialización sin embargo para realizar esta actividad tenían que valerse de un precio, un tipo de pago. “Es por ello que se comienzan a utilizar metales preciosos u objetos raros y valiosos como sistema de cambio: desde granos de sal hasta piedras preciosas, pasando por conchas o especias”. (Sigale, 2003, p. 78)

Tras todo este intercambio de bienes surgió la necesidad de crear una moneda. En la antigüedad se conoció un sin número de monedas desde semillas de cacao hasta monedas de metales preciosos como la plata, bronce y el oro y gracias a la moneda el intercambio de bienes

se facilitó y los objetos fueron intercambiados por un justo precio. (Rioja, 2014)

Este tipo de comercio donde un objeto es pagado con un tipo de moneda abrió la puerta a la humanidad para constituir un inteligente método de intercambio de bienes o servicios a nivel mundial donde el precio es el valor referente del mismo y que es regulado por los oferentes y demandantes en un mercado. “Era importante que la moneda fuera divisible, para permitir intercambios pequeños, y que resultara fácil de almacenar y trasladar”. (Savendra, 2004, p. 22)

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

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

Ojeda (2009) afirma:

Europa adquirió un nuevo valor el concepto de riqueza, la identificación “riqueza- bienes” desplazada para ocupar su lugar la relación “riqueza – acumulación de dinero o metales preciosos”

que se obtenían de la circulación y el intercambio de mercaderías. Esta transformación fue posible con el desarrollo comercial en Europa que había dado lugar al surgimiento de un grupo social dedicado exclusivamente a esas actividades: los comerciantes y mercaderes de la Edad Media. (p. 11)

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

Mientras que los campesinos eran las personas encargadas de cultivar las tierras con el fin de proveer de alimentos, todo lo que producían los campesinos era para alimentar a sus señores feudales, en muchos de los casos los señores feudales intercambiaban aquellos productos con otros que necesitaban, finalmente los monjes eran las personas del clero que se pasaban la vida rezando; estos tres grandes grupos jamás se mezclaban entre sí y cada conjunto dependía del otro para sobrevivir. (Riu, 1989)

En aquella época solo los comerciantes eran los que lograban acumular riquezas mientras que las personas de los pueblos y sus familiares poseían recursos muy limitados, estos comerciantes y poco campesinos que escaparon de los feudos pasaron hacer dueños de grandes recursos y se volvieron fuertes en su actividad económica. “El comerciante se volvió poderoso, mientras que el hombre de pueblo tuvo recursos limitados”. (Klaus, 2007, p. 27)

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

El feudalismo gozo de madurez hasta el siglo XI, en los siglos XII al XIII pierde su potencial debido a que las estructuras políticas, sociales y culturales de la edad media, como la monarquía autoritaria, el patriciado urbano y el humanismo no compartieron los mismos fines. “Este sistema se caracterizó por los vínculos de dependencia personal y de una economía basada en el señorío, encabezada por el rey, de quien dependían los vasallos, esta estructura piramidal se encadenaban las dependencias personal hasta llegar a los campesinos.” (Gurtler, 1960, p. 12)

La población de Europa se redujo debido al agotamiento de las tierras de cultivo, la hambruna, las pestes y enfermedades del siglo

XIII. “La mejora de las técnicas agrícolas y el incremento del comercio hizo que la burguesía presionara la apertura económica de los espacios cerrados de las urbes, se redujeran los tributos de peaje y se garantizaran nuevas formas de comercio”. (González, 2011)

En la aludida época los mercaderes llevaban mercancía a los terratenientes, la mercancía eran objetos muy llamativos para los feudales, los señores feudales nunca habían visto dichos objetos, y eso les llamaba mucho la atención, a cambio de esos

objetos los feudales tenían que pagar con cosas de mejor calidad, claro que ellos no lo sabían, gracias a estos intercambios desiguales los mercaderes terminaban ganando grandes cantidad de dinero.

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

El enriquecimiento personal y el rápido crecimiento del comercio dieron inicio al sistema capitalista, las ciudades abrían las puertas al comercio a la libre circulación de mercancías ofreciendo una mejor calidad de vida de sus habitantes y el desarrollo económico de los territorios.

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

Brennr (2000) afirma:

En Inglaterra se genera un cambio de relaciones sociales que dará lugar a los primeros asalariados; este proceso puntual consistió en una lucha de clases entre el campesinado contra los señores. Pero se produjo una alianza entre la nobleza y el rey, con lo que muchos campesinos fueron expulsados de sus tierras. Este hecho fue clave, ya que los campesinos tuvie-

ron la necesidad de salir y vender su fuerza de trabajo, pasando de siervos a asalariados. (p. 11)

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

El capitalismo vivió diversas fases, en su evolución la primera etapa es el capitalismo mercantil, aquel que surgió en la edad media como lo hemos mencionado en toda la reseña histórica expuesta en este documento investigativo, el capitalismo industrial nacido tras la invención de la industrialización o máquinas de vapor y capitalismo actual como un sistema económico poderoso en los países industrializados. (Fernández, Baratech, & Vicente, 1990)

Rayon (2010) afirma:

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

Otros autores consideran y amplían que la característica definitoria del capitalismo es la producción industrial o la producción de nue-

vos objetos en grandes cantidades, donde el trabajo forzoso realizado por los hombres las máquinas de vapor inventadas en la época. Gran Bretaña es la pionera en esta revolución.

Dobb(2005) afirma:

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

Se acepta al capitalismo como un sistema socio-económico en el cual los medios de producción y distribución son de propiedad privada con el objetivo de lucrar, este sistema está basado en los derechos individuales y de la propiedad. “Existe capitalismo dondequiera que se realiza la satisfacción de necesidades de un grupo humano, con carácter lucrativo y por medio de empresas, cualquiera que sea la necesidad de que se trate; especialmente diremos que una explotación racionalmente capitalista”. (Weber, 1978, p. 31)

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

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

Las empresas se han enriquecido por los núcleos de la sociedad, es decir las familias que son las generadoras de la economía en varias ocasiones personas con grandes estudios y poca preparación forman una familia sin conciencia de financiación o acumulación de riquezas provocando que los salarios recibidos por los integrantes de la familia salga para consumir productos que los capitalistas producen y venden en el mercado.

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

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

Teorías del Comercio Internacional

Comercio Internacional

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

Escartín (2009) afirma:

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

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

González (2011) afirma:

Smith sostenía que en la ventaja absoluta, con el libre comercio, cada país podría especializarse en la producción de aquellos bienes en los cuales tuviera una ventaja absoluta (o que

podiera producir de manera más eficiente que otros países) e importar aquellos otros en los que tuviera una desventaja absoluta (o que produjera de manera menos eficiente). (p. 103)

El comercio internacional es una forma de crear vínculos entre clientes y vendedor (empresas y países extranjeros) esta corriente se apoya de las actividades responsables y compartidas entre los dos actores, la misma al genera un intercambio que arroja riquezas por una parte y por la otra satisface necesidades.

Teoría de la Ventaja Comparativa

El autor de esta teoría es David Ricardo, oriundo de Inglaterra cuna del capitalismo, en el siglo XIX tomo sus referidos de Adam Smith con su teoría. David Ricardo menciona que la teoría absoluta es muy general que el mercado internacional también está regido por la diferencia de los costos de trabajo y el costo relación de intercambio entre países los argumentos de esta ley ha permitido argumentar con efectividad las razones del comercio internacional. (Sanjinés, Vargas, & Herrera, 2002)

Los países se especialicen de acuerdo a sus ventajas comparativas donde incurren menores costos de oportunidad frente a los otros países, entendiéndose como costo de oportunidad como aquella otra opción a lo que se renuncia al tomar una decisión. “No es necesario que haya ventaja absoluta en la producción de un bien para que se genere el comercio internacional”. (Luna, 2007, p. 38)

La teoría de la ventaja comparativa encierra un arduo esfuerzo de las masas trabajadoras y el capital de los altos mandos que al crear este

nexo arroja productos con grado de especialización que se venden en los precios módicos siendo así estas empresas competitivas sin embargo con bienes no especializados las empresas obtendrán por importarlos haciendo una cadena denominada comercio internacional.

Teoría de la Combinación de los Factores

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

El trabajo no es único factor de producción en una empresa posee también comprenden: la tierra, el personal y el capital. A pesar que los economistas de ese tiempo expusieron sus ideas, en la actualidad se siguen requiriendo y hablando de estos importantes recursos.

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

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

Teoría de Valor Subjetivo

Esta teoría explica que los valores de los factores de producción de un bien solo expresan el valor objetivo y las personas son las que atribuyen un valor distinto a las cosas cuando ven que ese bien les sirve de una forma en especial. “No existe la valoración objetiva. Siempre será subjetiva, pues resulta de la apreciación personal, arbitraria de uno o algunos sujetos”. (Luna, 2007, p. 40)

La teoría del valor subjetivo, a su vez argumenta que la mercancía o valor de uso puede satisfacer diferentes necesidades humanas de acuerdo con sus características específicas y sus propiedades que la hacen cumplir con el objetivo de satisfacer necesidades humanas. Los bienes útiles para los individuos han cumplido sus respectivas necesidades dando así que los sujetos le otorgan ese valor subjetivo y ellos pagaran lo que sea necesario por obtener dicho bien..

Teoría de la Brecha Tecnológica

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

Jiménez (2013) afirma:

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

productivos aún más nuevos. (p. 12)

La teoría de la brecha tecnológica se ve escasa en la mayoría de países que no han logrado desarrollar, apoyar e invertir en educación para desarrollar tecnología de punta al contrario de las naciones que año tras año enfatizan con políticas agresivas para fomentar una eficiente tecnología y se colocan en pioneros de ventas de la misma.

Teoría Del Deterioro de los Términos del Intercambio

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

Todo lo que expuso el economista dio lugar a numerosos debates y a la creación de varios estudios con sus ideas. “A pesar de que el proteccionismo y las subvenciones de los países desarrollados profundizaban el deterioro de los términos de intercambio. Prebisch pensaba que aunque se eliminara el proteccionismo la tendencia no se eliminaría”. (Astarita, 2000, p. 31)

Esta teoría se basa a una fórmula simple que involucra por un lado a los países sin tecnología, especialización y políticas gubernamentales ineficientes y por el otro a las grandes naciones como las pensadoras y arbitrarias de proponer el precio de las mercancías

internacionales generando una crisis entre las exportaciones e importaciones

por su deterioro injusto de intercambio.

Modelo de la Sustitución de las Importaciones

Este es un modelo económico desarrollado por los gobiernos de los países de Latinoamérica con el fin de reducir el volumen de las importaciones con demanda interna suficiente, esta busca políticas industriales de subsidios, altos aranceles a de importación y crear plantas de bienes sustitutos. “América Latina y el Caribe inauguran el proceso de sustitución de importaciones, siguiendo el ejemplo de Norteamérica, Francia, Alemania, que luego se vierte en el esquema teórico de la CEPAL bajo la lúcida conducción de Raúl Prebisch”. (Santos, 2006, p. 212)

El modelo de la sustitución de las importaciones está en vigencia en el Ecuador desde el gobierno del ex presidente Rafael Correa, este expone: un país exportador únicamente de materias primas necesita producir dentro del territorio nacional los bienes o insumos procesados en otras naciones. Para esto el gobierno debe incentivar a las empresas con créditos de fáciles pagos, crear programas de emprendimiento, becar a los estudiantes en carreras de tecnología, proponer campañas de comprar productos nacionales y enfatizar en medidas proteccionista del comercio internacional.

Teoría macroeconómica keynesiana

Las aportaciones generales a la política económica keynesiana estaban basadas en la variable fundamental que mueve una actividad económica es lo que John Maynard Keynes identificaba.

El Estado puede intervenir para incrementar la

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

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

John Maynard Keynes plantea que la inflación y el desempleo no puede coexistir esta teoría keynesiana funciona perfectamente en los años 1945 hasta 1973. “Keynes fue un economista inglés que impuso una nueva forma de pensar, la economía capitalista instaurando un marco teórico que traería aparejadas renovadas políticas”. (Díaz, 2009, p. 41)

Al aumentar el gasto público a través de la administración pública de los presupuestos generales del estado con el fin de crear más escuelas más hospitales y demás y finalmente fomentar las exportaciones mediante la disminución del tipo de cambio, entendiéndose que la suma de estos factores combatirán el desempleo.

En cambio para combatir la inflación se debía hacer absolutamente todo lo contrario es de-

cir que los factores para que una economía tenga inflación son debido a que los precios suben porque sube la demanda. La teoría macroeconómica Keynesiana explica que al bajar el consumo subiendo los impuestos, baja la inversión subiendo los tipos de interés, disminuyendo el gasto público con la ayuda de las administraciones y promoviendo una elevación del tipo de cambio ayudando a que la masa productiva conserve su empleo y adquiriendo bienes y servicios que pueden ser comprados de acuerdo a su economía familiar.

Teoría de la Integración Económica Mundial

Este modelo se basa en el desarrollo de dos o más naciones que deseen acelerar la liberación recíproca del comercio, generar economías de escala y un progreso conjunto acelerado. “La Teoría de la Integración Económica trata de conocer y comprender los cambios que se producen como consecuencia de la unificación de los mercados de diversos países en sus distintas fases o grados” (Balassa, 1980, p. 234)

Luna (2007) afirma:

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

La teoría de la integración económica mundial se ve afectada por el proteccionismo, especialización y restricciones de comercio internacional esta a su vez afecta a la estructura monetaria mundial que arroja estrategias innovadoras para las empresas del medio, formas inteligentes de reciclaje materiales y materias primas que la tecnología de punta ofrece a las empresas envueltas en este modelo mundial de integración.

Teoría del Ciclo de Vida del Producto Internacional

A mediados de los años sesenta Raymond Vernon expuso dicha teoría, mencionando que la nación que crea un producto cobrara precios relativamente elevados, con el tiempo la demanda es más amplia, esta recoge poder en otros países dando que el producto madure, el mismo se vuelve más estandarizado y con costos más competitivos “Esta teoría es de corto plazo y esencialmente dinámica la duración del liderazgo dependerá del crecimiento de la demanda en los mercados extranjeros” (Luna, 2007, p. 48)

Según este modelo, numerosos bienes pasarían a través de un ciclo a nivel internacional que comprende cuatro etapas a lo largo de su desarrollo como son: introducción, desarrollo, madurez y el declive. Este modelo postula y enfatiza la innovación del producto en todos los países que realizan comercio internacional.

Teoría de la Competitividad

Este modelo fue expuesto por Michael Porter el mismo menciona que la competitividad está determinada por la productividad, definida como el valor del producto generado por una

unidad de trabajo o de capital. La productividad es función de la calidad de los productos (de la que a su vez depende el precio) y de la eficiencia productiva. Por otro lado, la competitividad se presenta en industrias específicas y no en todos los sectores de un país.

Luna (2007) afirma:

En cualquier sector, sea este nacional o internacional se compone de cinco fuerzas competitivas: las amenazas de nuevas incorporaciones, la amenaza de productos o servicios sustitutos, el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación de los compradores, la rivalidad entre competidores existentes. (p. 50)

El profesor Michael Porter menciona en su modelo temas de competitividad con importantes innovaciones como la cadena de valor, el modelo de las cinco fuerzas, los clusters, los grupos estratégicos y los conceptos mismos de ventaja competitiva y estratégica. Siempre desde una orientación competitiva, Porter ha ido colocando cada vez más el foco en el entorno social de compañías y corporaciones.

Teorías de la Belleza, la Estética y la Cosmología

A lo largo de la historia la humanidad ha querido exponer el significado de belleza. “La percepción de belleza tiene más que ver con lo que sostenían los sofistas, cuando aseguraban que algo bello es lo que da placer a la vista y al tacto” (Avila, 2013, p. 22).

Siendo así que cuando Platón hablo de belleza, no se estaba narrando únicamente de aque-

El sentido que tiene la belleza es un mero sentido de placer como cuando se siente un placer egoísta sin embargo no todos los placeres de la vida reflejan belleza. “Todos estaríamos de acuerdo en que sin importar cuánto placer nos comportan cosas como la fama, la salud, la bebida o la comida, éstas no pueden ser consideradas todas ellas como placeres estéticos”. (Kitarō, 1945, p. 101)

Teoría de la Belleza

Henry Rutgers Marshall desarrolló su teoría de la belleza como "placer estable" en la obra *Pain, Pleasure and Aesthetics*, Macmillan, London, 1895, le siguió la obra *Aesthetic Principles*, Macmillan, 1895, y, *The Beautiful*, Macmillan, 1924. Nishida se refiere a la primera de las obras donde Marshall escribió: "Aquellos placeres de los que podemos decir que son estéticos lo son (relativamente hablando) como placenteros permanentemente en la memoria". (Terrada, 2008, p. 62)

Mientras que las sensaciones ordinarias placenteras rápidamente pasan por la saciedad de los apetitos psicológicos, la belleza del arte produce una relativa permanencia o un placer estable que no se sacia cuando se disfruta, como escribe Marshall en 1950. Decimos de un objeto que es bello porque siempre parece producir deleite en la impresión que causa o en la reminiscencia que queda en su contemplación, al observarlo no se tiene más pensamiento que no sea del objeto en cuestión.

Teoría de la Estética

La estética es la disciplina o teoría del arte encargada de estudiar lo que es bello en el arte y en la naturaleza, esta expone las a precesiones de lo que es bello y que posee fealdad.

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

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

Teoría de la Cosmetología

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

Los egipcios se apasionaron de la estética y la belleza. En el año 500 antes de Cristo se encontró en la tumba de sumerios Shub-Ad numerosos utensilios de belleza y tablillas que describían antiguas fórmulas para preparar aceites y ungüentos. “Guardaba cremas de belleza en cajas de malaquita. En su tumba se encontró una concha con un colorante verde que usaba para maquillarse los ojos”. (Roger, 2012, p. 2)

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

En el siglo I en Grecia surge la industria de los productos de belleza, las mujeres matizaban sus rostros con colores blanco, oro y rojo, teñían su cabello y cejas, alargaban sus pestañas y marcaban el contorno de sus ojos con kohl al igual que los antiguos egipcios. En la edad media los cánones de la belleza cambiaron la piel pálida se convirtió en signo de alta sociedad incluso muchas mujeres se provocaban sangrados con el fin de verse pálidas y bellas. (Avila, 2013)

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

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

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

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

Todas las teorías que se propusieron, definieron y comentaron ayudan a que el tema de investigación ofrezca una connotación figurada, coherente, cronológica y valedera de las hipótesis planteadas. Al ser estas enmarcadas e interrelacionadas entre los conceptos y prácticas ofrece al lector y mejor entendimiento del tema investigado.

MÉTODOS:

Exploratoria

Se exploró las condiciones que presenta el objeto de estudio para la realización de la investigación en el ámbito de abordaje (Capitalismo y productos cosméticos), en el lugar definido (empresas de dentífricos), con sus unidades de observación y base para futuras investigaciones sin olvidar que es investi-

gaciones sin olvidar que es investigado por primera vez bajo esta perspectiva.

Descriptiva

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

Enfoque de la investigación

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

Modalidad Básica de la Investigación De Campo

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

Bibliográfico y Documental

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

Diseño apropiado de la Investigación Experimental

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

Población y Muestra

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

- INDUSTRIAS ALES C.A.



- BLENASTOR



- QUALA ECUADOR S.A.



- LAMOSAN.



Recolección de Datos

Técnicas e Instrumentos:

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

Validez y Confiabilidad

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

Plan para el Procesamiento de la Información

- Revisión crítica de la información recogida; es decir limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta, no pertinente.
- Tabulación, cuadros y gráficos según las variables.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS:

Pregunta No.1

Las empresas encuestadas consideran que el mercado de Ecuador es rentable para su empresa en la línea de pasta dental, la pregunta

arrojo los siguientes resultados: solo dos de las empresas (KUALA C.A y PROCOSMÉTICOS) mencionaron siempre, y tres de las empresas (ALES C.A., BLENASTOR y LAMOSAN) respondieron que a veces.

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

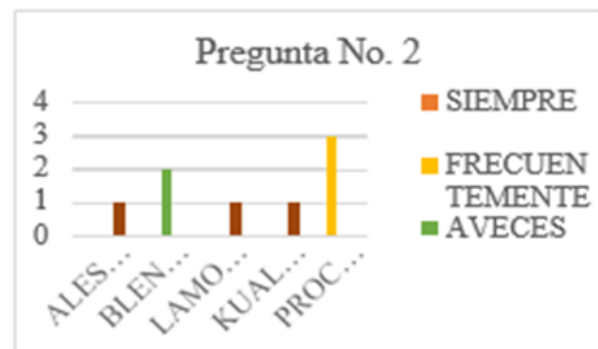


Gráfico 01: Resultado de la encuesta Fuente: Encuesta

Pregunta No. 2

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

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

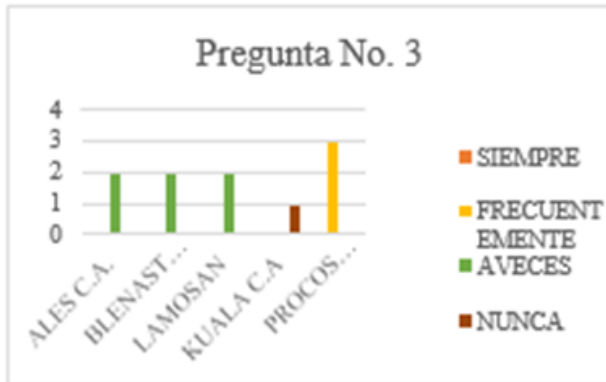


Gráfico 02: Resultado de la encuesta Fuente: Encuesta

Pregunta No. 3

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

Se acepta que la mayoría de las empresas de cosméticos de pasta dental aseveran que solo en ocasiones el Ecuador es un país atractivo para las inversiones extranjeras, debido a que el país sigue fiel en su política de aceptar Inversión Extranjera Directa solo si esos capitales reportan beneficios y en sectores determinados, necesitados de tecnología, capitales, o

de la capacidad de generar impulsos y señales para un determinado sector económico, no obstante la mayoría de las empresas encuestadas son de capital extranjero.

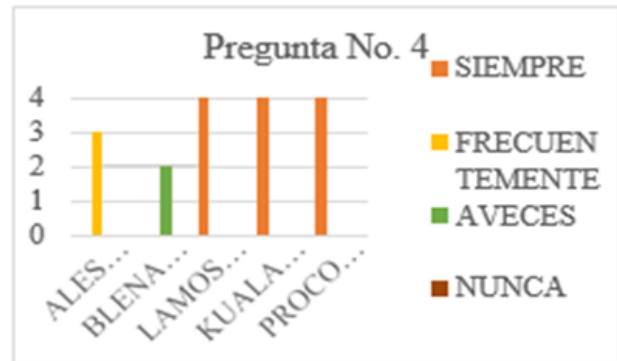


Gráfico 03: Resultado de la encuesta Fuente: Encuesta

Pregunta No. 4

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

Lo que significa que la mayor parte de las empresas de pasta dental meditan y observan al estado ecuatoriano como un ente facilitador de libre comercio entre oferentes y demandantes de pasta dental, todas estas empresas operan bajo la modalidad de un beneficio y satisfacción a los clientes.

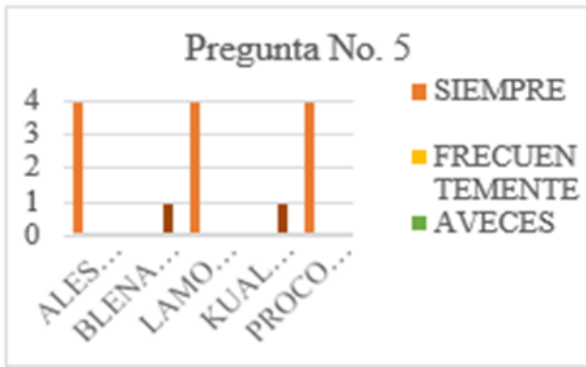


Gráfico 04: Resultado de la encuesta Fuente: Encuesta

Pregunta No. 5

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

Se estima que la colectividad de empresas de cosméticos de pasta dental considera al estado como un facilitador de la autorregulación, las empresas dentales envueltas en el mercado, sus beneficios y la competencia modificar o establecer precios más no el gobierno regula los precios.

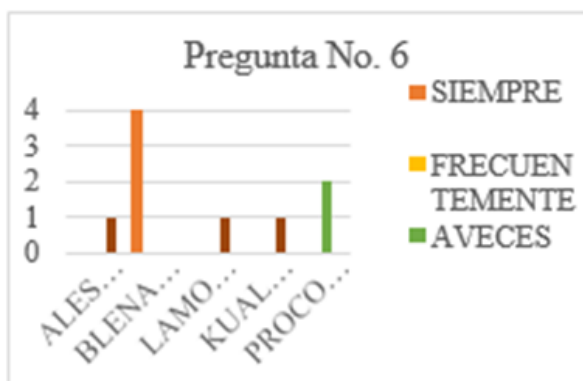


Gráfico 05: Resultado de la encuesta Fuente: Encuesta

Pregunta No. 6

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

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



Gráfico 06: Resultado de la encuesta Fuente: Encuesta

Pregunta No. 7

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

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



Gráfico 07: Resultado de la encuesta Fuente: Encuesta

Pregunta No. 8

Los encuestados reflexionan que el mercado ecuatoriano de pastas dentales tiene una fuerte competencia cuatro de las empresas (ALES

C.A., BLENASTOR y LAMOSAN) consideran que siempre, una empresa (KUALA C.A.) considera a veces y la última empresas (PROCOSMETICOS) consideran frecuentemente.

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



Gráfico 08: Resultado de la encuesta Fuente: Encuesta

Pregunta No. 9

En la siguiente pregunta sobre si el mercado ecuatoriano consume los cosméticos pasta dental por diferenciación del producto, una empresa (KUALA C.A) expresa siempre, dos empresas (LAMOSAN y PROCOSMETICOS)

expresan frecuentemente mientras que solo una empresa (ALES C.A.) expresa a veces y la última empresa (BLENASTOR) expresa nunca.

.En los últimos 5 años el Ecuador se ha calificado como una nación de economía cambiante y que ha generado mercados económicamente más atractivos. Las empresas encuestadas son claros ejemplos de diferenciación del producto porque estimularla mente de sus clientes, distinguen la preferencia del producto y sirven lo mejor al mercado adaptándose a las necesidades de sus clientes con innovación y desarrollo.

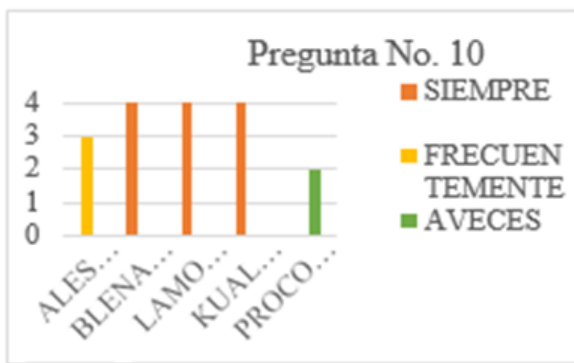


Gráfico 9: Resultado de la encuesta

Fuente: Encuesta

Pregunta No. 10

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

La mayoría de las empresas cree que el Ecuador siempre consume pasta dental por precio debido a que es un bien que cumple o satisface misma

necesidad, generalmente la población ecuatoriana acude al supermercado u otro punto de venta con el fin de comprar la pasta dental más económica sin embargo gracias a la posición de marcas y estrategias de marketing existe segmentos que consume el bien por diferenciación.

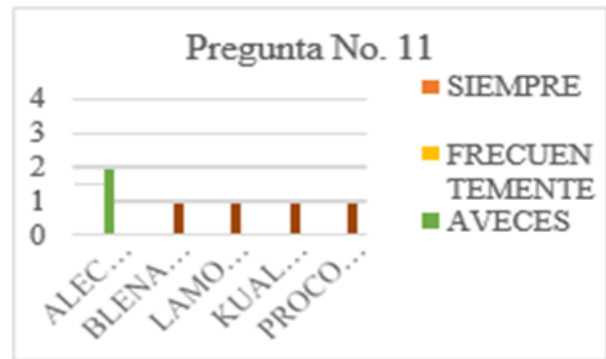


Gráfico 10: Resultado de la encuesta **Fuente:** Encuesta

Pregunta No. 11

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

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

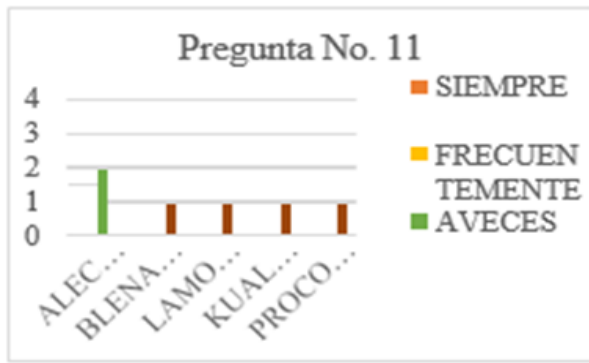


Gráfico 10: Resultado de la encuesta Fuente: Encuesta

Pregunta No. 11

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

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

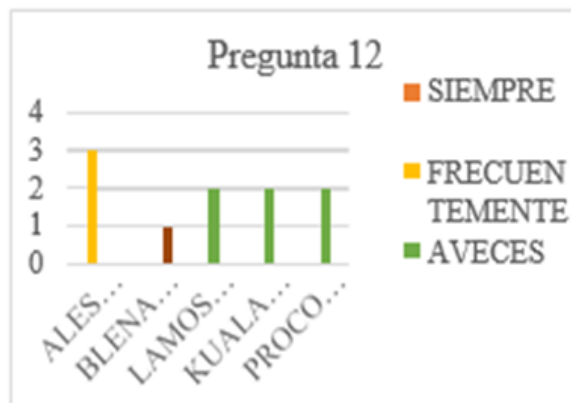


Gráfico 11: Resultado de la encuesta Fuente: Encuesta

Pregunta No. 12

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

Se opina que las empresas encuestadas poseen un grado de inconformidad con el estado ecuatoriano, ellas no observan al gobierno como una herramienta de solución de conflicto, comúnmente el estado ecuatoriano por obligación busca la armonía entre empresas de cosméticos pasta dental.



Gráfico 12: Resultado de la encuesta Fuente: Encuesta

Pregunta No. 13

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

El Ecuador colocó más requerimiento para la importación de productos especialmente a los cosméticos sin embargo para el 2014 Ecuador importó una cantidad en cifras CIF de 4'874.297,66 de la partida arancelaria 3306.90.00.00 perteneciente a la pasta dental revelando que las empresas a pesar de las trabas buscarán mecanismo y resuelven los requisitos con el fin de abastecer el mercado nacional y laborar en el país, el Ecuador está restando competitividad frente a los países de Suramérica sin embargo seguirá fiel a su política de sustitución de importaciones y apoyo a las empresas nacionales.

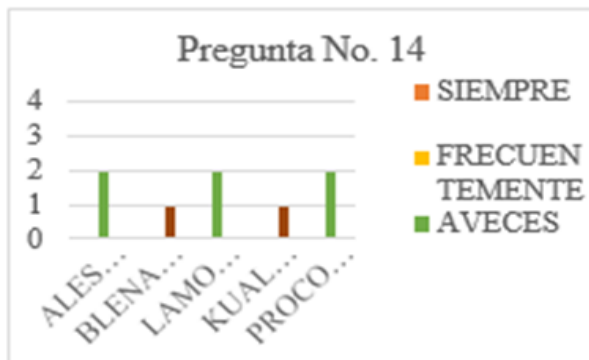


Gráfico 13: Resultado de la encuesta Fuente: Encuesta

Pregunta No. 14

La pregunta menciona si la rotación de compra de la pasta dental es debido al apoyo del gobierno ecuatoriano, tres empresas (ALES C.A., LAMOSAN y PROCOSMETICOS)

manifestaron a veces y la última empresa (BLENASTOR y KUALA C.A) manifestaron que nunca.

Se entiende que la mayoría de las empresas encuestadas exponen que el motivo de las ventas de pasta dental ocasionalmente es gracias al apoyo del gobierno nacional pero la mayoría de las veces otros son los factores que mueven las ventas como son benchmarking, inversión directa, prestigio de la marca, cambios de estrategias y tecnología.

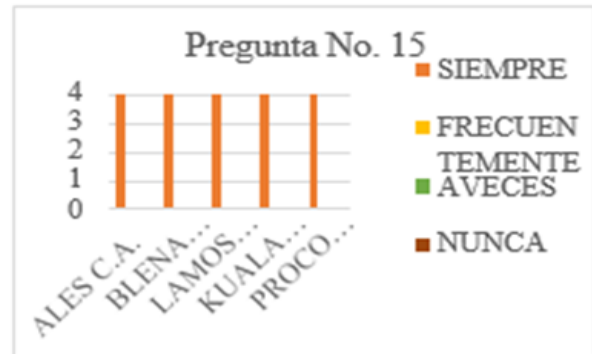


Gráfico 14: Resultado de la encuesta Fuente: Encuesta

Pregunta No. 15

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

haciendo porque es una necesidad personal de higiene y cuidado personal que los ecuatorianos poseen de costumbre.

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

En las encuestas aplicadas a las empresas del cosmético pasta dental en las preguntas 2, 3, 4, 5, 12 y 14 mostraron que el pensamiento capitalista ecuatoriano no es consumista en el producto de pasta dental a pesar que esta es la consecuencia lógica del capitalismo, el Ecuador no es una país atractivo para las inversiones extranjeras directas sin embargo existe en el país IED en sectores que el país necesita y permite, concurre libre interacción de la oferta y la demanda de pasta dental dadas por el productor y consumidor pero en pocas ocasiones el estado es el ente que vela por solucionar conflictos entre las empresas de pasta dental.

Por lo que se deduce que el Pensamiento Capitalista Ecuatoriano es un régimen económico que adopto algunas características capitalistas como es la propiedad privada sobre los medios de producción, empleados libres y asalariados, estado regulador del beneficio de los pobladores y empresas que interactúan en una forma libre de mercado bajo el mecanismo de beneficio y competencia.

Este pensamiento es manejado por los países de mayor desarrollo relativo y propuesto para América Latina, esta alternativa de doble cara busca enriquecer a los hegemónicos países con la explotación de otros, uno de ellos es

Ecuador que se convirtió en un simple proveedor de materias primas.

Estos bienes retornan a pesar de las trabas arancelarias y no arancelarias que el país propuso en el actual gobierno del presidente Rafael Correa Delgado incentiva la industria nacional con el mecanismo de respaldo del Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO que solo ampara a las empresas nacionales a pesar que les falta experiencias, capital y preferencia nacional.

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

Los obreros con la esperanza de un salario digno que alcance para todas las necesidades de la canasta básica son imposibilitados de ahorrar y crear pequeñas empresas domésticas que generen beneficios, y el estado desempeñando un papel de agente conciliador de las clases sociales en aparente equilibrio que al final solo beneficio al bloque dominante.

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

En las encuestas aplicadas a las empresas del cosmético pasta dental en las preguntas 1, 6, 7, 8, 9, 10 y 13 mencionan que comercio ecuatoriano de producto cosmético es dinámico y activo, el Ecuador es un país, que en los últimos 4 o 5 años, refleja una economía muy pujante, lo cual ha llevado a que los mercados

sean económicamente interesantes; esto sumado a que el mercado de cuidado dental es un segmento que no ha crecido y posee poca innovación.

La competencia en este segmento en el mercado ecuatoriano es permanente, la variedad de empresas de pasta dental usualmente viven solo de la producción y comercialización de este cosmético, las empresas no han optado por la diversificación horizontal u holística que les genere mejores beneficios financieros. Las pocas facilidades que comúnmente otorga el estado ecuatoriano canaliza el intercambio de este bien en cualquier punto de venta nacional sin embargo existen trabas en los temas de importación que las empresas eficientemente superan con su cuerpo de empleados, abastecen el mercado satisfacen las necesidades de los consumidores.

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

Discusión

- El Ecuador no es un país capitalista sin embargo posee algunos de las características de este sistema económico como: llevar a cabo la producción e intercambio de bienes o de servicios con el propósito de producir y acumular ganancias u otro beneficio de interés propio con la ayuda del estado como un instru-

mento neutral para velar por los beneficios de las empresas y los pobladores. La presente investigación determinó que el comercio ecuatoriano del producto cosmético de pasta dental es dinámico y activo a pesar de las trabas de importación.

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

- Persona natural o jurídica titular del registro sanitario en calidad de importadores de pasta dental interesados en obtener el NSO necesita realiza una solicitud dirigida a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA suscrita por el solicitante del registro sanitario indicando lo siguiente: nombre del producto, nombre del fabricante, nombre del titular del registro sanitario, número y vigencia del registro sanitario Ecuatoriano, forma farmacéutica, concentración, principio activo. Adjunto a la solicitud deberá presentar la copia del registro sanitario ecuatoriano vigente del producto, comprobante de pago de los derechos correspondientes a la emisión de la copia certificada nombre de ARCSA y acercarse a la ventanilla de Secretaría General de ARCSA para la revisión y recepción de la documentación.
- Los tramites mencionados retrasan circunstancialmente al producto, la presidenta de PROCOSMÉTICOS señala que el NSO toma un lapso de emisión de 2 meses o más por producto provocando que las empresas de cosméticos observen al gobierno como una herramienta poca facilitadora o eficiente del comercio internacional. El tiempo de emisión no es el adecuado para las industrias porque ellas son totalmente dinámicas y que requiere de prontitud y eficacia, sin contar con la corta vida comercial de los cosméticos, la amplia competitividad y las exigencias del consumidor.
- Una semana demora para el sector cosmético, es una gran pérdida, más aún cuando los vecinos países como Colombia en el cual, la NSO se emite automáticamente y se privilegia la vigilancia en el mercado o Perú que la NSO es más económicos y vertiginosa, el Ecuador como miembro de la CAN se queda estancado, restando competitividad y atractivo para la inversión en el sector.
- El gobierno ecuatoriano incentiva a las pequeñas y medianas empresas PYMES con el cambio de la matriz productiva y encargó al Ministerio de Industrias y Productividad Mipro iniciar un trabajo en equipo con el sector cosmético, en temas de identificación de obstáculos para el desarrollo de la industria, incentivos, capacitación, buenas prácticas de manufactura y otros aspectos, inherentes a la industria no obstante la normativa andina de la CAN obliga cumplir con altos estándares de calidad a las empresas, han transcurrido dos años y las pymes aún no están listas para lograr acaparar el mercado, requieren de apoyo gubernamental, en el ámbito económico y así estar a la vanguardia de las grandes empresas.
- Sin ser el Ecuador un país capitalista con el auge del petrolero, de los años 60 y 70, provoco una sociedad consumista; se radicó en el país filiales de poderosos consorcios trasnacionales, la deuda externa, las relaciones de producción indujeron un crecimiento inusual de las fuerzas de productivas y estas a su vez, fa-

- En este proceso emergió una estructura social denominada burguesía y la burguesía monopolista u oligarquía, integrada por unas 100 o 150 familias que, controlando no más de una veintena de grandes grupos económicos, financieros y empresas de la economía del país.
- Esta transformación facilita al Ecuador invertir en electricidad, medios de comunicación, fuerzas armadas, educación, vivienda, salud y más, mientras los trabajadores instalaban fábricas, estas no creaban suficientes empleos, mientras los trabajadores construían hospitales, clínicas, centros de salud ellos y sus familias carecían de atención indispensable, la transformación del boom petrolero solo causo un absurdo crecimiento del país debido a que la riqueza era solo para las familias dueñas de los medios de producción.
- Este auge petrolero endeudo al Ecuador, hasta en los actuales días el país contrae dicha compromiso, las empresas extranjeras transnacionales la mayoría de capitales Estado Unidenses impusieron una cultura materialista importadora de bienes suntuarios manteniendo a la clase trabajadores sin posibilidades del ahorro.
- El actual presente impulso varios ajustes y medidas a la industria nacional frenado todo acto de monopolios y cambiando la matriz productiva consumiendo productos ecuatorianos con el fin de tener un Ecuador más equitativo dejando modelos económicos obsoletos con mejores fuentes de

trabajo y una balanza comercial positiva no obstante la pandemia ha borrado totalmente este esfuerzo del gobierno.

A pesar que el Ecuador ha invertido en el crecimiento de la clases media, reducción de la desigualdad social, aumento del consumo e incentivos y condiciones para el inversionista, la IED inteligente canalización de la inversión extranjeras directa crece y decrece año a año al país por la deficiente infraestructura, inestabilidad política y los elevados costos de los servicios público y el resultado es inversionistas extranjeros no ávidos de hacer negocios con la nación por el riesgo países decir que la inversión no compensa una mayor rentabilidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:**Libros:**

1. Acosta, A. (2006). Breve Historia Económica del Ecuador. Quito: Corporación Editora Nacional.
2. Adorno, T. W. (2004). Teoría estética. Madrid: ALKAL S.A.
3. Aguirre, C. (2013). Crítica del sistema-mundo capitalista. México D.F.: Era S.A.
4. Anda, C. (2005). Estructura socioeconómica de México, 1940-2000. México D.F.: LIMUSA S.A.
5. Aranda, A., Zabalza, I., & Martínez, A. (2006). El análisis del ciclo de vida como herramienta de gestión empresarial. Madrid: Fundación Confemetal.
6. Arias, A. (2011). Arancel de importaciones integrado del Ecuador. Quito: PUDELECO Editores S.A.
7. Armijos, F. (2004). El Virus del Estriado del Banano en plantaciones de Plátano y Banano en Ecuador. Quito: INIAP Archivo Histórico. Astarita, C. (2005). Del feudalismo al capitalismo: Cambio social y política en Castilla y Europa. Valencia: Universidad de Granada.
8. Baca, R. (2009). Pasado y futuro del petróleo en el Ecuador: 25 años de exportación del crudo oriente. Quito: Unidad de Relaciones Institucionales de Petroecuador.
9. Báez, R., Cueva, A., Mejía, L., Moncada, J., Moreno, A., & Velasco, F. (1999). Ecuador, pasado y presente. Quito: LIBRESA.
10. Balassa, B. (1980). Teoría de la integración económica. Madrid: Unión Tipográfica Editorial Hispano-Americana.
11. Bambilra, V. (1999). El capitalismo dependiente latinoamericano. México D.F.: Siglo XXI Editors S.A.
12. Baquero, M., Fernández, G., & Garzón, P. (2004). El Banano en Ecuador: estructura de mercados y formación de precios. Quito: Banco Central del Ecuador.
13. Beardsley, M., & Hospers, J. (1988). Estética: historia y fundamentos. Madrid: Cátedra.
14. Beaud, M. (2013). Historia del capitalismo: de 1500 a nuestros días. Barcelona: Planeta S.A.
15. Becerra, H. (1994). Historia y Economía del Ecuador. Quito: Luis Becerra C.A.
16. Borja, R. (2010). Sociedad Cultura y Derecho. Quito: Planeta del Ecuador S.A. Borón, A. (2003). El capitalismo y las democracias en América Latina. México D.F.: Universidad de la Ciudad de México.
17. Bustelo, F. (1994). Historia económica: introducción a la historia económica mundial. Madrid: Complutense.
18. Carrillo, J., Bialakowsky, A., Partida, R., Antunes, R., Costa, M., Jinking, N., y otros. (2009). Trabajo y capitalismo entre siglos en Latinoamérica. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
19. Chinín, V. (2008). Doctrinas Económicas Antológicas. Loja: Universidad Técnica Particular de Loja.

20. Clauss, C., Vilaseca, O., & Gonzalo, R. (2006). *La Economía Integral: El nuevo paradigma económico*. Buenos Aires: Dunken.
21. Clement, N., & Pool, J. (1999). *Economía Enfoque América Latina*. Bogotá: Nomos S.A.
22. Colomer, J. M. (1987). *El Utilitarismo: Una Teoría De La Elección Racional*. Madrid: Montesinos Editor S.A.
23. Contreras, C. (1990). *El Sector Exportador De Una Economía Colonial La Costa Del Ecuador Entre 1760 Y 1820*. En C. Contreras. Quito: FLACSO.
24. Cueva, A. (2004). *El desarrollo del capitalismo en América Latina*. México D.F.: Editorial Siglo Veintiuno S.A.
25. Estrella, G. (1982). *Historia del Ecuador*. Barcelona: Salvat Editores Ecuatorianos S.A.
- Feo, J. (2005). *Latitudes 7°: geografía de América*. Bogotá: Norma S.A.
26. Fernández, A. (1994). *El banano en Ecuador: cultivo, plagas, enfermedades*. Quito: C & C.
- Fernández, L. S., Baratech, C. E., & Vicente, J. A. (1990). *Historia general de España y América*. Madrid: ESPAÑA.
27. Figueroa, A. (1996). *Teorías económicas del capitalismo*. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.
28. Fischer, S. (2009). *Estado, clases e industria: la emergencia del capitalismo ecuatoriano y los intereses azucareros*. Quito: El Conejo S.A.
29. *Conflictos socio-ambientales y gobernabilidad en la región amazónica*. Quito: Abya-Yala.
30. Fortaine, G. (2004). *Petróleo y desarrollo sostenible en Ecuador: las apuestas*. Quito: FLACSO.
31. Galarza, H. (2000). *Geografía y Económica Universal*. Bogotá: Ariel S.A.
32. Gandarilla, J. (2005). *América Latina en la conformación de la economía-mundo capitalista*. México D.F.: Universidad Nacional Autónoma de México.
33. García, M. (1989). *Conceptos y teorías literarias españolas del siglo XIX*. Madrid: Ingesa Hércules.
34. García, S. (1994). *Teoría económica de la empresa: fundamentos teóricos: teoría institucional*. Madrid: Días de Santos S.A.
- Giordano, E. (2002). *Las guerras del petróleo: geopolítica, economía y conflicto*. Barcelona: Icaria Editorial S.A.
35. Goff, J. L. (2008). *Una larga Edad Media*. Barcelona: Pidos Ibérica, S.A.
36. Gonzáles, R. (2011). *Tendencias y Nuevos Desarrollo de la Teoría Económica. Diferentes Teorías del Comercio Internacional*, México D.F.: Siglo XXI.
- González, P.(2003).
37. *América Latina: América del Sur, Volumen 1*. México D.F.: Siglo XXI.
38. Guamán, V. V. (2002). *Sociales Activo*. Quito: Ediciones Nacionales Unidas.
39. Gurtler, U. d. (1960). *El feudalismo, su origen, sus elementos constitutivos, influencia social*. Madrid: D. F. del Castillo.

40. Harari, R., Korovkin, T., Larrea, C., Martínez, L., & Ortiz, P. (2004). Efectos sociales de la globalización: petróleo, banano y flores en Ecuador. Quito: Editorial Abya Yala.
41. Holguín, R. (2005). Administración Privada y Pública. Guayaquil: Ediciones Holguín S.A.
42. Jaffe, K. (2007). La riqueza de las naciones: una visión interdisciplinaria. Caracas: Equinoccio.
43. anvry, A., & Glikman, P. (1994). Encadenamientos de producción en la economía campesina en el Ecuador. San José: FIDA.
44. Jerez, J. (2011). Comercio Internacional. Madrid: Esic Editorial.
45. Klaus, J. (2007). La riqueza de las naciones: una visión interdisciplinaria. Valle de Sertenejas: Equinoccio.
46. Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). Dirección De Marketing. México D.F.: Pearson Educación.
47. Krugman, P. R., & Wells, R. (2007). Introducción a la Economía. Macroeconomía. Barcelona: Reverté S.A.
48. López, A. (1998). Estética de la creatividad: juego, arte, literatura. Madrid: Rialp S.A.
49. Lubin, D. (1993). Situación y perspectivas de los productos básicos 1992-1993. Italia: Food & Agriculture Org.
50. Luna, L. (2007). Economía Internacional del siglo XXI. Quito: Tinta Fresca.
51. Martínez, A. (2000). Elementos de Economía. Guayaquil: Dimaxi S.A.
52. Martínez, R. (2009). La fuerza de trabajo en el capitalismo mexicano: un ensayo histórico-económico. México D.F.: Hadise.
53. Meléndez, E. S., & Colominas, C. H. (2000). Oferta y demanda de cualificaciones profesionales en el mercado de trabajo. Barcelona: Publicación Barcelona.
54. Mestanza, S., & Mite, F. (1993). Como Fertilizar Banano En El Ecuador. Quito: INIAP Archivo Histórico.
55. Meza, R. (2006). Ciencias Sociales. Quito: Ediciem.
56. Moncada, J. (1982). Capitalismo y Subdesarrollo Ecuatoriano en el siglo XX. Quito: Departamento de Cultura y Difusión de la Universidad Central.
57. Moncada, J. (1990). En Busca de una Alternativa para América Latina. Cuenca: Departamento de Publicaciones Facultad de Economía.
58. Montalvo, C. (2008). Sin embargo de descender la producción, su venta constituyó un importante rubro de ingresos para el país. Iowa State: Ames IA 500 11 USA.
59. Moreno, A. (1999). La nueva Crisis del Capitalismo Ecuatoriano. Quito: Editores de la Universidad Central.

60. Narvaez, I. (2009). *Petróleo y poder: el colapso de un lugar singular: Yasuní*. Quito: FLACSO & GTZ.
61. Navalpotro, J., Unamuno, J. d., & Cáceres, J. (2003). *Teorías y modelos macroeconómicos*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
62. OCÉANO. (1999). *Enciclopedia del Ecuador*. Barcelona: MMI Océano Grupo Editorial S.A.
63. Ochoa, P. J. (2006). *El Sistema Mundo Capitalista y América Latina*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
64. Orellana, F. (2009). *La industria bananera en el Ecuador*. Virginia: la Universidad de Virginia.
65. Ortiz, J. (1999). *Tecnología y desarrollo económico en la historia contemporánea*. Madrid: Oficina Española de Patentes y marcas.
66. Paillot, J. (1998). *Teoría de la Belleza, con aplicación á la bellas artes*. Milagro: JOSE RIOUS.
67. Palmade, G. (1993). *La época de la burguesía*. México D.F.: Siglo XXI DE ESPAÑA.
68. Polivio, J., & Basantes, N. d. (2003). *Sociales*
69. *Tercer Milenio*. Quito: RADMANDÍ Proyectos Editoriales.
70. Rioja, L. (2014). *La moneda y su historia*. Buenos Aires: Dunken.
71. Riu, M. (1989). *La Alta Edad Media: del siglo V al siglo XII*. Barcelona: Montesinos Editor, S.A.
72. Rodríguez, O. (1993). *La teoría del subdesarrollo de la CEPAL*. México D.F.: SIGLO XXI
73. Rosero, J. (2009). *Un análisis sobre la competitividad del banano ecuatoriano*. Quito: Banco Central del Ecuador, Dirección General de Estudios.
74. S., M. (1984). *La Evolución del Capitalismo ecuatoriano en el último decenio y perspectivas*. Quito: Talleres de la Facultad de Ciencias Económicas.
75. Salazar, F. (2005). *Sociales Activo, Historia Universal y Nacional*. Quito: Ediciones Nacionales Unidas.
76. Salgado, J. G. (2005). *América Latina en la conformación de la economía-mundo capitalista*. Mexico D.F.: Universidad Autónoma de México.
77. Sanjinés, F., Vargas, B., & Herrera, Z. (2002). *Ventajas comparativas y competitivas del comercio regional orureño*. La Paz: Offiset Boliviana Ltda.
78. Sigale, A. C. (2003). *La naturaleza de la riqueza*. Montevideo: 09 4-A.
79. Spencer, M. (1993). *Economía contemporánea*. Barcelona: Reverté S.A. Stewart, I., & García, J. (2008). *Belleza y verdad: Una historia de la simetría*. Barcelona: Crítica S.A.
80. Tatarkiewicz, W. (2004). *Historia de la estética III: La estética moderna, 1400-1700*. Madrid: Akal S.A.
81. Terrada, M. J. (2008). *Introducción a la historia de las ideas estéticas: La antigüedad*. Valencia: Universidad de Valencia.
82. Torres, K. (2011). *Historia Económica del Ecuador. En Evolución de la Economía del Ecuador*. Quito: DEV AP&P.

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

84. Verdesoto, L. (1999). La Investigación sobre Gobierno y Política en el Ecuador Contemporáneo. Quito: Editores FIDES. Vidal, J. (2004). Lecciones sobre capitalismo y desarrollo. Barcelona: Universidad de Barcelona.

85. Wallerstein, I. M. (2004). Capitalismo histórico y movimientos anti sistémicos. Madrid: Akal S.A.

86. Wilhelm, F. (2004). Estética y teoría de las artes. Madrid: TECNOS.

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

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

Páginas Web:

- Alarcón, O. (2005). Las exportaciones del banano ecuatoriano en el contexto de las exportaciones mundiales de banano: un análisis estadístico. Obtenido de <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/5714>
- Astarita, R. (2000). Instituto Para el Desarrollo Económico. Obtenido de Deterioro de los términos de intercambio: cuestiones desde la teoría del valor: <http://www.rolandoastarita.com/dt.Deterioro terminosdeintercambioNUEVO.htm>
- Avila, R. (13 de Febrero de 2013). La belleza para Platón. Obtenido de <http://filosofia.laguia2000.com/filosofia-griega/labelleza-para-platon>
- Brenner Nicolás. (2000). La Transición del Feudalismo al Capitalismo. Obtenido de TARINGA: <http://www.taringa.net/post/apuntes-y-monografias/9857671/La-Transicion-del-Feudalismo-al-Capitalismo.html>
- Díaz, P. (mayo de 2009). Teoría Keynesiana. Obtenido de Teoría Keynesiana: <http://www.zonaeconomica.com/teoria-keynesiana>
- Dobb, M. (2005). Estudios sobre el desarrollo del capitalismo. México D.F.: Siglo XXI Editores Argentinos.
- Economía General.(2012).Historia del Comercio. Recuperado el 2015, de <http://economiaes.com/comercio/historia-del-comercio.html>
- Eiroa, J. (2006). Nociones de Prehistoria general. Barcelona: Ariel S.A.

- Enciclopedia Virtual. (04 de Noviembre de 2007). eumed.net. Obtenido de Teoría de la Integración Económica:
- <http://www.eumed.net/cursecon/17/teoria-integracion.htm>
- Escartín, E.(diciembre de 2009). El mercantilismo I Primeras Manifestaciones. Obtenido de [http://personal.us.es/escartin/Flechas, L. J. \(2004\). Monografías. Recuperado el 3 de Enero de 2015, de http://www.monografias.com/trabajos16/mone da/moneda.shtml](http://personal.us.es/escartin/Flechas, L. J. (2004). Monografías. Recuperado el 3 de Enero de 2015, de http://www.monografias.com/trabajos16/mone da/moneda.shtml)
- Jiménez, M. (17 de Septiembre de 2013). Teoría de la Brecha Tecnológica. Obtenido de Scrib: <http://es.scribd.com/doc/168939266/Teoria-de-La-Brecha-Tecnologica#scribd>
- Kitarō, N. (1945). Una Explicación De La Belleza. Obtenido de http://www.ub.edu/las_nubes/archivo/dos/Nubes%20y%20claros%20articulos/BI%20NO%20S ETSUMEI_wps.pdf
- López, A. (1991). Estética. Filosofía. Obtenido De Belleza; Arte.: http://www.mercaba.org/Rialp/E/estetica_filosofia.htm
- Ministerio de Educación. (2000). El Feudalismo. Recuperado el Enero de 2015, de <http://escritorioalumnos.educ.ar/datos/recursos/pdf/historia/feudalismo.pdf>
- Ojeda, A. (2009). La Historia Del Mundo Contemporáneo. Obtenido de Liceo de Punta del Este: <http://webdehistoria.blogspot.com/2009/07/politica-economica-espanola-durante-los.html>
- Poranecacao. (8 de Octubre de 2014). Los ‘booms’ en perspectiva: cacao y banano del Ecuador. Obtenido de <http://www.anecacao.com/es/los-booms-enperspectiva-cacao-y-banano-del-ecuador/>
- Quimi, V. (1984). Diez Años De Investigación En Banano Y El Aporte Tecnológico Del Iniap. Quito: INIAP Archivo Histórico. Rayón, A. (5 de Julio de 2010). El nacimiento del Capitalismo. Obtenido de <https://alexrayon.wordpress.com/2010/07/05/el-nacimiento-del-capitalismo/>
- Revista de las Revoluciones Industriales.(2000). Revolución Industrial. Obtenido de http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fperseo.sabuco.com%2Fhistoria%2Frevolucionesindustriales.pdf&ei=yeirVP20NsyfgwSlxIHwBw&usq=A FQjCNFHlIageE5_N--dgiMb3XMe-QA0b2g&bvm=bv.82001339,d.eXY

- Roger. (17 de Noviembre de 2012). Historia de la cosmética: Prehistoria, Babilonia y Egipto. Obtenido de <http://rogersentiryser.com/historiade-la-cosmetica-prehistoria-babilonia-y-egipto/>
- Ruiz, J. M. (11 de Marzo de 2011). Blog de José Miguel Ruiz. Recuperado el 03 de Enero de 2015, de Evolución del Trueque: [http://www.josemiruiz.com/2011/03/evoluciondel-trueque-del-canje-de-sal-al-intercambio-desofas/Santos, E.\(2006\). El Proceso de Sustitución de las Importaciones. Obtenido de <http://www.afese.com/img/revistas/revista52/sustitucionimp.pdf>](http://www.josemiruiz.com/2011/03/evoluciondel-trueque-del-canje-de-sal-al-intercambio-desofas/Santos, E.(2006). El Proceso de Sustitución de las Importaciones. Obtenido de http://www.afese.com/img/revistas/revista52/sustitucionimp.pdf)
- Schmid, P. (Abril de 2013). ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS DEL CACAO ECUATORIANO Y PROPUESTA DE INDUSTRIALIZACIÓN LOCAL. Obtenido de <http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/29/1/T-UIDE-0002.pdf>
- Weber, M. (1978). Concepto y premisas del Capitalismo. Obtenido de http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ual.es%2Fpersonal%2Fcaranda%2FMax-Weber.pdf&ei=7_yrVL7DHZLOgwT7n4PA Dg&usg=AFQjCNEAZah56UgHqOERVnAA5QLoNJAGbg