

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,  
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL  
INTERNACIONAL**

Tema: “Oferta Exportable ecuatoriana en el mercado de Brasil en base a la Preferencia Arancelaria Regional y la Competitividad en la Comunidad Andina”

Trabajo de titulación previa la obtención del  
Título de Licenciado en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional

AUTOR: Henry Alexander Pozo Córdova

TUTOR: MSc. Caza Guevara José Edison

Tulcán, 2021

## **CERTIFICADO JURADO EXAMINADOR**

Certificamos que el estudiante Henry Alexander Pozo Córdova con el número de cédula 040184551-6 ha elaborado el trabajo de titulación: “Oferta Exportable ecuatoriana en el mercado de Brasil en base a la Preferencia Arancelaria Regional y la Competitividad en la Comunidad Andina”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de Titulación, Sustentación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizamos la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.



Firmado electrónicamente por:  
**JOSE EDISON  
CAZA GUEVARA**

f.....

**MSc. Caza Guevara José Edison  
TUTOR**

**GERMAN  
GEORING RUIZ  
RIVADENEIRA**  
Firmado digitalmente  
por GERMAN GEORING  
RUIZ RIVADENEIRA  
Fecha: 2021.03.31  
19:23:09 -05'00'

f.....

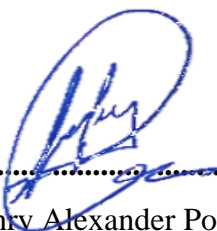
**MSc. Ruiz Rivadeneira Germán Georing  
LECTOR**

Tulcán, abril de 2021

## AUTORÍA DE TRABAJO

El presente trabajo de titulación constituye requisito previo para la obtención del título de **Licenciado** en la Carrera de comercio exterior y negociación comercial internacional de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Yo, Henry Alexander Pozo Córdova con cédula de identidad número 040184551-6 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f.....  


Henry Alexander Pozo Córdova

AUTOR

Tulcán, abril de 2021

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Henry Alexander Pozo Córdova declaro ser autor/a de los criterios emitidos en el trabajo de investigación: “Oferta Exportable ecuatoriana en el mercado de Brasil en base a la Preferencia Arancelaria Regional y la Competitividad en la Comunidad Andina” y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.



f.....

Henry Alexander Pozo Córdova

AUTOR

Tulcán, abril de 2021

## DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres; Luis Pozo y Ximena Córdova por el apoyo, por su paciencia, su trabajo y sacrificio diario además de su amor incondicional durante toda la vida, siendo el pilar fundamental de todos mis logros, enseñándome desde pequeño a trabajar por cada uno de mis sueños, me siento muy orgulloso de tenerlos como mis padres mejores que ustedes no pude haber tenido.

A mis hermanos Mirian y Ronal, a mi sobrino Mathias por su cariño, por estar siempre ahí apoyándome en cada momento espero influir de manera positiva para ellos. A mis abuelitos Olmedo, Rosa, Gustavo y Zoila quienes, con sus palabras de aliento, sus consejos y sobre todo sus vivencias hicieron de mi mejor persona.

A toda mi familia por su apoyo moral y sus consejos en cada una de las etapas de mi vida enseñándome que cada sueño, cada meta que me he planteado siempre la cumpliré con esfuerzo, dedicación y disciplina. Especialmente a una persona muy especial para mí, Mariuxi que durante estos últimos años le ha dado un giro positivo a mi vida, gracias por su apoyo incondicional, por sus consejos y sobre todo por su ejemplo que me ha permitido día a día seguir superándome.

Finalmente, a mis compañeros de aula quienes compartimos durante todo este tiempo buenos y malos momentos, a mi grupito de trabajo por tenerme paciencia en mis locuras y sobre todo por estar ahí en los mejores y en las peores circunstancias.

## **AGRADECIMIENTO**

Al terminar este trabajo quiero agradecer principalmente a Dios, a la Virgencita de la Paz por bendecirme, guiarme y darme fortaleza en los momentos más difíciles que he tenido que pasar a lo largo de mi formación académica siendo uno de los sueños más importantes de mi vida, a mis padres quienes han depositado toda la confianza y sobre todo han creído en todas mis capacidades, sido los causantes de todas mis metas con sus valores y principios que me han inculcado durante toda la vida.

A la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, a la Carrera de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional y sobre todo a todos los docentes por su paciencia sus consejos profesionales, académicos y personales que ha permitido desarrollar aptitudes y capacidades que permitirá desenvolver a lo largo de mi vida y en el campo laboral.

Agradezco especialmente a mi asesor de tesis, MSc. Caza Guevara José Edison quien a través de su conocimiento y experiencia supo darle un lineamiento al trabajo de investigación, además de sus consejos, sus palabras de ánimos para no decaer en ningún momento permitieron concluir satisfactoriamente.

# ÍNDICE

I. PROBLEMA.....	18
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	18
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	20
1.3. JUSTIFICACIÓN .....	20
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	21
1.4.1. Objetivo General.....	21
1.4.2. Objetivos Específicos. ....	21
1.4.3. Preguntas de Investigación. ....	21
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	23
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	23
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	35
2.3. MARCO TEÓRICO.....	36
2.3.1. Teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo (1817).....	36
2.3.2. Teoría de la ventaja competitiva de Michael Porter. ....	36
2.3.3. Nueva teoría del comercio internacional.....	37
2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL .....	38
2.4.1. Variable dependiente: Competitividad .....	38
2.4.2. Variable independiente: Oferta exportable.....	40
III. METODOLOGÍA.....	42
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO.....	42
3.1.1. Enfoque.....	42
3.1.2. Tipo de Investigación .....	43
3.1.3. Modalidad.....	44
3.2. HIPÓTESIS O IDEA PARA DEFENDER.....	45

3.3.	DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	46
3.3.1.	Definición de las variables. ....	46
3.3.2.	Operacionalización de las variables. ....	47
3.4.	MÉTODOS UTILIZADOS .....	49
3.4.1.	Método no experimental.....	49
3.4.2.	Método analítico.....	49
3.4.3.	Método sistemático.....	50
3.5.	TÉCNICAS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS.....	50
3.6.	ANÁLISIS ESTADÍSTICO.....	50
3.6.1.	Población y muestra.....	51
IV.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	52
4.1.	RESULTADOS.....	52
4.1.1.	Exportaciones e importaciones totales de países miembros de la CAN hacia el mundo. 52	
4.1.2.	Exportaciones e importaciones totales de la CAN hacia el mundo.....	63
4.1.3.	Exportaciones e importaciones totales de cada país miembros de la CAN hacia el mercado brasileño.....	65
4.1.4.	Saldo comercial de los países miembros de la CAN .....	80
4.1.5.	Análisis de los productos estrella de los países miembros de la CAN a Brasil.....	85
4.1.6.	Pilares de la competitividad.....	99
4.1.7.	Facilidad para hacer Negociación.....	108
4.1.8.	Desempeño logístico.....	109
4.2.	DISCUSIÓN .....	110
V.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	114
5.1.	CONCLUSIONES .....	114
5.2.	RECOMENDACIONES.....	115



VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	117
VII. ANEXOS .....	121

### ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 V. Independiente Oferta Exportable .....	47
Tabla 2 V. Dependiente Competitividad .....	48
Tabla 3 Exportaciones de Ecuador (miles de dólares) .....	52
Tabla 4 Importaciones de Ecuador (miles de dólares) .....	53
Tabla 5 Exportaciones de Colombia (miles de dólares) .....	55
Tabla 6 Importaciones de Colombia (miles de dólares) .....	56
Tabla 7 Exportaciones de Perú (miles de dólares) .....	58
Tabla 8 Importaciones de Perú (miles de dólares) .....	59
Tabla 9 Exportaciones de Bolivia (miles de dólares) .....	60
Tabla 10 Importaciones de Bolivia (miles de dólares) .....	61
Tabla 11 Oferta exportable de la CAN (miles de dólares) .....	63
Tabla 12 Importaciones de la CAN (miles de dólares) .....	64
Tabla 13 Ecuador exporta hacia Brasil (miles de dólares) .....	65
Tabla 14 Ecuador importa de Brasil (miles de dólares) .....	67
Tabla 15 Colombia exporta hacia Brasil (miles de dólares) .....	68
Tabla 16 Colombia importa desde Brasil (miles de dólares) .....	70
Tabla 17 Perú exporta hacia Brasil (miles de dólares) .....	72
Tabla 18 Perú importa desde Brasil (miles de dólares) .....	74
Tabla 19 Bolivia exporta hacia Brasil (miles de dólares) .....	76
Tabla 20 Bolivia importa desde Brasil (miles de dólares) .....	78
Tabla 21 Saldo Comercial países miembros de la CAN hacia el mundo (miles de dólares) .....	80
Tabla 22 Saldo comercial Ecuador- Brasil (miles de dólares) .....	82
Tabla 23 Saldo comercial Colombia- Brasil (miles de dólares) .....	82
Tabla 24 Saldo comercial Perú- Brasil (miles de dólares) .....	83
Tabla 25 Saldo comercial Bolivia- Brasil (miles de dólares) .....	84

Tabla 26 Productos estrellas exportados a Brasil.....	85
Tabla 27 Oferta exportable de productos estrella a Brasil (miles de dólares).....	87
Tabla 28 Análisis Horizontal de productos estrella. (miles de dólares).....	88
Tabla 29 Producto: Preparaciones y conservas de pescado (miles de dólares).....	90
Tabla 30 Producto: Plomo en bruto, con antimonio como el otro elemento predominante en peso (miles de dólares).....	90
Tabla 31 Producto: Aceites ligeros y preparaciones, de petróleo o de minerales bituminosos que >= 90% en volumen (miles de dólares).....	91
Tabla 32 Producto: Desperdicios y desechos, de aluminio.....	92
Tabla 33 Producto: Caballa "Scomber scombrus, Scomber australasicus, Scomber japonicus" congelada (miles de dólares).....	93
Tabla 34 Producto: Placas, láminas, hojas y tiras, de polímeros no celulares de propileno y sin esfuerzo, estratificación (miles de dólares).....	94
Tabla 35 Producto: Plata, incl. la plata dorada y la platinada, en bruto, (exc. en polvo) [miles de dólares].....	95
Tabla 36 Producto: Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas (miles de dólares).....	96
Tabla 37 Producto: Artículos de confitería sin cacao, incl. el chocolate blanco [exc. Chicle] (miles de dólares).....	97
Tabla 38 Producto: Aceite de palma y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente (miles de dólares).....	98
Tabla 39 Pilares de la Competitividad de los países miembros de la Comunidad Andina (2019)	99
Tabla 40 Facilidad para hacer Negocios.....	108
Tabla 41 Desempeño logístico.....	109
Tabla 42 Fundamentación Legal.....	121
Tabla 43 Acuerdos Comerciales.....	122
Tabla 44 Exportaciones e importaciones de Ecuador- Brasil.....	123

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Pirámide de Kelsen (fundamentación legal) .....	35
Figura 2 Variable dependiente: Competitividad.....	38
Figura 3 Variable independiente: Oferta exportable .....	40
Figura 4 Saldo Comercial de países de la CAN hacia el mundo .....	80
Figura 5 Saldo comercial Ecuador- Brasil.....	82
Figura 6 Saldo Comercial Colombia- Brasil .....	83
Figura 7 Saldo Comercial Perú- Brasil.....	83
Figura 8 Saldo Comercial Bolivia- Brasil .....	84
Figura 9 Preparaciones y conservas de pescado .....	90
Figura 10 Plomo en bruto con antimonio .....	91
Figura 11 Aceites ligeros y preparaciones de petróleo o de minerales bituminosos .....	92
Figura 12 Desperdicios y desechos de aluminio .....	93
Figura 13 Caballa "Scomber scombrus, Scomber australasicus, Scomber japonicus" congelada	94
Figura 14 Placas, láminas, hojas y tiras, de polímeros no celulares de propileno y sin esfuerzo, estratificación.....	95
Figura 15 Plata, incl. la plata dorada y la platinada, en bruto .....	96
Figura 16 Rosas cortadas para ramos .....	97
Figura 17 Artículos de confitería sin cacao .....	98
Figura 18 Aceite de palma y sus fracciones .....	99
Figura 19 Países miembros de la CAN puntuaciones con relación al Primer Pilar: Instituciones .....	100
Figura 20 Países miembros de la CAN puntuaciones en relación con el Segundo Pilar: Infraestructura.....	101
Figura 21 Países miembros de la CAN puntuaciones con relación al Tercer Pilar: Adopción de Tics .....	102
Figura 22 Países miembros de la CAN puntuaciones con relación al Cuarto Pilar: Estabilidad macroeconómica.....	102
Figura 23 Países miembros de la CAN puntuaciones con relación al Quinto Pilar: Salud .....	103
Figura 24 Países miembros de la CAN puntuaciones con relación al Sexto Pilar: Educación ..	103

Figura 25 Países miembros de la CAN puntuaciones al Séptimo Pilar: Eficiencia del mercado de bienes .....	104
Figura 26 Países miembros de la CAN puntuaciones con relación al Octavo Pilar: Eficiencia del mercado laboral .....	105
Figura 27 Países miembros de la CAN puntuaciones con relación al Noveno Pilar: Sofisticación del mercado financiero .....	105
Figura 28 Países miembros de la CAN puntuaciones con relación al Décimo Pilar: Tamaño del mercado .....	106
Figura 29 Países miembros de la CAN puntuaciones con relación al Décimo primer pilar: Sofisticación empresarial.....	107
Figura 30 Países miembros de la CAN puntuaciones con relación al Décimo segundo Pilar: Innovación .....	107

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Fundamentación Legal.....	121
Anexo 2 Acuerdos Comerciales .....	122
Anexo 3 Oferta Exportable.....	123
Anexo 4 Fichas bibliográficas .....	124
Anexo 5 Acta de sustentación de pre defensa del informe de investigación.....	130
Anexo 6 Abstract.....	131

## RESUMEN

La presente investigación está enfocada en analizar la oferta exportable ecuatoriana en el mercado de Brasil en base a la Preferencia Arancelaria Regional y la competitividad en la Comunidad Andina, se expone la problemáticas que tiene el mercado ecuatoriano como exportador de productos primarios, siendo uno de los países que no utiliza adecuadamente las preferencias arancelarias otorgadas por el Acuerdo Comercial que mantiene con Brasil como es el caso de la Preferencia Arancelaria Regional (PAR), además de ser el único país miembro de la Comunidad Andina que no cuenta con un límite fronterizo con Brasil; situación que incrementa los problemas comerciales.

La metodología que se aplicó en la investigación es cuantitativa y cualitativa, logrando obtener información acerca de las variables de estudio y del objeto de estudio. Al tratarse de un Acuerdo Comercial entre el mercado ecuatoriano y brasileño no se determina población ni muestra, sin embargo, se toma en consideración la población total de Brasil dado que se estudia la oferta exportable y la competitividad de la CAN durante el periodo 2015- 2019.

Los resultados de la investigación reflejan que el mercado ecuatoriano se especializa más en la producción y exportación de productos como el pescado y sus conservas además de artículos de confitería mientras que el mercado peruano es el que mayor oferta exportable mantiene en relación a los 10 productos estrellas determinados. En lo que respecta a la competitividad se ve reflejada en los 12 pilares siendo Colombia el mercado más competitivo además de tener una gran facilidad para hacer negocio en relación a los demás países de la CAN, Ecuador es competitivo en infraestructura y educación. Bolivia al contar con un límite fronterizo con Brasil se destaca por ser el mercado con comercio transfronterizo más eficiente y eficaz además de ser el país que cubre el 95, 98% de las exportaciones de gas natural. En cuanto al desempeño logístico mayor competitividad tiene el mercado colombiano sin embarco Ecuador se encuentra como el segundo país mejor puntuado.

Es importante que Ecuador fomente las exportaciones hacia el mercado de Brasil a través de ferias internacionales donde se dé a conocer la calidad de la producción nacional, además de aprovechar los Acuerdos Comerciales que mantienen permitiendo llegar de manera directa al mercado brasileño.

**Palabras claves:** Oferta exportable, competitividad, Acuerdo comercial, transfronterizo, desempeño logístico.

## ABSTRACT

The present research is focused on analyzing the Ecuadorian exportable offer in the market of Brazil based on the Regional Tariff Preference and competitiveness in the Andean Community, the problems that has the Ecuadorian market as an exporter of primary products , being one of the countries that does not adequately use tariff preferences granted by the commercial agreement it maintains with Brazil, such as the case of the Preference Regional Tariff (PAR), in addition to being the only member country of the Andean Community that it does not have a border with Brazil; situation that increases commercial problems.

The methodology that was applied in the research is quantitative and qualitative, managing to obtain information about the study variables and the object of study. When it comes to an agreement trade between the Ecuadorian and Brazilian markets neither population nor sample is determined, however, the total population of Brazil is taken into consideration since the supply is studied exportable and the competitiveness of the CAN during the period 2015-2019.

The results of the research reflect that the Ecuadorian market specializes more in the production and export of products such as fish and their preserves as well as articles of confectionery while the Peruvian market is the one with the largest exportable supply in relation to the 10-star products determined. Regarding competitiveness, it is reflected in the 12 pillars, Colombia being the most competitive market in addition to having a great facility to do business in relation to the other CAN countries, Ecuador is competitive in infrastructure and education. Bolivia, having a border with Brazil, stands out for being the market with the most efficient and effective cross-border trade in addition to being the country that covers the 95.98% of natural gas exports. Regarding the greater logistics performance competitiveness has the Colombian market however Ecuador is the second-best rated country.

Is important that Ecuador encourage exports toward to the Brazilian market through international fairs where the quality of national production is made known, in addition to taking advantage of the commercial agreements that allowed us to reach directly to the Brazilian market.

**Keywords:** Exportable offer, competitiveness, trade agreement, cross-border trade, logistics performance.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad gracias a la globalización las relaciones comerciales entre las distintas las economías a lo largo del mundo trayendo consigo un mayor enfoque en lo que es la eficiencia y los costos de servicio ya que a en su gran medida de esto depende la competitividad. Las relaciones comerciales entre la Comunidad Andina y el mercado brasileño han traído alianzas que ha permitido a los países en vías de desarrollo crecer en sus exportaciones y a la vez en su economía nacional, la Preferencia Arancelaria Regional ha permitido que los países miembros tengan una distinción al momento que se realiza la exportación e importación.

La investigación con el tema: “Oferta Exportable ecuatoriana en el mercado de Brasil en base a la Preferencia Arancelaria Regional y la Competitividad en la Comunidad Andina” busca diagnosticar la oferta que tienen los países miembros de la CAN a nivel mundial y especialmente hacia el mercado brasileño en base a la PAR para lo que se realiza una comparación de los productos estrellas que tiene relación entre estas economías, además de determinar las ventajas competitivas de cada país al realizar exportaciones hacia el mercado brasileño.

El capítulo I se presenta la problemática que tiene que tiene la oferta ecuatoriana para realizar relaciones comerciales con Brasil, el mercado ecuatoriano al ser un país menos desarrollado tiene una dependencia económica de los grandes país sin embargo Ecuador al pertenecer a bloques económicos como la CAN y ALADI no realiza un aprovechamiento de las preferencias arancelarias haciéndolo estancar comercialmente, caracterizándose principalmente por ser un país con una modalidad de primario exportador, es importante mencionar que Ecuador es el único país que no cuenta con una moneda propia haciendo dependiente de la estabilidad económica del país dueño de la moneda; además como justificación se plantea que la investigación ayudara al mercado ecuatoriano a potenciar su productividad logrando una mayor competitividad entre países miembros aprovechando las preferencias arancelarias regionales además de dar una visión actual de la relación comercial que mantienen los países de la CAN.

El Capítulo II se tomó todos los antecedentes investigativos como: artículos científicos, revistas, libros y tesis en relación a las variables y objeto de estudio siendo el pilar fundamental para el desarrollo de la investigación; de igual manera se realiza el desarrollo de la fundamentación legal en donde se toma en constitución del Ecuador, OMC, ALADI (preferencia arancelaria

regional), CAN y COPCI siendo la normativa legal la que se encarga en regir el comercio internacional finalmente el marco teórico en el que se desarrollan las teorías del comercio internacional además de la fundamentación conceptual que nos da una visión clara de las variables de investigación.

En con lo que respecta al capítulo III, se establece las la metodología de la investigación en la que se determina que es un estudio cuantitativo por la emergencia sanitaria COVID19; con una investigación de tipo descriptiva, exploratoria y explicativa además de tener una modalidad bibliográfica y documental; se determina la idea a defender posteriormente se detalla la definición y la operacionalización de variables (dependiente e independiente); los métodos para el estudio son analítico, no experimental y sistemático además de tener una técnica para recolectar datos que es el fichaje bibliográfico , el análisis estadístico se determina la población y muestra que en este caso se toma la población total del mercado brasileño ya que no es un estudio poblacional al tratarse de un Acuerdo Comercial enfocándose principalmente en la oferta ecuatoriana y la competitividad de los países miembros de la CAN.

El capítulo IV se establecen los resultados y discusión, para lo que fue necesario recurrir a fuentes secundarias como es CobusGroup, TradeMap en donde se determina principalmente la oferta exportable de los pises miembros de la CAN hacia el mercado mundial para tener una visión de su balanza comercial a nivel general, luego se analiza la oferta que tienen hacia el mercado brasileño determinando la competitividad de cada uno de los países en relación a los productos estrellas, finalmente se mide el nivel de participación a través de páginas como Banco Central del Ecuador, Banco Mundial y Doing Bussiness como son los doce pilares de la competitividad, desempeño logístico y la facilidad de hacer negocios de cada país.

En el capítulo V se desarrollan las conclusiones y recomendaciones propuestas, en las que se determina que el mercado ecuatoriano presenta un bajo nivel competitivo en comparación a los demás países de la CAN uno de las desventajas o punto negativo que tiene el país es que su oferta exportable es dedicada a los productos primarios, haciéndolo dependiente de lo que es la producción petrolera mayormente además de los productos como el banano, camarón y derivados del pescado entre otros. Por lo que es recomendable que el país aproveche de la diversidad de su producción y aproveche de las preferencias arancelarias que le otorga el mercado brasileño bajo el



Acuerdo PAR además es importante resaltar que Ecuador no cuenta con una frontera directa con el mercado de Brasil en comparación a los demás países de CAN.

Finalmente, en el capítulo VI y VII se indica las referencias bibliográficas en la que indica y compraba el sustento de la investigación y además de indicar los anexos de interés.

## **I. PROBLEMA**

### **1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La “globalización se refiere al cambio hacia una economía mundial más integrada e interdependiente. Este fenómeno tiene varias facetas, como la globalización de los mercados y la globalización de la producción” (Hill, 2011, p.6).

Una economía interdependiente se basa en una relación en donde dos o más países mantienen una relación de dependencia recíproca, en este aspecto el Ecuador al ser un país menos desarrollado mantiene una mayor dependencia de países que poseen una mejor economía a nivel global. Las facetas de la globalización hacen referencia a la creación de un mercado global en donde se eliminan las barreras al comercio; las multinacionales puedan realizar subcontratación de bienes y servicios, en donde países con un mayor desarrollo realizan una tercerización a países con menor grado de desarrollo.

La Asociación Latinoamericana de Integración es el mayor grupo de integración latinoamericano que propicia la creación de un área de preferencias económicas regionales, con el fin de lograr un mercado común latinoamericano mediante mecanismos como preferencia arancelaria regional, Acuerdos de alcance regional y parcial. (Asociación Latinoamericana de Integración [ALADI], 2019). Ecuador es uno de los países miembros de ALADI el cual realiza un escaso aprovechamiento de las preferencias arancelarias, debido a que es un país que tiene exportaciones en su mayoría de productos tradicionales. Los tres mecanismos para crear un mercado común en Latinoamérica son la Preferencia Arancelaria Regional, Acuerdo de Alcance Regional y Acuerdo de Alcance Parcial, en los cuales se estableció en programas de cooperación a favor de los países de menos desarrollo económico relativo, su principal propósito es establecer condiciones favorables a la participación en el proceso de integración económica.

La oferta exportable ecuatoriana a lo largo de su historia ha buscado sumergirse en el contexto mundial mediante oportunidades comerciales realizadas a través de Acuerdos, Convenios o Tratados; Ecuador se caracteriza por ser un país con una modalidad primario exportadora gracias a la riqueza y diversificación de flora y fauna además de su ubicación geográfica, el país exporta hacia el mercado de Brasil materia prima como es plomo, aluminio, hierro, acero, cacao, algodón, pescados, crustáceos, plásticos mientras que importa productos ya terminados como vehículos y

automóviles, máquinas, material electrónico, productos farmacéuticos, productos químicos orgánicos.

La política comercial ecuatoriana en relación con otros países de la región, Chile y México que son países que han firmado Tratados de Libre Comercio (TLC), mejorando directamente la participación en el mercado, llegando a ser más competitivos, otra ventaja que estos países presentan ante Ecuador es que Colombia y Perú poseen una moneda propia, principalmente en el caso colombiano, quienes realizan de manera constante la devaluación de su moneda, con referencia al dólar estadounidense. “Ecuador, con la dolarización, asumió el triste privilegio de ser primer país de América del Sur que sacrifica incondicionalmente su moneda nacional e introduce una moneda extranjera como de curso legal completo y único” (Acosta, 200, p.9). Ecuador al ser un país que no posee una moneda propia y al adaptar una extranjera pierde estabilidad económica de la misma manera pierde el control de la moneda (dólar americano) ya que al tomar esta moneda el país ecuatoriano no puede ni subir ni bajar esta si no que espera a lo que decida el país dueño de esta moneda, dándole con esto a empezar a desarrollar alternativas para la reactivación de la economía, la reorientación de las inversiones hacia aquellos sectores con una mayor capacidad de reacción productiva.

Según el World Economic Forum (2019). La competitividad de los países miembros de la Comunidad Andina se ve reflejada de acuerdo con el desarrollo tecnológico social y político de cada uno de estos, teniendo como resultados que Colombia es el país más competitivo situándose en el puesto 57, Perú ocupa el puesto 65, Ecuador está en el puesto 90 mientras que Bolivia 107 en el ranking de competitividad. La deficiencia que presenta Ecuador es que es un país emergente con relación a países más desarrollados y esto se denota en los doce pilares de competitividad. Uno de los pilares en donde se tiene mayor grado de ineficiencia es en relación al entorno institucional en donde no se encuentran políticas correctamente enmarcadas hacia el crecimiento económico y a la competitividad; otro pilar en los que se denota complicaciones es en la eficiencia de mercados debido al exceso de procesos burocráticos para la creación de un negocio además los compradores son de alto grado de exigencia en cuanto a los productos que se van a adquirir en donde las MIPYMES al no contar con una correcta inversión no logran la tecnificación de sus procesos para la apertura hacia nuevos mercados.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo contribuye la oferta exportable ecuatoriana al mercado de Brasil con relación a la Preferencia Arancelaria Regional y el nivel de competitividad dentro de la Comunidad Andina?

## **1.3. JUSTIFICACIÓN**

En la actualidad los mercados internacionales presentan perfiles cada día más exigentes, de productos que puedan cubrir y facilitar las relaciones comerciales; la investigación se considera de gran importancia porque se realizara un análisis de la oferta exportable ecuatoriana en el mercado brasileño en base al Acuerdo De Preferencia Arancelaria y la competitividad en la Comunidad Andina. En vista de que el mercado brasileño es el más grande de Sudamérica con 209 millones de habitantes, con una tasa de crecimiento de 0,8%.

El proyecto de investigación se desarrollara con el propósito de informar que beneficie a las MIPYMES, de esta manera se incentiva a obtener una mayor producción y comercialización de productos logrando un nivel competitivo a nivel internacional, generando desarrollo del país de la misma manera se generaría mayores fuentes de trabajo mejorando el nivel de vida de los ecuatorianos; de la misma manera será de gran beneficio en el área de comercio exterior, permitirá una visión actualizada sobre la realidad económica del país en el periodo 2015- 2019.

La factibilidad de la investigación se enfoca en la oferta exportable que tiene el Ecuador de productos tradicionales y no tradicionales amparados por el Acuerdo de preferencia arancelaria regional, determinando los productos con mayor nivel de exportación hacia el mercado brasileño permitiendo determinar la competitividad del Ecuador con referencia a los países miembros de la Comunidad Andina.

Para llevar a cabo la investigación se tomará como referencia o antecedentes, investigaciones anteriores de acuerdo con las variables de estudio. Lo que ayudara en la obtención de datos estadísticos acerca del intercambio comercial que se tiene entre Ecuador y Brasil con referencia a los principales productos beneficiados por el Acuerdo PAR; y así poder diversificar la oferta exportable ecuatoriana como y mejorar el nivel de competitividad con referencia a los países miembros de la CAN.

La investigación se enfoca en la visión institucional en vista que es un tema acorde a la carrera de Comercio Exterior Y Negociación Comercial Internacional, dado que servirá como

respaldo para la obtención del título de grado, siendo notable porque se busca soluciones a problemáticas actuales permitiendo el mejoramiento de nuestro medio, lo que se busca necesariamente con el tema de la investigación, determinando la oferta exportable ecuatoriana y el nivel de competitividad que tiene a nivel de la CAN, logrando con esto aprovechar esos productos que se beneficien del Acuerdo PAR dándoles un impulso a mercados internacionales; a través de los conocimientos adquiridos en el aula, a través de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

## **1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1. Objetivo General.**

Analizar la oferta exportable ecuatoriana al mercado de Brasil en base a la Preferencia Arancelaria Regional y la Competitividad en la Comunidad Andina.

### **1.4.2. Objetivos Específicos.**

- Fundamentar bibliográficamente la oferta exportable ecuatoriana en el mercado de Brasil en base a la Preferencia Arancelaria Regional y la Competitividad en la Comunidad Andina.
- Diagnosticar la oferta exportable ecuatoriana hacia el mercado de brasileño y establecer la competitividad de la Comunidad Andina en base a la Preferencia Arancelaria Regional durante el periodo 2015-2019.
- Determinar la ventaja competitiva de Ecuador en relación a los países miembros de la Comunidad Andina hacia el mercado brasileño.

### **1.4.3. Preguntas de Investigación.**

Las preguntas de investigación que guiaran el desarrollo de la investigación son:

- ✓ ¿Qué es el Acuerdo de Preferencia Arancelaria Regional?
- ✓ ¿Cómo se aplica dentro de la comunidad andina la preferencia arancelaria regional?
- ✓ ¿Cómo se aplican la PAR dentro del Marco de ALADI entre Ecuador y Brasil?
- ✓ ¿Cuáles son los Acuerdos Comerciales vigentes entre Brasil y los países de la CAN?
- ✓ ¿Cuál es la oferta exportable de Ecuador?
- ✓ ¿Cuáles son los productos ecuatorianos con mayor demanda en el mercado brasileño?
- ✓ ¿Cuáles son los productos brasileños con mayor demanda en el mercado ecuatoriano?
- ✓ ¿Cuál es el Ranking de Competitividad del Ecuador y los países de la CAN?
- ✓ ¿Cuál es la Competitividad de la oferta exportable del Ecuador y los países de la CAN?

- ✓ ¿Cómo fortalecer las relaciones comerciales entre Ecuador y Brasil?
- ✓ ¿Qué sectores han presentado mejorías con el Acuerdo entre Ecuador y Brasil?
- ✓ ¿Cuál es la oferta exportable ecuatoriana y de los países de la Comunidad Andina?
- ✓ ¿Qué impedimentos tiene Ecuador para mantener relaciones comerciales con Brasil?

## II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

En el año 2018, la *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana* publica un artículo científico, donde sus autores ecuatorianos Gonzales José, Escobar Marcelo y Vera Gianella desarrollan el tema de: La dependencia petrolera del Ecuador y su incidencia en la oferta exportable, donde el objetivo principal de la investigación es demostrar el impacto que ha tenido el país al ser dependiente de un recurso no renovable buscando y emplear alternativas para cambiar la dependencia que tenemos. En los últimos años la economía ecuatoriana se ha incrementado debido a la oferta exportable de productos primarios de igual manera de la exportación del petróleo; en el gobierno del Economista Rafael Correa se ha idealizado el crecimiento de los productos no tradicionales como revolución en el modo productivo del Ecuador, elaborando elementos autóctonos del país ampliando la fabricación de estos aprovechando la materia prima que Ecuador brinda asentándose como una nación productiva. (Gonzales, Escobar, & Vera, 2018)

El sector petrolero es el que más beneficios económicos genera en el país, creando presupuesto para el Estado; desde sus inicios se constituyó como el principal producto ecuatoriano que predomina en el comercio exterior generando grandes entradas de divisas incrementándose a medida de los años, en los últimos periodos de gobierno fueron predominantes para que el boom petrolero estallara no modernizando las situaciones que tenía la población prefiriendo pagar el endeudamiento externo. La Balanza Comercial Petrolera se denotan el saldo neto de las exportaciones de petróleo y derivados al resto del mundo menos las importaciones de derivados de petróleo de los demás países en un determinado tiempo mientras que la Balanza Comercial no Petrolera es el saldo de las exportaciones netas de bienes distinto al petróleo del país al resto del mundo menos la importación de bienes distintos de los derivados de petróleo desde el resto del mundo durante un periodo determinado. El presente artículo científico desarrolla una investigación descriptiva y bibliográfica

El aporte de esta investigación es de gran relevancia debido que posee información relacionada a la variable independiente del estudio; se manifiesta que Ecuador es una nación dependiente de las exportaciones de materia prima tales como banano, cacao, petróleo, es decir tiene a una limitada oferta exportable por lo que surge la necesidad de diversificar los bienes y servicios, hacia productos con valor agregado, enfocándose principalmente a la tecnología y talento

humano capacitado, mediante el cambio de la matriz productiva implementado la creación de nuevos productos registrados bajo la marca país, dando paso a la diversificación de las exportaciones y mejoramiento de la calidad de vida de la población.

En el año 2018, Edwin Roberto Días Pico estudiante de la Universidad de Guayaquil de la carrera de Economía desarrolla una investigación sobre *Desarrollo del Comercio Bilateral Ecuador – Brasil a través de los Acuerdos de Complementación Económica, en el marco de ALADI período 2010-2016*, donde su objetivo principal es determinar las características del Acuerdo bilateral entre Ecuador y Brasil en el marco de ALADI. En el Ecuador las exportaciones a lo largo de la historia se concentran en un solo producto en un 58% a diferencia del mercado brasileño que presenta una oferta variada. Ecuador exporta materia prima en cuanto a Brasil ofrece productos con valor agregado como maquinaria. Según informes presentados por PROECUADOR “la oferta exportable se clasifica en agroindustria, artesanías, alimentos procesados, automotriz, banano y plátano, cacao, y elaborados, café, y elaborados, cuero y calzado, flores, frutas no tradicionales, madera, metalmecánicas, pesca y acuicultura, plástico, farmacéuticos y cosméticos, textiles, cueros y confecciones”. De toda esta oferta exportable según el mismo informe se ha exportado 177 partidas arancelarias a Brasil destacándose el aceite de palma y conserva de atún. Las exportaciones hacia Brasil representan un 0,54% de las exportaciones totales.

Las relaciones bilaterales entre estos dos países están en el contexto de los diferentes acuerdos comerciales que los relacionan tales el caso de acuerdo de alcance parcial como complementación económica o acuerdo de preferencias arancelarias; los países latinoamericanos en los últimos años han desarrollado estrategias que les permita fortalecer sus vínculos políticos, comerciales, sociales y económicos de manera que los acuerdos comerciales sean un pilar fundamental para el desarrollo de la integración regional. Las relaciones bilaterales entre Ecuador y Brasil no están limitadas al comercio de un bien sino también a servicio y capitales. La metodología utilizada en este artículo es la investigación descriptiva por lo que describe acontecimientos del desarrollo del comercio de la misma manera se emplea enfoque cualitativo el cual utiliza la recolección de datos y deductivo permite mantener explicaciones particulares de los acuerdos de complementación económica en el mercado de ALADI.

El aporte a esta investigación es que Ecuador tiene varios acuerdos comerciales con diferentes grupos de integración, sin obtener beneficios de estos los productos ecuatorianos no han



sabido sacar provecho de estas relaciones internacionales delimitando la producción nacional; por lo que se busca establecer relaciones bilaterales, fortalecimiento de los diferentes acuerdos comerciales de la mano con las estrategias para la apertura de nuevos productos en el mercado brasileño que poseen gran competitividad beneficiosa y productiva, hoy en día mediante la globalización las economías no pueden encerrarse con su producción nacional mediante los emprendimientos el apoyo del gobierno puedan establecer estrategias para que sus productos tengan una apertura a mercados internacionales.

En el año 2018, los autores Viviana Choez, Ashley Limones y José Márquez publican en la *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana* un artículo científico acerca de Perspectiva sobre el ingreso del banano a Brasil y su influencia en la economía ecuatoriana, con el objetivo de demostrar la importancia que tiene el sector bananero para la economía del país además de aplicar una metodología descriptiva a la investigación.

Ecuador cuenta con Acuerdo Comercial con Brasil que beneficia a los exportadores nacionales especialmente de banano logrando con esto un aporte a la balanza comercial del país, los productos no tradicionales se ven beneficiados teniendo como resultado la apertura de nuevo mercado satisfaciendo regularmente las necesidades que requiere el país; teniendo como resultado renovar la perspectiva del mercado ecuatoriano hacia el mundo, para buscar incentivos para la inversión extranjera. El banano es una de las fuentes económicas que tiene Ecuador, las actividades bananeras han recibido el apoyo por parte del gobierno mediante las ferias internacionales que se realizan gracias a diferentes instituciones con el principal objetivo de realizar mejoras y a la vez las capacitaciones impartidas para que su producción sea de calidad y se pueda diferenciar de los demás productos internacionales, convirtiéndose en uno de los principales exportadores de banano en el mundo.

Las relaciones binacionales ecuatorianas con el mercado de brasileño han facilitado el comercio exterior entre estos dos países reactivándose la demanda de este producto por parte del mercado siendo de gran aporte para las grandes y pequeñas empresas bananeras de Ecuador por lo que se extiende la oferta exportable a diferentes partes del mundo; siendo las provincias de El Oro, Los Ríos y Guayas las provincias con mayor producción siendo las más especializadas para realizar exportaciones.

El aporte de este artículo es de gran ayuda para la investigación debido a que manifiesta los vínculos comerciales entre Ecuador y Brasil los mismos que han ayudado al mejoramiento del comercio exterior entre ambas, mediante las relaciones bilaterales entre ambos países logrando que el banano ecuatoriano ingrese al mercado brasileño dando oportunidades a que la oferta exportable de este producto se extienda a nivel mundial. El consumidor brasileño no está enseñado a productos de alta calidad en relación con las frutas motivo por el cual el banano ecuatoriano presenta gran demanda en ciudades con mayor poder adquisitivo. El mejoramiento de las relaciones comerciales entre ambos países lo que genera una contribución a la balanza comercial ecuatoriana con relación a las exportaciones de productos tradicionales y logrando la obtención de inversión extranjera.

En el año 2019, la *Revista Polo del Conocimiento* donde sus autores Guadalupe Tóala, Amado Mendoza, Dellaneira Vines y Luis Moreira analizan el tema: La oferta exportable de las PYMES de la provincia de Manabí. Dando a conocer la importancia y el impacto que tiene el comercio internacional actualmente ya que permiten expandir la oferta exportable ecuatoriana con la finalidad de hacer crecer la entrada de divisas. Los representantes de medianas y pequeñas empresas deben fortalecer la competitividad y productividad mediante el acceso a créditos, diseñar programa, políticas y estrategias que le permitan comercializar a nivel nacional para posteriormente enfocarse a mercados internacionales, aplicando la innovación con el fin de incrementar y diversificar la oferta exportable. las autoridades de la Provincia de Manabí realizan estrategias que les permitan expandir la oferta exportable los pequeños empresarios existentes en la zona con la finalidad de hacer crecer tanto las empresas como la economía de la provincia no solo aportar en lo que es el turismo, mirando oportunidades de mercado desde el nivel productivo que presenta la provincia.

El principal problema que tiene las PYMES de la provincia para realizar exportaciones radica que existen diferentes factores que limitan a los productos tales como escaso nivel de tecnología, producción, créditos, productos enfocados solo al nivel local entre otros impidiendo a los productores crecer empresarialmente. Impulsar la oferta exportable de las empresas de esta manera se puede generar mayores divisas siendo un contorno sustentable para la economía ecuatoriana principalmente para la economía manabita, siendo la contribuyente de seguridad alimentaria para el país tales como la agropecuaria y la pesca siendo la base principal para una alimentación balanceada de la población nacional. La metodología utilizada en este artículo

científico es bibliográfica y documenta por lo que nos permite recoger información de cómo está la situación de las PYMES en la Provincia de Manabí.

El aporte de la investigación es de suma importancia ya que nos da una visión del progreso de las PYMES desarrollando estrategias competitivas para poder posicionarse nacionalmente permitiendo a las pequeñas empresas diversificar sus productos ganando reconocimiento ya sea por su presentación cumpliendo todos los estándares de calidad y satisfacción al cliente para que pueda competir en mercados internacionales. Las estrategias que se implementan por parte de las pequeñas medianas y grandes empresas es la base primordial que tiene para ir ganando mercado a través de las ferias nacionales e internacionales, ruedas de negocios y eventos de promoción comercial que se realizan para los productos y servicios que se quieren abrir paso a mercados internacionales.

En el año 2016, la autora Andrea Betancourt de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador realiza una investigación sobre *Análisis de la oferta exportable de los productos derivados de los emprendimientos populares y solidarios del Ecuador hacia los mercados de Bulgaria, Eslovaquia, Hungría, Polonia, República Checa y Rumania en el periodo 2007 – 2014*. En la investigación se analizan las partidas arancelarias correspondientes a las exportaciones que tienen relación con productos elaborados por emprendimientos de Economía Popular y Solidaria. El sector de la Economía Popular y Solidaria ofrece una amplia gama de productos y servicios, pero se presenta una oferta limitada debido que no se da un fortalecimiento del sector. Algunas instituciones públicas y privadas impulsan la oferta exportable de productos tradicionales y no tradicionales, algunos de los productos son el banano, el cacao, el polvo de cacao. (Betancourt, 2016)

En la actualidad gracias a la globalización existen nuevas tendencias o ideologías en los diferentes países tal es el caso que realiza la producción y venta de productos con comercio justo o también llamado comercio alternativo que se basa principalmente en dialogo, transparencia y sobre todo el respeto buscando una mayor equidad en el comercio internacional, ofreciendo mayores condiciones de intercambio de la misma manera asegura los derechos de producción. En el campo financiero los emprendimientos con gran viabilidad desarrollan estrategias para poner en marcha a través de financiamientos con tasa de interés bajas con el fin de mejorar la aplicación y crecimiento de los emprendimientos de la sociedad. De la misma manera es importante la

participación del sector privado porque a través de estas las organizaciones, los productos y servicios pueden llegar al público acaparando sectores estratégicos siendo beneficiosa para las dos partes ya que evita con esto precios injustos e intermediarios innecesarios para la adquisición de estos productos. Igualmente desarrolla estrategias de emprendimientos que potencialice las capacidades de las partes involucradas para crear emprendimientos con valor agregado innovadores de esta manera que sean suficientemente competitivos tanto a nivel nacional como internacional.

El aporte de la investigación trata sobre la diversidad de la oferta exportable no solo de las grandes empresas, si no hace referencia a los pequeños emprendimientos que se realizan con el fin de mejorar la economía del Ecuador a partir de aquellos productos que se destaquen en mercados internacionales en este caso en el mercado brasileño llevando a cabo la diversificación tanto de la oferta exportable como de mercados internacionales. La economía solidaria y popular permite que sus integrantes desarrollen procesos de producción, intercambio, comercialización y financiamiento mediante relaciones basadas en la solidaridad y cooperación recíproca.

En el año 2017, la *Revista Dimensión Empresarial*, publica un artículo científico donde sus autores Ida Campi, Elena Font y Carlos Lazcano analizan el tema: La competitividad en América Latina: el caso Ecuador. Dando a conocer una temática llamativa e interesante como es la competitividad de las empresas en el Ecuador evidenciada mediante el estado en el cual se establece políticas y lineamientos para el fortalecimiento de la competitividad de las empresas públicas y privadas de la nación en el sector de la economía. Los países de la región más competitivos a nivel de producción se determinan a México en primer lugar luego Chile, Perú, Argentina y Colombia según el índice de competitividad Global World Economic Forum y el índice de competitividad microeconómica creada por Michael Porter. “El indicador en el cual el país no sube es Preparación Tecnológica en el que mantiene la posición anterior (82). Los que presentan mayor avance son Desarrollo de Infraestructura (79), Calidad de Educación (62) e Innovación (58)”. Campi et al. (2017). La metodología utilizada en el artículo científico es bibliográfica y documental. (Campi, Font, & Lazcano, 2017)

Los modelos y enfoques metodológicos ayudan a obtener ventajas competitivas en relaciona los demás países o empresas estableciendo el análisis y gestión de elementos como rentabilidad, infraestructura, cooperación entre otros para establecer en un determinado tiempo el tipo de producto o servicio que tiene la empresa frente a los existentes en el mercado. La

competitividad en el Ecuador se evidencia en el papel de las políticas y lineamientos recogidos en el Plan Nacional del Buen Vivir que crean espacios para el fortalecimiento de la competitividad de las empresas nacionales tanto públicas como privadas debe tener un cambio determinando los puntos a considerar como las políticas gubernamentales, las limitaciones tecnológicas, inestabilidad, productos sustitutos entre otros factores que afectan principalmente a las empresas en vías de desarrollo.

El aporte que presenta el presente artículo a la investigación es de gran importancia por lo que nos da una visión más clara del nivel de competitividad a nivel regional determinando los países más potenciales según los indicadores económicos. De la misma manera las empresas nacionales deben desarrollar sus productos a la calidad y diversificación ya que la competitividad establece una línea de acción hacia la internacionalización siendo una línea importante para expandirse a mercados internacionales logrando su crecimiento y consolidación.

En el año 2019, la Universidad Politécnica Estatal Del Carchi realiza una investigación en la que su autora Castro Gina desarrolla el tema: *Análisis de la Oferta Exportable Ecuatoriana en el mercado de Chile en base al Acuerdo de Complementación Económica ACE N° 65 y la Competitividad en la Comunidad Andina CAN*. (Castro, 2019)

En esta investigación se hace énfasis en el Acuerdo de Complementación Económica ACE N.º 65, además llega a la conclusión que, entre los países miembros de la Comunidad Andina de Naciones, Colombia es más competitivo frente a los demás miembros de la CAN, con relación a un análisis de los últimos 5 años. Colombia ocupa el puesto 66 dentro del Ranking de Competitividad, teniendo seis de los doce pilares a su favor; motivo por el cual se demuestra la inserción de Colombia dentro de los mercados internacionales de una manera más óptima y con mayor oportunidad de crecimiento, seguido de este, se encuentra Perú, que posee cuatro pilares a su favor, además de ser uno de los países con mayor diversificación en cuanto a productos exportables; Ecuador ocupa el puesto 97, con dos pilares a su favor, mientras que Bolivia ocupa el puesto 117 por lo que nivel de competitividad es deficiente en comparación a sus países vecinos y miembros de la Comunidad Andina de Naciones. Mediante este análisis se destaca que Ecuador no es un país competitivo en comparación con Colombia y Perú, pero es un exportador en gran medida de materias primas y de productos tradicionales (Banano, cacao, café entre otros). La relación comercial lo determina a Ecuador no ser tan competitivo basándose principalmente por su nivel de

innovación y su tecnología básica y limitando la producción de las empresas otro factor importante es la falta de capacitación a nivel productivo estratégico y comercial que necesitan las empresas para abrirse paso a mercados internacionales. Tener relaciones comerciales con el principal país de Latinoamérica brinda beneficios al mercado ecuatoriano posicionando sus productos en mercado con gran participación siendo Ecuador más competitivo en lo que se refiere a la producción de banano frente a mercados de la Comunidad Andina

Para la investigación es de gran importancia por lo que nos permite identificar el nivel de competitividad que tiene el Ecuador con relación a los demás países miembro de la CAN. Identificando los productos más demandados a nivel internacional de esta manera podemos relacionarlos con nuestro objeto de estudio, determinando el nivel de participación que tienen estos productos en el mercado brasileño.

En el año 2018, la *Revista Small Business International Review* realiza la publicación de un artículo científico en la que sus autoras Bermeo Katina y Saavedra María realizan la investigación del tema: La competitividad sistémica de la MIPYME manufacturera en el nivel micro: caso de la fabricación de muebles de madera, Ecuador. El proceso de globalización mide el grado de competitividad que tienen las empresas, ya sea por el precio o calidad de sus productos de igual forma su innovación y cómo cada una de ellas logra acaparar mercados, la competitividad de las empresas resulta demasiado baja para las MIPYME donde el factor de competitividad depende de cuatro niveles que son Macro, Meso, Meta y micro en el que se determina el nivel de competitividad que tiene el Ecuador a en cuanto al sector productivo. (Bermeo Pazmiño & Saavedra García, 2018)

La competitividad desde sus inicios ha sido considerada como un elemento de diferenciación de los países a través de productos de mejor calidad o con precios más competitivos, la investigación se centra en el análisis y la comprobación de la competitividad bajo el enfoque sistemático, tomando en cuenta interacciones de algunos factores tales como el funcionamiento básico que tienen las empresas, con relación a los contextos en los que se encuentre ya sea de manera política, económica y la capacidad para la resolución de problemas que se presenten a futuro, para el análisis se toma en cuenta las micro, pequeña y medianas empresas. La competitividad como un eslabón importante en la cadena de valor y representa un factor de cambio hacia el logro de una empresa competitiva. Los recursos humanos tienen un direccionamiento

esencial en la dirección de la competitividad considerándolo como un nivel estratégico que reporta directamente a una dirección general.

El aporte del presente artículo a la investigación es en relación a la competitividad que las empresas tienen, debido que el comercio internacional abre las puertas a un mercado global, en donde se pueden ofertar todo tipo de productos, desde materias primas hasta productos con valor agregado o que hayan sufrido algún tipo de transformación, cabe recalcar que la competitividad se encuentre estrechamente relacionada con la investigación ya que es una de las variables a estudiar; además se toma en cuenta la capacidad de innovación que tiene cada una de las empresas ya sea tanto en sus procesos productivos, comerciales, administrativos como en la innovación y diferenciación de sus productos. La Asociatividad de las MIPYMES, es una estrategia que promueve el crecimiento de manera conjunta, debido que se promueve un sistema económico social y solidario, un claro ejemplo es dentro del sector manufacturero, el mismo que es de gran relevancia dentro de la economía local, pues es uno de los sectores que mayor desarrollo ha presentado a lo largo de los años.

En el año 2019, la *Revista Publicando* realiza una publicación de un artículo científico en la que sus autores Franco Machado, Celio Guayasamín analizan el tema: Acuerdos Comerciales Regionales: Una Visión desde el Comercio Exterior en América Latina, en la que da a conocer que los países de todo el mundo dependen del intercambio comercial, debido que no producen todos los productos que se encuentran dentro del mercado. En América Latina la integración económica y la cooperación permite que los países tengan un progreso y desarrollo, aumentando de esta manera la participación en el mercado global y a su vez mejorando la producción nacional de los países miembros con estándares de calidad internacionales. Mediante el intercambio comercial de productos se da un aumento de la oferta exportable, misma que representa un crecimiento de recursos económicos para el estado logrando con esto un incremento de empleos y por lo tanto mejora en la calidad de vida de la población. El enfoque que presenta el presente artículo es de análisis cuantitativo por lo que toda su información se basa en datos de indicadores económicos y comerciales, de la misma manera desarrolla la evaluación de documentos que permiten determinar el arancel y los efectos que estos tienen en el Acuerdo Regional. (Machado & Guayasamín, 2019)

El presente artículo es de gran relevancia para la investigación debido que da a conocer los beneficios que representan los Acuerdos Comerciales Regionales (ACR) para el Ecuador, si se

aprovecha al máximo las ventajas que se otorgan en la automatización del proceso y reducción de tiempos que generan costos de manera que se apunte a la transparencia y a la sincronización de las partes.

En América Latina existen cuatro grandes grupos con relación a los Acuerdos Comerciales, el primero hace referencia a los Acuerdos comerciales subregionales, seguido de los Acuerdos comerciales, los Acuerdos bilaterales y por último los Acuerdos de última generación, en cada uno de ellos los países que firman el acuerdo obtienen preferencias arancelarias para los diferentes productos negociados, de esta manera se logra dar a conocer a los demás países la calidad de productos que tiene cada país a través de la oferta exportable, debido que parte de su política comercial hace referencia a la apertura comercial con países más desarrollados y de esta manera mejorar la economía local y promover la innovación, motivo por el cual la cantidad de Acuerdos Comerciales Regionales existentes han ido en crecimiento durante los últimos años, a causa de que mediante la globalización se busca la formación de un mercado global, en donde productos de los países se encuentren incluidos, cabe recalcar que ningún país puede ser proteccionista a nivel radical, debido que necesita de productos importados para la complementación de su economía, estos productos pueden formar parte del sector tecnológico, farmacéutico o cualquier otro, en el cual no se tenga una producción nacional, o se encuentre limitada.

En el año 2017, *En-Contexto Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad* publica un artículo científico donde sus autores Londoño José, Cardona Montoya y Abadía Janeth desarrollan y analizan el tema: Los Acuerdos Comerciales Regionales y el Regionalismo Abierto: posibles efectos de desviación de comercio o erosión de preferencias Análisis de caso en el sector confecciones. (Londoño, Montoya, & Abadía, 2016)

El artículo realiza un análisis sobre la integración económica y el intercambio de bienes y servicios mediante los Acuerdos Comerciales Regionales, los mismos que ha dado paso a un desgaste de preferencias en las zonas de libre comercio que existen en las diferentes regiones, afectando principalmente al proceso de producción y de diversificación de estos. Tal es el caso de Colombia que ha presentado una disminución en sus exportaciones, lo que afecta de manera directa a la balanza comercial, otro caso es el de Venezuela que ha tenido un déficit en sus exportaciones una vez salido del grupo que conforma con la CAN y su ingreso al Mercosur, sustituyendo a sus proveedores como era el caso del mercado colombiano teniendo ahora que buscar nuevos clientes



que lo beneficie comercialmente. América latina desde los años 60 han buscado la integración de los países que han suscrito Acuerdos Comerciales que beneficien al grupo de integración y la misma manera a la nación, podemos citar un ejemplo la Comunidad Andina de Naciones, acuerdos que han dado una eficacia participación dentro del comercio regional.

El artículo se centra en el sector textil, el mismo que es uno de los más representativos dentro de la industria, ya que es uno de los sectores que más desarrollo ha presentado y que a su vez ha generado ingresos para un gran número de la población. La metodología que se usa de tipo cualitativa, debido que se realiza el análisis de datos y la revisión bibliográfica de varias fuentes.

El aporte que para la investigación es que en la actualidad se vive en un mundo globalizado donde los países apuestan a la eficiencia de factores productivos, en donde se tiene una mayor demanda tanto de bienes y servicios, pero a su vez una mayor número de competencia, motivo por el cual, lo más recomendable es la especialización en un determinado producto manteniendo las relaciones comerciales y los procesos de integración con diferentes países, para de esta manera lograr una diversificación de mercados. Al igual los diferentes acuerdos comerciales se presentan como una alternativa para los países en vías de desarrollo, debido que poco a poco se van integrando al mundo globalizado y entendiendo las necesidades que han surgido a lo largo de los años, además de dinamizar la economía debido al aumento en el flujo del intercambio de bienes y servicios con reducción arancelaria, dando paso a un libre comercio.

En el año 2018, la *Revista Venezolana de Gerencia* publica un artículo científico en la que su autor Baena Rojas José Jaime analiza el tema: Barreras arancelarias y no arancelarias como restricciones al comercio internacional. En donde da a conocer sobre la implementación de medidas comerciales como las barreras arancelarias y las barreras no arancelarias son doctrinas que un país emplea para la protección de la producción nacional restringiendo la entrada de productos extranjeros similares o iguales, y de esta manera se cuida la producción nacional y se disminuye la competencia. El uso excesivo de estas medidas comerciales puede afectar el flujo del comercio internacional y por ende la economía mundial, debido que estas pueden dar paso al proteccionismo y limitar las importaciones de productos extranjeros. (Baena Rojas, 2018)

La metodología utilizada en el presente artículo científico es descriptiva por lo que se logra medir indicadores que hacen referencia a las barreras arancelarias y a las no arancelarias que interfieren en el intercambio de bienes y servicios, además de contextualizar la incidencia de las

barreras arancelarias y no arancelarias como medidas proteccionismo, para posterior tener la formulación de las respectivas conclusiones del tema. A través de los acuerdos comerciales y de la OMC, se ha consolidado aranceles que no presentan un riesgo, ya que estos se encuentran regulados por la Organización Mundial del Comercio, dando a conocer los porcentajes mínimos y máximos que se pueden aplicar, además otro aspecto importante es el trato de la Nación más Favorecida, los países pueden establecer un acuerdo de libre comercio que se aplique únicamente a los productos objeto de estudio dentro del grupo permitiendo hacer excepciones con respecto a productos de terceros países.

El aporte a la investigación es de gran ayuda ya que da a conocer las diferentes políticas comerciales que se aplican en la mayor parte del mundo, tales como el proteccionismo y el libre cambio, mismas que poseen grandes diferencias la una de la otra, debido que el proteccionismo es una economía cerrada que limita la importación de productos mientras que el libre cambio da paso al libre comercio y a través de los diferentes acuerdos comerciales entre países se reducen los aranceles y las barreras arancelarias y no arancelarias, obteniendo mayores beneficios para la economía; en la actualidad la mayoría de los países aplican medidas de proteccionismo, aunque no de una manera radical, esto debido que nace una cultura de nacionalismo y de protección para la industria local, dando prioridad a las industrias nacientes y eliminando todo tipo de competencia dentro del mercado a través de la aplicación de barreras no arancelarias tales como controles de calidad o cuotas de importación para un determinado producto, esto debido de que los países desarrollados tienen economías de escala y su costo de producción es mucho menor, motivo por el cual sus productos son más competitivos.

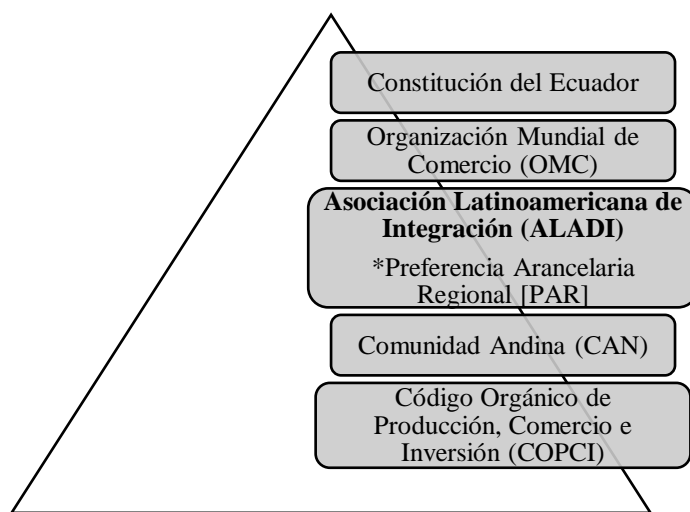
En el año 2019, en Lima- Perú la Universidad César Vallejo, publica un Informe Técnico donde sus autores Armas Caballero Priscila y Ochoa Rojas Nelly, desarrollaron y analizaron el tema: *Asociación Latinoamericana de integración. ALADI promueve la expansión de integración regional*, con el objetivo del desarrollo económico y social de cada país miembro con el propósito de establecer un mercado común latinoamericano. El comercio intrarregional es de gran ayuda para el dinamismo de cada nación representando un 14% del intercambio global de ALADI, dándonos como datos analizar que el grado de integración es relativamente bajo en relaciona grandes bloques comerciales del mundo como la Unión Europea 60% o el TLCAN 50%. En 1980 los gobiernos de cada país miembro modifican el tratado y deciden reafirmar la voluntad política de fortalecer el proceso de integración a través de mecanismos como: una preferencia arancelaria regional,

otorgada de forma recíproca entre todos los países miembros a sus productos originarios y aplicados en referencia a los aranceles vigentes para terceros países, de igual manera el acuerdo de alcance regional y finalmente el acuerdo de alcance parcial este puede abarcar diversa materias como desgravación arancelaria y promoción del comercio, complementación económica, cooperación financiera, aduanera, preservación del medio ambiente entre otras.

El comercio por los países miembros de ALADI se muestran favorables y con dinamismo en la región, en los aspectos más importantes a mencionar en el comercio internacional de productos basados en recursos naturales tales como agrícolas como combustibles y minerales con un porcentaje de participación de 9% siendo superior a la participación de productos manufacturados q tiene un 2,8% cabe mencionar que la venta de combustibles y minerales en el extranjero permanece estancada mientras que las ventas agrícolas y de manufacturas alcanzar importantes incrementos.

El aporte a la investigación es de gran ayuda envista de que nos da a conocer cómo se desarrolla los acuerdos comerciales a nivel de ALADI, identificando un esfuerzo en todos los países a nivel político, económico mostrando un mejoramiento de la competitividad de estos; para las empresas ecuatorianas y para el país en si es de gran importancia pertenecer a este bloque económico ya que se da apertura a ofrecer productos originarios, permitiendo ofrecer a mercados internacionales productos primario exportadores si como también productos manufacturados siendo principales productos para entrar a mercados internacionales.

## 2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL



*Figura 1.* Pirámide de Kelsen (fundamentación legal)

Se considera importante respaldar la investigación con la normativa legal que se encarga de registrar el comercio internacional, así como los acuerdos internacionales, delimitando normas necesarias para realizar el estudio referente al análisis de la oferta exportable ecuatoriana en el mercado de Brasil en base a la Preferencia Arancelaria Regional y la Competitividad en la Comunidad Andina, que son las encargadas de regir las actividades de los países que lo conforman (Ecuador, Colombia, Perú, y Bolivia). (Ver anexo1)

## **2.3. MARCO TEÓRICO**

### **2.3.1. Teoría de la ventaja comparativa de David Ricardo (1817).**

Es conveniente que un país se especialice en los bienes que produce con mayor eficiencia y compre a otros países lo que produce menos eficientemente, aunque esto signifique comprar a otros países bienes que el mismo podría producir con más eficiencia. (Hill, 2011, p. 160)

La teoría de la ventaja comparativa es importante para la presente investigación debido que los países deben enfocarse en la exportación de productos que tienen la capacidad de poseer una ventaja dentro de un mercado tanto nacional como extranjero motivo por el cual los países miembros de la Comunidad Andina deben enfocar sus exportaciones en los productos que poseen una ventaja comparativa ya sea en costos de producción, preferencias arancelarias, calidad, entre otras, estas características en relación al Acuerdo Comercial entre Ecuador y Brasil el cual representa una ventaja permite identificar qué productos son los más exportados desde Ecuador hacia el mercado de Brasil, y que país miembro de la CAN es más competitivo en relación a sus exportaciones hacia el mercado brasileño y hacia el mundo.

### **2.3.2. Teoría de la ventaja competitiva de Michael Porter.**

“Para que las empresas logren tener una ventaja competitiva deben realizar acciones estratégicas para ser más eficientes que de los competidores (liderazgo en costo) o hacer productos y servicios de manera diferente a ellos (diferenciación)” (Porter, 2015, p. 35).

Con respecto a la teoría de Michael Porter se analiza las estrategias para la obtención de una ventaja competitiva, tales como la diferenciación de productos y las ventajas al presentar una oferta única ya sea en calidad, precio, contenido entre otras. Esto genera que la oferta exportable

ecuatoriana sea más competitividad en el mercado brasileño, en comparación con los demás países de la CAN, los cuales debido a su ubicación geográfica poseen una oferta muy similar, por lo cual mediante la diferenciación se puede lograr un correcto posicionamiento en el mercado.

De igual manera se debe tomar en cuenta los productos que tienen preferencia arancelaria y otorgarles un valor agregado, de los demás competidores ya sea en el precio, calidad, marketing u otros. Por otra parte, la investigación se toma en cuenta las exportaciones del top 10 de los productos con un mayor número de exportaciones hacia el mercado brasileño de cada uno de los países miembros de la Comunidad Andina, siendo estos productos parte fundamental del estudio de la oferta exportable y la competitividad de los países miembros de la Comunidad Andina.

### **2.3.3. Nueva teoría del comercio internacional.**

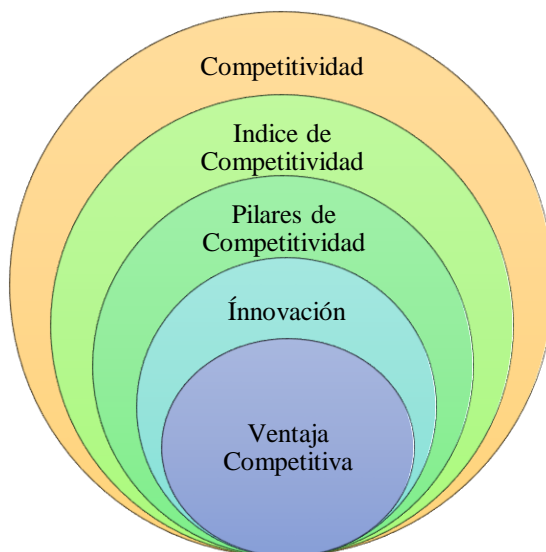
La nueva teoría del comercio afirma que, gracias al comercio, una nación se especializa en la producción de determinados bienes, alcanza economías de escala y disminuye los costos de elaborar esos artículos; al mismo tiempo, compra los bienes que no produce a otras naciones también especializadas. Con este mecanismo, aumenta el surtido de bienes al alcance de los consumidores de cada país, al tiempo que, en promedio, reduce los costos de esos bienes. (Hill, 2011, p. 180)

La nueva teoría del comercio internacional destaca que los países deben especializarse en determinados productos en donde presenten una ventaja y de esta manera poder dar paso a las economías de escala, las cuales son un gran beneficio para los consumidores debido que los costos de producción serán más bajos y los productos son más accesibles para el consumidor, quien puede elegir entre una oferta diversificada ya sea por calidad, precio, origen entre otros.

Al tener una oferta exportable diversificada los países miembros de la Comunidad Andina, tienen un mayor acceso a mercados internacionales tal es el caso del mercado brasileño, el cual debido a su tamaño es un socio estratégico para las exportaciones, además cabe recalcar que los países deben importar únicamente los bienes que no producen.

## 2.4. FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL

### 2.4.1. Variable dependiente: Competitividad



*Figura 2* Variable dependiente: Competitividad

#### 2.4.1.1. Competitividad

El Foro Económico Mundial que ha medido la competitividad entre países desde 1979 la define como “el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país” (Cann, 2016).

La competitividad de una nación se mide por diferentes factores, no solo por su capacidad productiva como se piensa comúnmente, tal es el caso de los pilares de competitividad que usa el Foro Económico Mundial, mediante los cuales califica a cada uno de los países y los resultados dan el nivel de competitividad de cada uno de ellos.

#### 2.4.1.2. Índice de Competitividad

Los índices de competitividad regional implementados en América Latina se derivan de las investigaciones desarrolladas por Michael Porter y el Foro Económico Mundial (WEF), al igual que del Anuario de competitividad mundial del Instituto de la Capacidad de Gestión (IMD). Este índice se basa en 12 pilares de competitividad y de esta manera muestra un escenario más detallado de los niveles de desarrollo de los diferentes países. El índice de Competitividad Regional (ICR) pertenece a la categoría de los indicadores sociales. (Benzaquen, Carpio, Zegarra, & Valdivia, 2010)

### **2.4.1.3. Pilares de Competitividad**

El nuevo índice del Foro Económico Mundial en su informe de competitividad 2018 – 2019. La edición del 2018 del Informe de Competitividad Global representa un hito, con la introducción del nuevo índice de Competitividad Global 4.0. Esta nueva metodología captura los factores que determinan los niveles de productividad económica, pero con un mayor énfasis en los elementos asociados al capital humano, agilidad, resiliencia e innovación. (WEF, 2018, p.1)

Los pilares de competitividad se dividen en: entorno, capital humano, mercados y factores de innovación; dentro del entorno se tiene a los pilares de instituciones, infraestructura, adopción ICT y Macroeconomía; en el caso del Capital humano se encuentra la salud y las capacidades; en los mercados están los pilares de Mercados de Bienes, mercado laboral; Sistema Financiero y el tamaño del mercado; en la última clasificación de los factores de innovación y sofisticación, se encuentra inmerso el pilar de dinamismo en negocios y la capacidad de innovación. (Schwab, 2018)

### **2.4.1.4. Innovación**

La innovación es una actividad compleja y sumamente arriesgada, en la que influyen factores de todo tipo; desde factores internos – o propios de la organización – a externos – o asociados con el entorno; hoy en día la innovación, la tecnología o el conocimiento se han convertido en activos muy relevantes para que las empresas logren una posición competitiva ventajosa. (Sánchez, 2008)

En cuanto a la innovación es un elemento importante dentro de la competitividad de una nación, además de ser uno de los pilares de competitividad del Foro Económico, esta hace relación a un cambio principalmente en la tecnología, sobre todo lograr un mayor desarrollo de los países.

### **2.4.1.5. Ventaja Competitiva**

Según Michael Porter sostiene que “la ventaja se puede conseguir mediante la determinación y utilización de economías de escala, como también por la diferenciación” (Izaguirre, y otros, 2015). es decir, un país puede obtener una ventaja competitiva mediante la diferenciación, además de tomar en cuenta diferentes factores tales como los endógenos y exógenos; mediante estos se toman acciones las cuales pueden ser ofensivas o defensivas según la posición que se desee tomar.

Para el desarrollo de la presente investigación, una de las variables significativas es el nivel de competitividad que posee una nación con respecto a las demás. Para el marco la Preferencia Arancelaria Regional entre Ecuador y Brasil se desea, identificar el nivel de competitividad de varios indicadores, no solo en parámetros macroeconómicos sino tomando en cuenta también el análisis de indicadores socioeconómicos en general, considerando que los países que conforman la Comunidad Andina son cuatro para el presente análisis.

#### **2.4.2. Variable independiente: Oferta exportable**



*Figura 3* Variable independiente: Oferta exportable

##### **2.4.2.1. Globalización**

“La globalización se refiere al cambio hacia una economía mundial más integrada e interdependiente” (Hill, 2011, p. 6). Hace referencia a la integración mundial en donde intervienen diferentes procesos tanto económicos, políticos, tecnológicos, sociales y culturales, donde la economía es uno de los factores más importantes que se desarrollan mediante la globalización, dado que consiste en la progresiva integración de las distintas economías llegando a formar una única economía mundial, es decir se facilita las relaciones comerciales como las exportaciones que se encuentran limitadas varios factores como la cultura, distancia, normativa y política de los países.

##### **2.4.2.2. Comercio Internacional**

“El comercio internacional hace referencia al movimiento que tienen los bienes y servicios a través de los distintos países y sus mercados” (Ceballos, 2012). Es decir, es la compra y venta de



bienes y servicios entre países, con el fin de buscar un mejoramiento para la economía y la calidad de vida de sus habitantes. Mediante el comercio internacional, se desarrolla el intercambio de bienes y servicios, determinados dando paso a un intercambio de bienes y servicios

#### **2.4.2.3. Acuerdos comerciales regionales**

Según la OMC (2019), señala que los acuerdos comerciales regionales (ACR) se definen como acuerdos comerciales recíprocos entre dos o más socios. Incluyen los acuerdos de libre comercio y las uniones aduaneras. El Ecuador tiene varios acuerdos los que se encuentran vigentes, debido a que a lo largo de los años el número de acuerdos comerciales regional ha ido creciendo y su alcance se ha ampliado. (Ver anexo 2)

#### **2.4.2.4. Oferta exportable**

Es el volumen de productos que posee un país o empresa para el mercado externo, éste debe ser de manera estable o continua y debe cumplir con las exigencias y requerimientos del mercado. (Rojas, 2016) Ecuador posee una oferta exportable de una gran cantidad de productos debido a la gran variedad de recursos que posee, aunque es un país netamente exportador de materias primas. (Ver Anexo 3)

#### **2.4.2.5. Balanza Comercial**

Según el Banco Central del Ecuador (2011) menciona que la balanza comercial es uno de los componentes de la Balanza de Pagos, en donde se contempla las importaciones y exportaciones de mercancías o bienes tangibles. Se usa para conocer el equilibrio o desequilibrio en el que se encuentran estas transacciones respecto al exterior y se expresan en déficit o superávit; el primero cuando son mayores las importaciones y el segundo cuando son mayores las exportaciones. Es el cálculo que resulta de la diferencia entre las exportaciones y las importaciones de mercancías durante un período determinado.

El Ecuador en los últimos años ha tenido un aumento en las exportaciones, pero es un país que importa una gran cantidad de productos motivo por el cual el saldo de su balanza comercial es negativo.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO**

##### **3.1.1. Enfoque.**

###### **3.1.1.1. Enfoque cualitativo**

Hernández, Fernández & Baptista (2014) afirman que “El enfoque cualitativo utiliza la recolección y análisis de datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (p.7).

Para la investigación se utiliza las preguntas de investigación las que servirán para describir la situación actual de las exportaciones de los principales productos ecuatorianos hacia el mercado brasileño influenciado por el objeto de estudio que es la preferencia arancelaria regional; misma que debe sustentarse en base a información confiable y verídica a través de herramientas que permitan la recolección de datos, entre ellas podemos contar con el fichaje bibliográfico que se tener una visión clara del tema a investigar

Se aplica el enfoque cualitativo para el análisis de la situación actual del acuerdo entre Ecuador y Brasil en base a las preferencias arancelarias que benefician a los mercados, con el fin de aprovechar oportunidades, de igual manera el mercado ecuatoriano incrementa las exportaciones no petroleras a la diversificación del mercado; estableciendo acciones y estrategias que deberán llevarse a cabo para incrementar las exportaciones; es decir, se crean alternativas a futuro, tomando como referencia datos bibliográficos que permiten obtener información de aquellas partes que están involucradas ya sea de forma directa o indirecta.

###### **3.1.1.2. Enfoque cuantitativo**

“El enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (Hernández et al., p.4).

El enfoque cuantitativo se lo toma como referencia para medir las características del estudio, como la recolección de datos con base en la medición numérica y estadística de la oferta exportable del Ecuador, se utiliza varias herramientas que han facilitado el desarrollo tales como CobusGroup, TradeMap y Banco Central del Ecuador con relación a los principales productos de exportación hacia el mercado brasileño durante los últimos años, así como también la oferta

exportable de cada miembro de la Comunidad Andina; los datos obtenidos se utilizarán para el análisis mediante cuadros y tablas de referencia a las operaciones de referencia a las operaciones de exportaciones, los que servirán para la investigación tanto de la oferta y demanda en base a la Preferencia Arancelaria Regional; de la misma manera conocer que productos tienen mayor participación en el mercado Brasil y determinando los posibles productos que pueden llegar a posicionarse en el mercado brasileño.

### **3.1.2. Tipo de Investigación**

#### **3.1.2.1. Investigación descriptiva**

“La meta del investigador consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos (...) es decir busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández et al., 2014, p.92).

Se aplica este tipo de investigación ya que, permite estipular las características de Preferencia Arancelaria Regional entre Ecuador y Brasil, de la misma manera analizar la oferta exportable en el intercambio de bienes y servicio entre estos dos mercados siendo una de las variables de la investigación, de igual manera se analiza de forma clara y precisa de la competitividad dentro de la CAN. Con esta investigación se da a conocer hechos desde la parte conceptual, legal hasta determinar los aspectos más notables de las variables que forman parte del estudio, realizando una descripción comparativa de las ventajas comerciales que tienen cada uno de los países.

#### **3.1.2.2. Investigación exploratoria**

Según Hernández et al. (2014) afirma que,

Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas. (p.91)

Se considera este tipo de investigación puesto que es una temática nueva y poco estudiada enfocada a evaluar la oferta exportable ecuatoriana hacia el mercado de Brasil en base a la

Preferencia Arancelaria Regional y la competitividad dentro de la CAN; ya que no se ha encontrado registros similares de esta investigación para lo cual será de gran importancia familiarizarse con las variables y objeto de estudio para obtener información permitiendo identificar aspectos positivos como negativos que tiene el intercambio comercial entre Ecuador y Brasil proporcionando información completa a fin de solucionar problemas.

### **3.1.2.3. Investigación Explicativa**

Según Hernández et al. (2014) afirma que,

Los estudios explicativos van más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; es decir, están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables. (p.95)

Se toma en cuenta este tipo de investigación con el propósito de explicar los efectos de la situación actual del objeto y variables de la investigación, es decir que ventaja competitiva tiene el acuerdo para el mercado ecuatoriano y este como impulsa a la oferta exportable de manera que pueda ser competitivo frente a los demás países, todo esto depende de los resultados recopilados en el levantamiento de información y su análisis a través de herramientas estadísticas, recursos humanos y tecnológicos mismas que permitirán identificando falencias y fortalezas de la investigación.

### **3.1.3. Modalidad.**

La investigación es bibliográfica y documental ya que es un proceso sistemático de recolección selección, clasificación y análisis de diversas fuentes bibliográficas por lo que está estrechamente asociada a los objetivos de la investigación permitiendo fundamentar y describir las variables. (Rodríguez, 2013)

Se usa procedimientos que permitan la recolectar, analizar y relacionar la información de manera adecuada que permita facilitar la investigación por lo cual se toma como base la información que facilita la página de ALADI y Banco Central del Ecuador sobre el acuerdo de Preferencia Arancelaria Regional además de la oferta exportable que tiene Ecuador en relación a los demás países de la CAN y el nivel de competitividad que este presenta, publicaciones que

permiten dar lineamientos con el fin de fortalecer el contenido y veracidad de la información recabada.

### **3.2. HIPÓTESIS O IDEA PARA DEFENDER**

La aplicación de la Preferencia arancelaria regional incrementa la oferta exportable ecuatoriana y la competitividad dentro de la Comunidad Andina hacia el mercado de Brasil.

### 3.3.DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

#### 3.3.1. Definición de las variables.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN REAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL
<b>V. Dependiente Competitividad</b>	“La capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo se basa en el aumento de la productividad. (Porter, 1990)	El Foro Económico Mundial define competitividad como “el conjunto de instituciones, políticas y factores que determinan el nivel de productividad de un país” (WEF, 2014: 4)	La capacidad competitiva de un país no depende únicamente de la participación en el mercado; sino que se debe tomar en cuenta determinados indicadores tales como los pilares de la competitividad para de esta manera lograr los objetivos propuestos, mejorando la productividad de los países.
<b>V. Independiente Oferta Exportable</b>	El desarrollo de la oferta exportable se puede definir como el conjunto de instrumentos, mecanismos e iniciativas correspondientes a una política orientada a fomentar el desarrollo productivo nacional para hacer propicia la generación y fortalecimiento de una oferta exportable de bienes y servicios competitivos, diversificados, descentralizados y sostenibles. MINCETUR (2015, p. 53)	La oferta exportable de una empresa es más que asegurar los volúmenes solicitados por un determinado cliente o contar con productos que satisfacen los requerimientos de los mercados de destino. La oferta exportable también tiene que ver con la capacidad económica, financiera y de gestión de la empresa. (Valero, Rodenas, Rueda, G. 2016)	La oferta exportable son los bienes que se encuentran en condiciones de exportación, motivo por el están en capacidad de cubrir la demanda del mercado nacional e internacional de forma estable y continúa fomentando el desarrollo de las economías. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponibilidad de producto: producto que desea exportar. El volumen debe ser aquel que pueda ofrecer de manera estable o continua y debe cumplir con las exigencias y requerimientos del mercado objetivo.</li> <li>• Capacidad económica y financiera de la empresa: contar con los recursos para solventar una exportación, y tener precios competitivos. Si</li> <li>• Capacidad de gestión: tener una cultura exportadora.</li> </ul>

### 3.3.2. Operacionalización de las variables.

**Tabla 1 V. Independiente Oferta Exportable**

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	T: TÉCNICAS	I: INSTRUMENTOS	
Oferta exportable	Balanza Comercial	Volumen de importaciones	¿Cuál es el volumen de importaciones ecuatorianas desde Brasil?	Análisis de datos	Ficha bibliográfica	
		Volumen de exportaciones	¿Cuál es el volumen de exportaciones ecuatorianas a Brasil?	Análisis de datos	Ficha bibliográfica	
		Saldo Comercial	¿Cuál es el saldo comercial en la balanza comercial Ecuador - Brasil?	Análisis de datos	Ficha bibliográfica	
	Mercado	Oferta		¿Cuál son los principales países exportadores hacia el mercado brasileño?	Análisis de datos	Ficha bibliográfica
				¿Cuáles son los principales países exportadores a nivel de Latinoamérica hacia el mercado brasileño?	Análisis de datos	Ficha bibliográfica
				¿Cuál es el tamaño del mercado brasileño?	Análisis documental	Ficha bibliográfica
			¿Cuáles son los principales productos exportados por los países miembros de la Comunidad Andina hacia Brasil?	Análisis de datos	Ficha bibliográfica	
			¿Cuál es la oferta exportable de la Comunidad Andina hacia el mundo?	Análisis de datos	Ficha bibliográfica	
		Demanda		¿Cuál es el perfil del consumidor?	Análisis documental	Ficha bibliográfica
			¿Cuál es el número de consumidores brasileño?	Análisis documental	Ficha bibliográfica	
			¿Cuáles son los principales productos demandados por el mercado brasileño?	Análisis de datos	Ficha bibliográfica	
	Preferencias Arancelarias	No de Productos integrados en el Acuerdo PAR 4	¿Qué productos dentro del acuerdo comercial son altamente demandados en el mercado brasileño?	Análisis de datos	Ficha bibliográfica	
% de Ad Valorem		¿Cuáles son los productos ecuatorianos con una preferencia arancelaria del 100% en el mercado brasileño?	Análisis de datos	Ficha bibliográfica		

**Tabla 2 V. Dependiente Competitividad**

<b>VARIABLE</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ITEMS BÁSICOS</b>	<b>T: TÉCNICAS</b>	<b>I: INSTRUMENTOS</b>
<b>Competitividad</b>	Moneda	Tipo de Cambio	¿Cuál de los países miembros de la CAN presenta una moneda más sólida?	Análisis documental	Ficha bibliográfica
	Competidores	Índice de competitividad	¿Cuál es el índice de competitividad de cada uno de los países miembros de la Comunidad Andina?	Análisis de datos	Ficha bibliográfica
		No de exportaciones	¿Cuál es el número de exportaciones de cada uno de los países miembros de la Comunidad Andina hacia el mercado brasileño?	Análisis de datos	Ficha bibliográfica
		Matriz de Competitividad	¿Qué tan importante es Brasil como socio comercial para el Ecuador?	Análisis documental	Ficha bibliográfica
		Matriz de Competitividad	¿Qué país miembro de la Comunidad Andina es más competitivo?	Análisis de datos	Ficha bibliográfica
	Acuerdos Comerciales	No de acuerdos comerciales	¿Cuántos acuerdos comerciales tienen firmados Ecuador con Brasil?	Análisis documental	Ficha bibliográfica
¿Qué acuerdos comerciales poseen los países miembros de la Comunidad Andina con Brasil?			Análisis documental	Ficha bibliográfica	



### **3.4. MÉTODOS UTILIZADOS**

Mediante los métodos utilizados se podrá dar cumplimiento a los objetivos planteados además de dar respuesta a las preguntas de investigación siendo de gran importancia para el presente estudio.

#### **3.4.1. Método no experimental**

Según Hernández et al. (2014) afirma que,

Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos... en un estudio no experimental no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza. En la investigación no experimental las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas, no se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede influir en ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos. (p.152)

Para el estudio se toma en cuenta el método no experimental ya que no se realiza ningún cambio en las variables, sino que se observa y se analiza los cambios que se presentan en esta durante el periodo de estudio, de esta manera se indaga sobre el Acuerdo de Preferencia Arancelaria Regional desde el momento que el mercado ecuatoriano y brasileño firmaron, y como ha sido aprovechado de manera positiva o negativa para la exportación de los productos estrella del Ecuador durante el periodo de cinco años de esta manera permite analizar las causas y efectos que ha traído consigo el acuerdo comercial.

#### **3.4.2. Método analítico**

Según Gómez (2012) afirma que,

“es un método de investigación, que consiste en descomponer el todo en sus partes, con el único fin de observar la naturaleza y los efectos del fenómeno. Sin duda, este método puede explicar y comprender mejor el fenómeno de estudio” (p.16).

El método analítico es de gran importancia para la investigación, nos da una visión más clara del objeto de estudio (Acuerdo de Preferencia Arancelaria Regional) de manera que se lo pueda relacionar con la oferta exportable ecuatoriana, además de determinar sus principales ventajas como desventajas que se presentan durante la investigación.

### **3.4. 3. Método sistemático**

Según Gómez (2012) afirma que,

Su principal objetivo es lograr una síntesis de lo investigado; por lo tanto, posee un carácter progresivo, intenta formular una teoría para unificar los diversos elementos del fenómeno estudiado; a su vez, el método sintético es un proceso de razonamiento que reconstruye un todo, considerando lo realizado en el método analítico. Sin duda, este método permite comprender la esencia y la naturaleza del fenómeno estudiado. (p.16)

Por medio del método sintético se determina las conclusiones del estudio realizado, indicando la oferta exportable ecuatoriana en el mercado brasileño en base a la Preferencia Arancelaria Regional durante el periodo de cinco años al mismo tiempo identifica el nivel de eficiencia y eficacia que tiene el acuerdo comercial entre Ecuador y el mercado de Brasil además de la competitividad en la Comunidad Andina.

### **3.5.TÉCNICAS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS**

Para la recolección de información se utiliza técnicas como la bibliografía y el fichaje, que ayuda a obtener datos e información para corroborar con las variables de investigación además de la internet como fuente de investigación para obtener datos secundarios a través de herramientas como Banco Central del Ecuador, TradeMap, CobusGroup, entre otros documentos que permitirán obtener información válida para el estudio.

### **3.6.ANÁLISIS ESTADÍSTICO**

Para la investigación se toma en cuenta el análisis de datos teniendo en cuenta que se los obtiene de fuentes secundaria como páginas web los cuales sirven para poder sustentar el estudio, además de fichas bibliográficas que permiten dar a conocer la situación actual de la relación comercial que mantiene los países miembros de la CAN con el mercado brasileño.

### **3.6.1. Población y muestra**

Para la presente investigación se toma como población a la oferta exportable total por parte de los países miembros de la CAN (Ecuador, Perú, Colombia, Bolivia) de igual manera se toma como referencia el top diez de productos estrellas, considerando el nivel de participación en relación a los países de la CAN hacia el mercado brasileño como muestra en un periodo de cinco años (2015-2019). Información que es recopilada de fuentes secundarias confiables como CobusGroup, TradeMap y el Banco Central del Ecuador. Cabe mencionar que se trata de una investigación basada principalmente en un Acuerdo Comercial entre el mercado ecuatoriano y brasileño (PAR).

## IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. RESULTADOS

#### 4.1.1. Exportaciones e importaciones totales de países miembros de la CAN hacia el mundo.

##### 4.1.1.1. Ecuador

Ecuador es un país biodiverso a pesar de tener una superficie del 7% en relación a los miembros de la CAN siendo la más inferior, es importante mencionar como dato histórico que perdió gran parte de su territorio con el vecino país Perú. La población ecuatoriana es la es el tercer país con más habitantes sin embargo con una tasa de crecimiento de 1.56% durante los cinco años analizados (2015-2019). En cuanto a su idioma y su cultura tiene como idioma oficial el español, pero a lo largo del territorio ecuatoriano se reconoce distintas leguas como quichua y shuar y los demás idiomas ancestrales son como lenguas de comunicación intercultural. El tipo de cambio ecuatoriano es el dólar estadounidense es importante mencionar que es el único país que tiene una moneda extranjera desde el año 2000 que el país adoptó oficial.

**Tabla 3 Exportaciones de Ecuador (miles de dólares)**

Código	Descripción del producto	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
<b>TOTAL</b>	Todos los productos	18330608	16797667	19122460	21606134	22329379
<b>27</b>	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ...	6661969	5495734	6914483	8806561	8746465
<b>03</b>	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	2553873	2842001	3298259	3566416	4241981
<b>08</b>	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	2935493	2874089	3187038	3369702	3490733
<b>16</b>	Preparaciones de carne, pescado o de crustáceos, moluscos o demás invertebrados acuáticos	952189	911664	1172764	1238238	1207337

<b>06</b>	Plantas vivas y productos de la floricultura	824453	806932	890537	858623	887030
<b>18</b>	Cacao y sus preparaciones	812382	750030	688981	777832	763897
<b>44</b>	Madera, carbón vegetal y manufacturas de madera	320777	338087	344081	381710	463742
<b>20</b>	Preparaciones de hortalizas, de frutas u otros frutos o demás partes de plantas	256754	235515	231332	237373	215807
<b>07</b>	Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios	125987	136994	145717	168302	208325
<b>71</b>	Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, ...	745775	305892	171654	177849	204120

**Fuente:** TradeMap (2020)

Ecuador es uno de los países latinoamericanos que posee diversidad de oferta exportable, esto debido a la capacidad de producción lo cual se puede evidenciar con datos obtenidos de la plataforma TradeMap en relación a los últimos 5 años en donde se puede observar que el principal producto comercializado por el Ecuador hacia mercados internacionales es el combustible mineral el cual tiene una representación del 37,30% de la oferta total lo cual deduce que el país es dependiente de las exportaciones petroleras, nivel de producción y precios internacionales; al mismo tiempo dentro de la oferta exportable ecuatoriana se encuentran exportaciones de productos tradicionales como cacao, banano, atún y pescado y productos no tradicionales como preparaciones de hortalizas, perlas finas, frutas y frutos comestibles, madera, carbón vegetal entre otras.

**Tabla 4 Importaciones de Ecuador (miles de dólares)**

<b>Código</b>	<b>Descripción del producto</b>	<b>Valor importado en 2015</b>	<b>Valor importado en 2016</b>	<b>Valor importado en 2017</b>	<b>Valor importado en 2018</b>	<b>Valor importado en 2019</b>
<b>TOTAL</b>	Todos los productos	21387292	16188693	19845270	23019654	20277092
<b>27</b>	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas	4196284	2649361	3377939	4543184	4378702

<b>84</b>	Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; partes de estas máquinas ...	2553930	1930218	2362560	2696755	2169419
<b>87</b>	Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	1536655	1140816	1878475	2314422	1441102
<b>85</b>	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción ...	2223705	1655949	1736166	1883167	1266585
<b>39</b>	Plástico y sus manufacturas	1015496	863227	988828	1140683	1001647
<b>30</b>	Productos farmacéuticos	1096291	946395	990708	981881	969360
<b>23</b>	Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos preparados para animales	596680	596645	666219	845040	824632
<b>72</b>	Fundición, hierro y acero	624297	459464	744080	820363	678869
<b>38</b>	Productos diversos de las industrias químicas	487031	445605	483849	511908	495667
<b>73</b>	Manufacturas de fundición, de hierro o acero	514632	296506	314072	410072	418228

**Fuente:** TradeMap (2020)

Ecuador a lo largo de la historia ha sido un país que al igual que exporta materia prima importa tal es el caso de combustible 19,01% del total de las importaciones en el periodo 2015-2019, al igual de bienes de capital que son necesarios para la producción nacional tales como maquinaria y artefactos mecánicos 11,63% materiales eléctricos y sus partes 8,70% productos para la industria química 2,41% además de productos terminados como vehículos 8,25% entre otros. Principales países proveedores para el mercado ecuatoriano son Estados Unidos de América, China, Colombia, Panamá, Brasil y Perú. La industria nacional en su mayor parte depende de las importaciones para poder solventar la producción ecuatoriana.

#### 4.1.1.2. Colombia

Colombia en comparación a los países que conforman la CAN tiene una superficie del 30% siendo el segundo país con superficie terrestre atrás de Perú, en cuanto a la población colombiana es la más grande a pesar de tener una tasa de crecimiento de 0.97% durante los cinco años analizados (2015-2019). Su idioma oficial el español, pero en el territorio nacional cuentan cerca de 68 lenguas nativas organizadas en lenguas indígenas, criollas, romaní y de señas. La moneda del país es el peso colombiano y esta varía dependiendo de la fluctuación monetaria que es aproximadamente 3100.00 frente al dólar estadounidense.

**Tabla 5 Exportaciones de Colombia (miles de dólares)**

<b>Código</b>	<b>Descripción del producto</b>	<b>Valor exportado en 2015</b>	<b>Valor exportado en 2016</b>	<b>Valor exportado en 2017</b>	<b>Valor exportado en 2018</b>	<b>Valor exportado en 2019</b>
<b>TOTAL</b>	Todos los productos	35690767	31095444	37770123	41769699	39496225
<b>27</b>	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ...	18860908	14770996	20411532	24163057	21638662
<b>09</b>	Café, té, yerba mate y especias	2585926	2473435	2595072	2348746	2376441
<b>71</b>	Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, ...	1313083	1768345	2006088	1632636	1961841
<b>06</b>	Plantas vivas y productos de la floricultura	1308583	1328138	1417127	1477877	1495636
<b>39</b>	Plástico y sus manufacturas	1423850	1278503	1361423	1532967	1471826
<b>08</b>	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	889770	1036042	1079104	1057841	1158487
<b>87</b>	Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	503678	552924	539270	645700	656726
<b>72</b>	Fundición, hierro y acero	499396	389858	445282	650785	604935

<b>15</b>	Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias ...	383490	368679	542571	623021	524791
<b>17</b>	Azúcares y artículos de confitería	610150	533835	569072	518266	484635

**Fuente:** TradeMap (2020)

La oferta colombiana es amplia sin embargo se ha caracterizado por exportar productos no petroleros como combustible y aceites minerales con una representación del 53.73% del total de la oferta exportable además de productos como el café y té con un 6.66%, piedras preciosas 4.67%, flores 3.78% y productos de confitería con una representación 1.46%. Colombia principalmente ofrece sus productos a países con alta demanda de materia prima como al mercado de Estados Unidos, Panamá y China, siendo los países comerciales más importantes y sobre todo mercados con grandes necesidades de productos primarios para sus industrias económicas.

**Tabla 6 Importaciones de Colombia (miles de dólares)**

<b>Código</b>	<b>Descripción del producto</b>	<b>Valor importado en 2015</b>	<b>Valor importado en 2016</b>	<b>Valor importado en 2017</b>	<b>Valor importado en 2018</b>	<b>Valor importado en 2019</b>
<b>TOTAL</b>	Todos los productos	54057599	44889367	46075705	51232805	50413025
<b>84</b>	Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; partes de estas máquinas ...	6924618	5262236	5485287	5812878	5733539
<b>85</b>	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción ...	5588359	4571092	4977975	5783608	5487373
<b>87</b>	Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	4220198	3773420	3632263	4341840	4690236
<b>27</b>	Combustibles minerales, aceites minerales y productos	5133498	3834973	3723037	3535361	4328365



	de su destilación; materias bituminosas; ...					
<b>30</b>	Productos farmacéuticos	2332118	2108504	2191162	2394105	2556294
<b>39</b>	Plástico y sus manufacturas	2379918	2112993	2129011	2506143	2304872
<b>29</b>	Productos químicos orgánicos	2072437	1914130	2037210	2284566	2004954
<b>10</b>	Cereales	1649779	1555161	1510751	1667482	1791232
<b>72</b>	Fundición, hierro y acero	1596938	1252059	1348346	1807965	1551866
<b>90</b>	Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión; ...	1652161	1389114	1373150	1520476	1498688

**Fuente:** TradeMap (2020)

En cuanto a las importaciones Colombia se ha caracterizado por importar productos terminados o semi elaborados como es el caso de maquinarias y sus partes con una representación de 11.85% del total de las importaciones además de materiales eléctricos 10.71% vehículos terrestres (camiones, tractores, motocicletas entre otros) 8.37% productos farmacéuticos 4.70% productos químicos orgánicos 4.18%, cereales 3.31% e instrumentos y aparatos de óptica, fotografía con un 3.01% en el periodo de 2015-2019. Al igual que exporta productos petroleros importa los mismo durante este periodo de estudio los combustibles y productos de su destilación es se encuentra en el cuarto lugar con un porcentaje 8.33%

#### **4.1.1.3. Perú**

Perú en comparación a los países que conforman la CAN tiene una superficie que representa el 34% siendo el primer país con mayor superficie, en lo que se refiere a la población en consecuencia tiene la segunda población más grande con una tasa de crecimiento de 1.33% durante los cinco años analizados (2015-2019). Su idioma oficial el español, pero en el territorio se habla el quechua y el aymara que este último es idioma de los Incas a pesar que cuenta con 48 lenguas originarias de las cuales 44 son amazónicas y 4 andinas. La moneda del país es el nuevo sol y esta varía dependiendo de la fluctuación monetaria que es aproximadamente 3.25 frente al dólar estadounidense.

**Tabla 7 Exportaciones de Perú (miles de dólares)**

<b>Código</b>	<b>Descripción del producto</b>	<b>Valor exportado en 2015</b>	<b>Valor exportado en 2016</b>	<b>Valor exportado en 2017</b>	<b>Valor exportado en 2018</b>	<b>Valor exportado en 2019</b>
<b>TOTAL</b>	Todos los productos	33246845	36039994	44237949	47223269	45135222
<b>26</b>	Minerales metalíferos, escorias y cenizas	9916709	12239358	16614770	17640693	16578548
<b>71</b>	Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, ...	6002344	6809311	7436104	7298606	7147304
<b>08</b>	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	1792640	2016892	2402216	2998243	3312930
<b>27</b>	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ...	2411684	2321445	3514461	4184420	3117103
<b>74</b>	Cobre y sus manufacturas	1926221	1721340	2188475	2296290	2022660
<b>23</b>	Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos preparados para animales	1335592	1206949	1730888	1846332	1732399
<b>03</b>	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	651578	698047	799753	951302	1196000
<b>61</b>	Prendas y complementos (accesorios), de vestir, de punto	826945	791809	827506	893967	888413
<b>79</b>	Cinc y sus manufacturas	566989	581993	812100	841870	786209
<b>09</b>	Café, té, yerba mate y especias	709277	877824	843277	795535	757934

**Fuente:** TradeMap (2020)

Las exportaciones de Perú al mercado internacional en la última década se han visto impulsada por los productos tradicionales y no tradicionales como es el caso de los minerales metalíferos 35.45% perlas finas y metales preciosos 16.85% frutas 6.08% pescado y crustáceos 2.09% prendas y complementos de vestir 2.05% además de exportar productos petroleros como

combustible y aceites con 7.55% de la producción total de la oferta exportable en el periodo de 2015 al 2019. El mercado peruano gracias a la política de diversificación de mercados a logrado destacarse en el sector agrícola teniendo resultados favorables para sus productos al ser unos de los principales exportadores de espárragos a nivel mundial al igual que la quinua y arándanos siendo productos estrellas de la agroexportación peruana.

**Tabla 8 Importaciones de Perú (miles de dólares)**

<b>Código</b>	<b>Descripción del producto</b>	<b>Valor importado en 2015</b>	<b>Valor importado en 2016</b>	<b>Valor importado en 2017</b>	<b>Valor importado en 2018</b>	<b>Valor importado en 2019</b>
<b>TOTAL</b>	Todos los productos	38059620	36129331	39763959	43144346	42364042
<b>27</b>	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ...	3933943	4067734	5660512	6895861	5962406
<b>84</b>	Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; partes de estas máquinas ...	5471920	5093514	5046524	5273336	5562235
<b>85</b>	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción ...	4447098	4042844	4286905	4173721	4113557
<b>87</b>	Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	3638515	3747236	3788459	3676398	3853829
<b>39</b>	Plástico y sus manufacturas	1981597	1789257	1894653	2247523	2088250
<b>10</b>	Cereales	1293689	1240173	1450453	1448004	1521418
<b>72</b>	Fundición, hierro y acero	1348606	1176821	1314413	1764870	1506871
<b>73</b>	Manufacturas de fundición, de hierro o acero	1208117	995465	918735	994820	1147082
<b>30</b>	Productos farmacéuticos	796943	770424	776970	871687	959957
<b>90</b>	Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o	686794	679399	720836	768013	833950

---

cinematografía, de medida,  
control o precisión; ...

---

**Fuente:** TradeMap (2020)

En cuanto a las importaciones peruanas lo que más ingresa al país es combustible y aceites minerales con una representación total de las importaciones de 13.30% maquinaria y artefactos mecánicos 13.26% materiales eléctricos 10.56% vehículos 9.38% cereales 3.49% productos farmacéuticos 2.09% entre otros. Productos petroleros e industrializados que para el mercado nacional son muy importantes para el desarrollo del sector económico productivo y comercial, los principales proveedores de Perú son china, Estados Unidos de América, Brasil, México, Argentina y Colombia.

#### **4.1.1.4. Bolivia**

Bolivia tiene una superficie que representa el 29% en comparación a los países que conforman la CAN siendo el tercer país con mayor superficie terrestre, en lo que se refiere a la población cuanta con la menos poblada sin embargo tiene una tasa de crecimiento de 1.56% siendo la más alta al igual que Ecuador promedio obtenido durante los cinco años analizados (2015-2019). Bolivia reconoce como lengua oficial al español, quechua, aymara y guaraní. La moneda del país es el boliviano reemplazando al antiguo peso boliviano.

**Tabla 9 Exportaciones de Bolivia (miles de dólares)**

<b>Código</b>	<b>Descripción del producto</b>	<b>Valor exportado en 2015</b>	<b>Valor exportado en 2016</b>	<b>Valor exportado en 2017</b>	<b>Valor exportado en 2018</b>	<b>Valor exportado en 2019</b>
<b>TOTAL</b>	Todos los productos	8737108	7126324	8194491	8964856	8924398
<b>27</b>	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ...	4032607	2221381	2734408	3140986	2823655
<b>26</b>	Minerales metalíferos, escorias y cenizas	1685677	1855800	2327177	2337396	2049138
<b>71</b>	Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o	957540	1005064	1280992	1357338	1972351

	semipreciosas, metales preciosos, ...					
<b>23</b>	Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos preparados para animales	520670	566636	429803	544105	468576
<b>15</b>	Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias ...	301640	318531	291418	294252	287734
<b>80</b>	Estaño y sus manufacturas	255038	295195	333361	318176	285212
<b>08</b>	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	238380	223254	213041	254953	186824
<b>10</b>	Cereales	136733	91179	84587	89671	99408
<b>31</b>	Abonos	0	5	0	67787	81771
<b>12</b>	Semillas y frutos oleaginosos; semillas y frutos diversos; plantas industriales o medicinales; ...	95225	104817	77571	77593	65018

**Fuente:** TradeMap (2020)

Bolivia al ser un país andino tiene una gran riqueza en su cultura y sus costumbres, las exportaciones durante los últimos cinco años se pueden observar que el principal producto es el combustible y aceites con un 35.65% de las exportaciones totales al igual que metales metalíferos (aluminio, hierro, plomo, cobre entre otros...) 24.45% piedras preciosas 15.67% desperdicios industriales alimentarias 6.03% cereales 1.20% semillas y frutos diversos 1.00%

**Tabla 10 Importaciones de Bolivia (miles de dólares)**

<b>Código</b>	<b>Descripción del producto</b>	<b>Valor importado en 2015</b>	<b>Valor importado en 2016</b>	<b>Valor importado en 2017</b>	<b>Valor importado en 2018</b>	<b>Valor importado en 2019</b>
<b>TOTAL</b>	Todos los productos	9843078	8563811	9308486	9995948	9784564
<b>27</b>	Combustibles minerales, aceites minerales y productos	1150731	822172	983041	1364448	1632796

	de su destilación; materias bituminosas; ...					
<b>84</b>	Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; partes de estas máquinas ...	1732506	1331705	1650218	1920872	1214568
<b>87</b>	Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	1337657	1158290	1197920	1037234	1067462
<b>85</b>	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción ...	764464	674505	702531	790720	924715
<b>39</b>	Plástico y sus manufacturas	460014	448615	433328	490577	495033
<b>72</b>	Fundición, hierro y acero	450633	410388	428705	477896	484674
<b>38</b>	Productos diversos de las industrias químicas	318923	280092	325586	368762	334877
<b>73</b>	Manufacturas de fundición, de hierro o acero	341984	255017	303904	331517	302980
<b>30</b>	Productos farmacéuticos	184572	185656	193271	203739	223345
<b>90</b>	Instrumentos y aparatos de óptica, fotografía o cinematografía, de medida, control o precisión; ...	189103	181063	156387	157082	188740

**Fuente:** TradeMap (2020)

Bolivia al tener una oferta exportable de combustible y minerales muy elevada igual importa estos mismos pero con un valor agregado adicional tal es el caso que durante el periodo de 2015-2019 a importado el 12 % dl total de las importaciones bolivianas además de maquinarias 16.53% vehículos automóviles 12.21% materiales eléctricos y sus partes 8.12% productos diversos de la industria química 3.43% manufacturas de hierro 3.23% productos farmacéuticos 2.09% y aparatos de óptica y fotografía 1.84% una parte de la oferta mundial al mercado de Bolivia siendo uno de los principales productos demandados para economía, producción e inversión nacional.

#### 4.1.2. Exportaciones e importaciones totales de la CAN hacia el mundo.

Tabla 11 Oferta exportable de la CAN (miles de dólares)

Código	Descripción del producto	Valor exportado en 2015	Valor exportado en 2016	Valor exportado en 2017	Valor exportado en 2018	Valor exportado en 2019
<b>TOTAL</b>	Todos los productos	96005328	91059429	109325023	119563958	115885224
<b>27</b>	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ...	31967168	24809556	33574884	40295024	36325885
<b>26</b>	Minerales metalíferos, escorias y cenizas	11631892	14168156	19100525	20144123	18811043
<b>71</b>	Perlas finas (naturales) o cultivadas, piedras preciosas o semipreciosas, metales preciosos, ...	9018742	9888612	10894838	10466429	11285616
<b>08</b>	Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías	5856283	6150277	6881399	7680739	8148974
<b>03</b>	Pescados y crustáceos, moluscos y demás invertebrados acuáticos	3353679	3679458	4202857	4643903	5570436
<b>09</b>	Café, té, yerba mate y especias	3339722	3397436	3482976	3183054	3167743
<b>06</b>	Plantas vivas y productos de la floricultura	2148460	2149438	2324423	2354645	2403268
<b>23</b>	Residuos y desperdicios de las industrias alimentarias; alimentos preparados para animales	2048265	2015373	2386953	2585170	2374887
<b>74</b>	Cobre y sus manufacturas	2208753	1947738	2499168	2619670	2282619
<b>39</b>	Plástico y sus manufacturas	2046854	1841357	1926214	2174129	2134572

Fuente: TradeMap (2020)

La oferta exportable por parte de la Comunidad Andina durante el periodo 2015 al 2019 fueron productos petroleros como combustibles minerales y aceites ( aceite crudo de petróleo, hulla bituminosa, gas natural y licuado, betún de petróleo entre otros...) con una participación del 31.40% de la participación total de las exportaciones seguido de minerales metalíferos (cobre, cinc, plomo, plata, hierro entre otros...) con el 15.77% perlas finas (oro, esmeraldas, bisutería de metal común esmaltado, otros) con 9.69% frutas (plátano, aguacate, uvas, mangos, arándanos rojos, piñas, sandías, otros...) con 6.53% pescados y crustáceos ( camarón, pescado congelado, atún, entre otros...) con 4.03% café, té 3.12% flores 2.14% desperdicios de las industrias alimentarias 2.15% cobre y sus manufacturas 2.17% siendo los productos con mayor demanda por parte de los países como Estados Unidos, China, Unión Europea, Mercosur y países miembros de la Comunidad Andina.

**Tabla 12 Importaciones de la CAN (miles de dólares)**

<b>Código</b>	<b>Descripción del producto</b>	<b>Valor importado en 2015</b>	<b>Valor importado en 2016</b>	<b>Valor importado en 2017</b>	<b>Valor importado en 2018</b>	<b>Valor importado en 2019</b>
<b>TOTAL</b>	Todos los productos	123347589	105771202	114993420	127392753	122838723
<b>27</b>	Combustibles minerales, aceites minerales y productos de su destilación; materias bituminosas; ...	14414456	11374240	13744529	16338854	16302269
<b>84</b>	Máquinas, aparatos y artefactos mecánicos, reactores nucleares, calderas; partes de estas máquinas ...	16682974	13617673	14544589	15703841	14679761
<b>85</b>	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción ...	13023626	10944390	11703577	12631216	11792230
<b>87</b>	Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	10733025	9819762	10497117	11369894	11052629
<b>39</b>	Plástico y sus manufacturas	5837025	5214092	5445820	6384926	5889802



<b>30</b>	Productos farmacéuticos	4409924	4010979	4152111	4451412	4708956
<b>72</b>	Fundición, hierro y acero	4020474	3298732	3835544	4871094	4222280
<b>10</b>	Cereales	3296495	3146094	3377170	3538223	3732422
<b>29</b>	Productos químicos orgánicos	3064453	2847170	3015514	3407553	2981325
<b>73</b>	Manufacturas de fundición, de hierro o acero	2971845	2165602	2346830	2713207	2856365

Fuente: TradeMap (2020)

En cuanto a las importaciones por parte de la CAN durante el periodo analizar se determina que combustibles y minerales tienen una participación del 12.14% máquinas y artefactos mecánicos (lavadoras de ropa, refrigeradora, bombas centrifugadas, otros) con 12.66% materiales eléctricos y sus partes (celulares, grabadoras, cámaras, etc.) con 10.11% automóviles 9% productos farmacéuticos 3.66% fundición de hierro y acero 3.41% cereales 2.88% productos esenciales para el sustento económico y productivo de cada país miembro de la Comunidad Andina.

#### 4.1.3. Exportaciones e importaciones totales de cada país miembros de la CAN hacia el mercado brasileño

##### 4.1.3.1. Ecuador- Brasil

Tabla 13 Ecuador exporta hacia Brasil (miles de dólares)

Código del producto	Descripción del producto	Valor en 2015	Valor en 2016	Valor en 2017	Valor en 2018	Valor en 2019	$\Sigma$ Total	Representación %
<b>TOTAL</b>	Todos los productos	110114	144762	124227	106935	90671	576709	100.00%
<b>780110</b>	Plomo refinado, en bruto	8862	14369	18262	25565	16844	83902	14.55%
<b>160414</b>	Preparaciones y conservas de atún, de listado y de bonito "Sarda spp.", enteros o en trozos ...	16484	25351	22377	16461	13152	93825	16.27%

<b>170490</b>	Artículos de confitería sin cacao, incl. el chocolate blanco (exc. chicle)	15456	11009	8256	7587	6707	49015	8.50%
<b>180690</b>	Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao, en recipientes o envases ...	8590	6751	6384	9439	4394	35558	6.17%
<b>060311</b>	Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas	2432	1060	1321	1180	825	6818	1.18%
<b>521142</b>	Tejidos de mezclilla "denim", con un alto contenido de algodón, pero < 85% en peso, mezclado ...	2303	3219	3147	2937	770	12376	2.15%
<b>180310</b>	Pasta de cacao, sin desgrasar	2725	1003	153	169	345	4395	0.76%
<b>151329</b>	Aceites de almendra de palma o babasú y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente	360	1039	1896	1455	611	5361	0.93%

**Fuente:** TradeMap (2020)

Las exportaciones ecuatorianas al mercado brasileño durante el periodo del 2015-2019 son representados por los productos como: plomo refinado 14.55%; preparaciones y conservas de atún

16.27%; artículos de confitería 8.50%; chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao 6.17%; rosas 1.18%; tejidos de mezclilla 2.15%; pasta de cacao 0.76%; aceites de almendras de palma o de babasú y sus fracciones 0.93% los que tienen una participación en la oferta exportable total de Ecuador- Brasil.

**Tabla 14 Ecuador importa de Brasil (miles de dólares)**

<b>Código del producto</b>	<b>Descripción del producto</b>	<b>Valor en 2015</b>	<b>Valor en 2016</b>	<b>Valor en 2017</b>	<b>Valor en 2018</b>	<b>Valor en 2019</b>	<b>ΣTotal</b>	<b>Representación %</b>
<b>TOTAL</b>	Todos los productos	712309	671949	876323	981400	884903	4126884	100.00%
<b>720839</b>	Productos planos de hierro o acero sin alear, de anchura >= 600 mm, enrollados, simplemente ...	28399	30178	61935	68548	60646	249706	6.05%
<b>870210</b>	Vehículos automóviles para transporte de >= 10 personas, incl. el conductor, con motor de émbolo ...	5397	6539	12748	24993	35224	84901	2.06%
<b>390110</b>	Polietileno de densidad < 0,94, en formas primarias	30232	32147	38019	30669	23419	154486	3.74%
<b>640299</b>	Calzado con suela y parte superior de caucho o plástico (exc. el que cubra el tobillo o con ...	8378	6319	15063	18759	20178	68697	1.66%
<b>481159</b>	Papel y cartón, coloreados o decorados en la	9529	13335	20984	14687	19871	78406	1.90%

	superficie o impresos, recubiertos, impregnados ...							
<b>300490</b>	Medicamentos constituidos por productos mezclados o sin mezclar, preparados para usos terapéuticos ...	34580	31877	24759	21772	19870	132858	3.22%
<b>010511</b>	Gallos y gallinas de las especies domésticas, vivos, de peso <= 185 g	8756	11834	15178	16394	14275	66437	1.61%
<b>842952</b>	Palas mecánicas, autopropulsadas, cuya superestructura pueda girar 360°	2059	5686	10320	15569	10058	43692	1.06%

**Fuente:** TradeMap (2020)

En cuanto a las importaciones Ecuador demanda de Brasil hierro o acero 6.05%; vehículos 6.05%; polietileno en formas primarias 3.74%; calzado 1.66%; papel cartón 1.90%; medicamentos 3.22%; gallos y gallinas de especie domestica 1.61%; palas mecánicas (maquinaria pesada) 1.06% siendo los principales productos con mayor demanda al mercado brasileño durante el periodo 2015-2019.

#### 4.1.3.2. Colombia- Brasil

**Tabla 15 Colombia exporta hacia Brasil (miles de dólares)**

Código del producto	Descripción del producto	Valor en 2015	Valor en 2016	Valor en 2017	Valor en 2018	Valor en 2019	$\Sigma$ Total	Representación %
---------------------	--------------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	----------------	------------------

<b>TOTAL</b>	Todos los productos	1189887	994850	1363480	1561755	1465743	6575715	100.00%
<b>270112</b>	Hulla bituminosa, incl. pulverizada, pero sin aglomerar	336308	298346	365749	430702	360294	1791399	27.24%
<b>270400</b>	Coques y semicoques de hulla, lignito o turba, incluso aglomerados; carbón de retorta	115988	70869	259348	309808	243824	999837	15.20%
<b>390410</b>	Poli"cloruro de vinilo", en formas primarias, sin mezclar con otras sustancias	163829	113438	143225	175614	205243	801349	12.19%
<b>380891</b>	Insecticidas (exc. mercancías de subtítulo 3808.50)	153905	130573	89786	0	63199	437463	6.65%
<b>271012</b>	Aceites ligeros y preparaciones, de petróleo o de minerales bituminosos que >= 90% en volumen ...	21487	18218	58059	79055	39229	216048	3.29%

<b>151110</b>	Aceite de palma en bruto	15706	15413	32594	73042	23114	159869	2.43%
<b>760200</b>	Desperdicios y desechos, de aluminio	15203	8159	11588	17157	11900	64007	0.97%
<b>540231</b>	Hilados texturados, de filamentos de nailon o demás poliamidas, de título <= 50 tex por hilo ...	4918	4662	10025	10031	9927	39563	0.60%

**Fuente:** TradeMap (2020)

Las relaciones comerciales bilaterales entre Colombia y Brasil han permitido que el mercado colombiano oferte productos como: hulla bituminosa (carbón) 27.24%; cloruro de vinilo 12.19%; insecticidas 6.65%; aceites ligeros y preparados de petróleo 3.29%; aceite de palma 2.43%; desperdicios y desechos de aluminio 0.97%; hilado texturizado 0.60% los que tienen mayor participación en la oferta exportable durante el periodo 2015-2019.

**Tabla 16 Colombia importa desde Brasil (miles de dólares)**

Código del producto	Descripción del producto	Valor en 2015	Valor en 2016	Valor en 2017	Valor en 2018	Valor en 2019	ΣTotal	Representación %
<b>TOTAL</b>	Todos los productos	2084310	2117351	2286013	2828205	3033232	12349111	100.00%
<b>870323</b>	Automóviles de turismo, incl. los del tipo familiar "break" o "station	70818	93848	118697	157151	224178	664692	5.38%

	wagon" y los de carreras, ...							
	Preparaciones							
<b>210690</b>	alimenticias, n.c.o.p.	61785	83183	103498	96482	79709	424657	3.44%
	Barras de hierro o acero sin alear, con muestras, cordones, huecos o relieves, producidos en ...	12033	338	13573	44796	58998	129738	1.05%
	Alambre de cobre refinado, con la mayor dimensión de la sección transversal > 6 mm	3197	924	4733	20824	58931	88609	0.72%
	Productos planos de hierro o acero sin alear, de anchura >= 600 mm, enrollados, simplemente ...	24505	25563	38495	68357	42286	199206	1.61%
<b>300490</b>	Medicamentos constituidos por productos mezclados o sin mezclar, preparados	38952	39652	39323	38307	37276	193510	1.57%

	para usos terapéuticos ...							
<b>401120</b>	Neumáticos "llantas neumáticas" nuevos de caucho, de los tipos utilizados en autobuses o camiones ...	60881	57903	47998	44287	34789	245858	1.99%
<b>870829</b>	Partes y accesorios de carrocerías de tractores, vehículos automóviles para transporte de >= ...	4485	13343	28359	33838	33903	113928	0.92%

**Fuente:** TradeMap (2020)

Las importaciones colombianas del mercado brasileño durante el periodo 2015-2019 han sido representadas por productos terminados e industrializados tal es el caso de automóviles 3.38%; preparaciones alimenticias 3.44%; hierro 1.05%; alambre de cobre refinado 0.72%; medicamentos 1.57%; neumáticos 1.995%; partes y accesorios de carrocerías de tractores o para vehículos de transporte 0.92% de la demanda total, siendo los principales productos demandados por la población colombiana.

#### 4.1.3.3. Perú-Brasil

**Tabla 17 Perú exporta hacia Brasil (miles de dólares)**

Código del producto	Descripción del producto	Valor en 2015	Valor en 2016	Valor en 2017	Valor en 2018	Valor en 2019	$\Sigma$ Total	Representación %
<b>TOTAL</b>	Todos los productos	1071802	1204084	1591479	1687234	1427118	6981717	100.00%



<b>271012</b>	Aceites ligeros y preparaciones, de petróleo o de minerales bituminosos que > = 90% en volumen ...	87423	201034	402815	428429	324736	1444437	20.69%
<b>260300</b>	Minerales de cobre y sus concentrados	182498	299667	366806	386581	194978	1430530	20.49%
<b>740311</b>	Cobre refinado en forma de cátodos y de secciones de cátodos	239193	156401	181022	203111	181161	960888	13.76%
<b>251010</b>	Fosfatos de calcio naturales, fosfatos aluminocálcicos naturales y cretas fosfatadas, sin triturar	79762	77968	49512	47754	86794	341790	4.90%
<b>710691</b>	Plata, incl. la plata dorada y la platinada, en bruto	23295	40035	29861	38389	29990	161570	2.31%
<b>200570</b>	Aceitunas, preparadas o conservadas sin vinagre ni ácido acético (exc. congeladas)	17380	16357	12054	13580	25192	84563	1.21%
<b>610910</b>	T-shirts y camisetas, de	23328	13163	15753	23457	24291	99992	1.43%

	punto, de algodón							
<b>281512</b>	Hidróxido de sodio "sosa o soda cáustica", en disolución acuosa "lejía de sosa cáustica"	8264	9709	12208	29126	11977	71284	1.02%

**Fuente:** TradeMap (2020)

Las exportaciones peruanas durante el periodo de estudio se han visto reflejadas por materia prima como: aceites ligeros de petróleo 20.69%; minerales de cobre y sus concentrados 20.49%; cobre refinado 13.79%; fosfato de calcio natural 4.90% plata dorada y platinada 2.31%; camisetas de punto y de algodón 1.43%; hidróxido de sodio 1.02% que representan un porcentaje de la oferta total al mercado brasileño.

**Tabla 18 Perú importa desde Brasil (miles de dólares)**

Código del producto	Descripción del producto	Valor en 2015	Valor en 2016	Valor en 2017	Valor en 2018	Valor en 2019	$\Sigma$ Total	Representación %
<b>TOTAL</b>	Todos los productos	1931717	2127055	2452729	2414395	2429905	11355801	100.00%
<b>870210</b>	Vehículos automóviles para transporte de $\geq$ 10 personas, incl. el conductor, con motor de émbolo ...	115433	124745	99872	126327	133788	600165	5.29%
<b>721420</b>	Barras de hierro o acero sin alear, con muescas, cordones, huecos o	39624	62042	61635	82982	103986	350269	3.08%

	relieves, producidos en ...							
<b>720720</b>	Productos intermedios de hierro o acero sin alear, con un contenido de carbono >= 0,25% en ...	44829	28776	37011	49950	75124	235690	2.08%
<b>100630</b>	Arroz semiblanqueado o blanqueado, incl. pulido o glaseado	31722	35570	47984	45489	57052	217817	1.92%
<b>390110</b>	Polietileno de densidad < 0,94, en formas primarias	29636	49366	47133	38470	34668	199273	1.75%
<b>842952</b>	Palas mecánicas, autopropulsadas, cuya superestructura pueda girar 360°	31533	25256	18696	23476	33051	132012	1.16%
<b>480255</b>	Papeles y cartones, sin estucar ni recubrir, de los tipos utilizados para escribir, imprimir ...	29838	51113	54050	72396	32266	239663	2.11%
<b>720839</b>	Productos planos de hierro o acero sin alealear, de anchura >= 600	7732	15181	21850	34289	29524	108576	0.96%

mm, enrollados,  
 simplemente ...

Fuente: TradeMap (2020)

La demanda de Perú a Brasil se ha visto reflejada por productos como: vehículos 5.29%; barras de hierro o acero 3.08%; arroz semiblanqueado o blanqueado 1.92%; palas mecánicas 1.16%; polietileno 1.75%; papeles y cartones 2.11%; productos de hierro o acero sin alear 0.96% de un total de la demanda total durante el periodo 2015-2019.

#### 4.1.3.4. Bolivia-Brasil

Tabla 19 Bolivia exporta hacia Brasil (miles de dólares)

Código del producto	Descripción del producto	Valor en 2015	Valor en 2016	Valor en 2017	Valor en 2018	Valor en 2019	ΣTotal	Representación %
<b>TOTAL</b>	Todos los productos	2447485	1367693	1455672	1717589	1533261	8521700	100.00%
<b>271121</b>	Gas natural, en estado gaseoso	2402632	1302988	1400919	1619077	1453912	8179528	95.98%
<b>252800</b>	Boratos naturales y sus concentrados (incluso calcinados), excepto los boratos extraídos de ...	14575	13663	16269	15768	16929	77204	0.91%
<b>310210</b>	Urea, incl. en disolución acuosa (exc. en tabletas o formas símil.	0	0	0	48062	16643	64705	0.76%

	o en envases de un peso ...							
<b>071333</b>	Judías "porotos, alubias, frijoles, fréjoles" común "Phaseolus vulgaris", seca y desvainada, ...	6514	21939	4120	4535	4289	41397	0.49%
<b>710691</b>	Plata, incl. la plata dorada y la platinada, en bruto, (exc. en polvo)	1012	7273	5005	4027	4173	21490	0.25%
<b>760200</b>	Desperdicios y desechos, de aluminio	2866	2261	3040	3941	3308	15416	0.18%
<b>120929</b>	Semillas forrajeras, para siembra (exc. de cereales, de remolacha azucarera, de alfalfa, de ...	1001	1384	1091	2228	1189	6893	0.08%
<b>080122</b>	Nueces del Brasil, frescas o secas, sin cáscara	136	1002	4217	72	314	5741	0.07%

**Fuente:** TradeMap (2020)

Las relaciones comerciales entre Bolivia y Brasil se han visto reflejadas en un solo producto gas natural en estado gaseoso que acapara el 95, 98% de la oferta total boliviana al mercado brasileño seguido por boratos naturales y sus concentrados 0.91%; urea 0.76%; frijoles secos y desvainados 0.49%; plata dorada y la platinada 0.25%; desperdicios y desechos de aluminio 0.18%; semillas para siembra 0.08%; nueces frescas y secas 0.07% siendo las más representativas de Bolivia durante el periodo 2015-2019.

**Tabla 20 Bolivia importa desde Brasil (miles de dólares)**

<b>Código del producto</b>	<b>Descripción del producto</b>	<b>Valor en 2015</b>	<b>Valor en 2016</b>	<b>Valor en 2017</b>	<b>Valor en 2018</b>	<b>Valor en 2019</b>	<b>ΣTotal</b>	<b>Representación %</b>
<b>TOTAL</b>	Todos los productos	1613531	1496050	1559955	1609333	1571502	7850371	100.00%
<b>721420</b>	Barras de hierro o acero sin alear, con muescas, cordones, huecos o relieves, producidos en ...	122361	141702	125436	124655	111726	625880	7.97%
<b>210690</b>	Preparaciones alimenticias, n.c.o.p.	4055	4944	39016	62262	75627	185904	2.37%
<b>271019</b>	Aceites medios y preparaciones, de petróleo o de mineral bituminoso, que no contienen biodiesel, ...	85871	32528	17748	19371	31025	186543	2.38%

<b>854449</b>	Conductores eléctricos, para una tensión <= 80 V, sin piezas de conexión, n.c.o.p.	25047	24749	23220	24959	27018	124993	1.59%
<b>870323</b>	Automóviles de turismo, incl. los del tipo familiar "break" o "station wagon" y los de carreras, ...	10652	13503	20609	15385	20490	80639	1.03%
<b>640299</b>	Calzado con suela y parte superior de caucho o plástico (exc. el que cubra el tobillo o con ...	12897	14080	21264	19712	19895	87848	1.12%
<b>390120</b>	Polietileno de densidad >= 0,94, en formas primarias	25144	26463	20644	23794	17242	113287	1.44%
<b>843351</b>	Cosechadoras-trilladoras	14357	7348	9092	9606	15096	55499	0.71%

**Fuente:** TradeMap (2020)

En cuanto a las importaciones del mercado brasileño durante el periodo 2015-2019 se han visto reflejas por productos como: barras de hierro o acero 7.97%; preparaciones alimenticias 2.37%; aceites y preparaciones de petróleo 2.38%; conductores eléctricos 1.59%; automóviles 1.03%; calzado y sus accesorios 1.12%; polietileno 1.44%; cosechadoras o trilladoras 0.71% de la demanda total de las importaciones.

#### 4.1.4. Saldo comercial de los países miembros de la CAN

##### 4.1.5.1. Países miembros de la CAN hacia el mundo.

Tabla 21 Saldo Comercial países miembros de la CAN hacia el mundo (miles de dólares)

	2015	2016	2017	2018	2019	ΣTotal	Realidad %
<b>CAN</b>	-27342261	-14711773	-5668397	-7828795	-6953499	-62504725	100%
<b>ECUADOR</b>	-3056684	608974	-722810	-1413520	2052287	-2531753	4%
<b>COLOMBIA</b>	-18366832	-13793923	-8305582	-9463106	-10916800	-60846243	97%
<b>PERÚ</b>	-4812775	-89337	4473990	4078923	2771180	6421981	-10%
<b>BOLIVIA</b>	-1105970	-1437487	-1113995	-1031092	-860166	-5548710	9%

Fuente: TradeMap (2020)

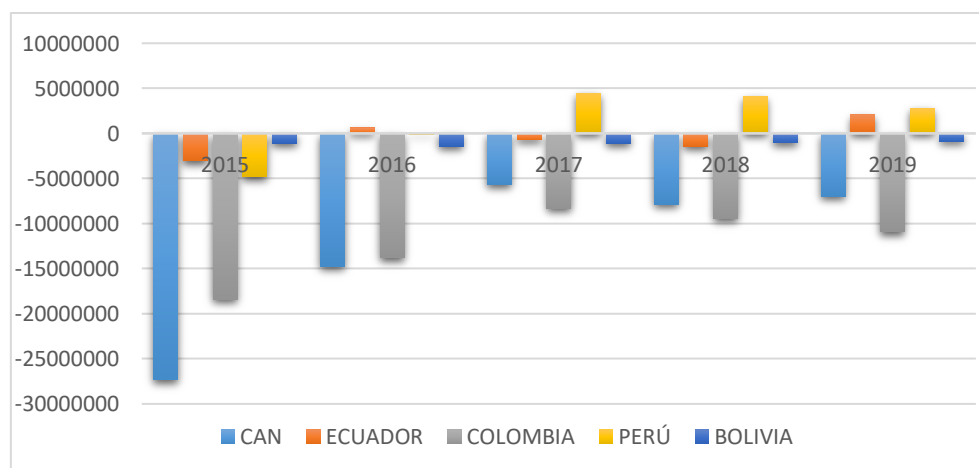


Figura 4 Saldo Comercial de países de la CAN hacia el mundo

Fuente: TradeMap (2020)

La relación comercial que mantienen los países miembros de la CAN a nivel mundial presenta un saldo deficitario durante el periodo 2015- 2019, donde las importaciones superan a las exportaciones en el primer año se puede evidenciar el mayor saldo comercial deficitario (-27342261) el mismo que los siguientes años presenta una tendencia a subir su déficit comercial es por ello que en el 2019 es alto el saldo comercial deficitario en comparación al periodo 2015.



El saldo de la balanza comercial que presenta Ecuador con el mundo durante el periodo 2015-2019 es deficitario, en el primer periodo se puede observar que existió más importaciones trayendo consigo un déficit, en el 2016 su balanza comercial se recupera aportando consigo un superávit incrementando el número y valor a las exportaciones frente a las importaciones, no obstante en el periodo 2017, 2018 recaen las exportaciones de manera que se acrecientan las importaciones casi a la mitad con respecto al primer periodo, sin embargo en el año 2019 existe un superávit con tendencia a aumentar o mantenerse teniendo como resultado el año con mayor incremento de exportación en relación a los cinco años analizados.

Colombia presenta un saldo deficitario con el mercado internacional durante los cinco años analizados (2015,2016, 2017,2018, 2019) siendo el país miembro de la CAN con el más bajo saldo comercial frente a mercados internacionales. Se puede observar que los dos primeros periodos existieron un déficit en la balanza comercial con un 30% y 23% respectivamente siendo los años con mayor saldo comercial deficitario, en el año 2017 su saldo negativo es más alto sin embargo la tendencia para los siguientes años es bajar trayendo con esto que en mercado colombiano existen más importaciones que exportaciones.

La relación comercial que tiene el mercado de Perú con el mercado internacional es favorable para su balanza comercial durante el periodo analizado muestra un superávit de manera general. En el año 2015 presenta un déficit en su balanza comercial siendo la más baja en comparación a los demás años, en el segundo periodo existe aún un mayor número de importaciones que exportaciones teniendo consigo un saldo deficitario en los dos años; sin embargo en 2017 el saldo comercial es favorable para el mercado peruano existiendo un mayor número de exportaciones siendo el año superávit en su balanza comercial claro que en los siguientes años (2018, 2019) tiene una tendencia a bajar pero mantenerse en un superávit comercial.

Bolivia es el segundo país miembro de la CAN con un déficit en su balanza comercial con respecto al periodo 2015-2019. Durante los dos primeros años se incrementaron las importaciones siendo el 2016 el año con el más bajo saldo comercial deficitario, En el periodo (2017, 2018, 2019) tiene una tendencia a aumentar las exportaciones que las importaciones sin embargo durante estos tres años sigue existiendo un déficit en la balanza comercial.

#### 4.1.5.2. Países miembros de la CAN con Brasil.

**Tabla 22 Saldo comercial Ecuador- Brasil (miles de dólares)**

Año	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Exportaciones</b>	110114	144762	124227	106935	90671
<b>Importaciones</b>	712309	671949	876323	981400	884903
<b>Saldo</b>	-602195	-527187	-752096	-874465	-794232

Fuente: TradeMap (2020)



**Figura 5** Saldo comercial Ecuador- Brasil

Fuente: TradeMap (2020)

La relación comercial entre Ecuador y Brasil durante el periodo 2015-2019 muestra un saldo negativo siendo el tercer país miembro de la CAN con un déficit comercial. En el primer año se puede evidenciar que existió más importaciones que exportaciones trayendo consigo el segundo año con más alto déficit comercial atrás del 2016 que es el año con más alto saldo negativo en relación a los cinco años analizados, sin embargo, en el año 2017 tiene una tendencia a seguir bajando el saldo deficitario consiguiendo en 2018 el punto más bajo siendo el año con más número y valores de importaciones de Brasil al mercado ecuatoriano.

**Tabla 23 Saldo comercial Colombia- Brasil (miles de dólares)**

Año	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Exportaciones</b>	1189887	994850	1363480	1561755	1465743
<b>Importaciones</b>	2084310	2117351	2286013	2828205	3033232
<b>Saldo</b>	-894423	-1122501	-922533	-1266450	-1567489

Fuente: TradeMap (2020)



**Figura 6** Saldo Comercial Colombia- Brasil

**Fuente:** TradeMap (2020)

El saldo de la balanza comercial entre Colombia y Brasil muestra un déficit siendo el primer país de la CAN con un saldo negativo. Durante los años 2015 y 2017 muestran un resultado deficitario más alto en relación a los cinco años estudiado sin embargo en el tercer periodo tiene una tendencia a seguir bajando el saldo de la balanza comercial llegando para el 2019 al punto más bajo existiendo un gran valor de importaciones frente a las exportaciones realizadas hacia el mercado brasileño.

**Tabla 24** Saldo comercial Perú- Brasil (miles de dólares)

Año	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Exportaciones</b>	1071802	1204084	1591479	1687234	1427118
<b>Importaciones</b>	1931717	2127055	2452729	2414395	2429905
<b>Saldo</b>	-859915	-922971	-861250	-727161	-1002787

**Fuente:** TradeMap (2020)



**Figura 7** Saldo Comercial Perú- Brasil

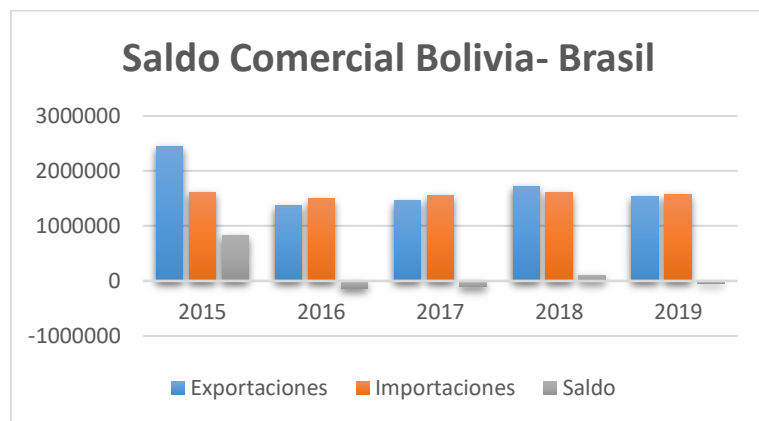
**Fuente:** TradeMap (2020)

Como se puede observar la relación comercial entre el mercado peruano y el mercado brasileño teniendo un saldo deficitario en su balanza comercial siendo el segundo país de la CAN con un déficit. Como se puede observar para el año 2015 al año 2016 coexistió una tendencia a bajar el saldo comercial deficitario siendo el segundo periodo con más bajo saldo comercial sin embargo para el año 2017 y 2018 tiene una tendencia a subir el saldo negativo siendo este último el año con más alto saldo negativo en relación a los cinco años, de igual manera se puede analizar que durante este periodo de existió una tendencia a crecer las importaciones consiguiendo para el último año (2019) el más bajo saldo de la balanza comercial.

**Tabla 25 Saldo comercial Bolivia- Brasil (miles de dólares)**

Año	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Exportaciones</b>	2447485	1367693	1455672	1717589	1533261
<b>Importaciones</b>	1613531	1496050	1559955	1609333	1571502
<b>Saldo</b>	833954	-128357	-104283	108256	-38241

**Fuente:** TradeMap (2020)



**Figura 8** Saldo Comercial Bolivia- Brasil

**Fuente:** TradeMap (2020)

La relación comercial entre el mercado boliviano y el mercado brasileño durante el periodo 2015-2019 presenta un superávit en comparación a los demás países miembros de la Comunidad Andina debido a que el mayor porcentaje de sus exportaciones de gas natural en estado gaseoso representan el 95.98% de las exportaciones totales de Bolivia hacia el mercado brasileño. Durante el primer periodo se puede observar el número de exportaciones es mayor al de las importaciones por consecuencia el saldo de la balanza comercial es positivo, sin embargo para el año 2016 llega al punto más bajo incrementando sus importaciones en comparación a las exportaciones del mismo

periodo no obstante presenta una tendencia favorable para el año 2017 y 2018 recuperando el saldo positivo de la balanza comercial en este último año, para el último año existe una ligera diferencia en las importaciones consiguiendo recaer a un déficit comercial.

#### 4.1.5. Análisis de los productos estrella de los países miembros de la CAN a Brasil.

El Acuerdo De Preferencia Arancelaria Regional tiene alcance regional ya que participan trece países miembros, la PAR es la reducción porcentual de los gravámenes aplicables a las importaciones de los países miembros de ALADI recíprocamente, estas preferencias se difieren en tres categorías las cuales son: países de menos desarrollo económico relativo (Bolivia, Ecuador y Paraguay); países de desarrollo intermedio (Chile, Colombia, Cuba, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela) y los demás países (Argentina, Brasil y México).

Es importante mencionar que para la investigación se realizara en base a la relación comercial de los países miembros de la CAN con el mercado brasileño que es nuestro destino como país, es por eso que el país otorgante de las preferencias arancelarias regionales será el mercado brasileño este da preferencia arancelaria del 28% a todos los productos a Colombia y Perú mientras que a Ecuador y Bolivia le da 40% de preferencia a todos sus productos sin embargo al gracias al segundo protocolo el mercado boliviano recibirá el 48 % de preferencia arancelaria.

**Tabla 26 Productos estrellas exportados a Brasil**

Subpartida Arancelaria	Descripción	Ecuador	Colombia	Perú	Bolivia
160420	Preparaciones y conservas de pescado (exc. entero o en trozos)	X		X	
780191	Plomo en bruto, con antimonio como el otro elemento predominante en peso	X	X	X	
271012	Aceites ligeros y preparaciones, de petróleo o de minerales bituminosos que > = 90% en volumen		X	X	
760200	Desperdicios y desechos, de aluminio	X	X	X	X
030354	Caballa "Scomber scombrus, Scomber australasicus, Scomber japonicus" congelada	X		X	

<b>392020</b>	Placas, láminas, hojas y tiras, de polímeros no celulares de propileno y sin esfuerzo, estratificación ...	X	X	X
<b>710691</b>	Plata, incl. la plata dorada y la platinada, en bruto, (exc. en polvo)			X X
<b>060311</b>	Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas	X	X	
<b>170490</b>	Artículos de confitería sin cacao, incl. el chocolate blanco (exc. chicle)	X	X	
<b>151190</b>	Aceite de palma y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente (exc. aceite ...)	X	X	X

**Fuente:** TradeMap (2020)

Para la selección de los diez productos estrellas se toma en cuenta por el número y valor exportado al mercado brasileño teniendo en cuenta la relación que tienen entre países miembros de la CAN. Como productos del mar tenemos las preparaciones y conservas de pescado (160420), al igual que peces congelados (caballa “Scomber scombrus”) de la subpartida arancelaria 030354 países que mayor oferta exportable tienen son Ecuador y Perú. La relación comercial de los países miembros de la CAN con el mercado brasileño permite que oferten materia prima como: plomo en bruto (780191); laminas, hojas y tiras de polímeros (392020); aceite de palma y sus fracciones (151190) productos que tienen su mayor valor exportado por países como Ecuador, Colombia y Perú.

También, podemos observar que aceites ligeros y sus preparaciones de petróleo o de minerales bituminosos (271012) que son exportados por Colombia y Perú; la plata y la platinada de la subpartida (710691) los países que ofertan son Bolivia y Perú. Los países miembros de la CAN participan simultáneamente en exportar desperdicios y desechos de aluminio (760200), finalmente tenemos productos que son ofertados por el mercado ecuatoriano y colombiano como artículos de confitería sin cacao (170490) y rosas de la subpartida arancelaria 060311. Es importante mencionar que el mayor número de participación con los productos estrellas son Ecuador y Colombia.

**Tabla 27 Oferta exportable de productos estrella a Brasil (miles de dólares)**

<b>Subpartida Arancelaria</b>	<b>Descripción</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>Aportación %</b>
<b>160420</b>	Preparaciones y conservas de pescado (exc. entero o en trozos)	17987	9034	9542	8797	7561	2.49%
<b>780191</b>	Plomo en bruto, con antimonio como el otro elemento predominante en peso	4465	4500	8853	7516	7452	1.54%
<b>271012</b>	Aceites ligeros y preparaciones, de petróleo o de minerales bituminosos que > = 90% en volumen ...	108910	219252	460874	507484	363965	78.10%
<b>760200</b>	Desperdicios y desechos, de aluminio	20476	11310	15716	25581	18522	4.31%
<b>030354</b>	Caballa "Scomber scombrus, Scomber australasicus, Scomber japonicus" congelada	1119	2803	2964	986	1962	0.46%
<b>392020</b>	Placas, láminas, hojas y tiras, de polímeros no celulares de propileno y sin esfuerzo, estratificación ...	9157	11283	11545	11884	8001	2.44%
<b>710691</b>	Plata, incl. la plata dorada y la platinada, en bruto, (exc. en polvo)	24307	47308	34866	42416	34163	8.61%
<b>060311</b>	Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas	6429	4486	5442	4866	3982	1.19%
<b>170490</b>	Artículos de confitería sin cacao, incl. el chocolate blanco (exc. chicle)	15514	11188	8286	7601	6753	2.32%
<b>151190</b>	Aceite de palma y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente (exc. aceite ...	2748	6137	14508	3377	514	1.28%

**Fuente:** TradeMap (2020)

La relación comercial de los países miembros de la Comunidad Andina con el mercado brasileño presenta los valores en miles de dólares. La oferta exportable total de todos los miembros de la CAN presenta que los aceites ligeros y sus preparaciones tienen 78.10% de intervención siendo en el 2018 el año con mayor oferta exportable, la plata dora y la platinada en bruto tiene un 8.61% de participación teniendo en el 2016 el año con mayor valor exportado, los desperdicios y desechos de aluminio 4.37% siendo el 2018 el año con mayor oferta exportable.

Las preparaciones y conservas de pescado el año que mayor valor de exportaciones realizó es en el primer periodo de análisis con USD 17987 con un porcentaje de contribución de 2.49%; placas, laminas, hojas y tiras de polímeros con 2.44% de aporte a las exportaciones hacia el mercado brasileño teniendo su mayor oferta en 2018; los artículos de confitería sin cacao durante el primer periodo de estudio se evidencia el pico más alto en sus exportaciones con una intervención de 2.32%; plomo en bruto con antimonio en 2017 realiza su mayor oferta en relación a los cinco años analizados con una participación de 1.54% de la oferta total de productos estrellas al mercado brasileño.

El aceite de palma y sus fracciones tiene una contribución de 1.28% siendo el tercer periodo el año con más valor exportado; las rosas exportadas Ecuador y Colombia tiene una mayor oferta exportable en el año 2015 con una tendencia a disminuir sus exportaciones contando con 1.19% y finalmente peces congelados o caballa teniendo una colaboración de 0.46% determinando en el 2017 el año con más oferta exportada realizada a Brasil por parte de los países miembros de la CAN.

**Tabla 28 Análisis Horizontal de productos estrella. (miles de dólares)**

Subpartida Arancelaria	2015-2016		2016-2017		2017-2018		2018-2019	
	Variación	Variación	Variación	Variación	Variación	Variación	Variación	Variación
	Absoluta	Relativa	Absoluta	Relativa	Absoluta	Relativa	Absoluta	Relativa
<b>160420</b>	-8953	-49.77%	508	5.62%	-745	-7.81%	-1236	-14.05%
<b>780191</b>	35	0.78%	4353	96.73%	-1337	-15.10%	-64	-0.85%
<b>271012</b>	110342	101.31%	241622	110.20%	46610	10.11%	-143519	-28.28%
<b>760200</b>	-9166	-44.76%	4406	38.96%	9865	62.77%	-7059	-27.59%



<b>030354</b>	1684	150.49%	161	5.74%	-1978	-66.73%	976	98.99%
<b>392020</b>	2126	23.22%	262	2.32%	339	2.94%	-3883	-32.67%
<b>710691</b>	23001	94.63%	-12442	-26.30%	7550	21.65%	-8253	-19.46%
<b>060311</b>	-1943	-30.22%	956	21.31%	-576	-10.58%	-884	-18.17%
<b>170490</b>	-4326	-27.88%	-2902	-25.94%	-685	-8.27%	-848	-11.16%
<b>151190</b>	3389	123.33%	8371	136.40%	-11131	-76.72%	-2863	-84.78%

**Fuente:** TradeMap (2020)

El análisis horizontal permite determinar la variación que haya tenido un producto en un periodo con respecto a otro, examinando el crecimiento o decrecimiento además de indicar si el comportamiento de la oferta exportable hacia el mercado brasileño fue buena o mala. El producto con el mayor crecimiento en sus exportaciones es aceite de palma y sus fracciones teniendo durante los dos primeros periodos (2015-2016; 2016-2017) sin embargo para los siguientes periodos decrecieron ya que en año 2017 fue el año con mayor valor exportado con 14508 miles de USD.

En cuanto productos del mar (caballa) es el segundo producto con un crecimiento económico positivo durante los dos primeros y el último año tienen una variación efectiva, sin embargo, en el periodo de 2017-2018 decreció. Los aceites ligeros y preparaciones de petróleo además de placas, laminas, hojas de polímeros tienen una variación de crecimiento y estable durante los tres primeros periodos siendo el último año con un comportamiento negativo en su oferta exportable.

Las preparaciones y conservas de pescado además de las rosas el único año que ha tenido un crecimiento económico es el periodo de 2016-2017 con un saldo económico positivo de 5.62% y 21.31% respectivamente. En cuanto a los desperdicios y desechos de aluminio además de la plata dorada y platinada al ser productos que tienen una participación poco estable en cada periodo, es importante rescatar que su nivel de participación de manera general es positivo, encontrándose entre los cinco primeros productos con una variación económica positiva. En cuanto artículos de confitería sin cacao es el único producto ofertado al mercado brasileño que tiene un comportamiento negativo, dándonos una tendencia año a año a decaer en su valor exportado.

**Tabla 29 Producto: Preparaciones y conservas de pescado (miles de dólares)**

<b>Año</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Ecuador</b>	15666	7528	8231	6812	6199
<b>Perú</b>	2321	1506	1311	1985	1362

**Fuente:** TradeMap (2020)



**Figura 9** Preparaciones y conservas de pescado

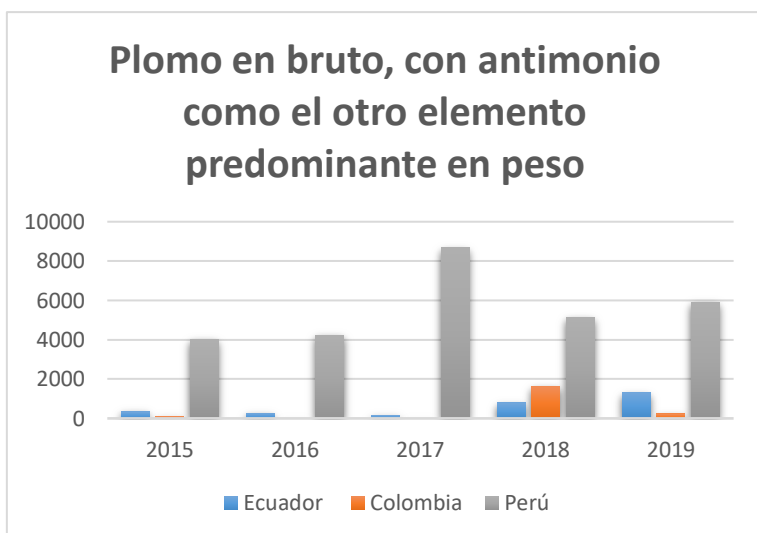
**Fuente:** TradeMap (2020)

La relación comercial entre Ecuador, Perú con el mercado de Brasil en lo que se refiere a las preparaciones y conservas de pescado siendo los dos mercados que ofertan hacia Brasil en relación a los países miembros de la comunidad andina, sobresaliendo el mercado ecuatoriano con el mayor valor de oferta exportable teniendo en el 2015 con una tendencia a disminuir para los siguientes años sin embargo se determina que Ecuador es más competitivo que Perú debido a que es reconocido por sus productos del mar por su calidad, el mercado peruano realiza exportaciones pero no lo hace de una forma significativa.

**Tabla 30 Producto: Plomo en bruto, con antimonio como el otro elemento predominante en peso (miles de dólares)**

<b>Año</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Ecuador</b>	351	266	171	785	1304
<b>Colombia</b>	112	0	0	1613	235
<b>Perú</b>	4002	4234	8682	5118	5913

**Fuente:** TradeMap (2020)



**Figura 10** Plomo en bruto con antimonio

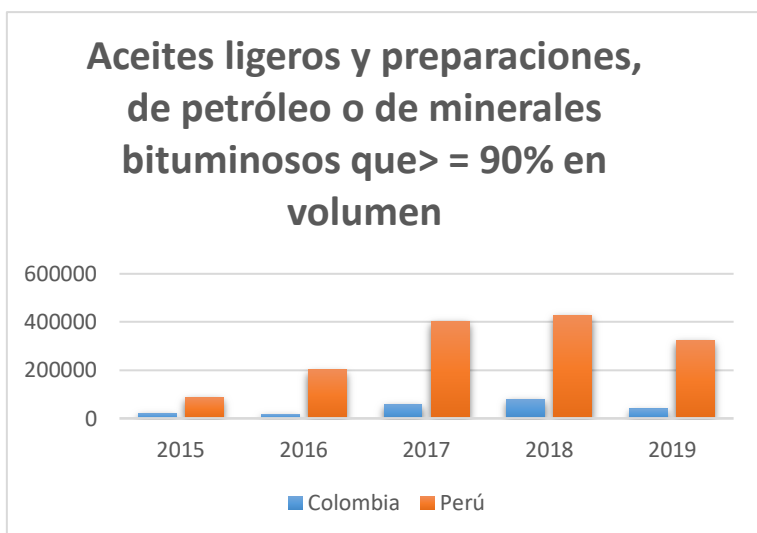
**Fuente:** TradeMap (2020)

Como se puede observar los proveedores de plomo en bruto para en mercado de Brasil son Ecuador, Colombia y Perú, liderando en las exportaciones el mercado peruano durante el periodo 2015- 2017 se ha ido incrementado la oferta llegando al último año al punto más alto sin embargo para los siguientes dos años ha tenido una ligera tendencia a de crecer sus exportaciones. En cuanto al mercado ecuatoriano se puede determinar que su tendencia desde el primer año fue a crecer llegando al 2019 al nivel más alto en relación a los demás años, mientras que el mercado colombiano sus exportaciones no han sido de una manera constante y significativa marcando un poco aporte a las exportaciones totales de plomo en bruto. Por lo tanto, se puede decir que Perú es más competitivo en lo que se refiere a este producto ya que tiene los valores más altos y lidera las exportaciones en relación a los otros países.

**Tabla 31 Producto: Aceites ligeros y preparaciones, de petróleo o de minerales bituminosos que > = 90% en volumen (miles de dólares)**

Año	2015	2016	2017	2018	2019
Colombia	21487	18218	58059	79055	39229
Perú	87423	201034	402815	428429	324736

**Fuente:** TradeMap (2020)



**Figura 11** Aceites ligeros y preparaciones de petróleo o de minerales bituminosos

**Fuente:** TradeMap (2020)

Como se puede observar los aceites ligeros y preparaciones de petróleo son ofertados por Colombia y Perú, siendo el mercado peruano el líder en las exportaciones en el 2015 fue el punto más bajo para este país sin embargo tubo una tendencia a seguir creciendo en los siguientes años, siendo en el 2018 el periodo con mayor oferta exportable mientras que el mercado colombiano bien es cierto que realiza exportaciones de aceites y preparaciones de petróleo pero no lo hace de una manera constante o significativamente al igual que Perú el año que mayor oferta realizo fue en el año 2018, se puede determinar que en este producto el mercado peruano es más competitivo ya sea por su ubicación geográfica o costos lidera las exportaciones frente a Colombia.

**Tabla 32 Producto: Desperdicios y desechos, de aluminio**

Año	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Ecuador</b>	2100	189	303	895	1388
<b>Colombia</b>	15203	8159	11588	17157	11900
<b>Perú</b>	307	701	785	3588	1926
<b>Bolivia</b>	2866	2261	3040	3941	3308

**Fuente:** TradeMap (2020)



**Figura 12** Desperdicios y desechos de aluminio

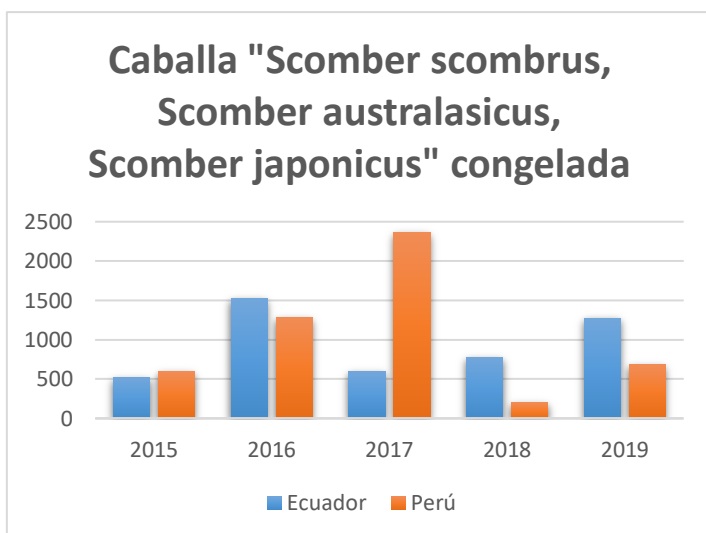
**Fuente:** TradeMap (2020)

La relación comercial que mantiene la CAN con el mercado brasileño ha permitido que los desperdicios y desechos de aluminio sean muy demandados, siendo el mercado colombiano el país con mayor oferta exportable en comparación a los demás países razón por la cual el país es más competitivo en lo que se refiere a este producto consiguiendo en 2018 el mayor valor de exportaciones realizadas al mercado brasileño. El mercado de Bolivia mantiene una tendencia aumentar sus exportaciones mientras siendo el segundo país que proveedor de desperdicios y desechos de aluminio mientras que Ecuador y Perú tienen un bajo nivel de participación en relación a los países de la CAN.

**Tabla 33** Producto: Caballa "Scomber scombrus, Scomber australasicus, Scomber japonicus" congelada (miles de dólares)

Año	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Ecuador</b>	518	1525	595	779	1276
<b>Perú</b>	601	1278	2369	207	686

**Fuente:** TradeMap (2020)



**Figura 13** Caballa "Scomber scombrus, Scomber australasicus, Scomber japonicus" congelada

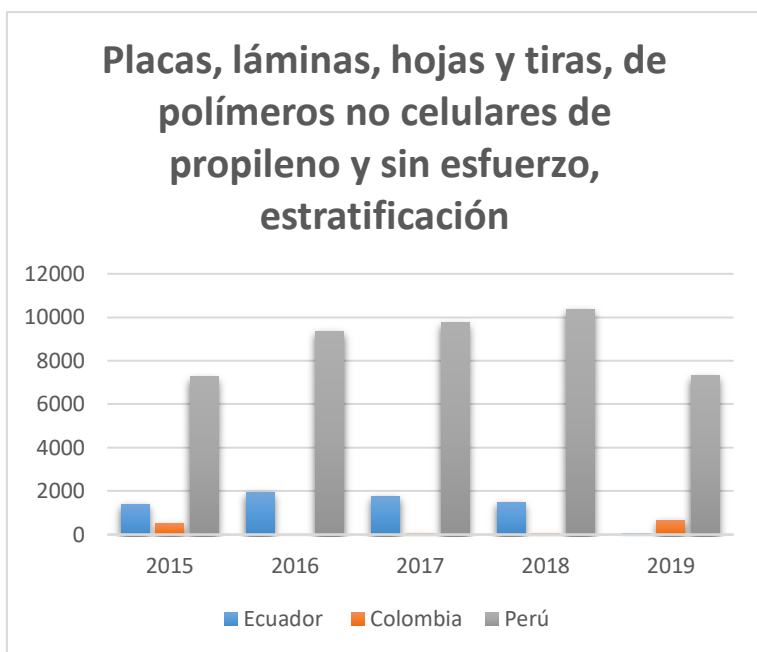
**Fuente:** TradeMap (2020)

Las relaciones comerciales de Ecuador y Perú con el mercado de Brasil han permitido que distintos productos del mar sean mayormente ofertados tal es el caso de los peces congelados (caballa) que por sus altos niveles de nutriente son demandadas en grandes cadenas de supermercados y en restaurantes en el mercado brasileño. Se puede determinar en este caso que el país con mayor oferta exportable en el periodo 2015-2019 es el mercado peruano acaparando un 52% de la oferta total duplicando su oferta en el año 2017 logrando ser el mercado más competitivo frente a Ecuador que solo representa el 48% restante de las exportaciones siendo el 2016, 2018 y 2019 con mayor oferta exportable que Perú. Es mínima la diferencia competitiva entre estos dos países sin embargo se puede observar que la tendencia para el mercado ecuatoriano es a crecer sus exportaciones desde el año 2017 consiguiendo los liderar en los últimos dos periodos analizados.

**Tabla 34** Producto: Placas, láminas, hojas y tiras, de polímeros no celulares de propileno y sin esfuerzo, estratificación (miles de dólares)

Año	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Ecuador</b>	1389	1926	1754	1487	45
<b>Colombia</b>	515	3	53	60	649
<b>Perú</b>	7253	9354	9738	10337	7307

**Fuente:** TradeMap (2020)



**Figura 14** Placas, láminas, hojas y tiras, de polímeros no celulares de propileno y sin esfuerzo, estratificación

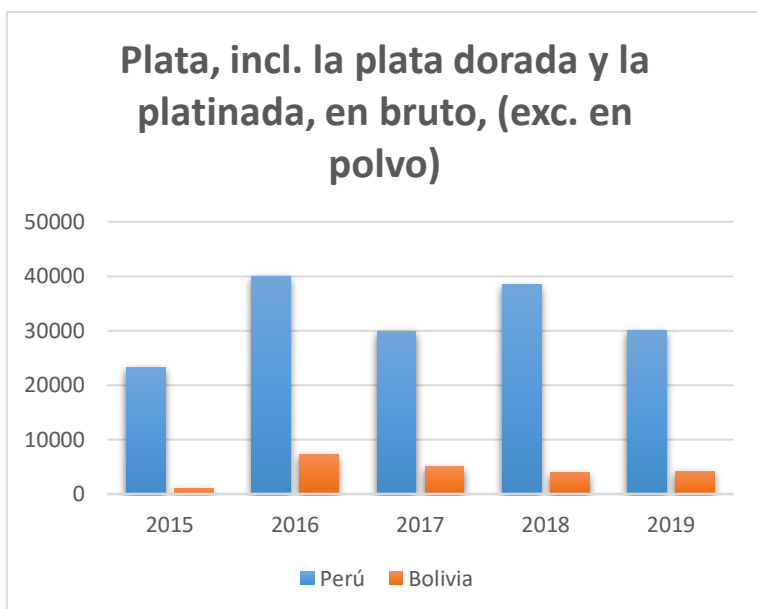
**Fuente:** TradeMap (2020)

En el caso de placas, laminas, hojas y tijeras de polímeros los países que exportan hacia el mercado brasileño son Perú que es el que lidera y quien tiene mayor competitividad frente a los demás países esto puede ser por sus costos de transporte al tener una frontera directa con el mercado brasileño, teniendo el mayor valor exportado en el año 2018. Mientras que la oferta ecuatoriana es mínima pero constante durante los cuatro primeros años siendo 2016 el año más favorable para el país mientras que la oferta colombiana es mínima y muy irregular siendo el menos competitivo frente a Ecuador y Perú.

**Tabla 35 Producto: Plata, incl. la plata dorada y la platinada, en bruto, (exc. en polvo) [miles de dólares]**

Año	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Perú</b>	23295	40035	29861	38389	29990
<b>Bolivia</b>	1012	7273	5005	4027	4173

**Fuente:** TradeMap (2020)



**Figura 15** Plata, incl. la plata dorada y la platinada, en bruto

**Fuente:** TradeMap (2020)

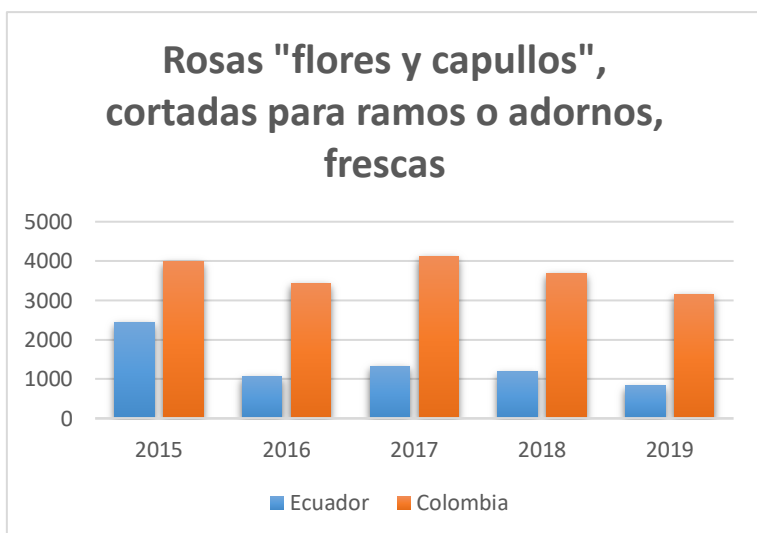
La relación comercial que tienen Perú, Bolivia con el mercado de Brasil ha permitido que se pueda exportar productos como la plata dorada y la platinada. Se puede observar que el país más competitivo es el país peruano triplicando su oferta exportable frente al mercado boliviano siendo el 2016 el año con mayor valor exportado mientras que la oferta exportable de Brasil es constante pero muy baja en comparación al otro país bien es cierto que el año con mayor valor exportado es 2016 y teniendo una directriz a mantenerse para los siguientes años en comparación al primer periodo que fue el más bajo.

**Tabla 36 Producto: Rosas "flores y capullos", cortadas para ramos o adornos, frescas (miles de dólares)**

Año	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Ecuador</b>	2432	1060	1321	1180	825
<b>Colombia</b>	3997	3426	4121	3686	3157

**Fuente:** TradeMap (2020)





**Figura 16** Rosas cortadas para ramos

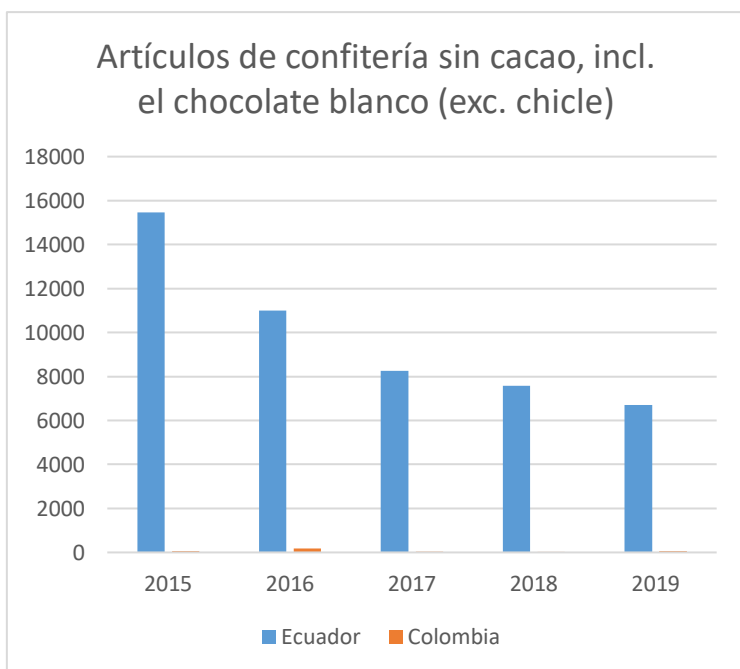
**Fuente:** TradeMap (2020)

Como se puede observar las exportaciones de flores por parte de Colombia son el doble que Ecuador siendo 2017 el año que lidera las exportaciones totales en referencia a los cinco años analizados mientras que en año que menor oferta exportable se realizó fue en 2016, el mercado colombiano se posiciona como el más competitivo frente a Ecuador ya que el nivel de exportaciones son mínimas o en menos porcentaje siendo en 2015 el año que mayor oferta exportable se realizó con una tendencia a decrecer para los siguientes años.

**Tabla 37** Producto: Artículos de confitería sin cacao, incl. el chocolate blanco [exc. Chicle] (miles de dólares)

Año	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Ecuador</b>	15456	11009	8256	7587	6707
<b>Colombia</b>	58	179	30	14	46

**Fuente:** TradeMap (2020)



**Figura 17** Artículos de confitería sin cacao

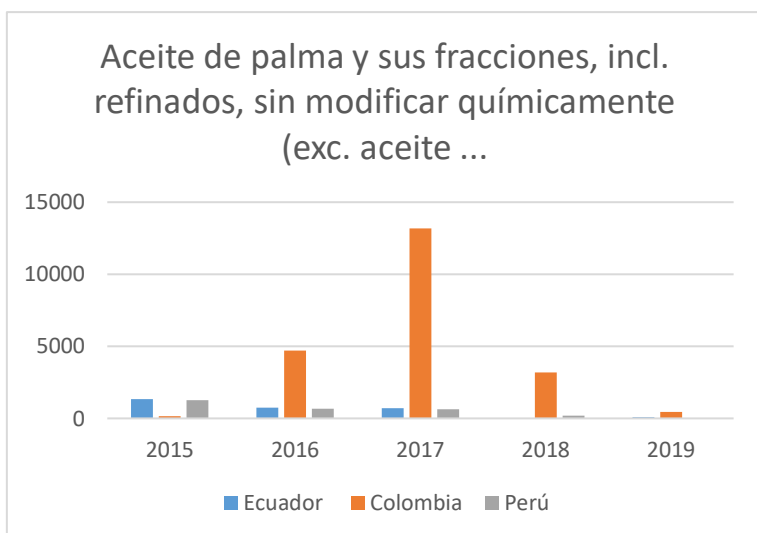
**Fuente:** TradeMap (2020)

La relación comercial que mantiene Ecuador y Colombia con el mercado brasileño ha permitido que productos como artículos de confitería sin cacao sea demandado por Brasil teniendo como principal proveedor el mercado Ecuatoriano siendo el líder y el más competitivo ya que en la oferta exportable triplica al mercado colombiano, en el año 2015 se llegó al punto más alto de exportaciones con una tendencia a disminuir para los siguientes periodos mientras que el mercado colombiano si realiza exportaciones de artículos de confitería pero lo ase de una manera irregular o en bajas cantidades es por eso que no es competitivo frente al mercado ecuatoriano.

**Tabla 38** Producto: Aceite de palma y sus fracciones, incl. refinados, sin modificar químicamente (miles de dólares)

Año	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Ecuador</b>	1323	743	691	0	69
<b>Colombia</b>	150	4719	13181	3199	445
<b>Perú</b>	1275	675	636	178	0

**Fuente:** TradeMap (2020)



**Figura 18** Aceite de palma y sus fracciones

**Fuente:** TradeMap (2020)

En cuanto al aceite de palma y sus fracciones que son exportados principalmente por el mercado colombiano siendo el país más competitivo ya que sus exportaciones son superiores que de otro país en el 2015 inicia con el valor más bajo en comparación a los demás países que tienen un nivel más alto a partir de ahí inicia con un incremento a sus exportaciones llegando al 2017 a liderar las exportaciones. Mientras que el mercado ecuatoriano y el peruano realizan exportaciones, pero de una manera constante en comparación al mercado colombiano.

#### 4.1.6. Pilares de la competitividad

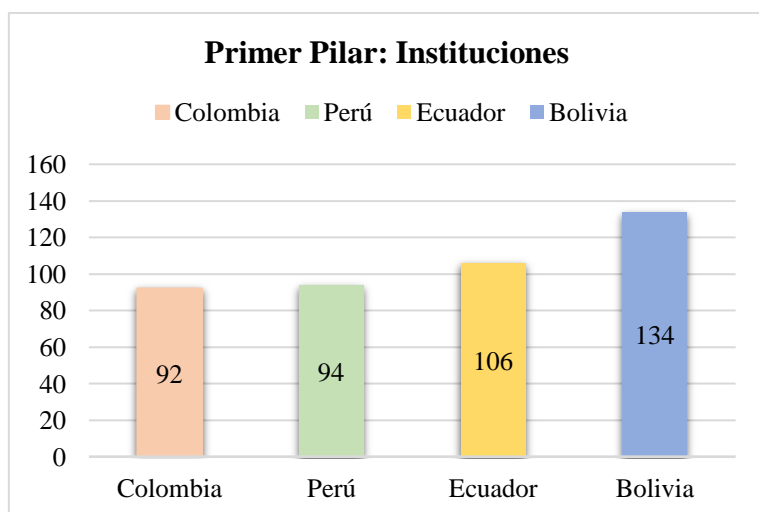
**Tabla 39** Pilares de la Competitividad de los países miembros de la Comunidad Andina (2019)

Pilares de Competitividad	Colombia	Perú	Ecuador	Bolivia
	Rango /141			
<b>Índice de competitividad</b>	57	65	90	107
<b>Primer pilar: Instituciones</b>	92	94	106	134
<b>Segundo pilar: Infraestructuras</b>	81	88	62	100
<b>Tercer pilar: Adopción Tics</b>	87	98	92	81
<b>Cuarto pilar: Estabilidad macroeconómica</b>	43	1	92	88

<b>Quinto pilar: Salud</b>	16	19	50	89
<b>Sexto pilar: Educación</b>	80	81	76	91
<b>Séptimo pilar: Eficiencia del mercado de bienes</b>	90	56	130	128
<b>Octavo pilar: Eficiencia del mercado laboral</b>	73	77	116	135
<b>Noveno pilar: Sofisticación del mercado financiero</b>	54	67	89	79
<b>Décimo pilar: Tamaño del mercado</b>	37	49	68	91
<b>Décimo primer pilar: Sofisticación empresarial</b>	49	97	130	126
<b>Décimo segundo pilar: Innovación</b>	77	90	88	124

Adaptado de: The Global Competitiveness Report 2019

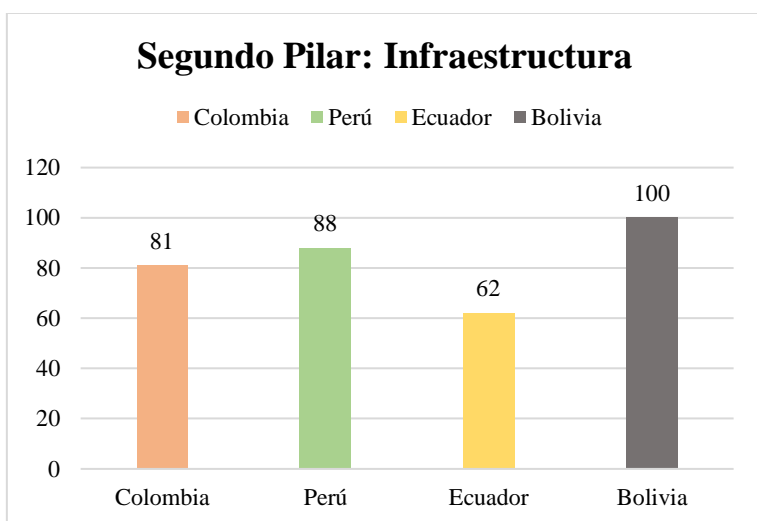
Según el índice de competitividad del Foro Económico Mundial el Ecuador se sitúa en el puesto 90, es decir que tiene un nivel de competitividad mundial deficiente en comparación con el resto de los países incluidos en el ranking. En el 2018 se ubicó en el puesto 86, es decir a dejado de ser competitivo en varios aspectos, los demás países miembros de la Comunidad Andina, tales como Colombia el cual se ubica en el puesto 57, Perú en el puesto 65 y Bolivia en puesto 107 siendo el país miembro el menos competitivo a continuación se analiza cada uno de los pilares:



**Figura 19** Países miembros de la CAN puntuaciones con relación al Primer Pilar: Instituciones

**Fuente:** The Global Competitiveness Report 2019

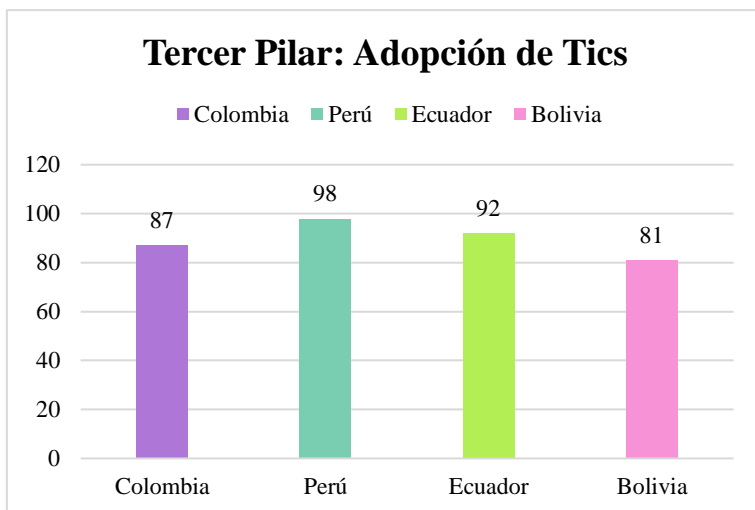
En un análisis más profundo de cada uno de los pilares y la competitividad de los países miembros de la Comunidad Andina (CAN). En el primer pilar: Instituciones, el país más competitivo es Colombia ubicándose en el puesto 92, seguido de Perú con el puesto 94, a continuación el Ecuador con una puntuación de 106 y finalmente Bolivia con una puntuación de 134, estas puntuaciones son en relación a los 141 países que participan en el ranking, los países miembros de la CAN no son altamente competitivos en este primer pilar, en el cual se analiza la interacción entre personas, empresas y gobiernos para generar ingresos al mismo tiempo de analizar temas como la seguridad, transparencia, capital social, gasto público, propiedad intelectual entre otros con lo que se conoce el nivel de confianza en el ámbito empresarial del país estudiado.



**Figura 20** Países miembros de la CAN puntuaciones en relación con el Segundo Pilar: Infraestructura

**Fuente:** The Global Competitiveness Report 2019

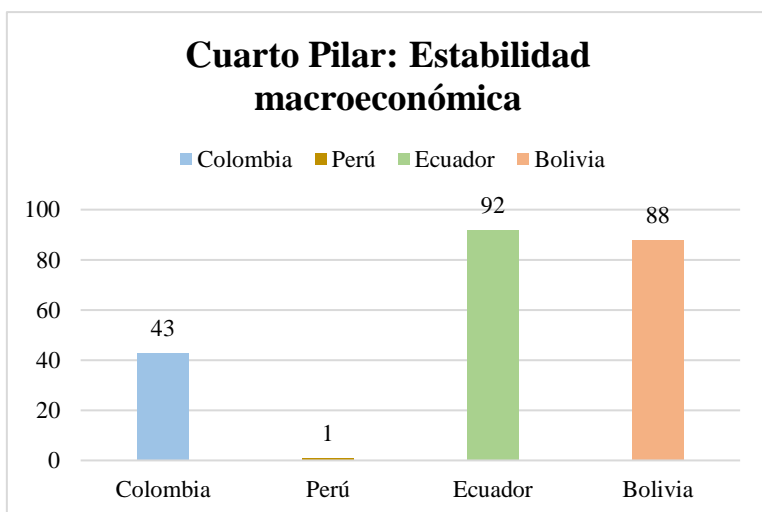
En el segundo pilar: Infraestructura el país más competitivo es Ecuador con una puntuación de 62, en el cual influye en gran medida la calidad de infraestructura vial que posee, siendo esta una de sus principales fortalezas para la obtención de la puntuación antes mencionada, seguido de Colombia con 81 puntos presentado óptimas condiciones en relación a la conectividad del transporte marítimo al igual que Perú, el cual cuenta con 88 puntos y finalmente Bolivia con 100 puntos, en este indicador analiza las carreteras de alta calidad, los modos de transporte, infraestructura de servicios públicos, infraestructura de puertos y aeropuertos, debido que estos señalan el tipo de actividad y sectores que pueden desarrollarse en el país.



**Figura 21** Países miembros de la CAN puntuaciones con relación al Tercer Pilar: Adopción de Tics

**Fuente:** The Global Competitiveness Report 2019

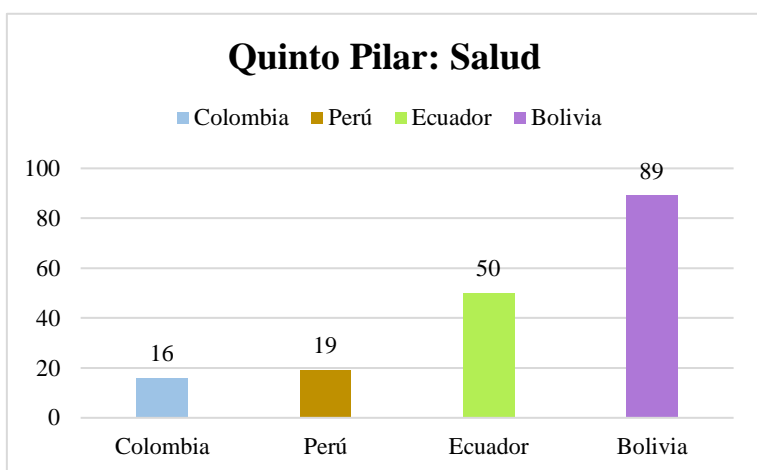
En el tercer pilar: Adopción de Tics, el país con mayor competitividad es Bolivia con una puntuación de 81, teniendo como fortaleza las suscripciones de banda ancha móvil, seguido de Colombia con 87 puntos teniendo una fortaleza en relaciona las suscripciones a telefonía móvil-celular, Ecuador con 92 puntos siendo el más competitivo en relación a las suscripciones a internet por fibra y finalmente Perú con 98 puntos siendo el menos competitivo, en el presente pilar se analizan indicadores como la adaptación e implementación de nuevas tecnologías para la comunicación y el uso de las Tics en la vida cotidiana.



**Figura 22** Países miembros de la CAN puntuaciones con relación al Cuarto Pilar: Estabilidad macroeconómica

**Fuente:** The Global Competitiveness Report 2019

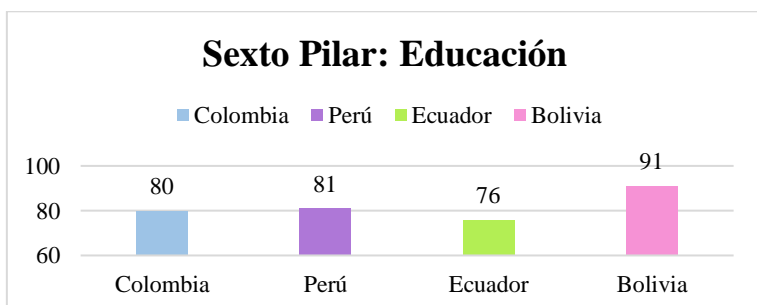
En el cuarto pilar: Estabilidad macroeconómica el país altamente competitivo es Perú siendo uno de los países que obtiene el primer lugar brindando estabilidad y condiciones económicas óptimas para el crecimiento de la economía, seguido de Colombia en el puesto 43, Bolivia en el puesto 88 y Ecuador con una puntuación de 92 siendo el menos competitivo a pesar de ser el único país miembro de la Comunidad Andina que se encuentra dolarizado, pero mantiene un alto nivel de deuda externa lo cual no es bien visto desde el exterior, dentro del presente pilar de competitividad se analizan indicadores como la Inflación y la dinámica de la deuda.



**Figura 23** Países miembros de la CAN puntuaciones con relación al Quinto Pilar: Salud

**Fuente:** The Global Competitiveness Report 2019

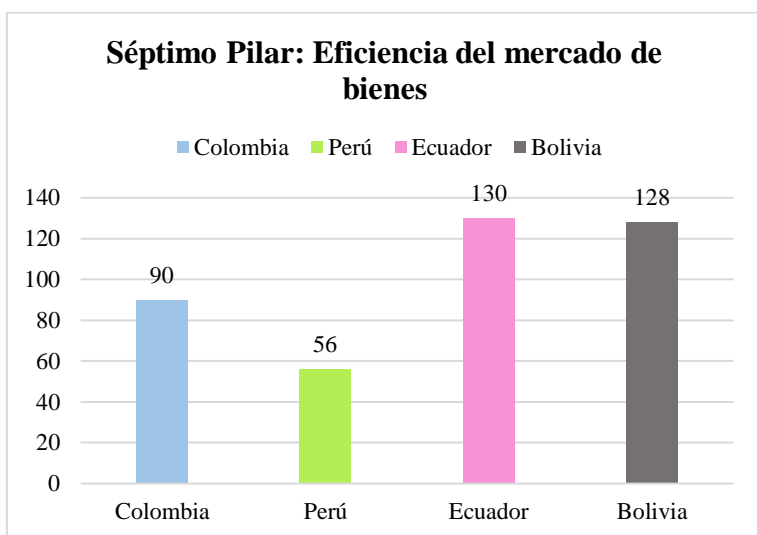
En el quinto pilar: Salud el país miembro de la CAN más competitivo es Colombia con una puntuación de 16, seguido de Perú con una puntuación de 19, Ecuador con 50 puntos y finalmente Bolivia con 89 puntos siendo el menos competitivo, este pilar se mide con relación a la inversión realizada en el área de la salud y principalmente a la esperanza de vida saludable en cada uno de los países.



**Figura 24** Países miembros de la CAN puntuaciones con relación al Sexto Pilar: Educación

**Fuente:** The Global Competitiveness Report 2019

En el sexto pilar: Educación, el país más competitivo de la Comunidad Andina es Ecuador con una puntuación de 76 presentando fortaleza en la esperanza de vida escolar, seguido de Colombia con 80 puntos teniendo fortaleza en la calidad de formación profesional, Perú con 81 y finalmente Bolivia con 91 puntos. En este pilar se miden la fuerza laboral en relación con los años medios de escolaridad, la calidad de la formación profesional, habilidades de los graduados, la facilidad para encontrar empleados calificados, la proporción de alumnos por maestro en la proporción de educación primaria entre otros.

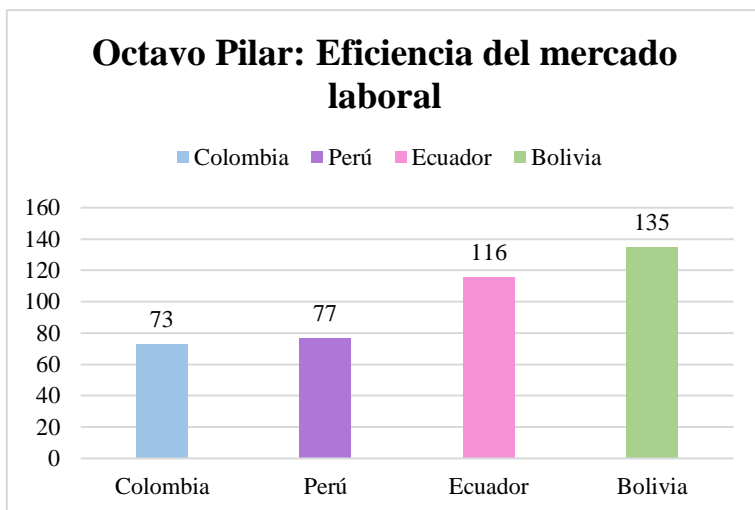


**Figura 25** Países miembros de la CAN puntuaciones al Séptimo Pilar: Eficiencia del mercado de bienes

**Fuente:** The Global Competitiveness Report 2019

Con relación al séptimo pilar: Eficiencia del mercado de bienes el país de la Comunidad Andina más competitivo es Perú en el puesto 56 del ranking, seguido de Colombia en el puesto 90, Bolivia en el puesto 128 y Ecuador en el puesto 130 siendo el menos competitivo con relación a los países de la CAN y se ubica en los últimos puestos del ranking mundial. En el presente pilar se encuentran indicadores de competencia nacional como el alcance del dominio del mercado, competencia en servicios, efecto distorsionado de impuestos y subsidios sobre la competencia, al igual que la apertura comercial con relación a la aplicación de barreras no arancelarias, tarifas comerciales, eficiencia del despacho de fronteras entre otros.

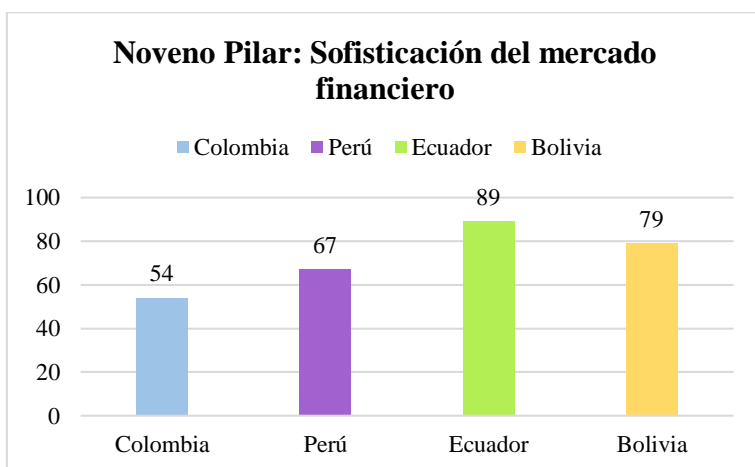




**Figura 26** Países miembros de la CAN puntuaciones con relación al Octavo Pilar: Eficiencia del mercado laboral

**Fuente:** The Global Competitiveness Report 2019

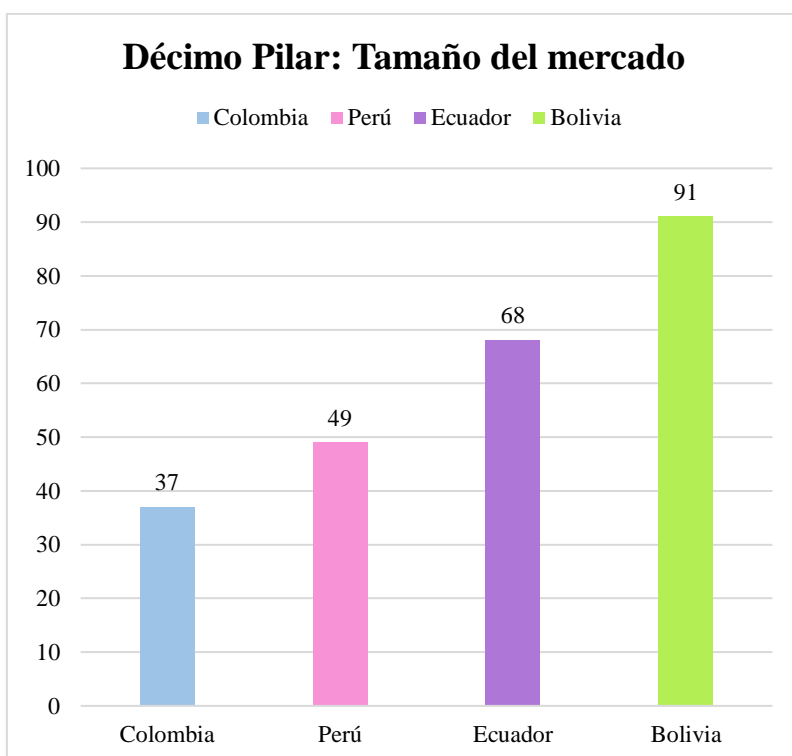
El octavo pilar: Eficiencia del mercado laboral el país miembro de la CAN más competitivo es Colombia con una puntuación de 73, seguido de Perú con 77 puntos, Ecuador con 116 y Bolivia con 135 siendo el menos competitivo en el presente pilar, en el cual se mide la flexibilidad en relación a los costos de redundancia (semanas de salario), prácticas de contratación y despido, cooperación en las relaciones empleado y empleador, las políticas del mercado laboral, los derechos de los trabajadores, la facilidad de contratar mano de obra extranjera, la confianza en la gestión profesional (Relaciones humanas e intercambios comerciales) tasa de impuesto laboral entre otros.



**Figura 27** Países miembros de la CAN puntuaciones con relación al Noveno Pilar: Sofisticación del mercado financiero

**Fuente:** The Global Competitiveness Report 2019

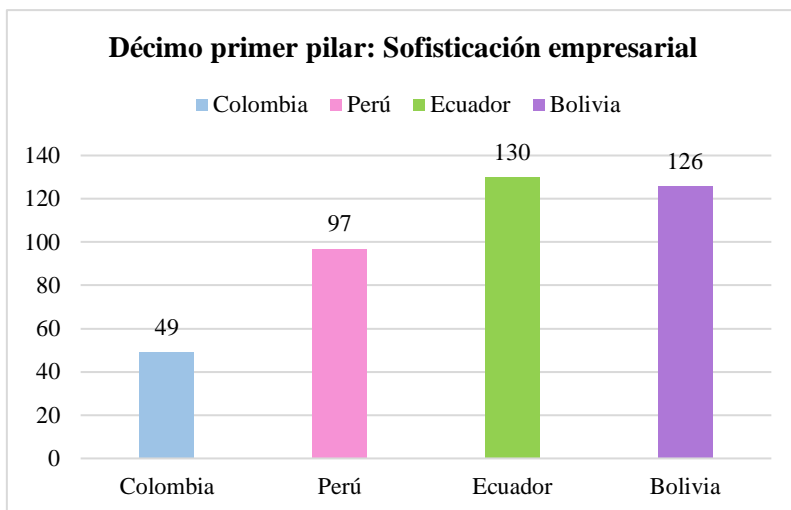
Con referencia al noveno pilar: Sofisticación del mercado financiero, siendo el más competitivo Colombia con una puntuación de 54, seguido de Perú con una puntuación de 67, Bolivia con una puntuación de 79, y Ecuador siendo el miembro de la Comunidad Andina menos competitivo en este pilar con una puntuación de 89 por lo cual es necesario que se destine el capital a proyectos de inversión. El indicador mide el crédito interno al sector privado, el financiamiento de pymes, volumen de primas de seguros en relación con el PIB, disponibilidad de capital riesgo, capitalización de mercado, solidez de los bancos (captación de dinero), préstamos entre otros indicadores.



**Figura 28** Países miembros de la CAN puntuaciones con relación al Décimo Pilar: Tamaño del mercado

**Fuente:** The Global Competitiveness Report 2019

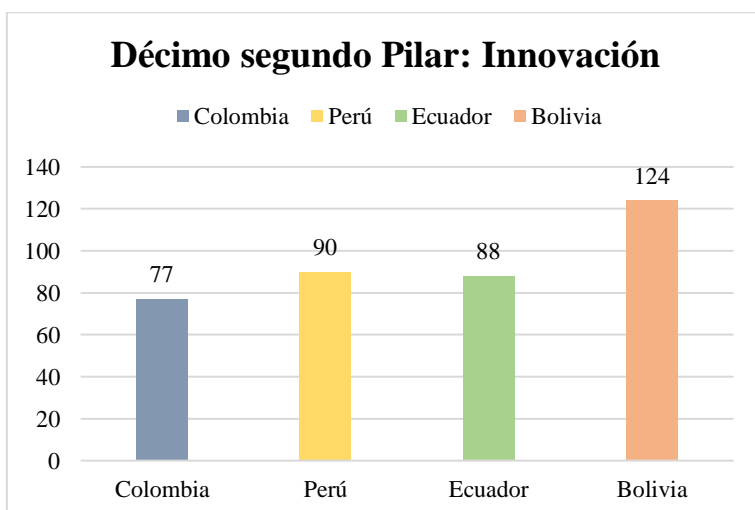
El décimo pilar: Tamaño del mercado afecta la productividad porque un mercado grande permite a las empresas explotar las economías de escala, el país con más competitivo de la Comunidad Andina en relación a su mercado es Colombia con la puntuación de 37, debido a los diferentes Acuerdos Comerciales que mantiene, seguido de Perú con una puntuación de 49, Ecuador con 68, puntos, y finalmente Bolivia siendo el menos competitivo con 91 puntos, el presente pilar mide el producto interno bruto, y las importaciones de bienes y servicios.



**Figura 29** Países miembros de la CAN puntuaciones con relación al Décimo primer pilar: Sofisticación empresarial

**Fuente:** The Global Competitiveness Report 2019

El décimo primer pilar: Sofisticación empresarial en el cual Colombia es el más competitivo con una puntuación de 49, seguida de Perú con una puntuación de 97, Bolivia 126 y Ecuador el país menos competitivo de la CAN con una puntuación de 130, este pilar mide los diferentes requisitos administrativos, costo de iniciar un negocio, tasa de recuperación de insolvencia, además toma en cuenta la cultura emprendedora tales como actitudes hacia el riesgo empresarial, voluntad de delegar autoridad, crecimiento de empresas innovadoras, compañías que adoptan ideas disruptivas (innovaciones que hacen que los productos y servicios sean accesibles) entre otros indicadores.



**Figura 30** Países miembros de la CAN puntuaciones con relación al Décimo segundo Pilar: Innovación

**Fuente:** The Global Competitiveness Report 2019

El décimo segundo pilar: Innovación, siendo Colombia el país miembro de la CAN más innovador, seguido de Ecuador con una puntuación de 88, Perú con un puntaje de 90 y Bolivia siendo el menos competitivo con un puntaje de 124, el pilar mide algunos indicadores tales como interacción y diversidad, diversidad de mano de obra, puntaje de publicaciones científicas, solicitudes de patentes por millón de habitantes, Gastos de Investigación y Desarrollo (I + D), aplicaciones de marcas comerciales, estado del desarrollo de clústeres (empresas pertenecientes a varios sectores, interrelacionados mutuamente) entre otros.

#### 4.1.7. Facilidad para hacer Negociación

El índice de facilidades de negociación se lo realiza anualmente en 190 economías o países a nivel mundial, gracias a la colaboración de doing bussiness que es la responsable en medir o calificar en una escala de cero a cien, en la que 0= peor desempeño y 100= mayor desempeño o practica más eficiente. Para medir la facilidad de hacer negocio se toma en cuenta 10 áreas sin embarco para la investigación realizada se tomará en cuenta solo uno que es comercio transfronterizo. Es importante resaltar el nivel de participación que tiene el mercado brasileño tanto en la facilidad de hacer negocios que tiene una puntuación de 59.1 ocupando 124 en relación a las 190 economías, mientras que en comercio transfronterizo tiene una calificación de 69.9 y se ubica en 108.

**Tabla 40 Facilidad para hacer Negocios**

Facilidad para hacer Negocios	Ecuador		Colombia		Perú		Bolivia	
	Puntaje	Ranking	Puntaje	Ranking	Puntaje	Ranking	Puntaje	Ranking
	57.7	129	70.1	67	68.7	76	51.7	150
<b>Comercio Transfronterizo</b>	71.2	103	62.7	133	71.3	102	71.6	100

**Fuente:** Doing Business (2020)

En cuanto a las facilidades para hacer negocios se puede observar que Colombia tiene la mayor puntuación con 70.1/100 además de estar el ranking 67 es el primer país de la comunidad andina al tener una desempeño eficiente y eficaz frente a los demás países de la CAN mientras que Perú, Ecuador y Bolivia tiene un desempeño de 68.7, 57.7 y 51.7 respectivamente siendo el mercado boliviano con la calificación más baja considerándolo el menos competitivo.

El comercio transfronterizo especialmente de lo que se encarga es en definir números de documentos, el costo y el tiempo que requiere para realizar una importación o exportación en este caso se puede analizar que Bolivia es el mercado con mayor eficiencia con una apreciación de 71.6/100 ubicándose en el ranking 100 mientras que Perú, Ecuador y Colombia se encuentran con una calificación de 71.3; 71.2 y 62.7 respectivamente siendo el mercado colombiano el menos competitivo.

#### 4.1.8. Desempeño logístico

Según el Banco Mundial el índice de desempeño logístico es un indicador a nivel internacional que evalúa el desempeño de cada país en términos de logística determinando la mejora continua que tienen en las operaciones para la eficiencia y efectividad de cada país, se mide en relaciona 160 países con una puntuación de (1 a 5) donde 1=bajo y 5= alto.

**Tabla 41 Desempeño logístico**

Desempeño logístico	Ecuador		Colombia		Perú		Bolivia	
	Puntaje	Puesto	Puntaje	Puesto	Puntaje	Puesto	Puntaje	Puesto
	2.88	62	2.94	58	2.69	83	2.36	131
Eficiencia aduanera	2.8	48	2.61	75	2.53	86	2.32	117
Calidad de Infraestructura	2.72	69	2.67	72	2.28	111	2.15	129
Competitividad de transporte de carga	2.75	80	3.19	46	2.84	65	2.54	106
Competencia y calidad en los servicios logísticos	2.75	70	2.87	56	2.42	110	2.21	139
Capacidad de seguimiento y rastreo a los envíos	3.07	55	3.08	53	2.55	108	2.13	148
Puntualidad en el transporte de carga	3.19	75	3.17	81	3.45	54	2.74	127

**Fuente:** Banco mundial (2020)

Como se puede observar gracias al índice desempeño logístico Colombia ocupa el puesto 58 en el mundo siendo el país miembro de la CAN más competitivo con una puntuación promedio de 2.94; Ecuador se encuentra en el puesto 62 a nivel mundial además de ser el segundo país de la comunidad andina con una puntuación de 2.88; mientras que Perú y Bolivia se encuentran en el puesto 83 y 131 con una puntuación de 2.69 y 2.36 respectivamente.

El mercado ecuatoriano tiene mayor desempeño en lo que se refiere eficiencia aduanera con una puntuación de 2.8 y en calidad de infraestructura con 2.72 siendo el país de la comunidad andina más competitivo además de ubicarse en el puesto 48 y 69 respectivamente, mientras que el mercado colombiano tiene el segundo desempeño más eficiente en estos dos indicadores con 2.61 en eficiencia aduanera ocupando el 75 puesto y en calidad de infraestructura 2.67 ubicándose en el puesto 72 a nivel global.

Colombia tiene mayor desempeño en lo que se refiere a competitividad de transporte de carga con una puntuación de 3.19 ocupando el puesto 46 mientras que Perú sería el segundo país de la can con mayor desempeño con una calificación de 2.84, en lo que se refiere a competencias y calidad en los servicios logísticos con una puntuación de 2.87 ubicándose en puesto 56 y en capacidad de seguimiento y rastreo a los envíos se ubica en el puesto 53 a nivel mundo con una puntuación de 3.08; es importante mencionar que el mercado ecuatoriano tiene un desempeño eficiente con 2.75 y 3.07 respectivamente atrás del mercado colombiano en referencia a los países de la CAN.

En lo que se refiere a puntualidad en el transporte de carga Perú tiene mayor desempeño ubicándose en el puesto 54 en el mundo con una puntuación de 3.45 siendo el primer país miembro de la CAN, mientras que el mercado ecuatoriano le alcanza con una evaluación de 3.19 ocupando el puesto 75. Es importante mencionar que el desempeño de Bolivia en todos los indicadores es bajo en lo que se refiere a la calificación siendo el país menos competitivo en referencia al desempeño logístico mientras que el Colombia y Ecuador se determina como países más competitivos.

## **4.2. DISCUSIÓN**

Mediante los resultados obtenidos se puede dar cumplimiento a los objetivos planteados en el trabajo de investigación, para el desarrollo fue necesario obtener información de fuentes secundarias confiables como: TradeMap, CobusGroup, Foro Económico Mundial, Banco Central del Ecuador, Banco Mundial, ALADI y CAN siendo los principales sitios de investigación que ayudaron dar cumplimiento al trabajo además de obtener información valiosa de las variables y el objeto de estudio que en este caso es el Acuerdo de Preferencia Arancelaria Regional, proporcionando una fundamentación verídica sobre el tema de investigación.

De la misma manera se toma como pilar fundamental las teorías del comercio que son el eje principal de la investigación siendo la más relevante la postulación de David Ricardo con su teoría de ventaja comparativa, la cual argumenta que es necesario que un país se desarrolle o se especialice en la producción de exportación de los bienes que fabrica con menos coste en relación a los demás países. Las ventajas comparativas de un país se deben a la abundancia comparativa de los factores de la producción, en este caso Ecuador, Colombia, Perú y Bolivia, como bloque de integración económica, aprovechan su oferta exportable y son competitivos frente a terceros países, tomando cuenta preferencias arancelarias, factores políticos, económicos, sociales, además de capacidad de hacer negocios y desempeño logístico.

En lo que se refiere al primer objetivo de la investigación se da cumplimiento tomando en cuenta antecedentes investigativos con fuentes secundarias como son artículos científicos, páginas web, libro, revistas además de tesis relacionadas a las variables u objeto de estudio. El trabajo con mayor aporte es el de Días Edwin con su investigación “*Desarrollo del Comercio Bilateral Ecuador – Brasil a través de los Acuerdos de Complementación Económica, en el marco de ALADI período 2010-2016*” el aporte a esta investigación permite identificar que Ecuador tiene varios Acuerdos Comerciales con diferentes grupos de integración, sin obtener beneficios equitativos que aporte a su economía, los productos ecuatorianos tienen limitada posibilidad de crecimiento y uso de las relaciones internacionales, delimitando la producción nacional; por lo que se busca establecer relaciones bilaterales, que aporten con la apertura de nuevos productos en los mercados, especialmente al brasileño, y de esta manera ser más competitivos, y con diversidad productiva.

En cuanto al desarrollo del segundo objetivo específico cuyo fin es diagnosticar la oferta exportable ecuatoriana hacia el mercado de brasileño y establecer la competitividad de la Comunidad Andina en base a la Preferencia Arancelaria Regional durante el periodo 2015-2019. Es importante mencionar que el mercado ecuatoriano es conocido por ser exportador de productos primarios como: preparaciones y conservas de pescado, plomo refinado, artículos de confitería, madera, rosas, aceite de palma, entre otros hacia el mercado brasileño y a la vez importar productos con valor agregado como: medicamentos, calzado, vehículos, herramientas o materiales de construcción etc. Para la aplicación de la PAR se toma en cuenta través de la economía de cada país donde el mercado boliviano tiene más preferencia que los demás miembros de la CAN en donde tiene una preferencia de 48% mientras que Ecuador tiene 40% mientras que los países con

menos preferencia arancelaria por encontrarse en países de desarrollo intermedio son Colombia y Perú, además es importante rescatar que el país otorgante en este caso Brasil se encuentra entre los países con una estabilidad económica perteneciendo a la categoría de los demás países del acuerdo.

En el desarrollo del tercer objetivo específico que se plantea que es determinar la ventaja competitiva de Ecuador en relación a los países miembros de la Comunidad Andina hacia el mercado brasileño, brinda los elementos necesarios mediante un análisis de sus exportaciones, en este sentido se analizan cuatro mercados de exportación, a fin de que los países andinos dispongan de una visión más amplia del estado y comportamiento de su estructura exportadora en estos mercados en términos competitivos y ello sirva como un elemento más para aumentar las oportunidades y afrontar los retos de una mayor apertura comercial.

La relación comercial que mantiene los países miembros de la CAN con el mercado de Brasil muestra que el mercado boliviano es el país con mayor oferta competitivo teniendo una superávit en su balanza comercial durante el periodo de los cinco años analizados ya sea por su ubicación geográfica en la que se encuentra que le permite tener mayor contacto directo con las fronteras del mercado brasileño permitiéndole tener más exportaciones que conforman la CAN, mientras que el mercado ecuatoriano es el segundo país con mayor oferta exportable teniendo productos reconocidos por su calidad y prestigio en las distintas cadenas de supermercados a nivel internacional.

En cuanto a los diez productos estrellas exportados por los países que forman parte de la CAN el país más competitivo es Perú ya que por su capacidad de producción y distribución ayuda a que tenga mayor relación, siendo los aceites ligeros y preparaciones de petróleo el producto con mayor valor exportado, además de tener contacto directo entre frontera con el mercado brasileño, es importante mencionar que Ecuador es el único país de la CAN que por su ubicación no tiene límites fronterizos con Brasil.

La facilidad de realizar negocios de Ecuador es baja siendo el tercer país de la CAN atrás de Colombia y Perú, en los últimos el mercado ecuatoriano ha recaído en el ranking haciendo el país sea más problemático o más difícil para realizar negocios para esto se lo realiza por medio de métricas en donde alcanza la mejor puntuación es en registro de la propiedad en los últimos años importantes esfuerzos para desarrollar una constitucionalidad por detrás del registro predial la



seguridad que brinda la tenencia legal de un país es importante para realizar negocios, mientras que el peor calificación se encuentra en la rúbrica de iniciar un negocio ya que al ecuatoriano le toma alrededor de 48 días iniciar con su actividad económica, es importante que los agentes regulatorios nacionales y locales desarrollen lineamientos donde les permitan a los emprendedores establecerse o constituirse de una manera más rápida.

La competitividad de la CAN en lo que respecta al comercio transfronterizo ha traído como consecuencia que Bolivia sea el país con mejor calificación 71.6/100 mientras que el mercado ecuatoriano ocupa el tercer lugar atrás de Perú. Las relaciones comerciales entre el mercado ecuatoriano y brasileño en lo que respecta al comercio transfronterizo tiene un punto deficitario al no tener contacto directo con fronteras brasileña tiene que alisar las relaciones comerciales que tiene con los países de la CAN sea el mercado peruano o boliviano siendo los países de paso o en muchos del caso que se lo realiza por vía marítima implica que el costo del producto aumente en comparación a los demás países como Colombia, Perú y Bolivia.

El desempeño logístico de Ecuador es positivo y con tendencias a seguir mejorando en cada uno de los parámetros o indicadores, en lo que respecta a eficiencia de aduana y calidad de infraestructura lidera la competitividad mientras que calidad en los servicios, capacidad de rastreo a los envíos y puntualidad de la carga, el mercado ecuatoriano ocupa el segundo lugar sin embargo se puede determinar que a lo largo de la historia se han sabido manejar de la mejor manera logrando ir creciendo competitivamente en cada uno demostrando su compromiso en cada uno de sus procesos a nivel internacional.

## V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. CONCLUSIONES

Los resultados de la investigación sobre la “Oferta exportable ecuatoriana en el mercado de Brasil en base a la Preferencia Arancelaria Regional y la competitividad en la Comunidad Andina” fueron principalmente obtenidos de fuentes secundarias que permitieron determinar la oferta de los países de la CAN en el mercado de Brasil durante el periodo de cinco años (2015-2019), determinando el nivel de competitividad que tiene cada país.

Los principales productos importados por Ecuador desde Brasil durante el periodo de estudio son los insumos para la industria del plástico, tales como el polietileno y el polipropileno, alcanzando más de 154486 miles de USD. Se destacan las importaciones de herramientas de la construcción (hechos en acero) con 249706 miles de USD además de buses y automóviles 84901 miles de USD.

La importancia de las exportaciones está dada por el ingreso de divisas y el acceso de productos que la economía de dicho país no produce, teniendo como escenario el nivel de competitividad y la diversificación de bienes y servicios, además de entrelazar lazos de apoyo económico.

Se establece que la eficiencia de los países tiene relación al ambiente de negocios el que debe ser apropiado, para la generación de valor a través de un marco jurídico e institucional firme. Al mismo tiempo, la Infraestructura abarca un sinnúmero de factores tales como carreteras, puertos, aeropuertos en la que se puede conocer los diferentes modos de utilizar para tener lazos comerciales entre los países miembros de la CAN con el mercado brasileño, además la Eficiencia Empresarial, se refiere a la contribución de las empresas en el desempeño económico de un país.

La comercialización de productos entre los países miembros de la Comunidad Andina y Brasil es diversificada, motivo por el cual se ha tomado en cuenta las subpartidas que tienen una mayor participación en el mercado brasileño los cuales son denominados como productos estrella, siendo Perú es el país más competitivo en relación a la oferta exportable hacia el mercado brasileño, debido que del top 10 presentado, Perú lidera las exportaciones de 5 productos, seguido de Colombia quien lidera la comercialización de 3 de los 10 productos estudiados, Ecuador es líder

en 2 productos estrella y finalmente Bolivia el cual debido a varias características es el menos competitivo a nivel de los países miembros de la CAN y las exportaciones hacia el mercado Brasileño.

Ecuador presenta un nivel de competitividad mínimo en relación con los países miembros de la CAN tales como Perú y Colombia, en diferentes aspectos debido que los dos países antes mencionados poseen un mayor índice de competitividad según el Foro Económico mundial, el indicador de comercio transfronterizo, y el índice de desempeño logístico; además de tener un mayor nivel de participación en la oferta exportable al mercado brasileño a diferencia del Ecuador, el cual posee un nivel de participación limitado como líder en las exportaciones de los denominados productos estrella, cabe recalcar que el Ecuador es el país con mayor puntuación en relación a la eficiencia aduanera y la calidad de infraestructura, por otro lado Bolivia es el país menos competitivo, debido a varios factores a pesar de tener una oferta exportable diversificada no es competitivo a nivel de los países miembros de la Comunidad Andina.

En relación con el índice de competitividad del Foro Económico Mundial de 2019, el país más competitivo a nivel de los 12 pilares es Colombia ubicándose en el puesto 57, seguido de Perú en el puesto 65, Ecuador en el puesto 90 y finalmente Bolivia ubicándose en el puesto 107, los valores son en relación con 141 países participantes. Se debe mencionar que Ecuador ha dejado de ser competitivo en relación al año anterior el 2018 en donde su puntuación fue de 86 a diferencia de Colombia quien en aquel año tuvo el puesto 60 es decir a logrado ser más competitivo, Perú se ubicó en el puesto 63 y Bolivia en el 105 por lo cual se puede decir que han ido perdiendo su nivel de competitividad.

## **5.2. RECOMENDACIONES**

- El mercado ecuatoriano debe fomentar las exportaciones de productos no tradicionales hacia Brasil, aprovechando las relaciones comerciales que mantiene bajo el Acuerdo de Preferencia Arancelaria Regional mediante la implementación de valor agregado, tal es el caso de las rosas, artículos de confitería y sobre todo en la industria textil que permita

mejorar el producto y ser competitivo ya sea en el precio o calidad frente a grandes empresas internacionales.

- Incentivar a pequeñas, medianas y grandes empresas que principalmente se dedican a la producción de bienes primarios, como es el sector pesquero, agrícola, manufacturero, entre otros. Principales productos que se acogen al PAR con la finalidad de que tengan valor agregado dinamizando las exportaciones, y dejar de proveer solo materia prima (comodities).
- Es importante para efectos de cooperación comercial entre Ecuador y Brasil tengan una visión de seguir fortaleciendo los lazos comerciales a través de Acuerdos Bilaterales que permitan que los productores tengan la capacidad de ingresar sus bienes en el mercado brasileño y/o ecuatoriano por consiguiente en el MERCOSUR y CAN.
- Se considera de suma importancia para el mercado ecuatoriano atraer la inversión extranjera, con una adecuada política pública, ya que gracias a esto se puede fortalecer la producción dándole un valor agregado a los productos además de existir diversificación de la producción fortaleciendo al sector productor y a la oferta exportable.
- Es importante para los productores nacionales contar con todas las normas establecidas por el país ya sea importador o exportador para cada uno de los productos (certificados de calidad, de inocuidad, Fito, zoo sanitario y demás certificaciones internacionales) permitiendo contar con un producto de calidad y reconocido por el consumidor internacional.

## VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acosta, A. (2000). Dolarización: Informe urgente (p. 9). Recuperado el 02 de enero de 2020 de [https://www.fes-ecuador.org/fileadmin/user\\_upload/pdf/0363.pdf](https://www.fes-ecuador.org/fileadmin/user_upload/pdf/0363.pdf)
- ALADI. (2019). La Preferencia Arancelaria Regional (PAR) consiste en una deducción porcentual del gravamen aplicado a las importaciones. Recuperado el 28 de diciembre de 2019 de [http://www.aladi.org/sitioaladi/?page\\_id=148](http://www.aladi.org/sitioaladi/?page_id=148)
- ALADI. (2020). Acuerdo comercial de Preferencia Arancelaria Regional (PAR). Recuperado el 04 de marzo de 2020 de [http://www2.aladi.org/biblioteca/publicaciones/aladi/acuerdos/Regionales/es/04/AR\\_PAR\\_004\\_consolidado.pdf](http://www2.aladi.org/biblioteca/publicaciones/aladi/acuerdos/Regionales/es/04/AR_PAR_004_consolidado.pdf)
- Armas, P., & Ochoa, N. (2019). *Informe: Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)*. UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, Lima- Perú.
- Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). (s.f.). Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Recuperado el 24 de enero de 2020 de <https://www.aduana.gob.ec/asociacion-latinoamericana-de-integracion-aladi/>
- Asociación Latinoamericana de integración. (1999). Texto consolidado y ordenado del régimen general de origen de ALADI. Recuperado el 04 de marzo de 2020 de [http://www2.aladi.org/nsfaladi/juridica.nsf/de45fc66dd8e041d032574b3007150ae/d207facade7af87b032567cc00555f7f/\\$FILE/252.pdf](http://www2.aladi.org/nsfaladi/juridica.nsf/de45fc66dd8e041d032574b3007150ae/d207facade7af87b032567cc00555f7f/$FILE/252.pdf)
- Baena Rojas, J. J. (2018). Barreras arancelarias y no arancelarias como restricciones al comercio internacional. Serviluz. Recuperado el 21 de junio de 2020 de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/24263>.
- Baena, J. (2018). Barreras arancelarias y no arancelarias como restricciones al comercio internacional. *Revista Venezolana de Gerencia*, 23(83), 543-562. Recuperado el 12 de febrero de 2020 de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29058775003>
- Benzaquen, J., Carpio, L. A., Zegarra, L. A., & Valdivia, C. A. (2010). Un Índice Regional de Competitividad para un país. Cepal 102, 86.
- Bermeo Katina, & Saavedra María. (2018). La competitividad sistémica de la MIPYME manufacturera en el nivel micro: caso de la fabricación de muebles de madera, Ecuador. *Small Business International Review*, 2(1), 1-15. doi: C Recuperado el 10 de febrero de 2020 de <http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/6458/csm.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Betancourt Andrea. (2016). *Análisis de la oferta exportable de los productos derivados de los emprendimientos populares y solidarios del ecuador hacia los mercados de Bulgaria*,

*Eslovaquia, Hungría, Polonia, República Checa Y Rumania En el periodo 2007 – 2014.* PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR, Quito- Ecuador. Recuperado el 10 de febrero de 2020 de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/12426/TESIS%20ANDREA%20BETANCOURT.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Campi Mayorga Ida, Font Graupera Elena, & Lazcano Herrera Carlos. (2017). La competitividad en América Latina: el caso Ecuador. *Dimensión Empresarial*, 15(1), 227-236. doi: <http://dx.doi.org/10.15665/rde.v15i1.1387>. Recuperado el 09 de febrero de 2020 de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6068517>

Cann, O. (12 de octubre de 2016). ¿Qué es la competitividad? Obtenido de World Economic Forum. Recuperado el 22 de noviembre de 2020 de <https://es.weforum.org/agenda/2016/10/que-es-la-competitividad/>

Castro Gina. (2019). *Análisis de la Oferta Exportable Ecuatoriana en el mercado de Chile en base al Acuerdo de Complementación Económica ACE 65 y la Competitividad en la Comunidad Andina CAN.* (Ingeniería), UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI, Tulcán- Ecuador. Recuperado el 10 de febrero de 2020 de <http://repositorio.upec.edu.ec/bitstream/123456789/718/1/442%20An%c3%a1lisis%20de%20la%20oferta%20exportable%20ecuatoriana%20en%20el%20mercado%20de%20Chile%20en%20base%20al%20acuerdo%20de%20complementaci%c3%b3n.pdf>

Ceballos, L. (11 de abril de 2012). Que Es Comercio Internacional. Obtenido de Comercio y aduanas <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterior/aduanas/que-es-comercio-internacional/>

Choez, V., Limones, A., & González, J. (2018). Perspectiva sobre el ingreso del banano a Brasil y su influencia en la economía ecuatoriana. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 15. Recuperado 09 de febrero de 2020 de <http://www.eumed.net/2/rev/oel/2018/03/banano-economia-ecuador.html>

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión. (2010). *Reglamento Legal*. Recuperado el 04 de marzo de 2020 de <https://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>

Comunidad Andina. (2020). *Normativa Andina*. Recuperado el 04 de marzo de 2020 de <http://www.comunidadandina.org/Normativa.aspx>

Constitución de la republica del Ecuador. (2008). *Base Legal*. Recuperado el 04 de marzo de 2020 de <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Constitucion.pdf>

DÍAS, E. (2018). *Desarrollo del Comercio Bilateral Ecuador – Brasil a través de los Acuerdos de Complementación Económica, en el marco de ALADI período 2010-2016.* (Economista), Universidad de Guayaquil, Guayaquil- Ecuador. Recuperado 09 de febrero de 2020 de

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28493/1/TRABAJO%20FINAL%20DIAS%20PICO.pdf>

Gómez, S. (2012). Metodología de la investigación (primera edición). Estado de México- México. Recuperado el 13 de junio de 2020 de [http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/Axiologicas/Metodologia\\_de\\_la\\_investigacion.pdf](http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/Axiologicas/Metodologia_de_la_investigacion.pdf)

González, J. L., Escobar, M., & Vera, G. (2018). La dependencia petrolera del Ecuador y su incidencia en la oferta exportable. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 17. Recuperado 09 de febrero de 2020 de <https://www.eumed.net/rev/oel/2018/03/dependencia-petrolera-ecuador.html>

Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México, México: Interamericana Editores.

Hill, C. (2011). *Negocios Internacionales: competencia en el mercado global* (M. d. P. O. León, Trans. J. M. Chacón Ed. 8 ed.). México: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Integración, A. L. d. (2019). ALADI quienes somos. 2020, Recuperado el 12 de diciembre de 2019 de [http://www.aladi.org/sitioaladi/?page\\_id=148](http://www.aladi.org/sitioaladi/?page_id=148)

Izaguirre, A. C., Casabella, R., Conde, Á. O., Cordiano, M., Torres, G., & Fernández, J. M. (2015). Comercio Internacional en el Siglo XX, La puerta de acceso a los negocios globales (Segunda ed.). Buenos Aires, Argentina: DUNKEN. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=WN9rCgAAQBAJ&pg=PA17&dq=ventaja+competitiva+segun+autores&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiAyOfP9ebiAhVwp1kKHWBqDcgQ6AEIQTAF#v=onepage&q=ventaja%20competitiva%20segun%20autores&f=false>

Legarda Cynthia, Silva Verónica, & Rangel Johanna. (2017). Implementación de las Salvaguardias y su incidencia en la competitividad de las Empresas Ecuatorianas. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 1(4), 365- 400. doi: 10.26820/recimundo/1.4.2017.365-400. Recuperado el 10 de febrero de 2020 de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-ImplementacionDeLasSalvaguardiasYSuIncidenciaEnLaC-6732720.pdf>

Londoño José, Cardona Giovanni, & Abadía Janeth. (2017). Los Acuerdos Comerciales Regionales y el Regionalismo Abierto: posibles efectos de desviación de comercio o erosión de preferencias Análisis de caso en el sector confecciones. *En-Contexto Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad*, 5(6), 137-162. Recuperado el 11 de febrero de 2020 de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5518/551857514006/551857514006.pdf>

Machado Franco, Guayasamín Celio, & Castelli Elisa. (2019). Acuerdos Comerciales Regionales: Una Visión desde el Comercio Exterior en América Latina. *Revista Publicando*, 6(21), 48-

57. Recuperado el 11 de febrero de 2020 de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-AcuerdosComercialesRegionales-7054916.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (MINCETUR). (2015). Plan Estratégico Nacional Exportador PENX 2025. Recuperado el 8 de febrero de 2021 de <https://www.mincetur.gob.pe/>

Porter, M. (1990) *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press.

Porter, M. (2015). LA VENTAJA COMPETITIVA DE MICHAEL PORTER. Centro de Innovación y Creatividad Empresarial. Recuperado el 20 de febrero de 2020 de <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/6330/n/>.

Porter, M. (2015). LA VENTAJA COMPETITIVA DE MICHAEL PORTER. Centro de Innovación y Creatividad Empresarial, <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/6330/n/>.

Rojas, C. (febrero de 29 de 2016). Oferta Exportable. Recuperado el 20 de febrero de 2020 de [https://prezi.com/d\\_cmlqxthq37/oferta-exportable/](https://prezi.com/d_cmlqxthq37/oferta-exportable/)

Sánchez, M. J. (2008). *El proceso innovador y tecnológico Estrategias y apoyo público*. La coruña, España: Netbiblo, S. L.

Schwab, K. (16 de octubre de 2018). *The Global Competitiveness Report 2018*. Recuperado de World Economic Forum el 22 de marzo de 2020 de <http://www3.weforum.org/docs/GCR2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2018.pdf>

Tóala Guadalupe, Mendoza Amado, Vince Dellaneira, & Moreira Luís. (2019). La oferta exportable de las PYMES de la provincia de Manabí. *Polo del Conocimiento*, 4(4), 71-87. Recuperado el 11 de febrero de 2020 de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-LaOfertaExportableDeLasPYMESDeLaProvinciaDeManabi-7164411%20(1).pdf

TradeMap. (2020). *Datos estadísticos exportaciones de Ecuador y países de la CAN*. Recuperado el 26 de julio de 2020 de <https://www.trademap.org/>

Valero, G., Rodenes, M., Rueda, G. (2016). La internacionalización de las empresas exportadoras. Estado de la cuestión. *Revista Lebrer*, 8. Bucaramanga, Colombia: Universidad Santo Tomás, pp. 127 – 147. ISSN: 2145-5996

WEF (2014). *The Global Competitiveness Report: 2014-2015*. Ginebra, Suiza: World Economic Forum (WEF). Recuperado el 02 de enero de 2020 de [http://www.weforum.org/reports?filter\[type\]=Annual%20Reports](http://www.weforum.org/reports?filter[type]=Annual%20Reports)



## VII. ANEXOS

### Anexo 1 Fundamentación Legal

Tabla 42 Fundamentación Legal

<p>Constitución del Ecuador (2008)</p>	<p>Art. 425.- “El orden jerárquico de aplicación de las normas será el siguiente...las leyes orgánicas; las leyes ordinarias; las normas regionales y las ordenanzas distritales; los decretos y reglamentos; las ordenanzas; los acuerdos y las resoluciones; y los demás actos y decisiones de los poderes públicos”. (Constitución del Ecuador, 2018)</p> <p>Art. 423.- “La integración, en especial con los países de Latinoamérica y el Caribe será un objetivo estratégico del Estado, el literal 1 enfocado a impulsar la integración económica, equitativa, solidaria y complementaria; la unidad productiva, financiera y monetaria; la adopción de una política económica internacional común...”. (Constitución del Ecuador, 2018)</p>
<p>Organización Mundial de Comercio (OMC)</p>	<p>Se toma como reseña a la Organización Mundial del Comercio al ser la única organización internacional que rige el comercio entre países del cuales son miembros: Ecuador, Brasil, Colombia, Perú y Bolivia los cuales forman parte del presente estudio.</p>
<p>Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI)</p>	<p>Decisión 252 de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) referente a las normas de origen, que según lo que designa el capítulo I, a) las mercancías elaboradas íntegramente en sus territorios, cuando en su elaboración se utilicen exclusivamente materiales de cualquiera de los países participantes del acuerdo (...). Del mismo modo para que las mercancías originarias se beneficien de los tratamientos preferenciales, las mismas deben haber sido expedidas directamente del país exportador al país importador, y deberán acompañar a los documentos de exportación, en el formulario tipo adoptado por la Asociación, una declaración que acredite el cumplimiento de los requisitos de origen que correspondan de conformidad con lo dispuesto en el Capítulo antes mencionado...</p> <p>Artículo 3.- La preferencia arancelaria regional se aplica a la importación de toda clase de productos originarios del territorio de los países miembros.</p> <p>Artículo 14.- El presente Acuerdo está abierto a la adhesión de los países latinoamericanos y del Caribe, no miembros de la Asociación, mediante negociación con los países miembros de la Asociación.</p> <p>Artículo 9.- Los beneficios derivados de la aplicación de la preferencia arancelaria regional</p>
<p>Comunidad Andina (CAN)</p>	<p>La decisión 778 referente a las normas que las administraciones aduaneras de los países miembros deberán aplicar para el control aduanero de mercancías, unidades de transporte, de carga y de personas; que entren y salgan del territorio aduanero nacional de cada país miembro (...). De la misma manera se toma como línea de referencia la decisión 416</p>

	que señala las normas especiales para la calificación y certificación del origen de las mercancías...
Código orgánico de la producción, Comercio e inversión (COPCI)	Art. 93.- “Fomento a la exportación...Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de Acuerdos Comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o gocen de dichos beneficios...” Art. 84.- “Normas de Origen...Las mercancías podrán estar sujetas al cumplimiento de normas de origen para efectos de beneficiarse de preferencias arancelarias, contingentes, regímenes especiales aduaneros, y para otras medidas comerciales específicas donde se requiera determinar el origen de un producto”.

## Anexo 2 Acuerdos Comerciales

**Tabla 43 Acuerdos Comerciales**

DESCRIPCIÓN	OBJETIVO	PAÍSES MIEMBROS	ENTRADA EN VIGOR
ACUERDO REGIONAL RELATIVO A LA PREFERENCIA ARANCELARIA REGIONAL	Los países miembros otorgan sobre sus importaciones reciprocas una preferencia arancelaria que consiste en una reducción porcentual de los gravámenes aplicables a las importaciones	Argentina Bolivia Brasil Chile Colombia Ecuador México Paraguay Perú Uruguay Venezuela	1/7/1984
ACUERDO DE COMPLEMENTACIÓN ECONÓMICA N° 59	Formar un área de libre comercio entre las partes mediante la expansión y diversificación del intercambio comercial y la eliminación de restricciones arancelarias y no arancelarias generando un marco jurídico e institucional de cooperación e integración económica que tienda a libre circulación de bienes y servicios.	Argentina Brasil Colombia Ecuador Paraguay Uruguay Venezuela	Brasil-Ecuador: 1 de abril de 2005.
ACUERDO REGIONAL DE COOPERACION E INTERCAMBIO DE BIENES EN LAS AREAS CULTURAL, EDUCACIONAL Y CIENTIFICA	Encaminar a la formación de un mercado común de bienes y servicios culturales destinados a dar un amplio marco a la cooperación educativa, cultural y científica con el fin de elevar el nivel de conocimiento de los pueblos de la región.	Argentina Bolivia Brasil Chile Colombia Cuba Ecuador México Paraguay Perú Uruguay Venezuela	22/8/1991

ACUERDO REGIONAL DE COOPERACION CIENTIFICA Y TECNOLOGICA (CONVENIO MARCO) ENTRE LOS PAISES MIEMBROS DE LA ASOCIACION	Promover la cooperación regional orientada tanto a la creación y desarrollo del conocimiento como la adquisición y difusión de tecnología y su aplicación	Argentina Chile Ecuador Perú	Bolivia Colombia México Uruguay	Brasil Cuba Paraguay Venezuela	04/04/1994
ACUERDO MARCO PARA LA PROMOCIÓN DEL COMERCIO MEDIANTE LA SUPERACIÓN DE LOS OBSTÁCULOS TÉCNICOS AL COMERCIO	Evitar que la elaboración, adopción y aplicación de los reglamentos técnicos, las normas técnicas y la evaluación de la conformidad se constituyan en obstáculos técnicos al comercio intrarregional	Argentina Chile Ecuador Perú	Bolivia Colombia México Uruguay	Brasil Cuba Paraguay Venezuela	23/6/1998

### Anexo 3 Oferta Exportable

**Tabla 44 Exportaciones e importaciones de Ecuador- Brasil.**

N°	Capítulo	EXPORTACIONES	Partida Arancelaria	Puesto	
				Ecuador proveedor de Brasil	Brasil importador de Ecuador
1	16	Conservas de pescado	1604142011	1	6
2	78	Plomo refinado	7801100000	4	2
3	03	Pescados y crustáceos	0304740000	11	1
4	17	Azúcares y artículos de confitería	1704901000	4	1
5	52	Algodón	5211430000	5	1
6	18	Cacao y sus preparaciones	1806900000	11	1
7	39	Plástico y sus manufacturas	3920209090	30	10
8	44	Madera	4407220000	6	6
9	15	Aceite de Palma	1513291000	26	3
10	06	Rosas	0603110000	7	30

Anexo 4 Fichas bibliográficas

TÍTULO	La dependencia petrolera del Ecuador y sus incidencias en la oferta exportable
AUTOR	Gonzales José, Escobar Ponce, y Vera Granella
FECHA	Marzo 2018.
RESUMEN:	La economía ecuatoriana se ha incrementado debido a la oferta exportable de productos primarios de igual manera de exportaciones de petróleo, el cual es el más beneficioso para el país creando presupuesto para el estado además de ser el que predomina las exportaciones.
PALABRAS CLAVES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• economía</li> <li>• oferta exportable</li> <li>• presupuesto</li> </ul>
FUENTE	Gonzales, J., Escobar, M. y Vera, G. (2018)

TÍTULO	Desarrollo del Comercio Bilateral Ecuador - Brasil a favor de los Acuerdos de Complementación Económica en el nuevo Alado para el 2010-2016.
AUTOR	Edwin Roberto Dias Pico
FECHA	Marzo 2018.
RESUMEN:	Ecuador a lo largo de la historia se enfocó en la exportación de un solo producto mientras que el mercado brasileño presenta una oferta variada. Sus relaciones bilaterales entre estos países no están limitadas al comercio de un bien sino a servicios y capital.
PALABRAS CLAVES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Exportación</li> <li>• bilaterales</li> <li>• comercio</li> <li>• Capital</li> <li>• productos</li> </ul>
FUENTE	Dias, W. (2018).

TÍTULO	Prospectivas sobre el ingreso del banana o Brasil y su influencia en la economía ecuatoriana.
AUTOR	Chicoe Urciana, Limonas Ashley y Marquez José
FECHA	Marzo (2018)
RESUMEN:	El banana es una de las frutas económicas que tiene el mercado ecuatoriano, recibiendo el apoyo de parte del gobierno mediante capacitaciones para la mejora del producto, logrando con esto ser uno de los mejores exportadores en el mundo.
PALABRAS CLAVES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mercados</li> <li>• gobiernos</li> <li>• capacitaciones.</li> </ul>
FUENTE	Chicoe, U. Limonas, A. y Marquez, J. (2018)

TÍTULO	La oferta exportable de las PYMES de la provincia de Manabí
AUTOR	Guadalupe Tzabo, Amado Mandoza, Pelloneira Vinces y Luis Mera
FECHA	05-04-2019
RESUMEN:	el problema de las PYMES de la provincia para realizar exportaciones radica en que existen distintos factores que limitan que los productos tengan escaso nivel de producción, tecnología y créditos crezcan exponencialmente a nivel nacional.
PALABRAS CLAVES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• factores</li> <li>• productos</li> <li>• país</li> <li>• créditos</li> </ul>
FUENTE	Tzabo, G. Mandoza, A. Vinces, P. Mandoza, L. (2019)

TÍTULO	Análisis de la oferta exportable de los productos derivados de las empresas populares y solidarias del Ecuador hacia Bélgica, Etiopía, Hungría 2001-2011
AUTOR	Andrea Botanecourt
FECHA	Junio 2016.
RESUMEN:	El sector de la economía Popular y Solidaria ofrece una gama de productos y servicios sin embargo se presenta una limitada oferta ya que no se fortalece el sector; existiendo empresas o instituciones que impulsan la oferta de productos tradicionales y no tradicionales
PALABRAS CLAVES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• servicios</li> <li>• Economía popular y solidaria</li> <li>• instituciones.</li> </ul>
FUENTE	Botanecourt, A. (2016)

TÍTULO	La competitividad en América Latina: el caso Ecuador.
AUTOR	Compi Ito, Font Elena y Ceilas Jorcano
FECHA	2017.
RESUMEN:	Los países de la región más competitivos a nivel de producción se determinan a México en primer lugar, la competitividad de las empresas ecuatorianas deben tener un cambio en el sector tecnológico, inestabilidad gubernamental, y sus políticas
PALABRAS CLAVES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• competitivos</li> <li>• empresas</li> <li>• inestabilidad</li> <li>• gubernamental</li> <li>• políticas</li> </ul>
FUENTE	Compi, I. Font, E y Jorcano, C. (2017)

TÍTULO	Análisis de la oferta exportable ecuatoriana en el mercado de Chile en base al ACE#65 y la competitividad en la CAN.
AUTOR	Castro Gina
FECHA	2019
RESUMEN:	La oferta exportable se toma en un periodo de cinco años tomando en cuenta productos estrella que forman parte del acuerdo es importante mencionar que Ecuador no es competitivo frente a los miembros de la CAN, de manera que aumentando la participación en sus exportaciones se generaría un crecimiento para ser más competitivos.
PALABRAS CLAVES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acuerdo</li> <li>• Exportación</li> <li>• Competitivo</li> <li>• participación</li> </ul>
FUENTE	Castro, G. (2019)

TÍTULO	La competitividad sistematizada de la MIPyme manufactura en el nivel micro: caso de fabricación de muebles de madera, Ecuador
AUTOR	Baimeso Katina, Saavedra María
FECHA	2018
RESUMEN:	La competitividad de las empresas resulta demasiado baja para la MIPyme donde el factor de la competitividad depende de cuatro niveles: macro, meso, meta y micro en cuanto al sector productivo. La competitividad como un eslabón importante en la cadena de valor demostrando un direccionamiento para la empresa.
PALABRAS CLAVES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• competitividad</li> <li>• Factores</li> <li>• niveles</li> <li>• Direccionamiento</li> <li>• Cadena de valor.</li> </ul>
FUENTE	Baimeso, K. y Saavedra, M. (2018).

TÍTULO	<i>Acuerdos comerciales Regionales: Una visión desde el Comercio</i>
AUTOR	<i>Franco Machado, Celio Guayasamín</i>
FECHA	<i>2019.</i>
RESUMEN:	<i>En América Latina existen varios grupos con relación a los acuerdos comerciales el primero hace referencia a los acuerdos comerciales subregionales, acuerdos comerciales acuerdos bilaterales y acuerdos de última generación los acuerdos regionales han ido durante los cinco años.</i>
PALABRAS CLAVES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Regionales</li> <li>• Acuerdos</li> <li>• América Latina</li> </ul>
FUENTE	<i>Machado, F. y Guayasamín, C. (2019)</i>

TÍTULO	<i>Los acuerdos comerciales regionales abarcan posibles efectos de desviación de comercio o creación de preferencias como confabores.</i>
AUTOR	<i>Jordano José, Córdova Marfeya y Alcedo Janeth</i>
FECHA	<i>2017</i>
RESUMEN:	<i>Principalmente se centra en el sector textil, es que es el más representativos dentro de la industria siendo el sector más desarrollado generando mayores ingresos</i>
PALABRAS CLAVES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ingresos</li> <li>• sector textil</li> </ul>
FUENTE	<i>Jordano, J. Córdova, M y Alcedo, A. (2017)</i>



TÍTULO	Barreras arancelarias y no arancelarias como retención al comercio internacional
AUTOR	Beana Sosa
FECHA	2018
RESUMEN:	Las medidas arancelarias y no arancelarias que intervienen en el intercambio de bienes y servicios. Antes de los acuerdos se a consolidado aranceles que presentan riesgo ya que son reguladas por omc.
PALABRAS CLAVES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• medidas</li> <li>• acuerdos</li> <li>• consolidado.</li> </ul>
FUENTE	Beana, J. (2018).

TÍTULO	Asociación Latinoamericana de Integración ALADI promueve la expansión de integración regional.
AUTOR	Armas Pizarro y Ochoa Kelly
FECHA	2019
RESUMEN:	El comercio intraregional es de gran ayuda para el dinamismo de cada nación. Fortaleciendo el proceso a través de mecanismos como: preferencia arancelaria regional otorgada de manera recíproca por los países miembros.
PALABRAS CLAVES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• integración</li> <li>• países</li> <li>• mecanismo</li> <li>• recíproca.</li> </ul>
FUENTE	Armas, P. y Ochoa, K. (2019).

## Anexo 5 Acta de sustentación de pre defensa del informe de investigación



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI**  
**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN, ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**  
**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL**

### ACTA

#### DE LA SUSTENTACIÓN DE PREDEFENSA DEL INFORME DE INVESTIGACIÓN DE:

**NOMBRE:** Pozo Córdova Henry Alexander  
**NIVEL/PARALELO:** Egresado

**CÉDULA DE IDENTIDAD:** 0401845516  
**PERIODO ACADÉMICO:** Nov.2020-Mar.2021

**TEMA DE INVESTIGACIÓN:** Oferta Exportable ecuatoriana en el mercado de Brasil en base a la Preferencia Arancelaria Regional y la Competitividad en la Comunidad Andina

Tribunal designado por la dirección de esta Carrera, conformado por:

**PRESIDENTE:** MSC. Mera Rodríguez Willington Gerardo  
**LECTOR:** MSC. Ruiz Rivadeneira Germán Georing  
**ASESOR:** MSC. Caza Guevara Edison José

De acuerdo al artículo 21: Una vez entregados los requisitos para la realización de la pre-defensa el Director de Carrera integrará el Tribunal de Pre-defensa del informe de investigación, fijando lugar, fecha y hora para la realización de este acto:

**EDIFICIO DE AULAS:** 0                              **AULA:** Virtual

**FECHA:** jueves, 18 de marzo de 2021

**HORA:** 10H00

Obteniendo las siguientes notas:

1) Sustentación de la predefensa:	5,78
2) Trabajo escrito	2,50
<b>Nota final de PRE DEFENSA</b>	<b>8,28</b>

Por lo tanto: **APRUEBA CON OBSERVACIONES** ; debiendo acatar el siguiente artículo:

Art. 24.- De los estudiantes que aprueban el Plan de Investigación con observaciones. - El estudiante tendrá el plazo de 10 días laborables para proceder a corregir su informe de investigación de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el

jueves, 18 de marzo de 2021

WILLINGTON  
GERARDO  
MERA  
RODRIGUEZ

MSC. Mera Rodríguez Willington Gerardo

**PRESIDENTE**



JOSE EDISON  
CAZA GUEVARA

MSC. Caza Guevara Edison José

**TUTOR**

GERMAN  
GEORING RUIZ

MSC. Ruiz Rivadeneira Germán Georing

**LECTOR**

Adj.: Observaciones y recomendaciones



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER**

**Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.**

**Autor:** Henry Alexander Pozo Córdova

**Fecha de recepción del abstract:** 26 de marzo de 2021

**Fecha de entrega del informe:** 26 de marzo de 2021

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

**Observaciones:**

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se valida dicho trabajo.

Atentamente



EDISON PEÑAÑIEL ARCOS  
COORDINADOR DEL CIDEN

Ing. Edison Peñañiel Arcos MSc  
Coordinador del CIDEN



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI  
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER**

<b>ABSTRACT- EVALUATION SHEET</b>				
<b>NAME:</b> Henry Alexander Pozo Córdova				
<b>DATE:</b> 26 de marzo de 2021				
<b>TOPIC:</b> "Oferta exportable ecuatoriana en el mercado de Brasil en base a la Preferencia Arancelaria Regional y la Competitividad en la Comunidad Andina"				
<b>REMARKS AWARDED</b>		<b>QUANTITATIVE AND QUALITATIVE</b>		
<b>VOCABULARY AND WORD USE</b>	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic:
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>WRITING COHESION</b>	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>ARGUMENT</b>	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>CREATIVITY</b>	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>SCIENTIFIC SUSTAINABILITY</b>	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor error when supporting the thesis statement	Some error when supporting the thesis statement	Lots of error when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
<b>TOTAL/AVERAGE</b>	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,5: GOOD 5 - 6,5: AVERAGE 0 - 4,5: LIMITED	<b>TOTAL 9</b>		