



Ciencia Latina
Internacional

Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, Ciudad de México, México.
ISSN 2707-2207 / ISSN 2707-2215 (en línea), enero-febrero 2024,
Volumen 8, Número 1.

https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1

ANÁLISIS DE LAS TENDENCIAS DE MERCADO INTERNACIONAL PARA EL 2024, PARA UNA MEDIANA EMPRESA

**ANALYSIS OF INTERNATIONAL MARKET TRENDS FOR 2024,
FOR A MEDIUM-SIZED COMPANY**

Daniela Nicole Landeta Bolaños

Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador

Stalyn Javier Cadena Cortez

Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Ecuador

DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.9852

Análisis de las Tendencias de Mercado Internacional para el 2024, para una Mediana Empresa

Daniela Nicole Landeta Bolaños¹

dnlandeta@pucesi.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0000-4042-8018>

Pontificia Universidad Católica del Ecuador
sede Ibarra
Ecuador

Stalyn Javier Cadena Cortez

sjcadena@pucesi.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0003-5237-0011>

Pontificia Universidad Católica del Ecuador
sede Ibarra
Ecuador

RESUMEN

En primer lugar, hay que definir dos conceptos importantes: ¿qué es una tendencia, dentro del marco de estudio?, y ¿qué es el mercado? Así es que lograremos entender el concepto compuesto de qué es la Tendencia de Mercado. Entendido lo anterior, es necesario conocer cuál, y cuáles, son las consecuencias de las Tendencias del Mercado. Posteriormente, se hará un repaso a las distintas teorías económicas que identifican cómo se establece el valor de las cosas, haciendo un pequeño repaso a la Teoría del Valor. Con los conocimientos adquiridos, se comprenderá de mejor manera los conceptos básicos de la economía como lo son: Demanda, Oferta, su dinámica y qué es el Equilibrio de Mercado. Ahora, la Metodología que se utilizó es el Coeficiente de Correlación de Pearson donde estableceremos las tendencias mundiales en cuanto al comercio de Bienes y Servicios a nivel mundial. Según la página WEB estadística de la Organización Mundial de Comercio (OMC), determinaremos cuales son los sectores en los que más se exportan e importan a nivel mundial, relacionándolos con la oferta y demanda de bienes o servicios, respectivamente. Con los datos obtenidos, buscaremos el Equilibrio de la cantidad de Oferta y Demanda de cada sector, encontrando la Balanza Comercial. Finalmente, estableceremos los sectores Tendencias de Mercado más fuertes para los siguientes años (a partir del 2024), junto con las debidas conclusiones.

Palabras clave: tendencias de mercado, teoría del valor, oferta, demanda, coeficiente de correlación

¹ Autor principal.

Correspondencia: dnlandeta@pucesi.edu.ec

Analysis of International Market Trends for 2024, For a Medium-Sized Company

ABSTRACT

First of all, we have to define two important concepts: what is a trend, within the framework of the study, and what is the market? In this way, we will be able to understand the composite concept of what a Market Trend is. Once this is understood, it is necessary to know what, and what are the consequences of Market Trends. Subsequently, a review will be made of the different economic theories that identify how the value of things is established, with a brief review of the Theory of Value. With the knowledge acquired, the basic concepts of economics will be better understood, such as: Demand, Supply, their dynamics and what is Market Equilibrium. Now, the Methodology that was used is the Pearson Correlation Coefficient where we will establish the world tendencies regarding the trade of Goods and Services at world level. According to the statistical web page of the World Trade Organisation (WTO), we will determine which sectors are the most exported and imported worldwide, relating them to the supply and demand of goods and services, respectively. With the data obtained, we will look for the Equilibrium of the quantity of Supply and Demand of each sector, finding the Trade Balance. Finally, we will establish the strongest Market Trends sectors for the following years (from 2024 onwards), together with the due conclusions.

Keywords: market trends, value theory, supply, demand, correlation coefficient

*Artículo recibido 28 diciembre 2023
Aceptado para publicación: 30 enero 2024*

INTRODUCCIÓN

Ciertamente que los emprendedores o inversores necesitan saber algo con mucha claridad: ¿cuál o cuáles serán las tendencias comerciales para el 2024? Esta información puede ser determinante a la hora de invertir.

En el presente estudio, se analizará conceptos claves que están ligados a las tendencias comerciales, como: la Oferta, la Demanda, el Equilibrio y cómo es que estas nociones son determinantes a la hora de determinar el valor de las cosas que, en definitiva, fija los precios del mercado. Estos precios son fundamentales, además de la Demanda, es fundamental para determinar las tendencias en los próximos años.

El objetivo principal es, aplicando los conocimientos ya adquiridos, determinar cuáles serán las tendencias comerciales para el año 2024. Se analizarán los sectores comerciales más importantes que marcarán el camino para las inversiones, por supuesto.

De igual manera, se adentrará en el análisis del mercado y sus tendencias, además de cuáles son los factores que determinan su sesgo hacia uno u otro sector. Adicionalmente, se conocerán, mediante los datos reales de la Organización Mundial de Comercio, cuáles fueron y han sido las tendencias de años anteriores al 2024. Aplicaremos, adicionalmente, las propuestas matemáticas que pueden determinarlas. El método que aplicaremos es el análisis cualitativo de los datos, mediante una comparativa entre las variables, a través del tiempo. Por ejemplo, se determinará qué sectores comerciales se mantendrán al alza y cuáles tendencias pierden fuerza. La variable dependiente será el tiempo y la independiente será la cantidad de demanda de cada sector; aplicando el modelo de correlación de Pearson, se determinará qué tendencias continúan en la progresión de demanda y cuáles no. Adicionalmente, se aplicará en método de la Balanza Comercial para determinar cuáles sectores comerciales son positivos y negativos para encontrar los puntos donde el planeta siente un déficit en la demanda.

Es intrigante, y sumamente, interesante saber cuáles serán las tendencias comerciales para el 2024, así como para los siguientes años. Esto podría generar que las inversiones aumenten o disminuyan en determinado sector comercial, sobre todo para la mediana empresa.

Análisis de la teoría de la tendencia

La tendencia

Históricamente, el ser humano ha tenido sus preferencias, gustos, afecciones por las cosas. Sin embargo, sus prioridades son las más básicas: satisfacer sus necesidades más básicas y elementales.

Siendo así, el estudioso Abraham Maslow en su libro “Una teoría sobre la motivación humana”, escrito en 1943, todos tenemos una jerarquización de necesidades, estableciéndolas como las más importantes de arriba hacia abajo:

1. Necesidades fisiológicas;
2. Necesidades de protección y seguridad;
3. Necesidad de amar y pertenecer;
4. Necesidad de estima y valoración;
5. Necesidad de autorrealización (Maslow, 1943).

Desde las primeras necesidades de la pirámide, hasta las últimas, se establecen las prioridades, siendo las más indispensables las que están hasta arriba. Las necesidades fisiológicas son las que los seres humanos satisfacemos primero por un simple acto de supervivencia alimentaria y reproductiva de nuestro organismo y especie. Mientras que, las necesidades de protección y seguridad, son aquellas que no son inmanentemente necesarias, pero que son ineludibles. La necesidad de estar protegidos contra otros seres humanos y el medio ambiente también es algo que los humanos prescindimos para sobrevivir, aunque no sean tan urgentes como satisfacer las necesidades biológicas. Posteriormente nos introducimos a las necesidades afectivas e ideológicas, las que podemos prescindir de ellas, y, finalmente, las necesidades accesorias como son las de auto realización.

La historia de la humanidad, casualmente, también nos cuenta la historia misma de nuestra necesidad. Desde tiempos inmemoriales, el motor de la humanidad ha sido la necesidad, la de satisfacer sus instintos de supervivencia básicos; los que están establecidos en los primeros dos peldaños de la Pirámide de Maslow.

Debemos admitir que, durante mucho tiempo, miles de años, las necesidades de los humanos siempre han sido las mismas: satisfacer sus necesidades primarias bastaba; las necesidades afectivas y de auto realización, ni siquiera eran consideradas necesidades, a menos que sea un “patricio” de la sociedad.

Las necesidades básicas de la sociedad siempre han sido: alimento, sexo, vestido, vivienda y protección, además de la necesidad de todo aquello que permita la consecución de dichas necesidades. De modo que, la tendencia de la humanidad siempre se ha inclinado a conseguir satisfacer estas necesidades, desde siempre y hasta siempre, si es que no sucede algún cambio biológico existencial para el ser humano en el futuro.

La diversificación histórica de las tendencias

Sin embargo, desde la así denominada Primera Revolución Industrial, las necesidades humanas se acrecentaron, haciendo énfasis en el espectro de la consecución de necesidades: cada vez se hace más necesario invertir en la consecución de aquello que satisface las necesidades. Entonces fue como fueron necesarios los energéticos como: carbón, para mover los barcos que transportan productos; como la necesidad de transporte; la necesidad de comunicación; la necesidad de que cada vez sea más rápido.

Y, aunque pareciese mentira, la necesidad de lo rápido se ha hecho tan poderosa que la humanidad evolucionó en un corto periodo de tiempo, desde el siglo XVIII, hasta la actualidad mucho más que en miles de años: partimos de barcos que funcionaban a vapor a naves espaciales con la capacidad de conquistar otros planetas; partimos de elementos que medían las estrellas para posicionarnos al GPS, en tiempo real, desde nuestro Smartphone. El salto ha sido enorme.

De igual modo, las necesidades han ido evolucionando cada vez más. Apenas hace un siglo, en 1920, cualquier niño de 10 años estaría contento con la idea de comer, vestir y tener un hogar; sería uno de los pocos privilegiados. Hoy, gracias al avance económico, nos guste o no, la mayoría de los niños de 10 años tienen sus necesidades básicas satisfechas, además de las necesidades afectivas y las de auto realización, y también sus accesorias como: su Smartphone, su programa favorito en *streaming*, su juguete, aunque hoy sólo necesitan algún videojuego portátil o simplemente su app de juegos favorita, además de Tik-Tok. Facebook, YouTube a disposición 24 horas al día, 365 días al año. Increíble (Montserat, Sabateur, & Rodriguez, 2012).

Por tanto, el concepto de tendencia es lo que puede satisfacer las necesidades del ser humano, en un tiempo determinado. Hay que agregar que, mientras más avanza el tiempo de los seres humanos, las necesidades se transforman y aumentan tanto en cualidad como en cantidad.

Concepto de mercado

Para la RAE, en su acepción pertinente, mercado es “Sitio público destinado permanentemente, o en días señalados, para vender, comprar o permutar bienes o servicios” (Real Academia Española de la Lengua, 2023). En otras palabras, y más pertinentes para este estudio, el mercado es el sitio donde se satisfacen las necesidades de los seres humanos, en medio de un intercambio comercial entre bienes y servicios. Esta puede ser la más laxa y conveniente de las definiciones, pero no siempre fue así.

Históricamente, “en su Riqueza de las naciones, Smith critica lo anterior y sostiene que aunque es cierto que existen pasiones en el ser humano, existe una esfera de la vida social en la que no es necesario construir un Leviatán para dominarlas. El deseo de los hombres de enriquecerse pasa por la propensión natural de los hombres a intercambiar y conduce no a la guerra sino a las interdependencias económicas. El mercado es el dispositivo social que permite armonizar las pasiones individuales, alcanzando la armonía social y, de paso, la prosperidad. El corolario de todo esto es que es necesario mantener la libertad de cambio” (Nadal, 2010). De paso hay que decir que, para Smith, el libre mercado era la mejor forma de comercio porque, según él, había una “Invisible Hand” (mano invisible) que lo ordenaba todo y que propendía a equilibrar la economía, mientras los seres humanos prosperan.

Volviendo a la actualidad, según la enciclopedia económica virtual “Economipedia”, mercado “...era entendido como un lugar donde se efectúan los procesos de cambio de bienes y servicios, entre demandantes y oferentes, pero con la aparición de la tecnología, los mercados ya no necesitan un espacio físico. No obstante, por esa razón, hay mercado mientras haya intenciones de comprar y de vender; y los participantes estén de acuerdo en efectuar los intercambios, a un precio acordado. Sin duda, el intercambio se lleva a cabo porque ambos participantes obtienen un beneficio, es decir ambas partes ganan” (Quiroa, 2019).

Podemos agregar que el mercado tiene dos elementos que son fundamentales: 1, los seres humanos; 2, los productos que comercializan los seres humanos y que satisfacen sus necesidades. Entonces, los seres humanos, demandan y ofertan productos (que pueden ser bienes o servicios), para satisfacer sus necesidades. Esto es el mercado.

Más allá de las teorías de la liberación o restricción de los mercados, el mercado siempre cumple el mismo fin: satisfacer las necesidades de los seres humanos, en el intercambio entre oferta y demanda, de productos.

Las consecuencias de la Tendencia del Mercado

El concepto de “tendencia del mercado” es la preferencia, o el conjunto de ellas, hacia un determinado producto que se oferta o demanda en el mercado de bienes o servicios.

Cabe señalar que esta “preferencia” o propensión a determinado producto tiene un enorme componente psicológico, más allá del biológico. Es verdad que existe un componente biológico que impera y que es prioritario, pero cuando este se satisface, existen gustos y preferencias que determinan la tendencia del mercado. Por tanto, siempre encontraremos una especie de gradación en la tendencia del mercado.

Gradación de las tendencias del mercado y su consecuencia: el precio.

Claramente, cuando una persona tiene hambre, lo primero que quiere es alimentarse; cuando tiene sed, quiere beber algo. En momentos de escasez y una ferviente necesidad, tanto el agua y el alimento serían muy cotizados. Pero, ¿qué pasa si el agua y los alimentos abundan?, ¿cuánto costaría un vaso de agua o una comida adicional? ¿Cuál sería la tendencia del mercado en estos casos?

Recordemos la Pirámide de Maslow, las necesidades humanas tienen una jerarquía que es más importante de abajo hacia arriba. Cada escalón es una necesidad; si, como seres humanos, se satisfacen estas necesidades, la tendencia puede cambiar. Por ejemplo, si mis necesidades fisiológicas están satisfechas, mi necesidad de protección y seguridad sea la siguiente prioridad, con lo que la tendencia del mercado cambiará. De igual forma, si se satisface la necesidad de protección y seguridad, la necesidad de amar y pertenecer aumente, con lo que la tendencia de mercado cambiará nuevamente. Por tanto, este cambio y gradación en la satisfacción de las necesidades promueve el cambio de tendencia.

Sin embargo, más allá de la vigencia, eficacia y aporte didáctico de la Pirámide de Maslow, la sociedad es mucho más compleja y, en realidad, cada persona en este planeta tiene su propia pirámide de necesidades, su propia gradación. Como tal, la complejidad de la tendencia del mercado se potencializa. Así mismo, la consecuencia de esta dinámica social entre el satisfacer necesidades, marca la tendencia del mercado y, además, un elemento adicional: el valor del producto que determina el precio del mismo.

El valor de los productos está determinado por las distintas tendencias del mercado, por lo menos es la teoría más aceptada, aunque siempre controversial. Desde hace mucho, este ha sido un tema de estudio que ha tenido muchos matices. Como si fuese una asignatura adicional es que se estudia lo que se conoce como: Teoría del Valor. Ésta trata del cómo se determina el valor de las cosas en el mercado; directamente, determina el precio de cada uno de ellos.

Teoría del Valor

A a la Teoría del Valor se la puede definir como “un postulado académico que intenta explicar cómo se determina el valor de un bien o servicio. Esto, en función de distintas variables como la escasez, el coste de producción, entre otros” (Westreicher, 2020) En otras palabras, “una teoría de valor sirve para justificar el precio o valor de cambio de una mercancía. Así, esto varía en función del enfoque que le otorgue cada escuela de pensamiento económico” (Westreicher, 2020).

La Teoría de Valor “... es un componente fundamental de la teoría económica. Según se siga una concepción objetiva o subjetiva en esta materia, tendremos consecuencias fundamentales en el orden social: o una sociedad más totalitaria o una sociedad más libre” (Pontón, 2013)

Dentro de las distintas Teorías del Valor, consecuentemente, tenemos dos posiciones contrarias: la objetiva y la subjetiva.

Teoría del valor objetiva (Teoría del Valor –Trabajo)

La así conocida como Teoría del Valor del Trabajo, “tanto Ricardo (1817) como Marx (1858), afirman que el trabajo es la única fuente del valor; sin embargo, la diferencia en sus pensamientos radica en que para el primero tanto valor como riqueza resultan siendo lo mismo y se determinan por el precio, mientras que para el segundo el significado de valor tiene intrínseco el análisis de las relaciones sociales de producción, mientras que el precio aparece al final y únicamente en la circulación de ese bien” (Cárdenas, 2019).

Esta teoría muy controversial, y en la que se basa las teorías de las economías socialistas de todo el mundo, dice que el valor de una cosa la determina el trabajo que es implícito para producirlo. En este caso, el mercado tiene un papel nulo en la determinación de los precios. Esto es lo que ha hecho que, la mayoría de adeptos a estos conceptos, consideren que los precios deben ser determinados por un órgano central que establece cuál es el valor del producto, bien o servicio. El problema de esta teoría es que, en

la práctica, esto ha generado escases, como se lo ha visto en países como Cuba, Venezuela, Corea del Norte y algunos regímenes de su mismo corte de pensamiento.

Esta teoría, aunque parezca una locura e impracticable, sin contar con los profundos daños en la economías de países enteros, sigue aceptándose por empecinados teóricos e intelectuales en el mundo.

Teoría subjetiva del Valor

“Carl Menger inicia sus reflexiones en Principios de economía política con la pregunta acerca de cómo hacer de la economía una ciencia que parta de leyes universales al modo en que lo hacen las ciencias de la naturaleza, pero sin necesidad de imitar el método que siguen éstas. Para ello, se interroga por el modo en que los seres humanos satisfacen sus necesidades, aunque no a los fines de indagar en las formas históricas de trabajo y producción –tal como lo hicieron algunos de sus predecesores con quienes discute–, sino asumiendo una perspectiva volcada sobre la conducta humana. Desde aquí, propone una definición de “bien” como toda cosa que ingresa en una relación causal con la satisfacción de las necesidades humanas, a lo que luego añade otras dos condiciones: que el individuo tenga el poder de disposición de la cosa que lo satisfaga, y que tenga conocimiento de la relación de causa-efecto entre la cosa y la satisfacción de su necesidad” (Stavisky, 2018).

Esta teoría es la más aceptada y definitivamente la más lógica y racional modo de establecer el valor de las cosas. En otras palabras, es el mercado, sus tendencias y preferencias, quienes determinan el valor de las cosas. Por tanto, la capacidad que tenga el mercado de satisfacer las expectativas de las personas, determina el valor de los productos. Si hay muchas personas interesadas en adquirir un reloj de oro, pues el reloj subirá de precio; si, por el contrario, no hay muchos interesados en comprar un reloj de oro, pues su precio baja. Esta es una dinámica entre lo que se conoce en Microeconomía como la Dinámica de la Oferta y Demanda.

Siendo así, podemos establecer que el mercado tiene dos polos distintos y contrapuestos: la oferta y la demanda.

Dinámica de la Oferta y Demanda en el mercado

La Dinámica de la Oferta y Demanda en el mercado es la interacción de las personas en la que intercambian bienes y servicios para satisfacer necesidades del ser humano. En esta dinámica se

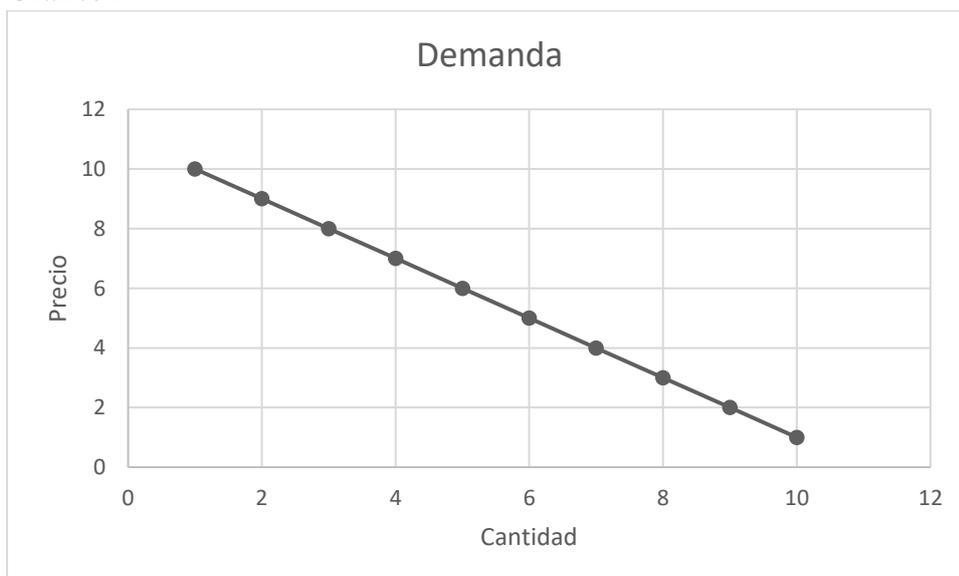
determina el valor de los productos, además de su precio. Y, recordemos, el precio de un producto puede determinar, a su vez, que haya más o menos producción de determinado producto.

Demanda

“La demanda tiene que ver con lo que los consumidores desean adquirir. Demandar significa estar dispuesto a comprar, mientras que comprar es efectuar realmente la adquisición. La demanda refleja una intención, mientras que la compra constituye una acción” (McGraw Hill España, 2020).

Cuando una persona, o grupo de personas, demanda en el mercado de bienes y servicios, es decir, quiere satisfacer alguna de sus necesidades, implica que quiere adquirir algo, comprarlo. Si el número de demandantes aumenta, mientras las demás condiciones siguen constantes, el precio de un producto sube. Por el contrario, si la cantidad demandada baja, mientras todo siga constante, el precio baja (Elías, 2023).

Gráfico 1



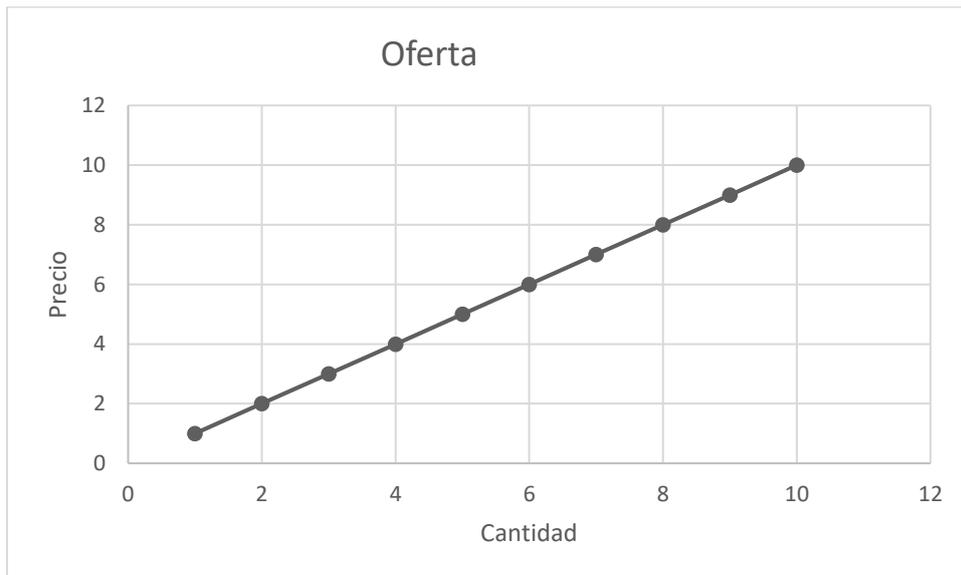
Fuente: Elaboración propia (McGraw Hill España, 2020).

Oferta

“El lado de la oferta tiene que ver con los términos en los que las empresas desean producir y vender sus productos. Al igual que hicimos en el caso de la demanda, al distinguir entre demandar y comprar, ahora debemos precisar la diferencia entre ofrecer y vender. Ofrecer es tener la intención o estar dispuesto a vender, mientras que vender es hacerlo realmente. La oferta recoge las intenciones de venta de los productores” (McGraw Hill España, 2020).

Cuando una persona, o grupo de personas, oferta en el mercado de bienes y servicios, es decir, quiere satisfacer alguna de las necesidades del mercado, implica que quiere ofrecer algo, venderlo. Si el número de ofertantes aumenta, mientras las demás condiciones siguen constantes, el precio de un producto baja. Por el contrario, si la cantidad ofertada baja, mientras todo siga constante, el precio sube (Elías, 2023).

Gráfico 2

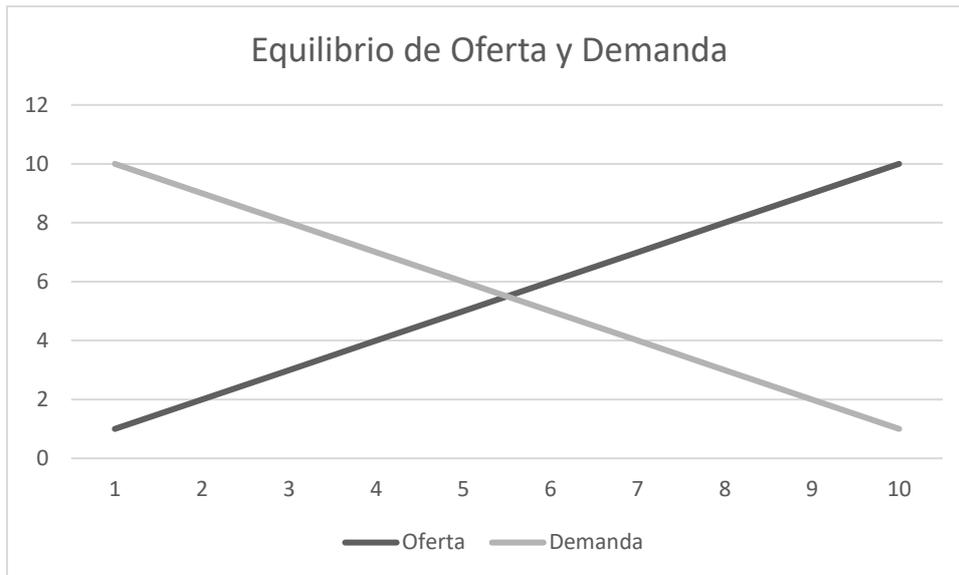


Fuente: Elaboración propia (McGraw Hill España, 2020).

Equilibrio de la oferta y demanda

“Cuando ponemos en contacto a consumidores y productores con sus respectivos planes de consumo y producción, esto es, con sus respectivas curvas de demanda y oferta en un mercado particular, podemos analizar cómo se lleva a cabo la coordinación de ambos tipos de agentes (...). Se observa cómo, en general, un precio arbitrario no logra que los planes de demanda y de oferta coincidan. Solo en el punto de corte de las curvas de oferta y demanda se dará esta coincidencia y solo un precio podrá propiciar un pleno acuerdo entre productores y consumidores. A este precio lo denominamos precio de equilibrio y a la cantidad ofrecida y demandada, comprada y vendida a ese precio, cantidad de equilibrio” (McGraw Hill España, 2020).

Gráfico 3



Fuente: Elaboración propia (McGraw Hill España, 2020).

El Equilibrio de la Oferta y Demanda es el punto en el que, por así decirlo, la cantidad de compradores y vendedores llegan a un acuerdo tácito para determinar el precio del producto en el mercado, mientras todos los demás factores siguen constantes.

Empero, hay que entender que este precio o Punto de Equilibrio del precio no es una constante. Este punto bien puede ser elástico, en mayor o menor medida, logrando que el precio suba o baje, de acuerdo a las interacciones del mercado y sus externalidades (Peña, 2019).

Hay que entender, también, que este precio puede determinar si hay más producción o menor producción de un producto. Por ejemplo, si el precio de un determinado bien o servicio tiene un precio atractivo para los productores, la cantidad ofertada del mismo aumentará, y viceversa.

Factores que determinan la Tendencia del Mercado

Los factores que determinan la tendencia del mercado son múltiples, quizá, hasta innumerables e inesperados. Sin embargo, los más importantes son los que ya hemos analizado en los apartados anteriores: Oferta, Demanda, Precio, Cantidad. A estos podrían agregarse externalidades temporales o no temporales, fungibles y no fungibles, pero este es tema que amerita un análisis mucho más profundo (Moya, 2020).

Metodología del análisis

Para el análisis de estos conceptos económicos previamente establecidos (como son la Oferta, la Demanda, el Precio y la Cantidad, factores primarios y fundamentales, aunque no únicos, que determinan la Tendencia del Mercado), se lo hará mediante la metodología de Karl Pearson, uno de los pilares de la estadística matemática.

Karl Pearson introdujo "... el método de los momentos para la obtención de estimadores, el sistema de curvas de frecuencias para disponer de distribuciones que pudieran aplicarse a los distintos fenómenos aleatorios, desarrollo la correlación lineal para aplicarla a la teoría de la herencia y de la evolución. Introdujo el método de la χ^2 para dar una medida del ajuste entre datos y distribuciones, para contrastar la homogeneidad entre varias muestras, y la independencia entre variables" (Gómez, 1999).

Coefficiente de correlación

Una de las contribuciones más excepcionales del matemático fue el Coeficiente de Correlación. Esta "...es una herramienta estadística elemental e importante para el estudio econométrico de relaciones lineales bivariadas que involucran el uso de datos de corte transversal o series de tiempo. Sin embargo, este instrumento puede fallar en algunas ocasiones al sugerir la presencia de una relación estadísticamente significativa entre dos variables que en verdad no tienen sentido o no poseen relación lineal alguna, es decir, que presentan una correlación espúrea" (Kahura, 2003). Su fórmula es la siguiente:

$$r = \frac{\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x - \bar{x})^2 \sum (y - \bar{y})^2}}$$

Rango de correlación lineal

El Rango de correlación lineal "...oscila entre 0 y ± 1 ; una correlación igual a 0 significa ausencia de relación. Si de los mejores profesores unos investigan mucho y otros nada o muy poquito y de los profesores que no son tan buenos docentes unos investigan y publican mucho y otros no investigan nada, entre productividad en investigación y calidad de la docencia no hay relación (que no hay que confundir con relación negativa)" (Morales, 2011). Esta relación no discrimina los resultados entre el Coeficiente de Correlación y el de Determinación.

Tabla 1

Rango de correlación	
0,0 < 0,1	No hay correlación
0,1 < 0,3	Poca correlación
0,3 < 0,5	Correlación media
0,5 < 0,7	Correlación alta
0,7 < 1,0	Correlación muy alta

Análisis de las Tendencias del Mercado

El análisis de la Tendencia del mercado se lo realizará en tres pasos: 1, recolección de datos; 2, comparativa de los sectores estableciendo la Balanza Comercial de los mismos; 3, correlación de la tendencia a través del tiempo.

Primera parte: Recolección de datos

En primer lugar, se recogerán los datos de la oferta y demanda de bienes y servicios, por sector, a nivel mundial; estos datos serán obtenidos de la Organización Mundial de Comercio.

Segunda parte: Balanza Comercial de bienes y servicios, por sector, a nivel mundial

Con estos datos, se los relacionará cada uno en su sector, constituyendo la Balanza Comercial de los mismos. Aquellos que tengan Balanza Comercial positiva son, evidentemente, los más demandados por el mercado y tienen el potencial de seguir creciendo. De entre estos, se escogerá los que tienen un mayor volumen de bienes y servicios ofertados.

Empero, lo que no se sabe es si esta tendencia seguirá para los siguientes años. Por lo que, usando el Coeficiente de Correlación, determinaremos si la tendencia continuará.

Tercera parte: El coeficiente de Correlación de la tendencia en el tiempo

La tendencia siempre tiende a evolucionar, tanto de modo positivo como negativo, siempre a través del tiempo (esta es nuestra primera variable: el tiempo). Si la tendencia es negativa, la cantidad de bienes o servicios ofertados decrece a medida que avanza en el tiempo; por el contrario, si es positiva, la cantidad aumenta. Para establecer cuál es la tendencia, correlacionaremos la cantidad de bienes y servicios ofertados (segunda variable) que sean crecientes; si la correlación es mayor a 0,7, la tendencia es probable que continúe creciendo; si no es así, es probable que tienda a decrecer.

Por tanto, la correlación es la siguiente: la cantidad demandada de bienes y servicios crece en el tiempo, el Coeficiente de Correlación será superior a 0,7; entonces, la probabilidad que la tendencia continúe es muy alta. Ahora, si la tendencia no es fuerte, será menor al 0,7; entonces, la tendencia será menos propensa a seguir creciendo a medida que el rango de correlación sea menor al 0,7. Y, si es negativa, significa que la tendencia es probable que sea contraria y la demanda de bienes y servicios en ese rubro haya terminado.

Análisis del mercado de bienes y servicios internacional y sus Tendencias de Mercado

Primera parte: Recolección de datos

Oferta y los Exportadores

Según la Organización Mundial de Comercio, los bienes y servicios ofertados en el mundo, por sector, son los siguientes:

Tabla 2. Mercancías, bienes

Exportaciones de mercancías, por grupos de productos - anual							
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Prendas de vestir	\$ 445.260,00	\$ 465.686,00	\$ 494.493,00	\$ 495.533,00	\$ 450.079,00	\$ 548.491,00	\$ 577.700,00
Textiles	\$ 281.248,00	\$ 295.431,00	\$ 312.174,00	\$ 305.436,00	\$ 328.358,00	\$ 354.221,00	\$ 350.959,00
Productos de la industria del automóvil	\$ 1.366.690,00	\$ 1.466.119,00	\$ 1.544.234,00	\$ 1.506.414,00	\$ 1.273.434,00	\$ 1.473.596,00	\$ 1.562.271,00
Equipos de transporte	\$ 2.020.441,00	\$ 2.133.624,00	\$ 2.221.432,00	\$ 2.167.016,00	\$ 1.825.454,00	\$ 2.128.513,00	\$ 2.220.722,00
Circuitos eléctricos integrados	\$ 526.425,00	\$ 643.097,00	\$ 718.685,00	\$ 714.666,00	\$ 781.772,00	\$ 978.345,00	\$ 782.748,00
Equipo de telecomunicaciones	\$ 685.097,00	\$ 644.291,00	\$ 657.680,00	\$ 640.911,00	\$ 688.472,00	\$ 789.783,00	\$ 1.091.617,00
Máquinas de procesamiento automático de datos - etc.	\$ 470.053,00	\$ 624.029,00	\$ 697.842,00	\$ 670.008,00	\$ 633.708,00	\$ 738.186,00	\$ 694.116,00
Equipo para oficina y de telecomunicaciones	\$ 1.681.575,00	\$ 1.911.417,00	\$ 2.074.207,00	\$ 2.025.585,00	\$ 2.103.951,00	\$ 2.506.315,00	\$ 2.568.481,00
Maquinaria y equipo de transporte totales	\$ 5.614.139,00	\$ 6.170.129,00	\$ 6.637.822,00	\$ 6.498.356,00	\$ 6.165.365,00	\$ 7.351.347,00	\$ 7.670.030,00
Productos farmacéuticos	\$ 537.966,00	\$ 566.738,00	\$ 635.750,00	\$ 669.759,00	\$ 734.080,00	\$ 881.509,00	\$ 909.778,00
Productos químicos	\$ 1.819.933,00	\$ 1.994.820,00	\$ 2.246.525,00	\$ 2.203.346,00	\$ 2.208.490,00	\$ 2.788.143,00	\$ 3.055.704,00
Hierro y acero	\$ 343.686,00	\$ 415.820,00	\$ 470.188,00	\$ 419.202,00	\$ 363.882,00	\$ 585.812,00	\$ 620.911,00
Manufacturas	\$ 11.032.322,00	\$ 12.007.190,00	\$ 13.004.657,00	\$ 12.747.178,00	\$ 12.142.257,00	\$ 14.881.261,00	\$ 15.720.273,00
Combustibles	\$ 1.492.255,00	\$ 1.948.478,00	\$ 2.528.513,00	\$ 2.370.333,00	\$ 1.571.511,00	\$ 2.555.970,00	\$ 3.865.877,00
Combustibles y productos de las industrias extractivas	\$ 2.033.684,00	\$ 2.611.396,00	\$ 3.264.056,00	\$ 3.102.597,00	\$ 2.326.889,00	\$ 3.670.710,00	\$ 4.950.975,00
Productos alimenticios	\$ 1.357.202,00	\$ 1.473.948,00	\$ 1.533.561,00	\$ 1.533.159,00	\$ 1.573.538,00	\$ 1.836.335,00	\$ 2.007.666,00
Productos agrícolas	\$ 1.585.693,00	\$ 1.731.381,00	\$ 1.810.271,00	\$ 1.788.200,00	\$ 1.809.475,00	\$ 2.148.665,00	\$ 2.325.521,00

Fuente: (Organización Mundial de Comercio, 2023)

Tabla 3. Servicios

Exportaciones de servicios						
Producto/Sector	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Bienes y servicios del gobierno n.i.o.p.	\$ 88.124,77	\$ 93.048,99	\$ 95.243,80	\$ 96.776,77	\$ 92.501,38	\$ 95.526,25
Otros servicios	\$ 2.707.855,50	\$ 2.935.707,00	\$ 3.211.872,25	\$ 3.426.843,25	\$ 3.438.488,75	\$ 3.850.460,00
Total de los servicios	\$ 5.031.200,50	\$ 5.452.396,00	\$ 5.975.464,00	\$ 6.240.199,00	\$ 5.151.629,50	\$ 6.006.774,00
Servicios personales, culturales y recreativos	\$ 73.210,92	\$ 82.711,40	\$ 88.647,78	\$ 94.720,92	\$ 93.326,84	\$ 114.591,03
Otros servicios empresariales	\$ 1.153.004,50	\$ 1.239.215,50	\$ 1.357.047,75	\$ 1.484.308,13	\$ 1.470.557,13	\$ 1.620.147,00
Servicios de telecomunicaciones, informática e información	\$ 399.049,88	\$ 440.540,88	\$ 500.505,38	\$ 539.735,75	\$ 581.916,56	\$ 680.523,50
Cargos por el uso de la propiedad intelectual n.i.o.p.	\$ 381.756,16	\$ 414.022,34	\$ 450.908,56	\$ 481.746,09	\$ 443.376,47	\$ 490.478,69
Servicios financieros	\$ 369.004,56	\$ 401.767,22	\$ 431.578,38	\$ 447.569,22	\$ 479.068,88	\$ 538.378,50
Servicios de seguros y pensiones	\$ 158.652,03	\$ 164.985,45	\$ 177.133,13	\$ 178.334,34	\$ 188.366,95	\$ 212.888,22
Construcción	\$ 85.052,69	\$ 99.415,28	\$ 110.807,54	\$ 103.651,95	\$ 89.374,64	\$ 97.926,76
Otros servicios comerciales	\$ 2.619.730,75	\$ 2.842.658,00	\$ 3.116.628,50	\$ 3.330.066,50	\$ 3.345.987,50	\$ 3.754.933,75
Viajes	\$ 1.228.634,00	\$ 1.318.530,50	\$ 1.426.161,00	\$ 1.444.339,50	\$ 563.550,25	\$ 635.513,25
Transportes	\$ 918.159,38	\$ 1.003.942,06	\$ 1.113.953,00	\$ 1.117.516,00	\$ 929.347,94	\$ 1.261.953,50
Servicios de mantenimiento y reparación n.i.o.p.	\$ 78.253,63	\$ 84.817,34	\$ 100.055,72	\$ 109.995,02	\$ 86.725,34	\$ 91.845,47
Servicios de manufactura sobre insumos físicos pertenecientes a otros	\$ 98.297,95	\$ 109.398,97	\$ 123.422,10	\$ 141.505,47	\$ 133.517,41	\$ 167.002,05
Servicios relacionados con los bienes	\$ 176.551,58	\$ 194.216,30	\$ 223.477,83	\$ 251.500,48	\$ 220.242,75	\$ 258.847,52
Servicios comerciales	\$ 4.943.075,50	\$ 5.359.347,00	\$ 5.880.220,50	\$ 6.143.422,50	\$ 5.059.128,50	\$ 5.911.248,00

Fuente: (Organización Mundial de Comercio, 2023)

Demanda y los Importadores

De igual forma, según la Organización Mundial de Comercio, los bienes y servicios más demandados en el mundo, por sector son los siguientes:

Tabla 4. Mercancías

Importaciones de mercancías, por grupos de productos - anual							
Producto/Sector	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Prendas de vestir	473.096,32	500.692,84	537.809,89	538.192,71	489.411,52	578.228,63	628.471,73
Textiles	303.429,40	321.888,33	343.607,91	335.533,43	361.193,68	389.643,28	386.054,42
Productos de la industria del automóvil	1.366.124,52	1.472.403,04	1.559.845,20	1.539.520,63	1.283.302,68	1.482.646,45	1.581.274,55
Equipos de transporte	2.087.926,38	1.148.760,78	2.295.902,94	2.259.175,21	1.852.775,57	2.142.167,94	2.273.618,46
Circuitos electrónicos integrados	670.852,60	782.797,53	888.607,11	879.222,77	957.387,95	1.201.254,04	988.300,14
Equipo para telecomunicaciones	735.438,87	772.814,82	757.272,15	728.355,50	716.669,80	825.028,49	1.134.453,99
Máquinas de procesamiento automático de datos - etc.	489.033,03	592.471,70	670.435,12	649.468,94	681.136,89	800.537,80	756.082,90
Equipo para oficina y de telecomunicaciones	1.895.324,50	1.148.084,04	2.316.314,37	2.257.047,21	2.355.194,65	2.826.820,33	2.878.837,03
Maquinaria y equipo de transporte totales	6.107.145,41	6.760.350,60	7.287.946,65	7.161.257,70	7.705.645,02	7.987.206,84	8.417.306,23
Productos farmacéuticos	565.214,52	608.641,22	673.480,55	708.917,54	763.850,53	911.895,10	946.386,89
Productos químicos	1.904.193,44	2.099.958,93	2.349.949,92	2.311.926,53	2.299.718,78	2.901.858,06	3.230.652,79
Hierro y acero	350.723,80	426.216,08	482.155,94	434.488,14	371.150,25	569.521,22	631.569,41
Manufacturas	1.875.617,16	12.994.392,72	13.988.333,75	13.775.692,48	13.013.539,38	15.829.155,91	16.969.365,34

Combustibles	1.532.924,03	2.008.075,87	2.574.767,74	2.364.494,91	1.608.913,09	2.599.487,56	4.106.053,02
Combustibles y productos de las industrias extractivas	2.129.679,17	2.758.898,71	3.415.351,99	3.187.610,91	2.440.828,69	3.841.585,86	5.366.295,58
Productos alimenticios	1.357.686,53	1.486.895,58	1.556.664,04	1.562.541,33	1.603.591,21	1.879.289,82	2.089.079,12
Productos agrícolas	1.603.427,07	1.758.910,7	1.850.859,75	1.830.800,80	1.846.832,94	2.201.410,51	2.432.286,75

Fuente: (Organizacion Mundial de Comercio, 2023)

Tabla 5. Servicios

Importaciones de servicios comerciales por sector e interlocutor - anual							
Producto/Sector	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Bienes y servicios comerciales	\$ 20.258.955,24	\$ 22.321.738,80	\$ 24.587.144,06	\$ 24.266.110,05	\$ 21.717.997,11	\$ 26.978.195,14	\$ 30.288.497,23
Bienes y servicios del gobierno n.i.o.p.	\$ 87.453,70	\$ 95.336,18	\$ 102.190,00	\$ 98.022,78	\$ 90.488,28	\$ 84.784,06	\$ 92.810,19
Otros servicios	\$ 2.587.285,83	\$ 2.795.337,18	\$ 3.034.467,63	\$ 3.237.539,89	\$ 222.984,16	\$ 3.561.315,57	\$ 3.669.109,87
Total de los servicios	\$ 4.956.039,93	\$ 5.371.698,11	\$ 5.852.971,58	\$ 6.062.461,63	\$ 4.976.903,17	\$ 5.754.688,36	\$ 6.601.510,14
Servicios personales, culturales y recreativos	\$ 74.189,55	\$ 80.947,57	\$ 88.652,84	\$ 94.624,84	\$ 87.361,69	\$ 106.567,91	\$ 107.619,70
Otros servicios empresariales	\$ 1.185.977,85	\$ 1.269.725,43	\$ 1.379.010,11	\$ 1.541.254,83	\$ 1.504.991,10	\$ 1.601.951,99	\$ 1.661.152,44
Cargos por el uso de la propiedad intelectual n.i.o.p.	\$ 396.234,18	\$ 427.050,63	\$ 465.995,21	\$ 485.240,49	\$ 467.152,99	\$ 543.566,23	\$ 552.360,99
Otros servicios comerciales	\$ 2.499.832,93	\$ 2.700.001,10	\$ 2.932.277,83	\$ 3.139.517,22	\$ 3.132.497,48	\$ 3.476.532,65	\$ 3.576.299,68
Viajes	\$ 1.220.400,97	\$ 1.308.364,42	\$ 1.409.704,16	\$ 1.416.374,73	\$ 561.100,92	\$ 626.458,22	\$ 1.034.363,81
Otros (todas las modalidades)	\$ 242.274,33	\$ 263.283,67	\$ 255.415,94	\$ 246.451,60	\$ 216.718,85	\$ 265.541,04	\$ 287.526,11
Carga (todas las modalidades)	\$ 543.380,52	\$ 599.597,48	\$ 675.239,02	\$ 668.305,27	\$ 634.708,52	\$ 881.475,26	\$ 870.598,21
Pasajeros (todas las modalidades)	\$ 225.361,04	\$ 245.767,18	\$ 259.885,34	\$ 263.241,50	\$ 102.596,45	\$ 124.190,19	\$ 193.982,64
Servicios postales y de mensajería	\$ 13.739,67	\$ 14.566,34	\$ 15.662,62	\$ 15.371,47	\$ 17.669,74	\$ 23.804,69	\$ 32.423,28
Otros (otras modalidades)	\$ 37.027,17	\$ 35.914,41	\$ 56.906,56	\$ 56.514,46	\$ 52.598,16	\$ 71.749,22	\$ 70.915,65
Carga (otras modalidades)	\$ 134.386,01	\$ 148.195,40	\$ 167.392,16	\$ 169.039,05	\$ 164.464,25	\$ 203.495,61	\$ 213.671,49
Pasajeros (otras modalidades)	\$ 5.836,36	\$ 5.867,64	\$ 6.672,36	\$ 7.364,73	\$ 2.731,23	\$ 2.574,15	\$ 3.885,27
Otras modalidades de transporte	\$ 179.145,34	\$ 201.247,58	\$ 233.187,44	\$ 235.399,92	\$ 232.200,07	\$ 295.404,59	\$ 329.895,97
Otros (aéreo)	\$ 67.236,10	\$ 68.399,57	\$ 81.480,60	\$ 82.125,76	\$ 46.166,90	\$ 56.768,89	\$ 74.665,94
Carga (aéreo)	\$ 74.508,47	\$ 82.179,52	\$ 94.831,71	\$ 94.238,22	\$ 88.677,78	\$ 130.990,63	\$ 124.584,61
Pasajeros (aéreo)	\$ 187.807,72	\$ 202.012,47	\$ 229.510,42	\$ 229.800,46	\$ 71.084,86	\$ 89.560,26	\$ 150.861,07
Transporte aéreo	\$ 324.196,56	\$ 360.902,52	\$ 397.231,42	\$ 398.479,28	\$ 214.391,35	\$ 288.219,33	\$ 367.093,54
Otros (marítimo)	\$ 113.335,89	\$ 119.985,42	\$ 117.172,96	\$ 104.589,90	\$ 91.892,08	\$ 112.538,16	\$ 115.569,27
Carga (marítimo)	\$ 302.816,16	\$ 337.530,55	\$ 387.026,85	\$ 383.766,92	\$ 382.891,25	\$ 556.023,34	\$ 574.337,53
Pasajeros (marítimo)	\$ 16.172,52	\$ 16.885,43	\$ 21.747,89	\$ 22.433,13	\$ 22.457,23	\$ 26.156,06	\$ 28.467,76
Transporte marítimo	\$ 433.005,45	\$ 475.314,36	\$ 526.045,36	\$ 511.667,75	\$ 509.660,06	\$ 708.590,56	\$ 726.994,28
Transportes	\$ 1.020.252,41	\$ 1.124.764,18	\$ 1.248.680,25	\$ 1.239.747,50	\$ 1.038.287,39	\$ 1.392.614,72	\$ 1.713.358,69
Servicios relacionados con los bienes	\$ 128.101,66	\$ 143.232,11	\$ 160.117,83	\$ 168.798,45	\$ 154.531,40	\$ 174.299,22	\$ 184.677,77
Servicios comerciales	\$ 4.868.586,03	\$ 5.276.361,92	\$ 5.750.781,67	\$ 5.964.438,85	\$ 4.886.414,98	\$ 5.669.904,39	\$ 6.508.699,97

Fuente: (Organizacion Mundial de Comercio, 2023)

Balanza Comercial de bienes, por sector, a nivel mundial

Como lo podemos notar en el siguiente cuadro, la Balanza Comercial por sector de las mercaderías a nivel mundial, es positiva. Sin embargo, los sectores que más demanda el mundo son los siguientes:



Tabla 6.

Equilibrio entre Exportaciones e Importaciones de mercancías (Mundo)					
	Exportaciones		Importaciones		Balanza Comercial
	2022	2022	2022	2022	
Prendas de vestir	\$ 577.700,00	\$ 628.471,73	\$ 50.771,73		
Textiles	\$ 350.959,00	\$ 386.054,42	\$ 35.095,42		
Productos de la industria del automóvil	\$ 1.562.271,00	\$ 1.581.274,55	\$ 19.003,55		
Equipos de transporte	\$ 2.220.722,00	\$ 2.273.618,46	\$ 52.896,46		
Circuitos eléctricos integrados	\$ 782.748,00	\$ 988.300,14	\$ 205.552,14		
Equipo de telecomunicaciones	\$ 1.091.617,00	\$ 1.134.453,99	\$ 42.836,99		
Máquinas de procesamiento automático de datos - etc.	\$ 694.116,00	\$ 756.082,90	\$ 61.966,90		
Equipo para oficina y de telecomunicaciones	\$ 2.568.481,00	\$ 2.878.837,03	\$ 310.356,03		
Maquinaria y equipo de transporte totales	\$ 7.670.030,00	\$ 8.417.306,23	\$ 747.276,23		
Productos farmacéuticos	\$ 909.778,00	\$ 946.386,89	\$ 36.608,89		
Productos químicos	\$ 3.055.704,00	\$ 3.230.652,79	\$ 174.948,79		
Hierro y acero	\$ 620.911,00	\$ 631.569,41	\$ 10.658,41		
Manufacturas	\$ 15.720.273,00	\$ 16.969.365,34	\$ 1.249.092,34		
Combustibles	\$ 3.865.877,00	\$ 4.106.053,02	\$ 240.176,02		
Combustibles y productos de las industrias extractivas	\$ 4.950.975,00	\$ 5.366.295,58	\$ 415.320,58		
Productos alimenticios	\$ 2.007.666,00	\$ 2.089.079,12	\$ 81.413,12		
Productos agrícolas	\$ 2.325.521,00	\$ 2.432.286,75	\$ 106.765,75		

Fuente: Elaboración propia. (Organización Mundial de Comercio, 2023)

Correlación entre la evolución del tiempo (desde el 2016 al 2022) y la cantidad de bienes ofertados

Para comprobar que estos sectores son los más demandados y progresivamente crecientes en los últimos años, en cuanto al mercado de bienes, se utilizó es el Coeficiente de Correlación para determinar si existe relación entre las variables: 1, evolución creciente histórica desde el año 2016 hasta el año 2022; 2, la demanda de sus productos en el Mercado Internacional. Por tanto:

Tabla 7

Importaciones de mercancías, por grupos de productos - anual	
Producto/Sector	Coef. Correl.
Circuitos electrónicos integrados	0,856729924
Equipo para oficina y de telecomunicaciones	0,944219298
Maquinaria y equipo de transporte totales	0,859817435
Manufacturas	0,873400925
Combustibles	0,705972015
Combustibles y productos de las industrias extractivas	0,779221933

Fuente: Elaboración propia. (Organización Mundial de Comercio, 2023)

Como podemos comprobar, existe una correlación muy fuerte entre la tendencia creciente histórica desde el 2016 hasta el 2022 y la demanda de sus productos en el Mercado Internacional.

Siendo así, podemos determinar que en el Mercado Internacional e Mercancías, los mejores sectores para invertir son:

- Circuitos electrónicos integrados;
- Equipo para oficina y telecomunicaciones;
- Maquinaria y equipo de transporte;
- Manufacturas;
- Combustibles;
- Combustibles y productos de la industria extractiva:

Correlación entre la evolución del tiempo (desde el 2016 al 2022) y la cantidad de servicios ofertados

Dado que no es posible establecer un equilibrio entre el Mercado Internacional de los servicios entre ofertantes y demandantes porque son estructuras distintas con rubros distintos, nos limitaremos a encontrar la correlación entre la evolución creciente de este mercado (entre el 2016 y 2022) y la demanda de los servicios.

Así, en el mercado de las exportaciones, la oferta, de servicios las tendencias que más evolucionan en el tiempo son:

Tabla 8

Exportaciones de servicios	
Producto/Sector	Coef. Correl.
Bienes y servicios del gobierno n.i.o.p.	0,636746781
Otros servicios	0,981132814
Total de los servicios	0,453020526
Servicios personales, culturales y recreativos	0,941360324
Otros servicios empresariales	0,979843487
Servicios de telecomunicaciones, informática e información	0,987858209
Cargos por el uso de la propiedad intelectual n.i.o.p.	0,863694627
Servicios financieros	0,983241908
Servicios de seguros y pensiones	0,953433051
Construcción	0,154464828
Otros servicios comerciales	0,981747866
Viajes	-0,699717155

Transportes	0,606289601
Servicios de mantenimiento y reparación n.i.o.p.	0,38990498
Servicios de manufactura sobre insumos físicos pertenecientes a otros	0,950347325
Servicios relacionados con los bienes	0,869478708
Servicios comerciales	0,451653669

Fuente: Elaboración propia. (Organización Mundial de Comercio, 2023)

De igual forma, en el mercado de las importaciones, la demanda, de servicios las tendencias que más evolucionan en el tiempo son:

Tabla 9

Importaciones de servicios comerciales por sector e interlocutor - anual	
Producto/Sector	Coef. Correl.
Bienes y servicios comerciales	0,825098794
Bienes y servicios del gobierno n.i.o.p.	-0,213364378
Otros servicios	0,985445183
Total de los servicios	0,623542885
Servicios personales, culturales y recreativos	0,929610769
Otros servicios empresariales	0,970318009
Cargos por el uso de la propiedad intelectual n.i.o.p.	0,9529095
Otros servicios comerciales	0,986483476
Viajes	-0,596398639
Otros (todas las modalidades)	0,354642841
Carga (todas las modalidades)	0,888621533
Pasajeros (todas las modalidades)	-0,584598352
Servicios postales y de mensajería	0,869566806
Otros (otras modalidades)	0,910358278
Carga (otras modalidades)	0,94298541
Pasajeros (otras modalidades)	-0,658305445
Otras modalidades de transporte	0,944282376
Otros (aéreo)	-0,213753238
Carga (aéreo)	0,878058046
Pasajeros (aéreo)	-0,591150074
Transporte aéreo	-0,231835677
Otros (marítimo)	-0,268964872
Carga (marítimo)	0,913484123
Pasajeros (marítimo)	0,969783183
Transporte marítimo	0,89471872
Transportes	0,769971679
Servicios relacionados con los bienes	0,908827331
Servicios comerciales	0,627961971

Fuente: Elaboración propia (Organización Mundial de Comercio, 2023).

Como podemos comprobar, existe una correlación muy fuerte entre la tendencia creciente histórica desde el 2016 hasta el 2022 y la demanda de sus servicios en el Mercado Internacional, en los sectores que están pintados en las tablas de Exportaciones (Oferta) e Importaciones (Demanda) de servicios. Siendo así, podemos determinar que en el Mercado Internacional de Servicios, los mejores sectores para invertir son:

- Servicios personales, culturales y recreativos;
- Otros servicios empresariales;
- Otros servicios;
- Servicios de telecomunicaciones, informática e información;
- Servicios financieros;
- Servicios de seguros y pensiones;
- Otros servicios comerciales;
- Servicios de manufactura sobre bienes que pertenecen a otros;
- Otros servicios (transporte);
- Carga;
- Otras modalidades de transporte (servicios de alquiler de vehículos de plataformas virtuales);
- Carga marítima;
- Transporte de pasajeros;
- Servicios relacionados con bienes (inmobiliaria).

Posibilidades de inversión para una Mediana Empresa en el 2024

En el Ecuador, una Mediana empresa es aquella “cuya unidad de producción que tiene de 50 a 199 trabajadores y un valor de ventas o ingresos brutos anuales entre millón uno (USD 1’000.001,00) y cinco millones (USD 5’000.000,00) dólares de los Estados Unidos de América.” (Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN), 2023). Entendiendo este concepto, debemos saber que podemos invertir en el Mercado Internacional con un capital de entre 1 y 5 millones de USD.

Pero, ¿en qué invertir? Como ya lo hemos establecido a nivel mundial, estas son las mejores opciones para los siguientes años (2024 en adelante), con las tendencias que actualmente tenemos:

Tabla 10

Mercado de Servicios	Mercado de Bienes
Servicios personales, culturales y recreativos	Circuitos electrónicos integrados
Otros servicios empresariales	Equipo para oficina y telecomunicaciones
Otros servicios	Maquinaria y equipo de transporte
Servicios de telecomunicaciones, informática e información	Manufacturas
Servicios financieros	Combustibles
Servicios de seguros y pensiones	Combustibles y productos de la industria extractiva
Otros servicios comerciales	
Servicios de manufactura sobre bienes que pertenecen a otros	
Otros servicios (transporte)	
Carga	
Otras modalidades de transporte (servicios de alquiler de vehículos de plataformas virtuales)	
Carga marítima	
Transporte de pasajeros	
Servicios relacionados con bienes (inmobiliaria)	

Fuente: Elaboración propia.

Hemos comprobado que, en el Mercado Internacional de Bienes y Servicios, estas son los sectores de más alta demanda y crecimiento. Sin embargo, no en todos ellos podríamos invertir. Ejemplificando, levantar una fábrica de circuitos integrados que compita con los productores taiwaneses sería muy costoso y arriesgado; sobre todo, tomando en cuenta que sólo contamos con un capital limitado a 5 millones de USD. Siendo así, los factores a considerar de modo técnico son:

Tabla 11

Instrumento	Definición	Fórmula
ROA	Return on assets (ROA), también conocido como rentabilidad económica, es una métrica que indica el rendimiento o beneficios obtenidos a través de los activos.	$ROA = (\text{Beneficios netos} / \text{Activos totales}) \times 100$
ROE	También conocido como rentabilidad financiera, return on equity (ROE) es la métrica más común para conocer la rentabilidad de un negocio. Sirve para relacionar los beneficios netos con los recursos necesarios para obtenerla. Indica qué tan eficaces son los activos de una empresa para generar beneficios.	$ROE = (\text{Beneficio neto} / \text{Fondos propios}) \times 100$
ROI	El return on investment (ROI) indica el rendimiento de una inversión en un determinado periodo. Este indicador nos permite conocer cuánto capital perdió o ganó una empresa con todo lo que invirtió.	$ROI = (\text{Ingreso} - \text{Inversión}) / \text{Inversión}$

Fuente: Elaboración propia. (Andrade, 2023)

Por tanto, los mejores sectores para invertir en el 2024, para una Mediana Empresa, son:

Tabla 12

Mercado de Servicios	Mercado de Bienes
Otros servicios empresariales	Equipo para oficina y telecomunicaciones
Servicios de telecomunicaciones, informática e información	Maquinaria y equipo de transporte
Servicios financieros	Manufacturas
Servicios de seguros y pensiones	
Servicios de manufactura sobre bienes que pertenecen a otros	
Otros servicios (transporte)	
Carga	
Otras modalidades de transporte (servicios de alquiler de vehículos de plataformas virtuales)	
Transporte de pasajeros	
Servicios relacionados con bienes (inmobiliaria)	

Fuente: Elaboración propia.

CONCLUSIONES

Las Tendencias de Mercado determinan el valor y el precio de los productos;

Las Tendencias del Mercado son dinámicas, de modo que pueden cambiar por externalidades;

La Oferta y la Demanda son los indicadores de las Tendencias de Mercado;

La Oferta y la Demanda de los productos determinan también la cantidad ofertada, además de su demanda;

El Equilibrio de Mercado se establece en el punto de cruce óptimo entre la cantidad ofertada, con la cantidad demandada;

En el marco de una Mediana Empresa, estas son las tendencias de Mercado imperantes para los siguientes años, empezando por 2024, en cuanto a servicios:

Otros servicios empresariales (como estudios de impacto ambiental, calidad de productos, producción, etc.);

Servicios de telecomunicaciones, informática e información (Redes Sociales, App que apliquen tendencias;

Servicios financieros (servicios de financiación);

Servicios de seguros y pensiones;

Servicios de manufactura sobre bienes que pertenecen a otros (como, por ejemplo, arreglo de vehículos);

Otros servicios (transporte tipo alquiler de vehículos);

Carga (transporte carga);

Transporte de pasajeros;

Servicios inmobiliarios;

En el marco de una Mediana Empresa, estas son las tendencias de Mercado imperantes para los siguientes años, empezando por 2024, en cuanto a bienes:

Equipo para oficina y telecomunicaciones;

Maquinaria y equipo de transporte;

Manufacturas;

En cualquier caso, el mercado de los servicios es el dominante en cuanto a las tendencias del mismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Andrade, A. (2023). Análisis de ROA, ROE y ROI. *Asesoría Económica Financiera*, 4.

Cand, C. C. (2014). Tendencias de la Gerencia y el Entorno Económico. *El Cuaderno-Ciencia Estratégica*, 14.

Cárdenas, A. (2019). La teoría del valor-trabajo. El predominio del pensamiento clásico desde la modernidad hacia la sobremodernidad. *Publicando*, 7.

Elías, J. (2023). Análisis de Oferta y Demanda. *Economía de Negocios, Microeconomía, UCEMA*, 21.

Gómez, M. (1999). *Historia de la probabilidad y estadística IV*. Sevilla: Depósito de Investigación Universidad de Sevilla.

GRUPO CDPYE-UGR. (2001). *Curso de Probabilidad*. Madrid: GRUPO CDPYE-UGR.

Kahura, E. (2003). *El coeficiente de correlación y correlaciones espúreas*. Lima: Research Papers in Economics.

Maslow, A. (1943). *Una teoría sobre la motivación humana*. Estados Unidos: Campus Virtual.

McGraw Hill España. (2020). *LA OFERTA, LA DEMANDA*. Madrid: McGraw Hill.

Montserat, P., Sabateur, M., & Rodriguez, N. (2012). NECESIDADES HUMANAS: EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO SEGÚN LA PERSPECTIVA SOCIAL. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, 13.

Morales, P. (2011). Correlaciones. *Universidad Rafael Landívar*, 8.

- Moya, P. (2020). Estudios de Mercado. En P. Moya, *Introducción a la mercadotecnia* (págs. 153-168). Bogotá: Universidad Pontificia Técnica de Colombia.
- Nadal, A. (2010). Conceptos de Mercado. *Conceptos y fundamentos de nuestro tiempo*, 23.
- Organizacion Mundial de Comercio. (18 de 12 de 2023). *Organización Mundial de Comercio*. Obtenido de <https://stats.wto.org/>
- Peña, Z. (2019). CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO, HERRAMIENTA PARA LA TOMA DE DECISIONES. *Dialnet*, 9.
- Pontón, R. (2013). Teoría del valor. *Invenio* 16, 6.
- Quiroa, M. (4 de 11 de 2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/mercado.html>
- Real Academia Española de la Lengua. (2023). *Diccionario de la Real Academia española de la Lengua*. Madrid: Real Academia Española de la Lengua.
- Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN). (19 de 12 de 2023). *INEN*. Obtenido de <https://www.normalizacion.gob.ec/mipymes-y-organizaciones-de-economia-popular-y-solidaria-son-una-pieza-clave-para-la-economia-del-pais/>
- Stavisky, S. (2018). La teoría subjetiva del valor como fundamento de la figura del. *Entramados y perspectivas*, 23.
- Westreicher, G. (1 de 4 de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/teoria-del-valor.html>