



POSGRADOS

Maestría en
**CONTABILIDAD
Y AUDITORÍA**

RPC-SO-30-NO.503-2019

Opción de Titulación:

Artículos profesionales de alto nivel

Tema:

Análisis del impacto en la comercialización de prendas de vestir en el Ecuador, tras la eliminación de la tasa aduanera en la Categoría B, basada en la Resolución 006-2021 del Comité de Comercio Exterior, en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito

Autor(es)

Michelle Aymmé Gordón Vergara

Director:

Diego Xavier Herrería Castañeda

QUITO – Ecuador
2022



Autor(es):

Michelle Aymmé Gordón Vergara
Ingeniera en Contabilidad y Auditoría
Candidata a Magíster en Contabilidad y Auditoría por la Universidad
Politécnica Salesiana – Sede Quito.
aymmegordonv@outlook.com

Dirigido por:

Diego Xavier Herrería Castañeda
Ingeniero en comercio exterior e integración
Magister en comercio y negociación internacional
dherreria@ups.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

DERECHOS RESERVADOS

2022 © Universidad Politécnica Salesiana.

QUITO– ECUADOR – SUDAMÉRICA

GORDON VERGARA MICHELLE AYMME

Análisis del impacto en la comercialización de prendas de vestir en el Ecuador, tras la eliminación de la tasa aduanera en la Categoría B, basada en la Resolución 006-2021 del Comité de Comercio Exterior, en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito

DEDICATORIA

Dedico este logro a mis padres, quienes han acompañado mi camino y han apoyado todas mis decisiones; ellos han sabido educar con amor y entrega total, cultivando la responsabilidad, el compromiso y el respeto.

Dedico este logro a mis estudiantes, quienes serán los beneficiarios de todos los conocimientos que he podido aprender de mis docentes, no solo en temas profesionales, sino en la pedagogía.

Finalmente, Dedico este logro a mí misma, porque este es un paso más en mi formación profesional, y lo he conseguido, con esfuerzo y deseos de superación personal.

AGRADECIMIENTO

El agradecimiento más grande es para Dios, por regalarme la salud y la energía para sobrellevar todas las actividades académicas, laborales y personales.

En segundo lugar, agradezco a mis padres porque han estado conmigo en todo este proceso, sintiendo orgullo de mi primera maestría.

En tercer lugar, agradezco a los docentes que he conocido, quienes han contribuido positivamente en mi formación, demostrando su carisma y entrega a la educación superior.

Y finalmente, agradezco a todas las personas que apoyaron mi decisión de continuar con mis estudios, facilitando mi horario laboral para dedicarme a la maestría.

Tabla de Contenido

Resumen	7
Abstract	8
1. Introducción	9
2. Determinación del Problema.....	15
2.1. Problema General	15
2.2. Problemas Específicos.....	15
3. Marco teórico referencial.....	17
3.1 El Comercio	17
3.1.1 Clasificación de Actividades Económicas	17
3.1.2 Código de Comercio	20
3.1.3 Comercio Electrónico	20
3.2 La Política Económica, Balanza de Pagos y Balanza Comercial	21
3.2.1 La Política Económica	22
3.2.2 La Balanza de Pagos.....	23
3.2.3 La Balanza Comercial	23
3.3 El Arancel	24
3.3.1 Medidas Arancelarias según la Organización Mundial del Comercio (OMC)	25
3.3.2 Medidas Arancelarias incorporadas en el Ecuador	26
4. Materiales y metodología.....	28
5. Resultados y discusión.....	36
6. Conclusiones.....	60
Referencias	65

Análisis del impacto en la comercialización de prendas de vestir en el Ecuador, tras la eliminación de la tasa aduanera en la Categoría B, basada en la Resolución 006-2021 del Comité de Comercio Exterior, en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito

Autor(es):

MICHELLE AYMMÉ GORDÓN VERGARA

Resumen

En esta investigación, se observa la incidencia que existe en el sector comercial de las prendas de vestir en la ciudad de Quito, generado después de la eliminación de la tasa aduanera en los envíos por mensajería acelerada en el año 2021; es menester considerar que, el gobierno tiene la obligación de tomar decisiones para el desarrollo nacional, argumentando todas las resoluciones con informes técnicos que validen la implementación o exclusiones de tarifas arancelarias, y con la eliminación de la tasa aduanera en los envíos por mensajería acelerada, se incentiva la importación bajo la modalidad 4x4, y se presume que ocasionaría un impacto en los volúmenes de ventas de prendas de vestir en el comercio local; y esto, los comerciantes lo podrían percibir como una desprotección por parte del Gobierno. De modo que, se procesan varias actividades que permiten recopilar información, entre las cuales están: el escrutinio de variaciones económicas presentadas en los comercios locales dedicados al giro del negocio estudiado, cambios en los niveles de importaciones de mensajería acelerada, entrevistas a profesionales en comercio exterior, y perspectiva de los comerciantes locales mediante encuestas.

Con información de organismos públicos, se define el tamaño de muestra pertinente para la aplicación de las encuestas hacia los negocios locales y así es como se pretende conocer la situación actual de los negocios locales, e identificar algunas de sus estrategias para mantenerse en el mercado frente a los cambios en políticas económicas que se puedan presentar.

Palabras clave:

Comercialización, mensajería acelerada, tasas arancelarias, negocio, mercado, contrabando, comercio electrónico, Gobierno

Abstract

In this investigation, the incidence that exists in the commercial sector of clothing in the city of Quito, generated after the elimination of the tariff rates on shipments by accelerated courier in the year 2021, is observed; It is necessary to consider that the government has the obligation to make decisions for national development, arguing all resolutions with valid technical reports for the implementation or exclusions of tariff rates, and with the elimination of the tariff rates on shipments by accelerated courier, and with the elimination of the customs tax on shipments by accelerated courier, imports under the 4x4 modality are encouraged, and it is presumed that it would cause an impact on the volume of clothing sales in local commerce; and this, the merchants could perceive it as a lack of protection on the part of the Government. So, several activities are processed that allow information to be collected, among which are: the scrutiny of economic variations presented in local businesses dedicated to the line of business studied, changes in the levels of imports of accelerated courier, interviews with professionals in commerce abroad, and perspective of local merchants through surveys.

With information from public institutions, the pertinent sample size is defined for the application of the surveys towards local businesses and this is how it is intended to know the current situation of local businesses, and identify some of their strategies to stay in the market against to changes in economic policies that may occur.

Palabras clave:

Marketing, expedited courier, tariff rates, business, market, smuggling, e-commerce, Government

1. Introducción

La intervención de los medios electrónicos en el comercio ha permitido la eliminación de fronteras entre los territorios nacionales e internacionales; creando alianzas comerciales que favorezcan a las partes, manteniendo un esquema de negociación “ganar-ganar”. Y es aquí donde, el nivel de participación de un país define el ritmo de progreso en su economía y la relación comercial con otros continentes, pues algunas naciones buscan en el mercado a clientes para exportar su producción nacional, y por otro parte, limita el ingreso de productos extranjeros, por lo que la relación crece con barreras, con una ideología de protección al comercio interno.

Este tema es complejo de analizar, porque existen varias razones por las cuales los países toman decisiones en relación con políticas económicas o arancelarias, y el hecho de definir cuándo implementar o retirar aranceles, requiere una revisión exhaustiva; y como en toda decisión gubernamental, existirán quienes estén de acuerdo y quienes perciban un perjuicio; sin embargo, cada país debe velar por su progreso y bienestar colectivo, motivando la existencia de una economía sostenible.

En el Ecuador, La política comercial y económica es cambiante y va evolucionando; y el protagonista es el comercio interno del país, por lo que los involucrados deben mantenerse a la vanguardia y establecer estrategias de adaptación y mejora continua, pues la competencia es alta, y el comerciante ecuatoriano necesita reaccionar y aplicar un conjunto de ideas para posesionarse en el mercado, no todo está en manos del gobierno, sino también en la administración de los emprendimientos existentes, que a pesar de ser negocios pequeños, puedan ir creando una cultura organizacional, que permita su crecimiento y de esta manera, generar mayores fuentes de empleo y circulación de dinero a nivel nacional.

Desde otro punto, en la filosofía de los ecuatorianos se presume que está arraigada la idea de que el Gobierno es el responsable de proteger a la población, mediante

la creación de subsidios de gastos, bonos estatales, bajas tasas de interés en el sector financiero y barreras arancelarias que protejan al comercio interno; cuando en realidad, la economía del país no genera los suficientes recursos para cubrir con los gastos que demanda la población, excluyendo la temática de los sobrepagos en procesos de compras públicas que, sin duda inflan el gasto para el presupuesto general; por lo que, cada establecimiento comercial tiene la obligación de crear su plan de negocios pertinente.

En la actualidad, los negocios de comercio interno ecuatoriano deben observar a su competencia nacional e internacional, para no quedarse fuera de un entorno económico activo; en esta ocasión, se hace referencia a un comercio extranjero debido a que, el pasado 29 de abril de 2021, el Comité de Comercio Exterior presentó la resolución 006-2021, misma que modifica a la partida arancelaria que abarca a los “Paquetes por Correos Rápidos (Mensajería Acelerada o Courier)”, en relación con la eliminación de una tarifa arancelaria de USD 42, en esta partida ingresan las transacciones de los consumidores en tiendas del extranjero, y que pueden gestionar su importación al país mediante empresas que operan bajo el régimen aduanero de Courier y de correos rápidos. Con la eliminación de esta tarifa arancelaria, sin duda, el volumen de transacciones enfocadas a esta partida se incrementará, al igual que el comercio electrónico; y más ahora que el uso de la tecnología de la información y comunicación es cotidiano y de gran cobertura mundial, gracias al internet.

La resolución del Comité de Comercio Exterior puede ser analizada desde varias aristas, tomando en cuenta al Estado, a comerciantes, a empresas de mensajería acelerada, y a consumidores finales; por lo que se puede aplicar indicadores que midan el impacto en aspectos como por ejemplo en los cambios en la recaudación tributaria, margen de crecimiento de los paquetes de mensajería acelerada que ingresan al país, en volúmenes de ventas de comerciantes internos minoristas frente a nuevas preferencias de consumidores, y es este último punto que se tomará como partida para poner en las manos de los consumidores finales, el poder de decisión entre el comercio interno minorista y las nuevas facilidades de

importación que tienen a su disposición; en consiguiente, el presente artículo está direccionado al análisis del impacto en el comercio interno enfocado en prendas de vestir, ya que la eliminación de la tarifa arancelaria de USD 42, se aplica a la categoría B de la partida Envíos Courier o Postal.

La partida antes mencionada, también conocida como paquetería 4x4, y Según el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, los envíos que ingresan en esta categoría b son los “Paquetes cuyo peso sea menor o igual a cuatro kilogramos y su valor FOB sea menor o igual a los cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América (USD 400.00), o su equivalente en otra moneda, siempre que se trate de mercancías sin fines comerciales.” (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2022, p. 1).

En la resolución se utiliza un término técnico de comercio exterior, denominado FOB, Según el Diario el Exportador, el FOB es: “El precio es el valor de la mercancía puesta en el puerto de embarque incluyendo el costo de empaquetado, etiquetado, gastos de aduana (documentos, permisos, requisitos, etc.) y el flete desde el lugar de producción hasta el puerto como ya gastos de puerto incluyendo la carga y estiba al buque. Por su parte el comprador/importador correrá a cargo del flete, seguro desde el puerto de exportación hasta el destino final, de los gastos de importación, aduana y posibles demoras.” (Diario El Exportador, 2017, p. 1).

Según la resolución descrita anteriormente, se debe tener claro que la misma establece restricciones para ingresar a la categoría de paquetería 4x4, por un lado, al precio de adquisición el límite especificado es de (USD 400.00), o el equivalente en cualquier otra moneda; a esto, se le suma que los artículos importados no responden a fines comerciales, solo de uso personal; y para el caso de estudio se ha elegido a los artículos que se encasillen como prendas de vestir, debido a que por su tamaño, peso y valor de adquisición, pueden ingresar con mayor afluencia dentro de la subpartida arancelaria.

Inicialmente, cuando el país implementó la tarifa arancelaria, se tenía la premisa de cuidar y proteger al comercio interno, para que los consumidores elijan la producción nacional, como su primera alternativa; no obstante, con el pasar de los

años, se ha podido observar que la limitación de importar artículos bajo paquetería 4x4, han incrementado otra modalidad de comercio informal y fuera el marco legal, a través de encargos a personas que viajan a países como Estados Unidos o España. Por ejemplo, una persona que viaja al extranjero, puede retornar con encomiendas en su equipaje personal para terceros, cobrando por ello, una comisión por transportar algún determinado producto desde el exterior, y generando ingresos para su bolsillo.

En algunos casos esta situación es eventual, sin embargo, otras personas han hecho de esta actividad, un negocio permanente, mismo que es considerado informal debido a que no existe una tributación sobre el valor de la comisión por transportar productos del exterior en equipajes de pasajeros en vuelos aéreos comerciales, incluso en redes sociales se puede observar que los usuarios publican las fechas de viaje y un tarifario dependiendo el producto, y aunque algunas publicaciones cumplen con las entregas de las encomiendas, otras son estafas; por lo que existe un riesgo latente de pérdidas. En consecuencia, esta situación ha obligado al gobierno a intervenir, por lo que ha decidido modificar las políticas para la paquetería de mensajería acelerada, pues mientras más facilidades brinda el Gobierno para las importaciones, menores son las posibilidades de incrementar el contrabando.

Por un lado, el Estado está trabajando por combatir un problema de comercio informal, e intentar erradicarlo; y su posición debe ser neutral. Ahora, surgen las inquietudes para los comerciantes internos, este cambio arancelario: ¿Afecta a los volúmenes de ventas de los comerciantes?, ¿Cómo se compete con un mercado electrónico?, ¿Los comerciantes están preparados para establecer estrategias publicitarias para captación de clientes? Son muchas las interrogantes que se pueden presentar para los comerciantes, quizás exista en ellos, un sentimiento de desprotección por parte del Gobierno; o quizás los comerciantes internos desconocen de los cambios arancelarios. Entonces, ¿Cómo podrían combatir a un problema que no identifican? A pesar de que las decisiones estatales pueden considerarse justificadas, en este artículo, se pretende identificar la percepción del

comerciante interno, en comparación con datos estadísticos y opiniones de profesionales en comercio exterior. Ante todo, este estudio se base en decisiones gubernamentales sobre medidas arancelarias en la tarifa aplicada a paquetes 4x4 en la categoría de importaciones, por lo que existen terminologías que el lector debe tener presente para una mejor comprensión del contenido:

Por ejemplo: La política económica, que incluye las medidas y estrategias enfocadas en la economía de cada país, donde se establecen mecanismos para alcanzar un crecimiento económico; esta política suele estar alineada al cumplimiento de planes de Gobiernos, donde se evalúa constantemente la necesidad de establecer controles en la economía para llegar a cumplir objetivos marcados.

Como lo manifiesta el Licenciado en Economía Javier Sánchez Galán, dentro de la política económica existen “objetivos a corto plazo como: pleno empleo, estabilidad de precios, mejora de la balanza de pagos, y objetivos a largo plazo como: expansión de la producción, satisfacción de las necesidades colectivas, mejora de la distribución de la renta y la riqueza, Protección y prioridades a determinadas regiones o industrias” (Galán Sánchez, 2015, p. 1).

Por otro lado, “La política fiscal es una disciplina de la política económica centrada en la gestión de los recursos de un Estado y su Administración.” (Galán Sánchez, 2015, p. 1). Por lo que, el Estado es el encargado de velar por el progreso sostenible de una nación, de buscar recursos económicos que generen ingresos, e investigar mecanismos que construyan para un mejor país, por lo que el mismo, se ve obligado a levantar informes de pre factibilidad que respalden sus decisiones, pues la implementación de barreras arancelarias o su eliminación, son producto de un análisis de expertos en la materia, quienes trabajan con la premisa de que un gobierno busca el bien colectivo.

En el Ecuador, uno de los sectores económicos más representativos es el comercio que según Andrés Sevilla Arias lo define como: “el intercambio de bienes y servicios entre varias partes a cambio de bienes y servicios diferentes de igual valor, o a cambio de dinero.” (Sevilla Arias, 2015, p. 1). El comercio permite que las personas

consigan lo que necesitan, bienes o servicios por dinero, o intercambio de bienes o servicios entre sí; a este último se lo conoce como trueque, y ha funcionado como la primera estrategia comercial, previa a la existencia del dinero.

Por encima de todo, las actividades que involucran comercio son cotidianas y de carácter económico, ya que se genera recursos y movimiento de dinero; por tanto, cada país tiene la responsabilidad de regular los actos de comercio interior y políticas respecto al comercio exterior; en este caso, se revisarán las dos partes que mantienen una sinergia, por un lado, el comercio interno de prendas de vestir y su afectación frente a las importaciones bajo la modalidad de paquetería rápida o Courier, definido por Servicio Nacional de Aduana del Ecuador como: “el envío de paquetes y/o bultos a través del Operador Público del Servicio Postal Oficial del Ecuador o de una Empresa Courier, cuyo valor no exceda del límite que se establece en el Reglamento y que serán despachados mediante formalidades simplificadas, conforme los procedimientos que establezca la Aduana del Ecuador. Los envíos o paquetes que excedan el límite establecido se sujetarán a las normas aduaneras generales.” (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2022)

2. Determinación del Problema

2.1. Problema General

Con la eliminación de la tasa aduanera en la Categoría B en la partida de Mensajería Acelerada o Courier, los consumidores pueden acceder a un comercio electrónico con mayor facilidad para importar; por lo que, el estado deja de percibir ingresos aduaneros por la tarifa eliminada; mientras que, los negocios locales dedicados a la comercialización de prendas de vestir también se verían afectados en su volumen de ventas y montos de facturación.

2.2. Problemas Específicos

- Dentro del presupuesto general del Estado ecuatoriano, los tributos y aranceles forman parte de los ingresos del país, y al eliminar la tasa aduanera en la Categoría B en la partida de Mensajería Acelerada o Courier, el Ecuador deja de percibir USD 42, por cada paquete que ingrese con la categoría B; adicionalmente, al permitir que el consumidor importe directamente sus artículos personales, la tributación del impuesto al valor agregado lo percibirá el país origen desde donde se importan los artículos, mas no el Ecuador; con la eliminación de la tasa aduanera el Estado se verá perjudicado en la recaudación de tributos.
- Los comerciantes de prendas de vestir que mantienen negocios locales, no disponen de plataformas web con accesibilidad para pagos con tarjetas de crédito/débito, y tampoco disponen de los recursos económicos para invertir en dichas plataformas, que les permita competir dentro de un comercio electrónico; si los negocios ecuatorianos no se adaptan al uso de las tecnologías, pueden disminuir el volumen de sus ventas, por lo que sus ingresos se verán afectados y en consecuencia la recaudación del Impuesto a la Renta y el Impuesto al Valor Agregado.

- La política arancelaria del Ecuador mantuvo protegido al comercio interno con la implementación de la tasa arancelaria en el año 2014. Sin embargo, para el año 2021, esta tarifa fue eliminada, permitiendo que los consumidores tengan la alternativa de gestionar compras internacionales e importar productos de uso personal; de esta manera el comercio interno tendrá que competir con un mercado mundial, mismo que ya cuenta con una trayectoria comercial frente a la del comercio interno ecuatoriano minorista.

3. Marco teórico referencial

3.1 El Comercio

Según (Sevilla Arias, Economipedia, 2015, p. 1): “El comercio es el intercambio de bienes y servicios entre varias partes a cambio de bienes y servicios diferentes de igual valor, o a cambio de dinero.” Por lo que, el comercio es uno de los canales económicos más representativos a nivel mundial, y es un sector explotable según los recursos de cada país, y para examinar su comportamiento, se clasifican en actividades económicas por secciones, dependiendo que tipo de bienes o servicios se intercambien, lo que permite medir el porcentaje de participación de cada sector en la economía nacional.

En el año 2012, La Unidad de Análisis de Síntesis del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) prepara la clasificación nacional de actividades económicas, en concordancia con la clasificación preparada por las Naciones Unidas, pero con un enfoque situacional del Ecuador.

3.1.1 Clasificación de Actividades Económicas

En la siguiente tabla, se presenta la clasificación de actividades económicas del Ecuador.

Tabla 1

Estructura Esquemática por Secciones de Actividades Económicas

SECCIONES	DESCRIPCIÓN
SECCIÓN A	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.
SECCIÓN B	Explotación de minas y canteras
SECCIÓN C	Industrias manufactureras.
SECCIÓN D	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado

SECCIÓN E	Distribución de agua; alcantarillado, gestión de desechos y actividades de saneamiento.
SECCIÓN F	Construcción.
SECCIÓN G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.
SECCIÓN H	Transporte y almacenamiento.
SECCIÓN I	Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.
SECCIÓN J	Información y comunicación.
SECCIÓN K	Actividades financieras y de seguros.
SECCIÓN L	Actividades inmobiliarias.
SECCIÓN M	Actividades profesionales, científicas y técnicas.
SECCIÓN N	Actividades de servicios administrativos y de apoyo.
SECCIÓN O	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.
SECCIÓN P	Enseñanza.
SECCIÓN Q	Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.
SECCIÓN R	Artes, entretenimiento y recreación.
SECCIÓN S	Otras actividades de servicios.
SECCIÓN T	Actividades de los hogares como empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares como productores de bienes y servicios para uso propio.
SECCIÓN U	Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales.

Nota: Datos tomados de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, 2012, p. 20).

En el cuadro superior se puede observar la clasificación de las actividades por los segmentos, y se remarcó al sector G, que es material de estudio; por otro lado, de cada agrupación, se derivan más actividades; y para sintetizar la información, se desarrollará una tabla resumen con el contenido relevante de las actividades económicas inmersas en el artículo, sobre negocios enfocados en la comercialización de prendas de vestir.

Tabla 2

Actividades Económicas Relacionadas al Estudio

SECCIONES	DIVISIONES	GRUPOS	CLASES	DESCRIPCIÓN
				<i>Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas</i>
	G46			Comercio al por mayor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas.
	G47			Comercio al por menor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas
		G477		Venta al por menor de otros productos en comercios especializados.
			G4771	Venta al por menor de prendas de vestir, calzado y artículos de cuero en comercios especializados
			G4773	Venta al por menor de otros productos nuevos en comercios especializados.
			G4774	Venta al por menor de artículos de segunda mano en comercios especializados

Nota: Datos tomados de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2022, p. 22)

Las actividades económicas son reguladas por normativas nacionales e internacionales, en el Ecuador tiene en vigencia su Código de Comercio, con el Registro Oficial Suplemento 497 de 29 mayo de 2019.

3.1.2 Código de Comercio

En el Artículo No. 1 del Código se define lo siguiente: “El Código de Comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes.” (Asamblea Nacional, 2019, p. 3)

El Código de Comercio también contempla la definición de actividades de comercio, sus principios, los actos de comercio, así como los deberes que tiene un comerciante. Este código incluye un segmento sobre el comercio electrónico de forma general, porque el comercio electrónico está regulado por la Ley de Comercio Electrónico y Mensajes de Datos.

3.1.3 Comercio Electrónico

En el entorno de la investigación, el comercio electrónico debe ser considerado, ya que por medio de esta modalidad de comercio, se pueden llevar a cabo las importaciones de prendas de vestir; por lo que conocer su definición es necesaria, Según Carazo: “El comercio electrónico (conocido popularmente como ecommerce), es la compraventa y distribución de bienes y servicios a través de internet u otras redes informáticas.” (Carazo Alcalde, 2016, p. 1). Y por otro lado, Malca Oscar en su libro de comercio electrónico, lo define como “el uso de las tecnologías de la informática y las telecomunicaciones, que soportan las transacciones de productos o servicios entre las empresas, entre estas y particulares o con el Estado” (Malca, 2001, p. 33).

El Comercio va evolucionando a medida que aparezcan nuevas alternativas de negocio en el mercado; ahora el internet es usado como una herramienta generadora de comercio, que trasciende fronteras, convirtiéndose en una oportunidad de cambiar el esquema del comercio habitual, donde se necesita una interacción física para poder concretar una transacción económica.

Por ejemplo, Estados Unidos es un país que ha sabido manejar esta nueva tendencia comercial y explotarla al máximo, por lo que ha generado trillones de dólares en ventas con el uso del comercio electrónico, y así, como las ventas electrónicas van en aumento, la necesidad de transportar la mercancía también crece, por lo que se ven beneficiadas las empresas dedicadas a servicios de Courier.

Por otro lado, el desarrollo del comercio electrónico en países de primer mundo y la facilidad de acceso mundial, han ocasionado que país de tercer mundo como Ecuador, incrementen considerablemente sus importaciones; por lo que, como medida de protección al comercio local, se crean tasas arancelarias o salvaguardas sobre determinados productos. En el año 2014, según Resolución No. 023-2014, se presentan restricciones en los “Paquetes por Correos Rápidos (Mensajería Acelerada o Courier)”, imponiendo un arancel de USD 42, con una limitación por año fiscal de cinco importaciones o un valor monetario de USD 1200 en FOB; esta medida limitó a los ciudadanos a consumir de la producción nacional y disminuir las importaciones; pero, a pesar de la idea proteccionista al mercado nacional, también perjudicó a las empresas de mensajería dentro del País, porque las mismas, redujeron sus ingresos y con ello, su nivel de contribución tributaria ecuatoriana.

Para el año 2021, el escenario en el Ecuador ya es diferente, pues la resolución vigente desde el 2014, ha sido modificada, eliminando la tasa arancelaria de USD 42 y modificando ciertas limitaciones en cuanto al pesaje y monto de importación; con esta decisión se presenta un cambio en la política económica del país, ya que se puede trabajar en función de la inclusión de nuevas estrategias comerciales y económicas, que permitan el crecimiento del país; es importante que exista una adecuada relación comercial con otros países.

3.2 La Política Económica, Balanza de Pagos y Balanza Comercial

En el siguiente apartado, se expondrá la política económica en el Ecuador de forma general, y los criterios que se presentaron para tomar decisiones en relación a la Balanza de Pagos.

3.2.1 La Política Económica

La política económica incluye las medidas y estrategias enfocadas en la economía de cada país, donde se establecen mecanismos para alcanzar un crecimiento económico; esta política suele estar alineada al cumplimiento de planes de Gobiernos, donde se evalúa constantemente la necesidad de establecer controles en la economía para llegar a cumplir objetivos marcados.

Como lo manifiesta el Licenciado en Economía Javier Sánchez Galán, dentro de la política económica existen objetivos a corto plazo como: “Pleno Empleo, estabilidad de precios, mejora de la balanza de pagos”, y objetivos a largo plazo como: “Expansión de la producción, Satisfacción de las necesidades colectivas, Mejora de la distribución de la renta y la riqueza, Protección y prioridades a determinadas regiones o industrias.” entre otros (Galán Sánchez, 2015, p. 1)

En función al cumplimiento de objetivos de la política económica, se establecen también medidas tributarias, arancelarias y monetarias, que deben guardar sinergia entre sí; la política economía es importante para el desarrollo de un país, y dicha política puede ser modificada, en caso se presenten cambios relevantes dentro de su economía.

En el caso de Ecuador, dentro del gobierno del ex presidente Rafael Correa, la política económica se ajustó con la caída del precio del petróleo, golpeando duramente a los ingresos del presupuesto general del Estado; ya que, en la economía ecuatoriana, se dependía de esta fuente de ingresos, cuyo comportamiento habitual era inestable. Y, por otro lado, como se afirma en la revista La Tendencia: “El crecimiento del sector no petrolero ha sido insatisfactorio y el crecimiento del consumo se ha dirigido más que todo a las importaciones antes que a la producción nacional con un impacto negativo en la balanza comercial.” (Barrera A., 2007, p. 11).

3.2.2 La Balanza de Pagos

La balanza de los pagos hace referencia a un registro de las operaciones comerciales de un país con el exterior, Según Westreicher lo define como: “La balanza de pagos es un indicador macroeconómico que proporciona información sobre la situación económica del país de una manera general.” (Westreicher, 2016, p. 1). Es decir, permite conocer todos los ingresos que recibe un país procedentes del resto del mundo y los pagos que realiza tal país al resto del mundo debido a las importaciones y exportaciones de bienes, servicios, capital o transferencias en un período de tiempo. La balanza de pagos contiene los siguientes componentes: Cuentas Corrientes, Cuentas de Capital, Cuenta Financiera, errores y omisiones netos, y dentro de los mismos su respectivo desglose, en el siguiente recuadro se presenta la información anual con datos obtenidos del Banco Central del Ecuador sobre la Balanza de Pagos en el Ecuador del año 2016 al 2019.

Tabla 3

Balanza de Pagos del Ecuador desde el año 2016 al 2019

Componentes Normalizados	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Cuenta Corriente	1110,1	-157,3	-1332,8	-59,0
Cuenta de Capital	-473,4	125,2	-175,2	83,6
PATRIMONIO NETO	636,7	-32,1	-1508,0	24,6
Cuenta Financiera	587,0	-408,7	-1712,3	47,6
Errores y Omisiones	-49,7	-376,6	-204,3	23,0

Nota: Datos tomados del boletín trimestral de Balanza de Pagos del Banco Central del Ecuador. (Banco Central del Ecuador, 2020, p. 1)

3.2.3 La Balanza Comercial

La balanza comercial hace referencia al comercio de bienes en importaciones y exportaciones, también constituye, un componente que pertenece a la balanza de pagos por cuenta corriente, la balanza de bienes o comercial es el resultado de las exportaciones menos las importaciones, en cuyo resultado sea positivo significa que

en el país, se exportaron más bienes de los que se importaron; siendo el escenario más favorable para el país porque se visualiza que existe un mercado nacional competitivo frente a un comercio internacional; sin embargo ese no es el resultado en el Ecuador, por tanto es responsabilidad del Estado, establecer las medidas necesarias para mejorar el resultado en la balanza, y de esta manera también, se puede proteger la producción nacional, y la vía más sencilla de implementar es la creación de tasas arancelarias y salvaguardas.

3.3 El Arancel

La implementación de aranceles se presenta con la finalidad de cuidar la producción nacional y el mercado local, frente a un comercio internacional que puede brindar mayores beneficios en cuanto a precio y calidad, lo que conlleva a que las importaciones vayan en aumento, así como las salidas de divisas, y es por esa situación que, los gobiernos están obligados a precautelar cualquier acción que ocasione un perjuicio económico en el país.

Cada país tiene la libertad de establecer tributos, entre los cuales, se encuentran los aranceles que según Sevilla se lo define como: “El arancel es un tributo que se impone sobre un bien o servicio cuando cruza la frontera de un país.” (Sevilla Arias, Economipedia, 2015, p. 1). Y el organismo encargado de su control es la aduana, que según Páez: “Una aduana es una institución del Estado que controla el tráfico de personas y mercancía desde y hacia el territorio nacional. La labor principal de las aduanas es controlar y agilizar este tráfico lícito.” (Páez, 2020, p. 1). Por consiguiente, la aduana es responsable de establecer mecanismos para evitar cualquier tipo de evasión arancelaria. A continuación, se pone en conocimiento las medidas arancelarias que la Organización Mundial del Comercio considera apropiadas:

3.3.1 Medidas Arancelarias según la Organización Mundial del Comercio (OMC)

Medidas antidumping: La OMC hace la siguiente referencia para brindar una definición clara del término dumping: “Si una empresa exporta un producto a un precio inferior al que aplica normalmente en el mercado de su propio país, se dice que hace “dumping”.” (Organización Mundial del Comercio, 2021, p. 1)

Esta medida ha generado criterios opuestos de su efectividad, sin embargo, la OMC considera su aplicación en casos que sean demostrables, donde de evidencia que exista en efecto “dumping”, y sea perjudicial para el comercio interno. Las medidas antidumping son aplicadas cuando afectan a una línea de producción de un sector económico, más no a un solo producto.

El siguiente planteamiento tiene como fin, ejemplificar la definición del criterio “dumping”: Si el “producto AJ” se vende en territorio nacional en USD 50, y su valor de exportación asciende a USD 25, se puede observar un desequilibrio entre ambos montos, y añadiendo una variable de que, el mismo producto AJ puede ser importado al territorio nacional en USD 45; se puede comprobar “dumping”.

Subvenciones o Medidas Compensatorias: “Este Acuerdo tiene una doble función: somete a disciplina la utilización de subvenciones y reglamenta las medidas que los países puedan adoptar para contrarrestar los efectos de las subvenciones.” (Organización Mundial del Comercio, 2021, p. 1)

Las subvenciones que se pueden ofrecer para incentivar la explotación, ayudarán a reducir el valor monetario de los bienes a exportar, por lo que podría ocasionar un impacto negativo en el país que recibe la producción, es decir el país importador, esto puede poner en riesgo la producción nacional del país importador; es por eso que, el acuerdo mantiene esa bilateralidad para contrastar ambas situaciones, y buscar un punto de equilibrio, como medidas compensatorias frente a las subvenciones.

Salvaguardias: “Un Miembro de la OMC puede restringir temporalmente las importaciones de un producto si las importaciones de ese producto han aumentado en tal cantidad que causan o amenazan causar daño a una rama de producción nacional.” (Organización Mundial Del Comercio, 2021, p. 1)

La OMC establece que los países que consideren la aplicación de salvaguardias, deben disponer de los medios probatorios que demuestren el riesgo que las importaciones están ocasionando a la producción nacional, y este debe ser grave.

Las Salvaguardias fueron las medidas que el Gobierno ecuatoriano consideró necesaria su aplicación, seguidamente se expondrá algunas de las medidas que adoptó el Ecuador.

3.3.2 Medidas Arancelarias incorporadas en el Ecuador

En el artículo 88, del Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones de Octubre 2018, se establecía que sería el Estado, el impulsor de una defensa comercial, con cumplimiento de la normativa vigente y los acuerdos internacionales ecuatoriano, dentro del artículo se enlista una serie de medidas comerciales como: “Prevenir o remediar el daño o amenaza de daño a la producción nacional, derivado de prácticas desleales de dumping y subvenciones, y Restringir las importaciones de productos para proteger la balanza de pagos.” (Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, 2018, p. 33)

En cumplimiento a lo mencionado en el párrafo anterior, según la Resolución No. 011-2015, el pleno del Comité de Comercio Exterior se resuelve en el artículo primero: “Establecer una sobretasa arancelaria, de carácter temporal y no discriminatoria, con el propósito de regular a nivel general de importaciones y, de esta manera, salvaguardar el equilibrio de la balanza de pagos.” (Comité de Comercio Exterior, 2015, p. 3)

Según la página web oficial de la Presidencia de la República del Ecuador, menciona que las salvaguardas implementadas en la Resolución No. 011-2015, “excluyeron a un 68% del monto total de las importaciones, y entre los rubros que se han

exceptuado de esta medida son: materias primas y bienes de capital, artículos de higiene personal y uso en el hogar, medicinas y equipo médico, repuestos de vehículos, combustibles y lubricantes, importaciones por correo rápido o Courier y menaje de casa” (Presidencia de la República del Ecuador, n.d., p. 1)

Por tanto, la subpartida “importaciones por correo rápido o Courier y menaje de casa” fue excluida, de la resolución en el año 2015, tomando en cuenta que la misma ya sufrió la implementación de una tasa arancelaria fija en el año 2014, en la Resolución No. 023-2014, y actualmente es la subpartida que se libera de la tasa arancelaria fija para el año 2021, y ahora es parte de la investigación para medir su impacto económico y analizar su trazabilidad.

4. Materiales y metodología

El diseño investigativo del artículo está enfocado en la aplicación de una investigación documental y explicativa-causal, por un lado: “La investigación documental es similar al análisis de contenido, que consiste en estudiar la información existente registrada en medios de comunicación, textos y objetos físicos. En este caso, no es necesario recoger datos de las personas para realizar la investigación.” (Bastis Consultores, 2021, p. 1)

El tema de estudio radica en un análisis de los cambios en las medidas arancelarias enfocadas en las importaciones aplicadas a la partida de mensajería o Courier, por lo que se dispone de fuentes de información de los sectores del mercado interno que están directamente relacionados con esta medida, los documentos que enmarcan cuadros estadísticos del país son de dominio público, por lo que se puede encontrar información económica disponible en las fuentes oficiales, como en el portal web de Banco Central del Ecuador, Servicios de Rentas Internas, Superintendencia de Compañías, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos y Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, y con lo investigado, se puede determinar si las repercusiones para el comercio interno fueron favorables o no.

Y, por otro lado, “La investigación explicativa, se lleva a cabo para identificar el alcance y la naturaleza de las relaciones de causa y efecto. Se puede realizar una investigación explicativa para evaluar los impactos de cambios específicos en las normas existentes, diversos procesos, etc.”. (Bastis Consultores, 2020, p. 1). Y por eso, para el tema de estudio, es apropiada la investigación explicativa o causal, debido a que se busca identificar el impacto que se generará en el comercio interno, los cambios arancelarios de una medida que fue aplicada por siete años, por tanto, se puede enmarcar las causas que llevaron a implementar la medida tiempo atrás, y los efectos que se presentaron durante su vigencia, y de estas manera se puede determinar las repercusiones económicas en la actualidad, con la eliminación de la medida arancelaria en cuestión.

Dentro de la investigación, sobre el impacto en el comercio interno, producto de la eliminación de la tasa arancelaria, se analizará el escenario histórico-económico, que inicia con implementación de las restricciones hasta su derogación en la actualidad; para de esta manera, proyectar una teoría sobre el comportamiento de los sectores económicos relacionados, y definir las consecuencias dentro del mercado local.

Como se menciona en el párrafo anterior, se revisarán datos económicos en una línea de tiempo, que permita medir la evolución del comercio interno involucrado con el tema de estudio. Es por este motivo que, los aspectos metodológicos que se aplicarán serán el inductivo y el histórico. Sobre el método inductivo, Abreu menciona que: “plantea un razonamiento ascendente que fluye de lo particular o individual hasta lo general. Se razona que la premisa inductiva es una reflexión enfocada en el fin. Puede observarse que la inducción es un resultado lógico y metodológico de la aplicación del método comparativo.” (Abreu Jose, 2014, p. 6); Y sobre el método histórico lógico de investigación, en el libro de Introducción a la metodología de la investigación de Behar Rivero y Daniel Salomón mencionan que, “El método histórico lógico de investigación se aplica a la disciplina denominada historia, y, además, se emplea para asegurar el significado y confiabilidad de hechos pasados en las ciencias en forma general y en cualquier disciplina científica.” (Rivero & Salomón, 2008, p. 7).

Dentro de la investigación se pueden presentar dos enfoques: cuantitativo y cualitativo.

Roberto Hernández Sampieri resume que al enfoque cuantitativo: “Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías.” (Hernández Sampieri, 2014, p. 4) Y en relación con el enfoque cualitativo se resume que “Utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación.”

(Hernández Sampieri, 2014, p. 4). Una vez que se ha explicado la metodología de investigación, se procede a definir la población y muestra para la recopilación de información necesaria, que permita la presentación de resultados razonables.

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, en el Ecuador hasta el año 2020, se reportaron un total de 846.265 empresas, de las cuales se tomó en consideración, aquellas empresas que están ubicadas en la provincia de Pichincha y también las que se dedican al comercio al por mayor y menor. En la figura 1, se puede evidenciar las variables que contribuyeron a la determinación del muestreo para el objeto de estudio, se ha tomado información más actualizada del Directorio de Empresas 2020.

Tabla 4

Población de Empresas de Comercio en Pichincha al año 2020

Provincia	Nro. Empresas	% Total
Total	846.265	100,00%
PICHINCHA (A)	210.618	24,89%

Actividad Económica	Nro. Empresas	% Total
Total	846.265	100,00%
COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS. (B)	290.635	34,34%

PICHINCHA (A)	210.618
COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR; REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS. (B)	34,34%
POBLACIÓN: (A) por (B)	72326

Nota: Información tomada de la sección de datos estadísticos publicados en el Directorio de Empresas y Establecimientos 2020. (Directorio de Empresas y Establecimientos, 2022)

Por lo que, considerando los resultados obtenidos en la tabla anterior, se aplicó la tabla Fisher, Askin y Colton, con un margen de error del ± 10 , misma que facilita la determinación de una muestra frente a una población, identificando el margen de error. Se toma una población de las empresas dedicadas al comercio en la provincia de Pichincha que ascienden a un total de 72326 en el año 2020, por lo que, el tamaño de la muestra será de 100 negocios dedicados al comercio de prendas de vestir, se considera un margen de error del 10%. A continuación se visualiza un fragmento de la “tabla para determinar el tamaño de la muestra extraída de poblaciones finitas para márgenes de error del 1 al 10% en la hipótesis de $P=50\%$.”

Tabla 5

Fragmento de la tabla para determinar el tamaño de la muestra extraída de poblaciones finitas para márgenes de error del 1 al 10% en la hipótesis de $P=50\%$

AMPLITUD DE LA POBLACIÓN	TAMAÑO DE LA MUESTRA SEGÚN MÁRGENES DE ERROR						
	N	n1	n2	n3	n4	n5	n10
100000		9091	2439	1099	621	398	100

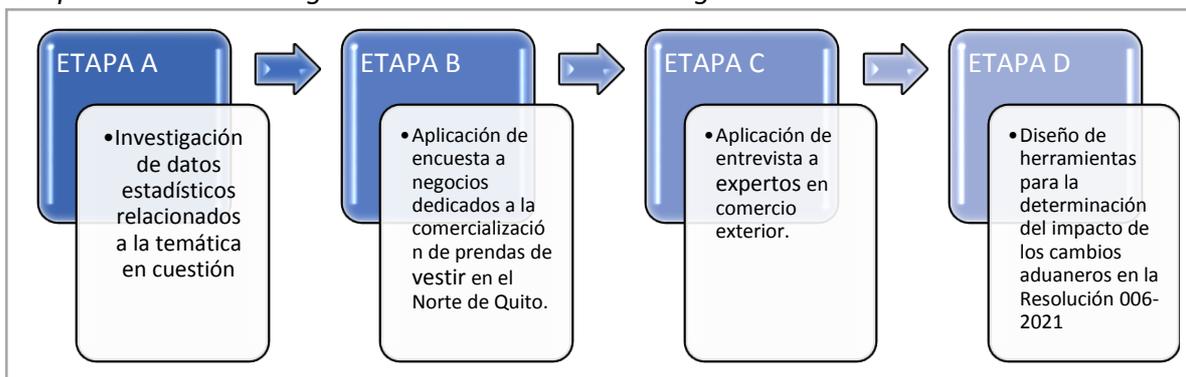
Nota: Fragmento de Tabla de Fisher, Arkin y Colton (Carrasco Diaz, 2005, p. 244)

Se ha definido un tamaño de muestra de 100 negocios ubicados en el norte del Distrito Metropolitano de Quito, para la aplicación de la encuesta a comerciantes, misma que se desarrollará en la segunda fase del estudio, ya que el primer paso radica en el análisis de datos estadísticos.

La investigación se desarrolla en etapas que aportan desde varias aristas, al levantamiento de información, como se muestra de forma global en la siguiente ilustración.

Ilustración 1

Etapas de la metodología del desarrollo de la investigación



Nota: Proceso elaborado por el autor

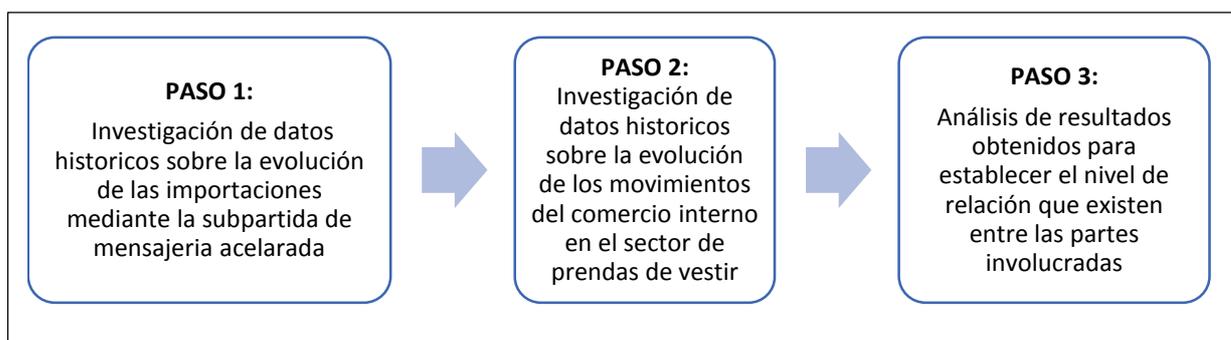
En la **Etapa A**, se busca los datos estadísticos en los repositorios digitales de portales de instituciones estatales, como por ejemplo el Banco Central del Ecuador. En la siguiente figura se describen los lineamientos básicos del proceso a seguir.

Durante las cuatro etapas, se irán analizando factores importantes dentro de la investigación, para recabar información valiosa que permita el cumplimiento del objetivo de análisis.

En la primera etapa, se levantarán los datos estadísticos históricos de diferentes fuentes de información oficiales dentro del Ecuador, con la finalidad de obtener datos confiables, que permitan revisar qué ha sucedido con el pasar del tiempo en este tema.

Ilustración 2

Etapa A de la Metodología: Investigación de datos estadísticos relacionados a la temática en cuestión

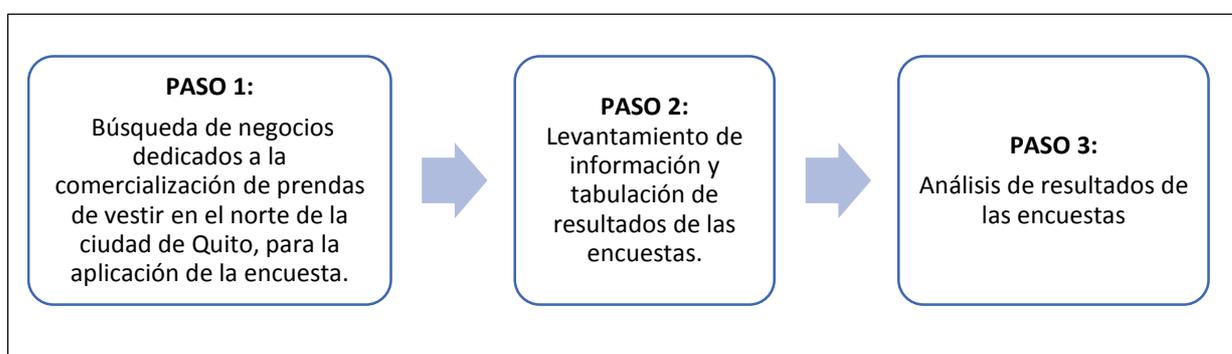


Nota: Proceso elaborado por el autor

En la Etapa B, se aplicarán encuestas a negocios dedicados a la comercialización de prendas de vestir, según la muestra definida anteriormente. La encuesta contiene tres secciones: la primera está direccionada hacia la recopilación de información relacionada a las ventas en montos, volúmenes y logística, la segunda sección sobre el nivel de acogida de formas de pago con tarjetas de créditos, y la tercera sección, sobre el nivel de conocimiento en comercio exterior relacionados a la eliminación de la tarifa arancelaria aplicada a la mensajería acelerada.

Ilustración 3

Etapa B de la Metodología: Aplicación de encuesta a negocios dedicados a la comercialización de prendas de vestir en el Norte de Quito.



Nota: Proceso elaborado por el autor

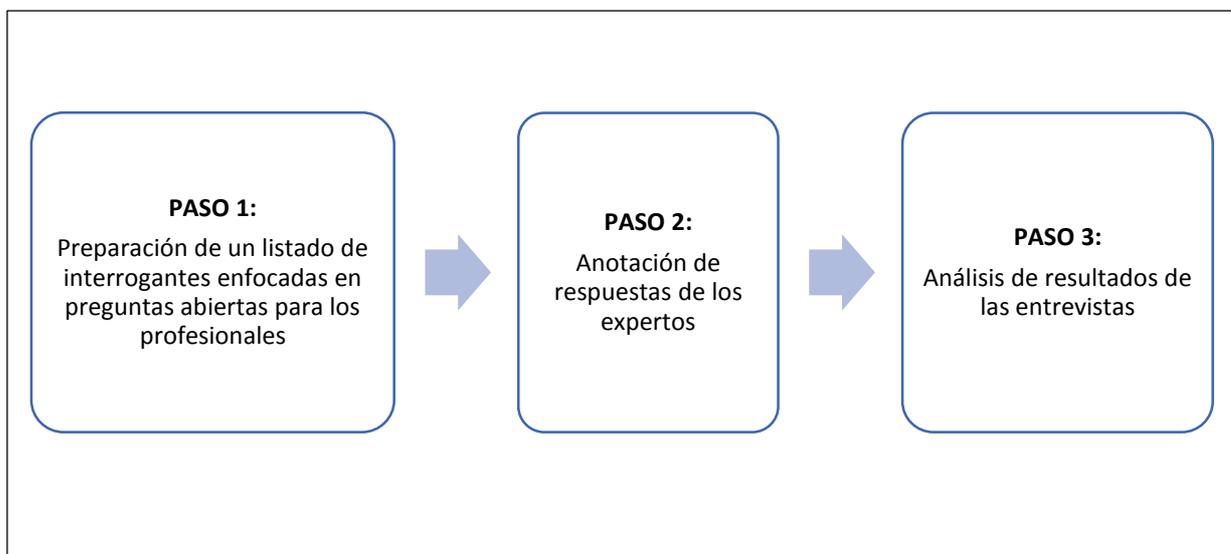
En la Etapa B y C de la metodología, se recopila de información de las fuentes involucradas, quienes, desde su situación actual, pueden brindar una visión más clara para el análisis del impacto en la comercialización de prendas de vestir, tras la eliminación de la tasa aduanera en la Categoría B, basada en la Resolución 006-2021 del Comité de Comercio Exterior, en el sector norte del Distrito Metropolitano de Quito.

En la etapa C, se aplican las entrevistas con los expertos en comercio exterior, donde se abordan tópicos necesarios para la comprensión de la realidad aduanera frente a los cambios en la Resolución 006-2021, enfocado a la categoría B de la partida Envíos Courier o Postal, también conocida como 4x4, y la flexibilidad de importar esta modalidad; sobre todo identificar las alternativas de importación que pueden disponer los ecuatorianos con el acceso al comercio electrónico internacional, para que se pueda contraponer la información técnica del tema aduanero, con la

información recopilada de las encuestas aplicadas a propietarios de los negocios nacionales dedicados a las prendas de vestir.

Ilustración 4

Etapa C de la Metodología: Aplicación de entrevista a expertos en comercio exterior.



Nota: Proceso elaborado por el autor

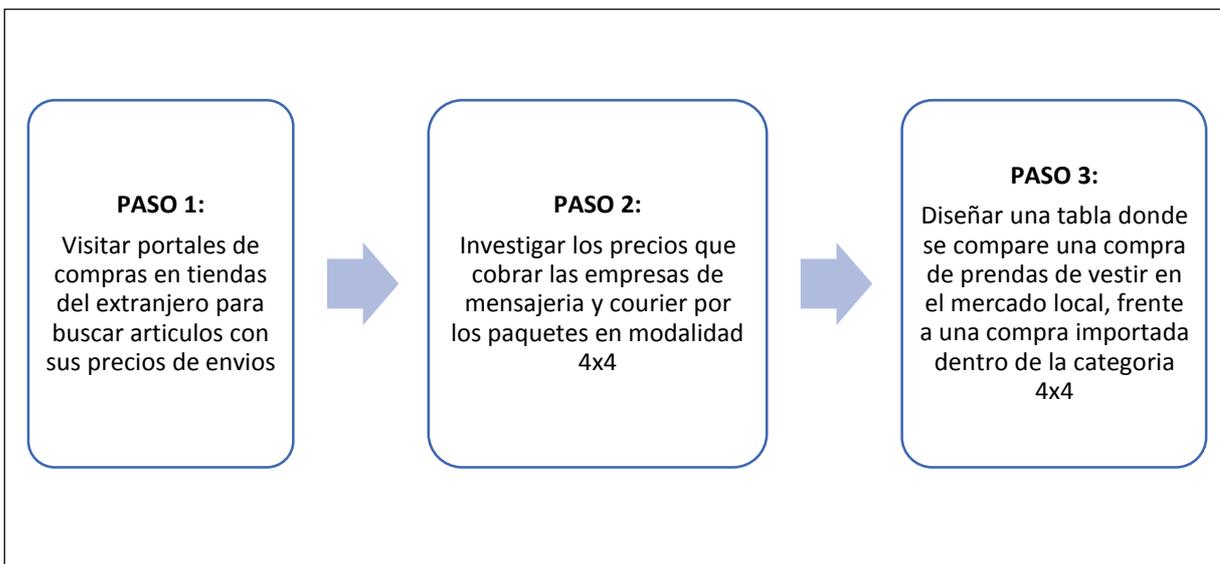
Finalmente, en la Etapa D, se propone una herramienta comparativa que presente varios escenarios con las alternativas disponibles para los usuarios en relación al mercado nacional y a la importación bajo la modalidad 4x4; y así, identificar las ventajas o desventajas que se puedan presentar.

Se busca demostrar las variaciones económicas que están al alcance de los consumidores, con la construcción del simulacro que ejemplifique un caso real, puede contribuir con una idea más clara del verdadero impacto para el comercio interno de prendas de vestir.

A continuación se presenta el proceso para el diseño de herramientas como última etapa del proceso investigativo.

Ilustración 5

Etapa D de la Metodología: Diseño de herramientas para la determinación del impacto de los cambios aduaneros en la Resolución 006-2021



Nota: Proceso elaborado por el autor

5. Resultados y discusión

En la ejecución de las actividades de comercio, son los consumidores quienes deciden qué tipos de productos o servicios adquirir en función a calidad y precios, lo que conlleva a que los comerciantes busquen estrategias para ser más competitivos y ganar la confianza de los consumidores; por tal motivo, el gobierno ecuatoriano es responsable de crear y cumplir con las políticas pertinentes para un desarrollo económico del país, brindando una igualdad de oportunidades para comerciantes y consumidores, también es importante considerar que el gobierno tiene como objetivo proteger al mercado local, es decir a la producción nacional, ya que, mientras más apoyo reciban las actividades de comercio interno, se contribuye con el crecimiento de fuentes de empleo e ingreso del producto interno bruto del Ecuador.

El gobierno, en cumplimiento de sus deberes y obligaciones, tiene la potestad de crear determinadas barreras arancelarias como estrategia de protección al mercado local; pues, al imponer tasas arancelarias, limitan a los consumidores locales, a importar productos desde otros países, y en caso de hacerlo, deberán cancelar más tributos en su proceso de compras; lo que claramente resulta una desventaja para el consumidor, ya que afectan directamente a su presupuesto personal.

La base fundamental de esta investigación pretende analizar las variaciones económicas, en la comercialización de prendas de vestir de los negocios locales antes de la implementación de la tasa arancelaria de USD 42 en la categoría B de la partida de mensajería acelerada en la Resolución No. 023-2014, hasta el año 2021 con los cambios presentados en la Resolución 006-2021; Es así que, con la identificación de las variaciones, también se puede observar la perspectiva del comerciante frente a la nueva alternativa de importación que tendrán los consumidores, se podrá determinar el impacto al comercio interno del Ecuador en el sector comercial de prendas de vestir, que son los artículos que, por peso y precio, pueden acceder con facilidad a la partida arancelaria de mensajería acelerada,

añadiendo que, los consumidores pueden acceder a portales web de los negocios internacionales y gestionar sus compras con facilidades de pago, como por ejemplo, el uso de tarjetas de crédito y débito, dichas condiciones de pago que no todos los negocios internos disponen.

Para el análisis de la problemática, se han categorizado por etapas que facilitan la ejecución:

- Revisión de datos estadísticos de la evolución de la subpartida arancelaria 9807.10.30.00, que incluye lo relacionado con Paquetes por Correos Rápidos (Mensajería Acelerada o Courier), con esta exploración se puede identificar en términos cuantitativos, el comportamiento de la partida a través del tiempo, identificando también, el impacto que ha tenido la eliminación de la tasa arancelaria de USD 42,00, en el volumen de importaciones bajo la modalidad 4x4, es decir con el uso que ha tenido la subpartida en mención.

Como contrapartida del primer análisis estadístico, también se investigará sobre las variaciones anuales del comercio interno ecuatoriano, pues así, se puede establecer la relación que existe entre las decisiones arancelarias de la partida de correos rápidos, y su incidencia en el mercado local de prendas de vestir.

- Perspectiva del comerciante ecuatoriano dedicado a compra y venta de prendas de vestir los comerciantes son los principales involucrados, y al identificar su nivel de conocimiento, se puede medir también, si se están formulando algún plan de acción que los mantenga en el mercado, sin afectaciones en sus ventas.
- Criterios y aportes de profesionales expertos: las políticas arancelarias están sujetas a un previo análisis de viabilidad y revisiones de su funcionalidad, los profesionales en comercio exterior pueden contribuir con la información técnica, que muchas veces es excluida por las partes que se sienten perjudicadas, en este caso, serían los comerciantes.

- Desarrollo de herramientas para la determinación del impacto de los cambios aduaneros en la Resolución 006-2021: la creación de una tabla comparativa entre las ventas nacionales e importaciones permitirá observar los efectos que generan los cambios.

A continuación, se plasmará los resultados de las etapas planificadas:

a) Análisis de datos estadísticos de las áreas involucradas

Análisis de datos estadísticos relacionados a la subpartida arancelaria 9807.10.30.00, Paquetes por Correos Rápidos (Mensajería Acelerada o Courier)

La información estadística de comercio exterior de bienes ha sido investigada en fuentes oficiales de la página web del Banco Central del Ecuador.

Tabla 6

Evolución en el tiempo de la subpartida arancelaria 9807.10.30.00 en importaciones

AÑO	FOB
2012	163,3 Millones de USD
2013	228,3 Millones de USD
2014	197,7 Millones de USD
2015	122,7 Millones de USD
2016	127,1 Millones de USD
2017	154,4 Millones de USD
2018	162,2 Millones de USD
2019	159,9 Millones de USD
2020	192,5 Millones de USD
2021	140,3 Millones de USD

Nota: Información tomada de las estadísticas de comercio exterior del Banco Central del Ecuador. (Banco Central del Ecuador, 2022, p. 1)

En la evolución de las importaciones que han ingresado al país en la subpartida de mensajería acelerada, se puede identificar los años que han marcado un cambio.

En el año 2013, se observa el monto más alto en cuanto a las importaciones, y a partir de este año se puede divisar una clara disminución en millones de dólares para el siguiente año, esto se debe a la implementación de la tasa arancelaria de USD 42 fue implementada en el año 2014 bajo la Resolución No. 023-2014 del

Comité de Comercio Exterior, donde se especifica que, para implementar la tarifa adicional, se ha tomado como referencia la información sugerida en el Informe Técnico No. MCPEC-COMEX-2014-0001-IT.

Entre los años 2014, 2015 y 2016, se observa la mayor reducción en las importaciones bajo esta subpartida, y es comprensible debido al periodo de adaptación y asimilación de los usuarios, y hasta cierto punto de rechazo por parte de los consumidores, al hecho de verse obligados a cancelar una tasa arancelaria adicional.

Entre los años 2017, 2018 y 2019, el volumen de importaciones se estabiliza y se mantiene en un promedio; en este periodo de tiempo, si se nota un ligero aumento la relación a lo mencionado en el párrafo anterior, pero aun así, no se logra llegar a un monto cercano al que se obtuvo en el año 2013, donde no existía esta tasa arancelaria.

En el año 2020, existe un crecimiento considerable en relación a los períodos fiscales donde se había implementado la tasa arancelaria, se presume que este incremento agresivo, se debe a la situación de emergencia sanitaria a nivel mundial, debido al Covid-19, donde los ciudadanos ecuatorianos estuvieron en confinamiento, y fue el año, donde surgieron más negocios con tiendas virtuales nacionales e internacionales, y aunque existían muchas restricciones para la logística mundial, el comercio tuvo que evolucionar en relación a la realidad de este momento.

Sin embargo, el auge del año 2020, ya no se presentó al periodo siempre, donde las restricciones de movilidad y comercio se fueron normalizando paulatinamente, y aunque se hubiera esperado un ligero crecimiento mayor, debido a la eliminación de la tarifa arancelaria de USD 42 en la Resolución No. 006-2021, que entró en vigor el 15 de junio del 2021, no se dio el caso, y volvió a tener una caía; como la resolución fue implementada a mitad del periodo fiscal, se presume que su impacto, puede ser analizado con mayor precisión, con los datos estadísticos posteriores al 2021, información que actualmente no está disponible.

Análisis de datos estadísticos relacionados al sector G: Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas

En el estudio sectorial: MIPYMES y grandes empresas en el Ecuador, periodo 2013-2017, publicado por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, en septiembre 2018, se idéntica la evolución del sector G, mismo que se subdivide en categorías, para este razonamiento, se tomará en consideración el código “G4711.01 – Venta al por menor de gran variedad de productos en tiendas, entre los que predominan, los productos alimenticios, las bebidas o el tabaco, como productos de primera necesidad y varios otros tipos de productos, como prendas de vestir, muebles, aparatos, artículos de ferretería, cosméticos, etcétera.”, se presenta una tabla con datos sobre los ingresos generados por ventas de esta subcategoría, y de esta manera contraponer con la información de las importaciones.

Tabla 7

Ingresos por ventas del sector G: código G4711.01

AÑO	MIPYMES
2013	226,1 Millones de USD
2014	229,4 Millones de USD
2015	227,7 Millones de USD
2016	221,9 Millones de USD
2017	202,0 Millones de USD

Nota: Estudio Sectorial de MIPYMES y Grandes Empresas elaborado por Dirección Nacional de Investigación y Estudios. (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros del Ecuador, 2017)

Con los datos presentados en la tabla anterior, se puede observar con claridad que existe constancia en el volumen de ingresos por ventas del sector G, específicamente del código que incluye las prendas de vestir, y gran variedad de productos adicionales, que en conjunto generan millones de dólares americanos en ventas; en cuanto a los resultados de las MIPYMES, que son las micro, pequeñas y

medianas empresas, y se puede observar que, a partir del año 2014, empieza un descenso en los ingresos por ventas de los negocios menores; hasta bajar 27 millones de USD en ingresos al año 2017.

Se entendería que, sí existiera una relación directa entre la implementación de la tarifa de 42 USD a los correos rápidos en el año 2014 y su impacto en el comercio interno del sector G, código G4711.01, los ingresos por ventas deberían aumentar en los años siguientes, ya que los usuarios, tendrían barreras arancelarias para importar, por lo que le darían prioridad al consumo local, por ende repercutiría en un comportamiento favorable y de crecimiento para este sector en específico, pero no fue el caso, ya que hubo un decrecimiento constante.

En la siguiente tabla, se puede observar los datos históricos recopilados, mismos que se presentan de forma comparativa, y no reflejan una relación directa fuerte entre la partida de mensajería acelerada, en relación con el volumen de ventas de los negocios locales dedicados a prendas de vestir, cuando se hubiera esperado otro resultado a partir de la implementación de la tarifa de 42 USD.

Tabla 8

Comparación de datos estadísticos para medición de relación entre la subpartida de mensajería rápida y el volumen de ingresos del código G4711.01 por las MIPYMES

AÑO	Evolución en el tiempo de la subpartida arancelaria 9807.10.30.00 en importaciones	Ingresos por ventas del sector G: código G4711.01 por las MIPYMES
2013	240,1 Millones de USD	226,1 Millones de USD
2014	208,0 Millones de USD	229,4 Millones de USD
2015	130,7 Millones de USD	227,7 Millones de USD
2016	135,5 Millones de USD	221,9 Millones de USD
2017	164,7 Millones de USD	202,0 Millones de USD

Nota: Información compartida de las dos tablas anteriores del presente documento

En el año 2021, la COMEX resolvió eliminar la tarifa de 42 USD para los paquetes que ingresan en el sistema 4x4 de mensajería acelerada para importar al Ecuador, por lo que, a simple percepción, se supondría que en el comportamiento en el mercado interno sería desfavorable, debido a la existencia de una opción de acceder a importar sin pagar tarifas adicionales; sin embargo, a nivel histórico, se ha confirmado que, cuando la tarifa fuera implementada, no tuvo mayor impacto, por lo que ahora, con su eliminación, tampoco se presentaría un incidencia relevante. Por lo que, si en el año 2014, cuando se implementó la tarifa arancelaria, no hubo un crecimiento en el comercio local, entonces en la actualidad, con la eliminación de esta tarifa arancelaria, ¿En realidad podríamos considerar un perjuicio para el comerciante local?

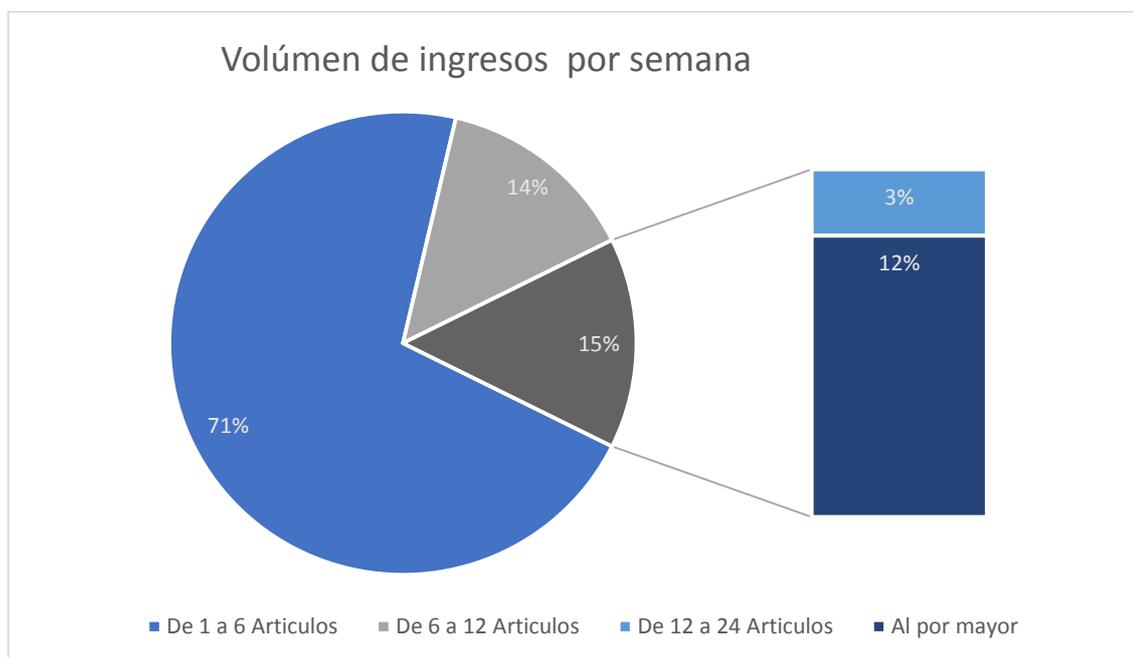
b) Perspectiva del comerciante ecuatoriano dedicado a la compra y venta de prendas de vestir.

Con la aplicación de una encuesta a comerciantes del sector norte del distrito metropolitano de Quito, se pretende obtener información relevante sobre varios aspectos importantes, por ejemplo: el nivel de conocimiento de los comerciantes acerca de los cambios en las tarifas arancelarias referentes a la Categoría B, la perspectiva de afectación en cambios de volúmenes de venta, y las posibles estrategias que aplicarían para evitar disminuciones en volúmenes de ventas. Los encuestados son comerciantes de negocios con establecimientos físicos, fuera de centros comerciales para obtener información de negocios más pequeños.

El primer enfoque de la encuesta está direccionado al área de ventas del negocio: ingresos monetarios, unidades vendidas, formas de pago disponibles, logística y envíos. A continuación, se reflejan los resultados obtenidos:

Ilustración 6

Volumen de Ingresos Semanales por Venta en comercialización de prendas de vestir



Nota: Información tomada de la encuesta aplicada a comerciantes por el autor

El 73% de los comerciantes tienen ingresos semanales de máximo 1200 USD, por lo que genera al mes, un ingreso tributario máximo de 4800 USD, y analizando la colección del impuesto al valor agregado, se podría determinar que cada 73% de los contribuyentes dedicados a la comercialización de prendas de vestir en Quito, aportan con un máximo de 576 USD a las arcas de la administración tributaria por este impuesto.

Por otro lado, el 20% de los comerciantes tienen ingresos semanales de máximo 2400 USD, por lo que genera al mes, un ingreso tributario máximo de 9600 USD, aportando un máximo de por impuesto al valor agregado 1152 USD.

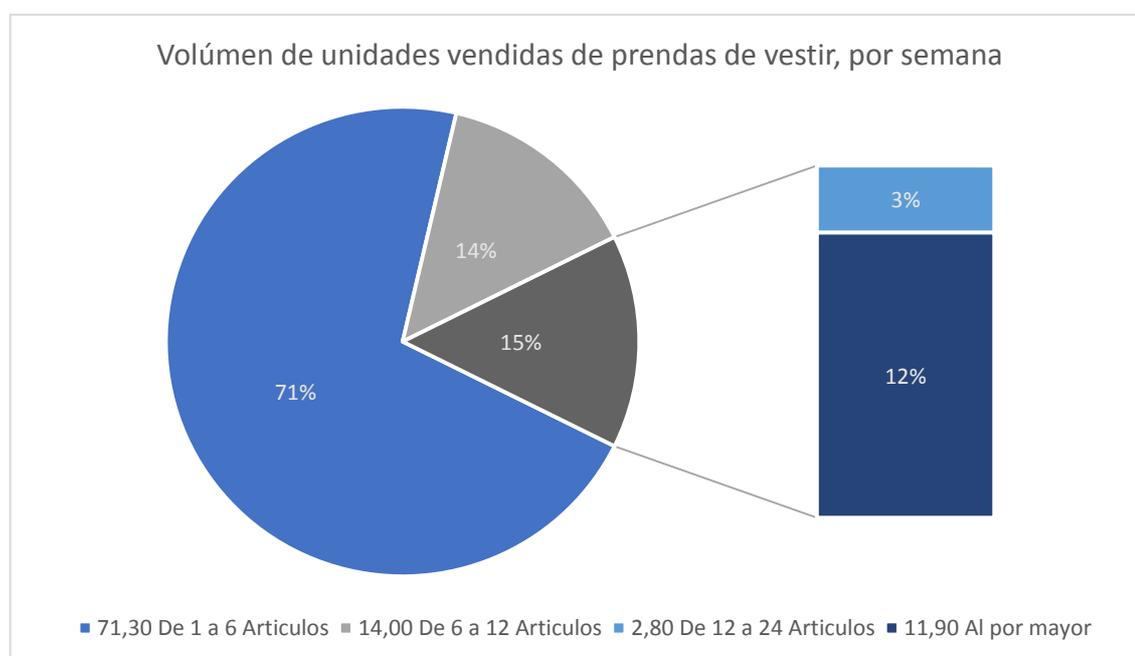
Una minoría del 7% aportan ingresos tributarios más elevados, pues el 4% de estos comerciantes perciben ingresos máximos de 3600 USD semanales, al mes sería 14400 USD con una aportación de impuesto al valor agregado 1728 USD por cada contribuyente.

Todos los cálculos estimados, responden a un impuesto al valor agregado generado por cada contribuyente, excluyendo las deducciones por impuesto al valor agregado proveniente de costos o gastos atribuibles a las ventas.

Dentro de las preguntas planteadas a los comerciales, se consulta sobre la cantidad de unidades por transacción comercial, y así, establecer diferencias entre las unidades que compran al mercado local, y la posibilidad de unidades que podrían importar, considerando el peso límite de cuatro kilos, dentro de la categoría 4x4.

Ilustración 7

Volumen de Unidades Vendidas, por semana



Nota: Información tomada de la encuesta aplicada a comerciantes por el autor

En los resultados, se puede observar que el 71% de los encuestados registran ventas de 1 a 6 unidades por transacción comercial, por lo que son ventas menores, Mientras que el 14%, vende un aproximado entre 6 a 12 artículos por cada transacción comercial.

Finalmente, el 15% de los comerciantes, respondieron que, en sus transacciones venden artículos por docenas, sin embargo, esta pregunta, se la debe relacionar con los valores monetarios de las ventas, por la variedad de unidades y precios unitarios.

En el segundo enfoque de la encuesta, se consultó a los encuestados está enfocado a las formas de pago que tiene disponibles para los clientes, se plantearon las más comunes dentro del país: efectivo, transferencias bancarias, tarjetas de crédito o débito, o crédito directo, dejando a los encuestados la libertad de seleccionar una o varias opciones de respuesta, según la realidad de su negocio.

Tabla 9

Resumen de formas de pago que ofrecen los comerciantes

Alternativas de formas de pago seleccionadas por encuestados	Resultado Global	Identificación por alternativas		
		Efectivo/Transferencia	Tarjetas de Débito/Débito	Crédito Directo
Crédito Directo	2%			2%
Efectivo/Transferencia	61%	61%		
Efectivo/Transferencia, Crédito Directo	4%	4%		4%
Efectivo/Transferencia, Tarjetas de Débito/Crédito	18%	18%	18%	
Efectivo/Transferencia, Tarjetas de Débito/Crédito, Crédito Directo	10%	10%	10%	10%
Tarjetas de Débito/Crédito	5%		5%	
Total general	100%	93%	33%	16%

Nota: Información tomada de la encuesta aplicada a comerciantes por el autor

Del cuadro anterior, se puede observar que la preferencia de los negocios en cuanto al manejo del dinero provenientes de su giro del negocio, mismo que está enfocado en un 93% a recibir efectivo o transferencias bancarias, y dentro de ese porcentaje, un 61% de los mismos, solo acepta este medio de cobro, como su única alternativa para los clientes; mientras que la diferencia, combinan con tarjetas de crédito/débito o crédito directo.

El resultado obtenido demuestra que, los negocios dedicados a la comercialización de prendas de vestir prefieren el manejo de ventas al contado enfocados en efectivo y/o transferencias bancarias, sin uso preferencial de tarjetas de crédito/débito; Por

lo que también, se procedió a consultar a los comerciantes, las razones por las cuales no incluyen a las tarjetas de crédito/débito, como alternativas de cobros en cada negocio, y así, determinar si están interesados en implementarlo o no.

Los negocios pequeños a menudo pierden oportunidades de vender, porque mantienen como medio de pago, únicamente al efectivo y/o transferencias, mientras que muchos consumidores, prefieren el manejo de tarjetas de crédito/débito por control de gastos, falta de liquidez, y seguridad ante posibles robos.

Actualmente, el mercado es tan competitivo, por lo que se debe manejar un conjunto de estrategias brillantes para captar clientes, sobre todo con, las nuevas alternativas que disponen los consumidores, al disponer de una partida arancelaria que les permita importar artículos de otros países con facilidad, por lo que, para los negocios locales, y una alternativa que podría aumentar su volumen de ventas y elección por parte de nuevos clientes, es la implementación de formas de pago electrónicas.

Como lo menciona el Bill Gates, cofundador de Microsoft: “Tus clientes más insatisfechos son tu mayor fuente de aprendizaje.”, es una frase que motiva a los negocios a escuchar a los clientes, porque cada comentario, podría brindar oportunidades de crecimiento.

Durante la encuesta, se recopiló información sobre la situación comercial de los negocios, y en cuanto a formas de pago, se identificó que, de los comerciantes que aceptan tarjetas de crédito/débito, el 51,70% cobran un recargo adicional al cliente, debido a que las entidades emisoras de tarjetas de crédito, cobran comisiones por su uso, y en base al volumen de las ventas de los establecimientos, por lo que, si este recargo es asumido por el cliente, el negocio no tiene disminuciones en sus márgenes de utilidad; mientras que, si este recargo es asumido por el negocio, el mismo tendrá afectaciones en su resultado.

Considerando lo mencionado en el párrafo anterior, se puede percibir que, los comerciantes necesitan una capacitación para una adecuada definición de los precios de venta al público, donde se incluya los costos financieros de las tarjetas de crédito a todas las prendas, de forma independiente al medio de pago que seleccione cada cliente, y de esta manera, ellos no percibirán que existen cobros adicionales; es valioso comunicar que, las empresas grandes, trabajan con una estrategia de fijación de precio, que sea sostenible y rentable a través del tiempo, para mantener un negocio en marcha.

Ilustración 8

Motivos por los que los comerciantes no aceptan tarjetas de crédito



Nota: Información tomada de la encuesta aplicada a comerciantes por el autor

Por otro lado, de los encuestados que no usan a las tarjetas de crédito en sus negocios, se les consultó sus argumentos, y como lo muestra el gráfico, el 49% prefiere el manejo del dinero en efectivo y transferencias bancarias por liquidez, pues no manejan líneas de créditos con sus proveedores, y necesitan disponer de recurso monetario corriente para abastecerse de inventarios de mercadería.

Mientras que el 29% de los encuestados, desconocen los procesos administrativos que deben seguir para incluir cobros con tarjetas de crédito y débito, por lo que este porcentaje de comerciantes, no se niegan a la posibilidad de acceder a esta estrategia para mejorar sus volúmenes de ventas; mientras que el 22% prefiere

disponer de dinero sin uso de plataformas electrónicas, por falta de confianza en el uso de medios electrónicos.

En los dos enfoques anteriores, se han planteado temáticas en cuanto a ventas y formas de cobros disponibles de los negocios dedicados a la comercialización de prendas de vestir; y con el último enfoque, se indaga acerca del nivel de conocimiento en el comercio exterior, específicamente de la subpartida de Correos Rápidos (Mensajería Acelerada o Courier), en la categoría B.

Los resultados de la primera pregunta son satisfactorios, pues el 74% de los encuestados, tienen conocimiento de las alternativas que disponen los consumidores para importar artículos personales sin cancelar los 42 USD de la tasa arancelaria que se manejaba previo a la Resolución 006-2021 del Comité de Comercio Exterior para los correos rápidos. Por otro lado, el hecho de mantenerse informado no garantiza que exista un análisis del impacto a su economía, por lo que se investigará el accionar de los comerciantes, frente al conocimiento de cambios arancelarios.

De hecho, se consultó a los comerciantes, sobre el nivel de impacto que perciben, a continuación, se describen las principales respuestas en relación con impactos detectados por los encuestados:

Tabla 10

Impactos detectados en la encuesta a los comerciantes

Impactos Detectados	Porcentaje
Se genera una competencia entre el comercio electrónico y comercio nacional, dejando en desventaja al comercio ecuatoriano.	56%
Los consumidores preferirían adquirir prendas de tiendas reconocidas del extranjero, al mismo precio del mercado local.	23%
El comercio electrónico permite los pagos con tarjetas de crédito en un mayor porcentaje, que los negocios ecuatorianos.	12%
Afectación a la producción nacional.	5%
No existe afectación para el negocio.	4%
Total General	100%

Nota: Información tomada de la encuesta aplicada a comerciantes por el autor

La mayor parte de los encuestados concuerda en que existen afectaciones negativas por el cambio en las medidas arancelarias para los paquetes de mensajería acelerada, por otro lado, una minoría del 4% afirma que, no existen incidencias en el negocio, porque aplican estrategias adicionales para cuidar a la clientela, por ejemplo algunos negocios disponen de publicidad y manejo de redes sociales, otros ofrecen variedades en prendas de vestir, incluyendo creaciones propias con marcas nacionales, algunos ofrecen servicio de entallaje, con la finalidad de vender las prendas a la medida de los clientes, sin costos adicionales, y otros brindar asesoría de imagen a sus clientes.

Las estrategias que han contemplado algunos comerciantes, sin duda, les han permitido mantener su volumen de ventas, creando una fidelidad con sus clientes; estos comerciantes están construyendo negocios que aportan a la economía interna, y han reaccionado al cambio de forma favorable; no obstante, siguen siendo la minoría, pues el resto han sentido la desprotección del Gobierno al mercado interno, con la eliminación de barreras arancelarias.

Por consiguiente, los negocios que afirmaron tener conocimiento de los cambios en las medidas arancelarias aún no han implementado las medidas suficientes que contrarresten el problema y minimicen el impacto económico, solo tienen la convicción que se existe una afectación negativa, y ahí radica la diferencia entre los emprendedores que buscan luchar por sobrevivir en un mundo cada vez más competitivo, y otros comerciantes que trabajan con un método lineal todo el tiempo.

Entre las apreciaciones de los comerciantes, se destaca opiniones muy razonables sobre la posibilidad de que el gobierno tome medidas compensatorias con el comercio interno; si bien es cierto, con la eliminación de las barreras arancelarias en la partida de mensajería acelerada, se incentiva a los consumidores a importar, el Estado podría considerar medidas tributarias internas de incentivo para el comercio interno, mostrando un grado de flexibilidad o creación de regímenes tributarios que cumplan con el principio de simplicidad tributaria para los negocios pequeños.

Los comerciantes también expresaron una postura interesante frente al nivel de conocimiento de los consumidores en relación al manejo del comercio electrónico, y el temor de ser estafados al ingresar información de tarjetas de crédito en portales web inseguros, lo que claramente representa una ventaja para los negocios de tiendas físicas, donde el usuario cancela por un producto que recibe en ese momento, donde puede observar la talla, la calidad y el color a su gusto, mientras que las compras por medio de importaciones no garantizan que el cliente recibirá lo que espera.

En un mundo comercial tan variable, mientras nacen nuevas formas de hacer negocio, otras pueden quedarse obsoletas; pues con la eliminación de barreras arancelarias, los profesionales en comercio exterior pueden encargarse de asesorar a personas interesadas en importar prendas de vestir por una comisión y facturar por ese monto, generando otro tipo de ingresos tributables.

Después de conocer la realidad desde el punto de vista de los consumidores, en la siguiente etapa, se considerará la apreciación de profesionales en materia de comercio exterior, mediante entrevistas semi guiadas.

c) Criterios y aportes de profesionales expertos.

El comercio exterior, aduanas y manejo de logística internacional requiere un estudio amplio por parte de profesionales, para la correcta aplicación en todos los países, ya que el comercio es una línea de conexión directa a nivel mundial, y cada país es responsable de medir sus importaciones y exportaciones, a través de la balanza comercial, misma que hace referencia al comercio de bienes en importaciones y exportaciones, la balanza comercial es el resultado de las exportaciones menos las importaciones, en cuyo resultado sea positivo significa que en el país, se exportaron más bienes de los que se importaron; siendo el escenario más favorable para el país, porque se visualiza que existe un mercado nacional competitivo frente a un comercio internacional; sin embargo ese no es el resultado en el Ecuador, por tanto es responsabilidad del Estado, establecer las medidas necesarias para mejorar el resultado en la balanza, y de esta manera también, se

puede proteger la producción nacional, la vía más sencilla de implementar es la creación de tasas arancelarias y salvaguardas.

Con la finalidad de conocer el criterio profesional, se entrevistó a expertos en la materia, con quienes se pudo compartir aspectos importantes para la medición del impacto tras la eliminación de la tarifa arancelaria de 42 USD a los paquetes de mensajería acelerada.

En primera instancia, se busca identificar las razones que movieron al Gobierno para eliminar una barrera arancelaria que se consideraba como protección para el mercado local, y sin duda, bajo la percepción de comerciantes, si existe una clara afectación.

Los profesionales consideran que el actual gobierno mantiene su posición alineada con el libre comercio y cumple acuerdos con la Organización Mundial del Comercio, y destacan que, se brinda a los consumidores el derecho a adquirir productos de su preferencia en cuanto a precios y marcas, minimizando el costo de envíos de las cargas. Añadieron también, que la medida responde a una estrategia contra el nivel de contrabando. Por lo que, en conclusión, están de acuerdo con los cambios en la Resolución 006-2021 del Comité de Comercio Exterior, porque abarca varios beneficios en función a relaciones comerciales internacionales, medidas anti-estafas o contrabando, y un incremento de alternativas para los consumidores.

Después de esto, se indaga sobre la apreciación de los profesionales, en cuanto al impacto de la eliminación de la tarifa de 42 USD en la partida de paquetes de mensajería acelerada y Courier, bajo las siguientes aristas:

Balanza Comercial: Existe un impacto bajo, ya que el objetivo de este tipo de importaciones es para uso personal, por lo que su incidencia es reducida, a pesar de que se podría considerar un ligero incremento en importaciones.

Comerciantes: Existe un impacto bajo, ya que son pocas las personas que utilizan el sistema 4x4. El sistema tiene limitantes, como son el que es necesario una tarjeta

de crédito internacional, manejo adecuado de las plataformas de compra, cierto conocimiento informático, entre otros.

Los profesionales en la materia identifican un impacto bajo para los comerciantes, sus respuestas están alineadas al nivel de conocimiento de los usuarios y manejo de los sitios web; concuerdan que el país aún percibe al comercio electrónico con precaución y recelo, por miedo a estafas o inconformidades con el producto, aunque en otros países, las políticas de calidad y la satisfacción del cliente son prioridad, en Ecuador aún no existe esa cultura de compromiso con los clientes, lo que incrementa la incertidumbre hacia un comercio exterior.

Con la percepción de los expertos, cambian la postura de los algunos comerciantes, ya que, en términos generales, su volumen de ventas no tendrá una disminución representativa, mientras apliquen planes estratégicos sobre calidad y atención al cliente, es bien conocido que, un cliente satisfecho siempre regresa.

Administración tributaria: Existe un impacto bajo, porque el monto total dentro de este sistema no es representativo frente al total de importaciones del país, y por otro lado es un dolor de cabeza menos para los controles del contrabando.

El estado deja de perseguir el valor de la tarifa de USD 42 por cada paquete que ingresaba bajo la subpartida de la mensajería acelerada, pero como existirá un incremento en las importaciones por este concepto, serán las empresas de Courier quienes reportarán una mayor facturación, generando impuesto al valor agregado tarifa 12%, y el impuesto a la renta.

Consumidores: Existe un impacto medio, los consumidores tienen una mayor cantidad de alternativas al momento de elegir los productos que van a adquirir. Tanto entre productos locales como extranjeros, sin embargo, siguen siendo pocos los que utilizan este sistema.

Para los consumidores, permite acceder a compras en el exterior que, dependiendo la temporada o promociones en plataformas como Amazon, e-bay, farfetch, zaful y

otras, facilita la compra de prendas de vestir, calzado a menor precio que el que tiene en el mercado nacional en algún centro comercial.

Finalmente, se consultó a los profesionales: ¿Cuál es el proceso que debe seguir un usuario para poder importar bajo la modalidad 4x4? Para determinar si en efecto, es un mecanismo amigable para los consumidores.

El proceso que debe seguir comienza con saber realizar compras en línea, y tener tarjeta de crédito o débito que permite comprar en el exterior. Luego, se debe tener un casillero en el exterior al cual lleguen sus compras, hay empresas que se dedican a consolidar dichos paquetes, y solo piden que se registre con su cédula de identidad y pague una tarifa por su servicio, misma que usualmente suele ir en relación con el peso del paquete. Finalmente, y lo más importante que la factura esté a nombre de la persona importadora, también se debe respetar los límites de precio y kilos que contempla este régimen de importación, no más de 4kg y no más de 400 USD FOB.

Es necesario un adecuado uso de los medios de pago, especialmente en lo relacionado a compras con tarjetas de crédito y contraseñas. Se debe utilizar páginas de compra seguras y tener cuidado de no compartir datos en computadores públicos, computadores de otras personas, entre otros. Para esto, la persona debería realizar todo el proceso, sin ayuda de externos y desde su equipo personal, conociendo todo lo relacionado a tracking de productos, estado del pedido, devoluciones, fechas de entrega, etc.

Además, el usuario debe investigar a fondo los productos a importar y el medio de transporte que se va a utilizar, ya que pueden tener complicaciones al momento de sacarlos del país de origen o de llegada al país de destino, aunque cumplan con los requisitos del 4x4. Uno de los expertos compartió una experiencia de un artículo que no es una prenda de vestir, pero la vivencia es rescatable y aporta para considerar detalles al momento de importar. El experto comentó que quiso importar una patineta eléctrica tipo “longboard” y se encontró con el problema de que es prohibido subir al avión en EEUU, aparatos con una batería de litio con las

características que tiene la del producto a importar y tampoco se puede llevar vehículos impulsados por baterías externas (tipo scooters, boards).

Los profesionales manifiestan que los usuarios deben cuidar de la seguridad de su información en cuanto a datos personales y de tarjetas de crédito, adicionalmente aconsejan a los usuarios a indagar sobre los productos a importar para evitar problemas en el trayecto. Demostrando que no es tan sencillo el proceso de importación para personas naturales.

Acto seguido al análisis de las entrevistas, se desarrolla la siguiente etapa que consolida los resultados de la investigación mediante ejemplos que esclarezcan la realidad del impacto en el comercio interno con el cambio de políticas arancelarias en mensajería acelerada.

d) Desarrollo de herramientas para la determinación del impacto de los cambios aduaneros en la Resolución 006-2021

Después de conocer la realidad de los comerciantes, y consultar con expertos del comercio exterior, se plantea una matriz con la información referencial sobre las compras de prendas de vestir en un mercado local de la ciudad de Quito, también en el mercado electrónico bajo la modalidad 4x4, y el contrabando.

La idea es materializar un proceso de importación bajo la subpartida arancelaria de mensajería acelerada, en contraste con una transacción comercial interna.

El primer escenario que se dibuja a continuación muestra la importación de prendas de vestir de marcas reconocidas por páginas web oficiales de tiendas comerciales, también se presenta, la adquisición de las mismas prendas, pero con los encargos a viajeros, que vendría a considerarse como contrabando, y también la compra de prendas de vestir de similares características de producción nacional en el mercado interno en la capital del Ecuador.

Tabla 11

Simulador primer escenario comparativo de adquisición de prendas de vestir

Concepto	Compra en el Exterior (Paquetes 4x4)		Compra en mercado local con producción nacional		Contrabando Encargos a viajeros	
Prenda de Vestir	LEE – 2 Pantalones para mujer	\$46,71	2 pantalones para mujer marcan nacional	\$59,98	LEE – 2 Pantalones para mujer	\$40,00
	Silver Jeans Co. – 2 Chaquetas ajustada para mujer	\$175,70	2 chaquetas Jeans Ajustada	\$78,00	Silver Jeans Co. – 2 Chaquetas ajustada para mujer	\$120,00
Impuesto al Valor Agregado	IVA Miami (7%)	\$15,57	IVA Nacional (12%)	\$16,56	IVA Miami (7%)	\$11,20
Valor Flete	Si aplica	\$20,99	No Aplica	\$0,00	No Aplica	\$0,00
Valor Seguro	Si aplica	\$2,38	No Aplica	\$0,00	No Aplica	\$0,00
Valor por Peso	Si aplica	\$2,04	No Aplica	\$0,00	No Aplica	\$0,00
Comisión por Compra	No Aplica	\$0,00	No Aplica	\$0,00	Si aplica	\$20,00
TOTAL		\$263,39		\$154,54		\$191,20

Nota: Información tomada de la encuesta aplicada a comerciantes por el autor

En línea comparativa, se demuestra que el contrabando es una alternativa beneficiosa para los consumidores que prefieran prendas de vestir de marcas reconocidas, pero también la que tiene un mayor riesgo, debido a que no existen garantías que eviten estafas, porque es una actividad fuera del marco legal del país. Por otro lado, se puede apreciar que es más conveniente adquirir prendas de vestir de producción nacional frente a la importación de artículos de marcas reconocidas, sin embargo, los aranceles que se cancelan para transportar son razonables, y dependiente el interés de los consumidores, podrían cancelar el precio, pero con una mayor seguridad de que los artículos van a llegar.

Sin embargo, para importar artículos de vestir, el consumidor debe conocer con exactitud las tallas de las prendas, ya que el cambio es prácticamente imposible, y si existe inconformidad con el artículo, es complicado gestionar una devolución.

En cambio, la producción nacional, le ofrece al consumidor la posibilidad de observar la prenda, de revisar la calidad de su material, y apreciar como luce en su cuerpo; que sin duda es una ventaja sobre las opciones revisadas anteriormente, y en cuanto al precio, se encuentra en un margen aceptable y conveniente para la economía de los consumidores, y adicionalmente, generando un ingreso tributario para el país.

Finalmente, esta comparativa no ofrece igualdad de condiciones, porque los artículos de producción nacional mantienen un precio diferente del asignado por empresas de marcas reconocidas internacionalmente; sin embargo, se tomó esta información, debido al tipo de artículos que ofrecen los comerciantes de prendas de vestir que son parte del material de estudio, ya que por otro lado, dentro del país, si existen tiendas que comercializan los artículos de marcas reconocidas, pero son entidades constituidas como empresas medianas, y lo que se busca es el impacto para el comercio interno minorista.

Para complementar el primer escenario, se presenta otro cuadro comparativo, pero en esta ocasión considerando una de las debilidades de los comerciantes minoristas en el Quito, como lo es, el cobro de comisiones o rubros adicionales por pagos con tarjetas de crédito a los consumidores, esta práctica muy común en todo el país, pero que es ilegal, ya que los establecimientos que permiten consumos con tarjeta de crédito deben asumir los costos financieros que se generan por pagos bajo esta modalidad, más no los clientes; y aunque, este tema si se detalla explícitamente en los contratos que firman los establecimientos para poder ofrecer a los consumidores este mecanismo de pago, en algunos casos se ha hecho caso omiso.

A continuación, se detalla la información del primer escenario, con el cálculo de comisión por cobros con tarjeta de crédito, que, dependiendo los establecimientos,

cobran del 8% al 10% adicional.

Tabla 12

Simulador segundo escenario comparativo de adquisición de prendas de vestir

Concepto	Compra en el Exterior (Paquetes 4x4)		Compra en mercado local con producción nacional		Contrabando Encargos a viajeros	
Prenda de Vestir	LEE – 2 Pantalones para mujer	\$46,71	2 pantalones para mujer marcan nacional	\$59,98	LEE – 2 Pantalones para mujer	\$40,00
	Silver Jeans Co. – 2 Chaquetas ajustada para mujer	\$175,70	2 chaquetas Jeans Ajustada	\$78,00	Silver Jeans Co. – 2 Chaquetas ajustada para mujer	\$120,00
Impuesto al Valor Agregado	IVA Miami (7%)	\$15,57	IVA Nacional (12%)	\$16,56	IVA Miami (7%)	\$11,20
Valor Flete	Si aplica	\$20,99	No Aplica	\$0,00	No Aplica	\$0,00
Valor Seguro	Si aplica	\$2,38	No Aplica	\$0,00	No Aplica	\$0,00
Valor por Peso	Si aplica	\$2,04	No Aplica	\$0,00	No Aplica	\$0,00
Comisión por Compra	No Aplica	\$0,00	Si aplica RECARGO TARJETA DE CREDITO	\$11,09	Si aplica	\$20,00
TOTAL	\$263,39		\$165,63		\$191,20	

Nota: Información tomada de la encuesta aplicada a comerciantes por el autor

Los establecimientos de comercio interno minorista de prendas de vestir que cobran recargos ilegales para pagos con tarjeta de crédito, pueden ser denunciados por llevar a cabo estas malas prácticas, sin embargo queda a libertad del consumidor, adquirir los productos con las restricciones que imponen los comerciantes, o buscar otra alternativa, no obstante, el precio final que cancelaría el consumidor con este recargo si paga con tarjetas de crédito, sigue siendo una alternativa favorable, aunque no es correcto y puede ser denunciado.

En el siguiente escenario, las condiciones se asemejan en cuanto a los productos que se adquieren, aunque dentro del mercado interno, se comercializarían desde empresas medianas, que mantienen sus establecimientos en centros comerciales, y políticas empresariales de sus multinacionales.

Tabla 13

Simulador tercer escenario comparativo de adquisición de prendas de vestir

Concepto	Compra en el Exterior (Paquetes 4x4)		Compra en mercado local con producción nacional		Contrabando Encargos a viajeros	
Prenda de Vestir	LEE – 2 Pantalones para mujer	\$46,71	LEE – 2 Pantalones para mujer	\$96,41	LEE – 2 Pantalones para mujer	\$40,00
	Silver Jeans Co. – 2 Chaquetas ajustada para mujer	\$175,70	Silver Jeans Co. – 2 Chaquetas ajustada para mujer	\$103,56	Silver Jeans Co. – 2 Chaquetas ajustada para mujer	\$120,00
Impuesto al Valor Agregado	IVA Miami (7%)	\$15,57	IVA Nacional (12%)	\$24,00	IVA Miami (7%)	\$11,20
Valor Flete	Si aplica	\$20,99	No Aplica	\$0,00	No Aplica	\$0,00
Valor Seguro	Si aplica	\$2,38	No Aplica	\$0,00	No Aplica	\$0,00
Valor por Peso	Si aplica	\$2,04	No Aplica	\$0,00	No Aplica	\$0,00
Comisión por Compra	No Aplica	\$0,00	No Aplica	\$0,00	Si aplica	\$20,00
TOTAL		\$263,39		\$223,97		\$191,20

Nota: Información tomada de la encuesta aplicada a comerciantes por el autor

En el cuadro referencial, se puede apreciar que las prendas de vestir de marcas reconocidas pueden ser adquiridas a precios similares que los provenientes de importaciones bajo la partida de mensajería acelerada, por lo que, si resultase más conveniente, mantener las compras dentro del mercado nacional.

Por otro lado, pueden existir consumidores interesados en importar todo tipo de ropa sin necesidad de pertenecer a marcas reconocidas, y si mantienen niveles de conocimiento aceptables en cuanto a la informática y de compras electrónicas, pueden establecer una balanza favorable hacia las importaciones, ya que la misma permite la importación de artículos de usos personales, por lo que se podría adicionar accesorios como relojes, y complementar la compra.

Cada alternativa tiene sus pros y contras, y en este caso de análisis del comercio interno minorista, cada negocio debe establecer un análisis de situación interna y externa, para el desarrollo de una planificación enfocada en la lucha contra la competencia y aprovechamiento de las fortalezas que contribuyan a un negocio en marcha.

6. Conclusiones

El entorno económico del país debe responder a los cambios que se van presentando a través de una línea de tiempo, donde se van presentando estrategias económicas y comerciales innovadoras, por lo que a las empresas y a los emprendedores les toca abrir caminos para mantenerse en un mercado, donde el desarrollo de la tecnología y el avance de la industria de transporte aéreo y marítimo de carga, han permitido que se acorten las distancias entre los países, y de esta manera, facilitar y mejorar sus relaciones comerciales, por lo que, un país debe ser capaz de definir sus políticas arancelarias considerando dos factores: una sana relación comercial con territorios extranjeros, y una política que mantenga la protección al mercado local.

La búsqueda del equilibrio entre estos dos factores se ha convertido en un reto para el gobierno nacional, pues Ecuador se caracteriza por ser un país paternalista y protector; sin embargo, esta postura es una gran limitante para construir una cultura económica libre, donde los consumidores puedan elegir abiertamente, como usar sus recursos monetarios, ya sea en un mercado local o extranjero.

En la resolución 006-2021 del COMEX, menciona la eliminación de una tarifa arancelaria de USD 42, a la partida arancelaria que abarca a los Paquetes por Correos Rápidos (Mensajería Acelerada o Courier), permitiendo a usuarios ecuatorianos importar con mayor facilidad; por lo que se ha buscado varias aristas para analizar el impacto que tendría la eliminación de esta tarifa implementada desde el año 2014, para el comercio interno de prendas de vestir.

En esta investigación, la opinión de expertos en materia de comercio exterior, afirman que el impacto en el comercio interno de prendas de vestir es bajo, ya que la importación no es un proceso sencillo que cualquier persona lo puede hacer; los usuarios necesitan conocimientos claros para identificar a los negocios internacionales confiables y procesos de importación de la paquetería 4x4, con el

fin de evitar complicaciones o riesgos de estafas, que se pueden presentar en el comercio electrónico.

La concordancia entre la opinión de expertos y los datos estadísticos oficiales, demuestran que el impacto es bajo en el comercio interno de las prendas de vestir, debido a que se examinaron las cifras generadas por las importaciones bajo modalidad 4x4, y los ingresos por ventas del comercio interno, y se observó una minúscula relación.

Por otra parte, los comerciantes encuestados en su mayoría consideran que la eliminación de la tarifa arancelaria, si será un inconveniente para sus negocios, porque representaría la baja en sus ventas, experimentando así, una percepción de desprotección del Gobierno hacia los negocios pequeños; y es natural que los comerciantes se sientan de esa manera, quizás podrían pensar que el Estado busca mayores ingresos por parte de las empresas dedicadas a la mensajería acelerada y Courier. Sin embargo, los datos históricos reflejaron otra realidad distinta, y ahí, se puede observar, que existió una decisión acertada por el Estado ecuatoriano, si existe otro inconveniente de fondo que se busca combatir como país, y es el contrabando que existe por parte de los viajeros al exterior, que cobran comisiones por encargos de diferentes productos extranjeros, y los trasladan a Ecuador, en sus equipajes, haciéndolos pasar como artículos propios.

Esta modalidad de contrabando se promociona en redes sociales, con anuncios y tarifas establecidas, actividad que no genera ingresos tributarios para el país, y también repercuten en las ventas de los negocios locales, por lo que el Gobierno, decidió eliminar la tarifa arancelaria, para brindar a los usuarios, una alternativa lícita mediante la paquetería 4x4.

Por otro lado, el Gobierno debe trabajar con los negocios ecuatorianos, sobre todo con los pequeños y medianos para contribuir con una adecuada consolidación de marcas ecuatorianas con planes estratégicos, económicos y publicitarios, que logren crear un sentido de pertinencia y nacionalismos en los consumidores, para

que su elección sea primero la producción nacional y el comercio interno; pero también que los comerciantes ofrezcan productos de calidad con alternativas adicionales de cobros, como tarjetas de crédito y débito.

En la introducción se plantearon algunas interrogantes como, por ejemplo, la eliminación de la tarifa arancelaria, ¿Afecta a los volúmenes de ventas de los comerciantes?, y la respuesta es no, no existe una afectación directa, basada en el estudio de datos estadísticos, ya que, si la respuesta dependiera de una visión subjetiva de los comerciantes, lo categorizarían como un impacto muy alto.

Otro de las interrogantes presentadas fue: ¿Cómo se compite con un mercado electrónico?, y esta pregunta sin duda, es muy extensa, sin embargo, los negocios locales deben considerar siempre, la existencia de competencia sea esta nacional o extranjera, y por esa razón, es importante la preparación de proyectos y planes económicos, que le brinden al comerciante, un horizonte claro que permita el cumplimiento de sus objetivos, e implementación de estrategias para una vigorización en el mercado. Finalmente, se presenta gráficamente una balanza entre los perjuicios y beneficios destacados, de la eliminación de la tarifa arancelaria sobre los paquetes de mensajería acelerada.

A continuación, se presenta una medición analítica del presente artículo.

Tabla 14

Cuadro de medición analítica

Objetivo	Problemática	Conclusión
Analizar la incidencia en la eliminación de la tasa Aduanera en la Categoría B mediante la revisión de informes económicos enfocados en importaciones para la determinación del impacto económico y tributario en la comercialización de prendas de vestir en el Ecuador.	Con la eliminación de la tasa aduanera en la Categoría B en la partida de Mensajería Acelerada o Courier, los consumidores pueden acceder a un comercio electrónico con mayor facilidad para importar; por lo que, el Estado deja de percibir ingresos aduaneros por la tarifa eliminada; mientras que, los negocios locales dedicados a la comercialización de prendas de vestir también se verían afectados en su volumen de ventas y montos de facturación.	Los datos estadísticos revisados sobre el comportamiento del comercio interno local dedicado a la comercialización de prendas de vestir tienen una afectación mínima, tras la eliminación de la tasa aduanera en la categoría B. Por lo que no existe una afectación en los volúmenes de ventas y montos de facturación de los negocios locales.

<p>Identificar los cambios históricos de la partida de mensajería postal o Courier Categoría B, para la determinación de su relación con la recaudación de tributos, mediante la revisión de informes aduaneros y tributarios relacionados a la comercialización de prendas de vestir.</p>	<p>Dentro del presupuesto general del Estado ecuatoriano, los tributos y aranceles forman parte de los ingresos del país, y al eliminar la tasa aduanera en la Categoría B en la partida de Mensajería Acelerada o Courier, el Ecuador deja de percibir USD 42, por cada paquete que ingrese con la categoría B; adicionalmente, al permitir que el consumidor importe directamente sus artículos personales, la tributación del impuesto al valor agregado lo percibirá el país origen desde donde se importan los artículos, mas no el Ecuador; con la eliminación de la tasa aduanera el Estado se verá perjudicado en la recaudación de tributos.</p>	<p>Con la eliminación de la tarifa de USD 42, el Estado deja de percibir tal ingreso; sin embargo, las decisiones tomadas responden a un intento de erradicar un problema mayor; como lo es el contrabando de mercadería por medio de vuelos comerciales; lo que motiva al Estado a diversificar sus fuentes de ingreso; fomentando el desarrollo del comercio local; para generar ingresos por impuesto al valor agregado y el impuesto a la renta de los emprendedores.</p>
<p>Identificar los cambios históricos de la partida de mensajería postal o Courier Categoría B, para la determinación de su relación con el volumen de ventas de los comerciantes minoristas, mediante la revisión de informes económicos relacionados a la comercialización de prendas de vestir.</p>	<p>Los comerciantes de prendas de vestir que mantienen negocios locales, no disponen de plataformas web con accesibilidad para pagos con tarjetas de crédito/débito, y tampoco disponen de los recursos económicos para invertir en dichas plataformas, que les permita competir dentro de un comercio electrónico; si los negocios ecuatorianos no se adaptan al uso de las tecnologías, pueden disminuir el volumen de sus ventas, por lo que sus ingresos se verán afectados y en consecuencia la recaudación del Impuesto a la Renta y el Impuesto al Valor Agregado.</p>	<p>Tras la revisión de los cambios históricos de la partida de mensajería postal o Courier Categoría B, en contraste con los datos estadísticos de los ingresos de los comerciantes de prendas de vestir, y la relación existe arroja una ausencia de impacto en el volumen de ventas de los comerciantes minoristas; por lo que, los usuarios tienen mayores alternativas de compra, pero el uso de importaciones tiene menor frecuencia que comprar en el mercado local.</p>
<p>Analizar la perspectiva del comerciante ecuatoriano sobre la eliminación de la tarifa arancelaria en la partida de mensajería postal o Courier, para la determinación del impacto en el volumen de ventas y facturación en los negocios locales.</p>	<p>La política arancelaria del Ecuador mantuvo protegido al comercio interno con la implementación de la tasa arancelaria en el año 2014. Sin embargo, para el año 2021, esta tarifa fue eliminada, permitiendo que los consumidores tengan la alternativa de gestionar compras internacionales e importar productos de uso personal; de esta manera el comercio interno tendrá que competir con un mercado mundial, mismo que ya cuenta con una trayectoria comercial frente a la del comercio interno ecuatoriano minorista.</p>	<p>Los comerciantes minoristas mantienen su volumen de ventas, a pesar de los cambios presentados en materia arancelaria; se puede percibir que los consumidores buscan seguridad en sus adquisiciones, como el tener la libertad de revisar la calidad del producto y las tallas a su preferencia; mientras que, en las importaciones, se puede observar la prenda por plataformas digitales.</p>

Nota: Elaborado por el autor

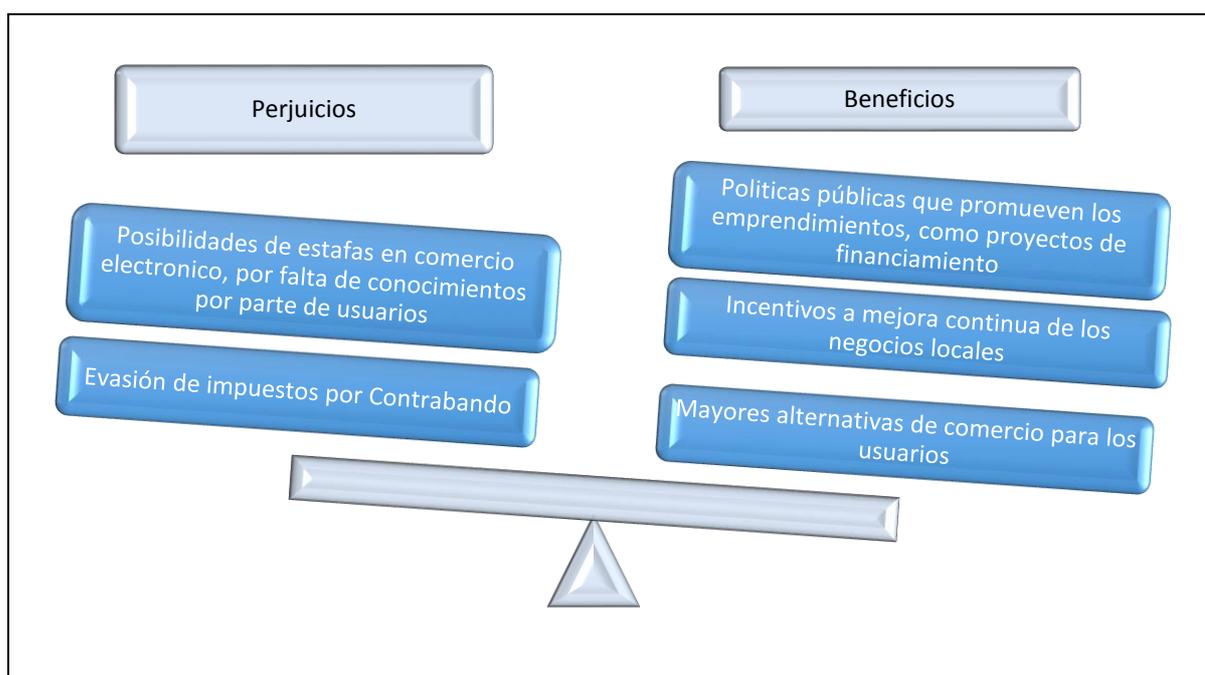
Cada decisión que tome el gobierno será motivo de debate y análisis; sin embargo, la misión es velar por todos los ciudadanos; y en efecto, se convierte en una labor ardua; por lo que la política económica y arancelaria es cambiante, porque debe ir perfeccionando conforme se vaya analizando en el campo de aplicación.

Por un lado, tiene la posibilidad de brindar a los consumidores, la libertad de elegir dónde adquirir sus prendas de vestir, bajo una ideología de libre comercio; mientras que, para los emprendimientos o comerciantes minoristas, puede ofrecer incentivos tributarios y facilidades de acceso a fuentes de financiamiento para el desarrollo de sus actividades; por lo que se puede concluir, que el Estado puede encontrar un equilibrio que beneficie a los involucrados, sin dejar a un lado, la decisión de los consumidores de buscar productos de calidad y a precios justos.

A continuación, se presentan gráficamente los principales perjuicios y beneficios de la eliminación de la tarifa arancelaria en importaciones.

Ilustración 9

Principales perjuicios y beneficios de la eliminación de la tarifa arancelaria en importaciones de paquetes de mensajería acelerada



Nota: Elaborado por el autor

Referencias

- Calles-García, J., & González-Pérez, P. (2011). *La Biblia del Footprinting*.
www.elhacker.net. (s.f.). *www.elhacker.net*. Obtenido de
https://www.elhacker.net/trucos_google.html
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (01 de 03 de 2022). *Servicio Nacional de Aduana del Ecuador*. Recuperado el 05 de 2022, de Servicio Nacional de Aduana del Ecuador: <https://www.aduana.gob.ec/envios-courier-postal/#:~:text=CATEGORIA%20B%20%2D%204X4,de%20mercanc%C3%ADas%20sin%20fines%20comerciales>.
- Diario El Exportador. (01 de 12 de 2017). *Diario El Exportador*. Obtenido de Diario El Exportador: <https://www.diariodelexportador.com/2017/12/calcular-el-precio-del-producto-en-fob.html>
- Sevilla Arias, A. (07 de 10 de 2015). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/comercio.html#:~:text=El%20comercio%20es%20el%20intercambio,valor%2C%20o%20a%20cambio%20de%20dinero>.
- Galán Sánchez, J. (29 de 09 de 2015). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/politica-economica.html>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC. (06 de 2012). Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://aplicaciones2.ecuadorn cifras.gob.ec/SIN/metodologias/CIIU%204.0.pdf
- Asamblea Nacional. (29 de 05 de 2019). *Superintendencia de Compañías*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/a2/2019/JUNIO/C%C3%B3digo_de_Comercio.pdf
- Carazo Alcalde, J. (15 de 12 de 2016). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/comercio-electronico-ecommerce.html>
- Malca, O. (2001). *Comercio Electrónico*. Lima: Universidad del Pacífico.
- Sevilla Arias, A. (07 de 10 de 2015). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/comercio.html>
- Barrera A., B. H. (2007). Golpes de Timón y cambio de Régimen Político. *La Tendencia*, 11.
- Westreicher, G. (24 de 01 de 2016). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/balanza-de-pagos.html>
- Banco Central del Ecuador. (2020). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/>:
<https://www.bce.fin.ec/index.php/component/k2/item/297-bolet%C3%ADn-trimestral>

- Sevilla Arias, A. (2015). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/arancel.html#:~:text=El%20arancel%20es%20un%20tributo,el%20exterior%20de%20la%20frontera>.
- Páez, G. (01 de 10 de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-aduana.html>
- Organización Mundial del Comercio. (2021). *Organización Mundial del Comercio*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/adp_s/adp_s.htm#:~:text=Las%20medidas%20antidumping,que%20incurren%20en%20%E2%80%9Cdumping%E2%80%9D.
- Organización Mundial del Comercio. (2021). Obtenido de https://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s/tif_s/agrm8_s.htm
- Organización Mundial Del Comercio. (2021). Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/safeg_s/safeg_s.htm#:~:text=Un%20Miembro%20de%20la%20OMC,a%20esa%20rama%20de%20producci%C3%B3n.
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (21 de 08 de 2018). Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- Comité de Comercio Exterior. (06 de 03 de 2015). *Aduana.gob.ec*. Obtenido de Aduana.gob.ec: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2015/resolucion_011_2015%20Comex.pdf
- Presidencia de la República del Ecuador. (s.f.). *Presidencia de la República del Ecuador*. Obtenido de <https://www.presidencia.gob.ec/comunicado-oficial-nuevo-sistema-de-salvaguardias/>
- Bastis Consultores. (24 de 01 de 2021). *Online-Tesis*. Obtenido de <https://online-tesis.com/investigacion-documental/>
- Bastis Consultores. (01 de 06 de 2020). *Online-Tesis*. Obtenido de <https://online-tesis.com/la-importancia-de-la-investigacion-explicativa/>
- Abreu Jose, L. (2014). Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/[http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9\(3\)195-204.pdf](http://www.spentamexico.org/v9-n3/A17.9(3)195-204.pdf)
- Rivero, B., & Salomón, D. (2008). *Introducción a la Metodología de la Investigación*. Editorial Shalom. ISBN 978-959-212-773-9.
- Hernández Sampieri. (2014). *La Metodología de Investigación*. Interamericana Editores.
- Directorio de Empresas y Establecimientos. (2022). *Ecuadorencifras.gob*. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/directoriodeempresas/>
- Carrasco Diaz, S. (2005). *Metodología de la Investigación Científica*. Editorial San Marcos.
- Banco Central del Ecuador. (2022). *Sintesis.bce.fin.ec*. Obtenido de Banco Central del Ecuador Estadísticas de Comercio Exterior: [https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/2109181649/OpenDocument/](https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/2109181649/OpenDocument/.opendoc/openDocument.faces?logonSuccessful=true&shareId=0)
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros del Ecuador. (2017). *portal.supercias.gob.ec*. Obtenido de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://portal.supercias.gob.ec
/wps/wcm/connect/8fde01f6-b25f-460b-9818-
f4169322ca02/Estudio+Sectorial_Mipymes+Grandes+Empresas+%28Final%29.
pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=8fde01f6-b25f-460b-9818-f4169322ca02

(s.f.).