

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE QUITO

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tesis previa a la obtención del Título de: **INGENIERO COMERCIAL**

TEMA:

“ANÁLISIS DEL IMPACTO EN LA COMERCIALIZACIÓN DE VEHÍCULOS DESPUÉS DE LA APLICACIÓN DE LAS MEDIDAS ARANCELARIAS Y SALVAGUARDIAS IMPUESTAS POR EL GOBIERNO DEL PRESIDENTE RAFAEL CORREA DURANTE EL PERIODO 2.008-2.010 EN LAS PROVINCIAS DE PICHINCHA, IMBABURA Y CARCHI”.

AUTOR:

DIEGO SEBASTIÁN MEDINA ROSERO

DIRECTOR:

LCDO. JORGE M. ZAPATA

Quito, Julio del 2.011

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad del autor.

Quito, junio-01-2.011

(f) _____

Diego Sebastián Medina Rosero
C.I. 1714817242

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico a mis padres: Raúl y Emperatriz quienes son mi mejor ejemplo a seguir y han entregado todo de sí mismos para forjar un buen futuro para sus hijos.

A mis hermanos: Raúl, Paulina, Santiago y Andrea Paulina, por su apoyo incondicional.

Diego Medina

AGRADECIMIENTO

-A Dios por darme la salud y la vida.

-A mis padres, hermanos y amigos; por su apoyo y sus valiosos consejos.

-Especial reconocimiento y gratitud; al Dr. Jorge Zapata por su excelente dirección y al Eco. Luis Ortiz por su muy valiosa colaboración.

-De manera especial a Julio y Paúl.

Diego Medina

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
Portada.....	i
Autor.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Índice general.....	v
Índice de cuadros.....	vii
Índice de gráficos.....	ix
Resumen ejecutivo.....	xi
1. CAPITULO I.....	1
1.1. ESTUDIO TEÓRICO DE LA CRISIS ECONÓMICA MUNDIAL DEL AÑO 2.008.....	1
1.1.1. Definición de crisis económica mundial.....	1
1.2. CAUSAS Y CONSECUENCIAS.....	2
1.2.1. Efectos en la economía Ecuatoriana.....	11
1.2.2. Medidas impuestas para enfrentar la crisis en el Ecuador.....	13
1.3. ESTUDIO TEÓRICO-ECONÓMICO DE LAS RESTRICCIONES ARANCELARIAS.....	15
1.3.1. Argumentación positiva.....	15
1.3.2. Argumentación en contra.....	17
1.4. ANÁLISIS DE LAS MEDIDAS RESTRICTIVAS A LAS IMPORTACIONES EN EL ECUADOR.....	20
1.4.1. Definición de arancel y salvaguardias.....	20
1.4.2. Diferencias y semejanzas entre salvaguardia y arancel.....	23
1.5. ANÁLISIS DE LAS MEDIDAS ARANCELARIAS Y SALVAGUARDIAS A LA IMPORTACIÓN DE VEHÍCULOS.....	24
1.5.1. Medidas arancelarias.....	24
1.5.1.1. Cálculo de los aranceles de acuerdo a categorías.....	27
1.5.2. Medidas de salvaguardia.....	31
1.6. ANÁLISIS CRONOLÓGICO DE LAS RESTRICCIONES Y LIBERACIONES A LA IMPORTACIÓN DE VEHÍCULOS.....	34
1.6.1. Vehículos Híbridos.....	37
2. CAPÍTULO II.....	42
2.1. ESTUDIO DEL MERCADO.....	42
2.1.1. Análisis del segmento de vehículos afectados por las restricciones arancelarias.....	42
2.2. ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS APLICADAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE VEHÍCULOS RESULTADO DEL DECRETO DE LA REFORMA A LA LEY DE EQUIDAD TRIBUTARIA.....	45

2.2.1. Conclusiones de entrevistas realizadas.....	45
2.3. RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN DE VENTAS.....	48
2.3.1. Investigación de datos de ventas en el periodo 2.008-2.010.....	48
2.3.2. Investigación de datos de ventas en el periodo 2.005-2.007.....	61
2.4. COMPARACIÓN HISTÓRICA DE DATOS RECOPIADOS.....	67
2.5. CONCLUSIONES.....	75
3. CAPÍTULO III.....	81
3.1. ESTUDIO DEL CONSUMIDOR.....	81
3.1.1. Segmentación de mercados.....	81
3.2. MUESTREO ESTADÍSTICO.....	84
3.3. SEGMENTACIÓN DE LA POBLACIÓN.....	85
3.3.1. Para Pichincha.....	85
3.3.2. Para Imbabura.....	86
3.3.3. Para Carchi.....	86
3.4. CÁLCULO DE LA MUESTRA.....	87
3.5. ESQUEMA DE ENCUESTAS.....	89
3.5.1. Encuesta.....	91
4. CAPÍTULO IV.....	93
4.1. ANÁLISIS ESTADÍSTICO.....	93
4.1.1. Tabulación de encuestas.....	93
4.1.2. Gráficos estadísticos.....	96
4.2. CONCLUSIONES.....	105
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	109
6. BIBLIOGRAFÍA.....	119

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N°1. Clasificación del ICE de acuerdo al precio de venta del vehículo.....	24
Cuadro N°2. Cálculo de aranceles de acuerdo al precio al precio de venta del vehículo.....	28
Cuadro N°3. Evolución de la salvaguardia por balanza de pagos.....	32
Cuadro N°4. Clasificación del ICE de acuerdo al precio de venta del vehículo. Diciembre 2.007.....	34
Cuadro N°5. Clasificación del ICE de acuerdo al precio de venta del vehículo. Agosto 2.008.....	35
Cuadro N°6. Reforma a la clasificación arancelaria. Diciembre 2.010.....	36
Cuadro N°7. Clasificación del arancel Ad-Valorem para vehículos híbridos. Junio 2.010.....	37
Cuadro N°8. Clasificación del arancel Ad-Valorem para vehículos híbridos. Octubre 2.010.....	38
Cuadro N°9. Marcas y modelos de vehículos híbridos.....	39
Cuadro N°10. Cálculo comparativo de aranceles entre vehículo híbrido y normal hasta 2.000 cm ³	40
Cuadro N°11. Cálculo comparativo de aranceles entre vehículo híbrido y normal por encima de los 2.000 cm ³	40
Cuadro N°12. Clasificación del ICE de acuerdo al precio de venta del vehículo objeto de estudio.....	43
Cuadro N°13. Marcas y participación en el mercado.....	44
Cuadro N°14. ICE vehículos recaudación anual 2.008-2.010.....	49
Cuadro N°15. Ventas anuales de vehículos 2.008-2.010.....	50
Cuadro N°16. ICE vehículos 2.008-2.010 Recaudación anual por categorías (miles de dólares).....	51
Cuadro N°17. Precios promedio de vehículos por tipo 2.008-2.010 (USD).....	52
Cuadro N°18. Ventas semestrales con y sin Salvaguardia (Unidades).....	53
Cuadro N°19. Recaudación del ICE mensual Vehículos del 2.008 al 2.010 (miles de dólares).....	54
Cuadro N°20. Evolución de la salvaguardia por balanza de pagos.....	55
Cuadro N°21. Ventas anuales de vehículos importados 2.008-2.010.....	57
Cuadro N°22. Ventas anuales de vehículos de Producción Nacional 2.008-2.010.....	58
Cuadro N°23. Exportaciones anuales de vehículos 2.008-2.010.....	59
Cuadro N°24. Análisis de la Balanza Comercial 2.008-2.010 (miles de dólares FOB).....	59
Cuadro N°25. Venta de vehículos por marcas (Unidades).....	60
Cuadro N°26. Ventas de vehículos motorizados Pichincha, Imbabura, Carchi 2.008-2.010 (unidades).....	61
Cuadro N°27. ICE vehículos recaudación Anual 2.005-2.007.....	61
Cuadro N°28. Ventas anuales de vehículos 2.005-2.007.....	62
Cuadro N°29. Precio Promedio de vehículos por tipo 2.005-2.007 (USD).....	63
Cuadro N°30. Ventas anuales de vehículos importados 2.005-2.007.....	64

Cuadro N°31. Ventas anuales de vehículos de producción nacional 2.005-2.007.....	65
Cuadro N°32. Exportaciones de vehículos 2.005-2.007.....	65
Cuadro N°33. Producción Nacional de vehículos 2.005-2.007 (Ensamblaje).....	66
Cuadro N°34. Análisis de la Balanza Comercial 2.006-2.007 (miles de dólares FOB).....	67
Cuadro N°35. Comparación histórica ICE recaudado vehículos 2.005-2.010.....	67
Cuadro N°36. Comparación histórica de venta de vehículos 2.005-2.010.....	68
Cuadro N°37. Comparación histórica de venta de vehículos importados 2.005-2.010.....	68
Cuadro N°38. Comparación histórica de venta de vehículos de producción nacional 2.005-2.010.....	69
Cuadro N°39. Comparación histórica de producción nacional de vehículos 2.005-2.010.....	70
Cuadro N°40. Exportaciones de vehículos por ensambladora 2.005-2.010.....	72
Cuadro N°41. Comparación histórica de exportaciones de vehículos 2.005-2.010.....	72
Cuadro N°42. Análisis de la Balanza Comercial 2.006-2.010 (miles de dólares FOB).....	73
Cuadro N°43. Comparación histórica de precio promedio de vehículos por tipo 2.005-2.010 (USD).....	80
Cuadro N°44. Segmentación de mercados.....	83
Cuadro N°45. Cálculo de la población cantón Quito.....	85
Cuadro N°46. Cálculo de la población cantón Ibarra.....	86
Cuadro N°47. Cálculo de la población cantón Tulcán.....	86
Cuadro N°48. Base de cálculo de la población.....	87
Cuadro N°49. Porcentajes de la muestra asignados para cada provincia.....	88
Cuadro N°50. Número de encuestas en base al porcentaje asignado.....	88
Cuadro N°51. Número final de encuestas a realizarse por provincias.....	88
Cuadro N°52. Lugares optativos donde se realizarán las encuestas.....	89

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. ICE Vehículos Recaudación Anual 2.008-2.010.....	50
Gráfico 2. Ventas anuales de vehículos 2.008-2.010.....	50
Gráfico 3. ICE Vehículos 2.008-2.010 recaudación anual por categorías (miles de dólares).....	51
Gráfico 4. Ventas semestrales con y sin Salvaguardia (Unidades).....	53 / 77
Gráfico 5. Recaudación del ICE mensual Vehículos del 2.008-2.010 (miles de dólares).....	55
Gráfico 6. Evolución de la salvaguardia por balanza de pagos.....	55
Gráfico 7. Ventas anuales de vehículos importados 2.008-2.010.....	58
Gráfico 8. ICE vehículos recaudación Anual 2.005-2.007.....	62
Gráfico 9. Ventas anuales de vehículos 2.005-2.007.....	63
Gráfico 10. Ventas anuales de vehículos importados 2.005-2.007.....	64
Gráfico 11. Ventas anuales de vehículos de producción nacional 2.005-2.007.....	65
Gráfico 12. Producción Nacional de vehículos 2.005-2.007 (Ensamblaje).....	66
Gráfico 13. Comparación histórica ICE recaudado vehículos 2.005-2.010.....	67
Gráfico 14. Comparación histórica de venta de vehículos 2.005-2.010.....	68
Gráfico 15. Comparación histórica de Venta de vehículos importados 2.005-2.010.....	69
Gráfico 16. Comparación histórica de venta de vehículos producción nacional 2.005-2.010.....	69
Gráfico 17. Comparación histórica de producción nacional de vehículos 2.005-2.010.....	70
Gráfico 18. Comparación entre ventas y producción nacional de vehículos.....	71
Gráfico 19. Comparación entre producción nacional y exportaciones de vehículos.....	72
Gráfico 20. Comparación histórica de exportaciones de vehículos 2.005-2.010.....	73
Gráfico 21. Comparación de las exportaciones de marcas ensambladoras de vehículos en el país.....	74
Gráfico 22. Comparación entre recaudación ICE y unidades vendidas 2.005-2.010.....	75
Gráfico 23. Comparación de ventas de vehículos de producción nacional e importados 2.005-2.010.....	78
Gráfico 24. Comparación entre producción nacional y exportaciones de vehículos 2.005-2.010.....	79
Gráfico 25. Pregunta encuesta N°1.....	96
Gráfico 26. Pregunta encuesta N°2.....	96
Gráfico 27. Pregunta encuesta N°3.....	97
Gráfico 28. Pregunta encuesta N°4.....	98
Gráfico 29. Pregunta encuesta N°4, Categoría “Otras”.....	98
Gráfico 30. Pregunta encuesta N°5.....	99
Gráfico 31. Pregunta encuesta N°6.....	99
Gráfico 32. Pregunta encuesta N°6. Categoría “qué otro tipo de vehículo”.....	100
Gráfico 33. Pregunta encuesta N°7.....	100
Gráfico 34. Pregunta encuesta N°8.....	101

Gráfico 35. Pregunta encuesta N°9..... 101
Gráfico 36. Pregunta encuesta N°10..... 102
Gráfico 37. Pregunta encuesta N°11..... 103
Gráfico 38. Pregunta encuesta N°12..... 103

RESUMEN EJECUTIVO

A finales del año 2.007 se desató la crisis financiera que tuvo sus inicios en los Estados Unidos, por los denominados “ninja loans” o “hipotecas subprime”, que se trataba del otorgamiento de préstamos de vivienda a personas con una baja calificación de pago, sumado al efecto de una burbuja inmobiliaria que alzó los precios de las viviendas, es decir el valor moneda de estas casas estaba por niveles superiores al precio real de estas casas, por ello los prestamistas ya no pudieron continuar pagando sus préstamos de tal manera que al vender las casas estas no se vendían al precio con el que se las adquirió, sino a un precio mucho menor, por lo que las instituciones financieras se quedaron con más del 50% de la deuda por cubrir ya que a los clientes era muy complicado cobrarles el restante dinero, por ello al existir tal nivel de iliquidez en los bancos, algunos cerraron y se declararon en banca rota, por lo que el gobierno tuvo que otorgar préstamos a estas instituciones financieras para que estos paguen a sus acreedores el dinero depositado, generando un déficit en el presupuesto del Estado.

Por esta razón los gobiernos de diferentes países crearon paquetes de medidas económicas urgentes para enfrentar esta crisis, en el caso del Ecuador una de las medidas tomadas por el Sr. Presidente Rafael Correa fue realizar una reforma a la Ley de Equidad Tributaria en la que se modificaron varios aspectos de la Ley Tributaria, se cambiaron los porcentajes del arancel de importación (Ad-Valorem) a varias partidas del Arancel Nacional en las que se subió para los artículos de importación que son considerados de lujo, de igual forma para el caso concreto de los vehículos en que se basa el estudio de este trabajo de grado, el ICE (Impuesto a los Consumos Especiales) se modificó sus porcentajes de acuerdo al valor del precio de venta al público, es decir en una escala que va del 5% al 35% de acuerdo a cada categoría del precio del vehículo.

Este estudio está dirigido a analizar el impacto que tuvo el incremento de los aranceles enfocándonos a los tres actores principales involucrados en este sector económico: el Gobierno Nacional, las casas comerciales y los consumidores. Se realizó un comparación histórica entre las ventas y recaudación del ICE por concepto de vehículos en el país en un periodo que va desde el año 2.005 al 2.010, al analizar estas dos variables se pudo constatar que las ventas de vehículos no se redujeron en este periodo, lo que se

observó es un crecimiento constante en el periodo de estudio, en el caso del ICE la recaudación subió aproximadamente en un 50% a partir de la reforma de la Ley de Equidad Tributaria, este incremento era el objetivo primordial del Gobierno Nacional, el generar mayores ingresos por recaudación de impuestos para la inversión pública.

Las ventas de vehículos se componen de vehículos importados y vehículos de producción nacional, para ambos sectores las ventas se incrementaron, pero las ventas de vehículos de producción nacional tuvieron un crecimiento mayor en relación a años anteriores a la reforma a la Ley de Equidad Tributaria. Este efecto se dio ya que el incremento en el ICE encareció los vehículos importados manteniendo el precio de los vehículos de producción nacional, y de esta manera, al aumentar la demanda de vehículos de producción nacional se generó un crecimiento en la producción local de vehículos. Al momento en que se buscó equiparar la balanza comercial, es decir mantener igualdad entre importaciones y exportaciones, las exportaciones de vehículos sufrieron una baja, ya que un buen porcentaje de la producción local se quedaba para consumo interno.

Para contrarrestar el crecimiento en las ventas que a pesar de que los precios de los vehículos de importación subieron, el Gobierno Nacional para mediados del año 2.009 aplicó una salvaguardia por balanza de pagos para equilibrar el déficit que existía en la balanza de pagos, como consecuencia de esta medida la venta de vehículos en este año se redujo y por ende las ventas de vehículos importados ya que el efecto directo de la salvaguardia fue de encarecer los precios en un 12%. La salvaguardia duró exactamente un año, desde junio del 2.009 a junio del 2.010, pero esta se fue reduciendo paulatinamente a un ritmo del 3,3% cada tres meses aproximadamente, la reducción se debió a que el sector automotriz no estaba conforme con esta medida y presentaron sus quejas ante el Gobierno para que se eliminara esta salvaguardia.

El segmento de vehículos que se encuentra entre los 20.000 y 30.000 dólares, creció para el año 2.008, pero para el año 2.009 tuvo un crecimiento de alrededor de un 50% en las ventas, este crecimiento fue debido a la demanda acumulada de estos vehículos que venía desde el año 2.008 en que se incrementó el ICE y para el año 2.009 se anunció que se impondría una salvaguardia, por ello los consumidores aprovecharon para adquirir

estos vehículos antes del incremento del 12% de la salvaguardia y una vez que esta se comenzó a reducir, para el año 2.010 este segmento redujo sus ventas dando lugar a una mayor demanda de los vehículos de menos de 20.000 dólares debido al anuncio del Gobierno de la legalización de los taxis informales, este segmento de vehículos tuvo un incremento del 2.009 al 2.010 de casi el 70%. Para enfrentar este fenómeno creciente, el Gobierno volvió a reformar los aranceles para el año 2.011 en que se subió un 5% del arancel Ad-Valorem para vehículos de menos de 20.000 dólares y con cilindraje menor a los 1.900 centímetros cúbicos. Para las casas comerciales, este incremento en el ICE y la aplicación de la salvaguardia provocó que tengan que incorporar nuevas estrategias de venta para mantener su nivel en el mercado automotriz, la mayoría de estas casas comerciales optó por reducir sus márgenes de ganancia para de esta manera compensar esta reducción con un mayor volumen de unidades vendidas. Otras marcas que tienen plantas de ensamblaje en el país, incrementaron la cantidad de modelos para su ensamblaje local y otra estrategia muy aplicada por los concesionarios fue el ofrecer mejores financiamientos, bonos y equipar el vehículo con extras para llamar la atención de los consumidores.

En tanto que los consumidores a raíz del incremento del ICE y de la aplicación de la salvaguardia, tuvieron que cambiar sus preferencias a la hora de adquirir un vehículo, en el estudio al consumidor que se realizó se obtuvo que el 42% de estos consumidores buscaba otro tipo de vehículo que el adquirieron en este periodo, que tenga mejor equipamiento y obviamente tenga un precio más elevado, en su mayoría casi el 80% de los consumidores que no adquirieron el vehículo que querían, su intención de compra era la de un vehículo todo terreno que por lo general tiene un precio superior a los 20.000 dólares, la razón principal de que no se haya adquirido el vehículo deseado fue debido al incremento en los precios, esto generó que más de la mitad de los compradores tengan que cambiar de su marca de preferencia a otras en las que se ofrezca una mayor oferta de modelos y que los vehículos sean mejor equipados y con menor precio. Frente al incremento en los precios, los consumidores buscaron adquirir sus vehículos nuevos dentro de las promociones por temporada que suelen ofrecer las casas comerciales con el fin de buscar un mejor financiamiento o una reducción en el precio de venta por siempre ofrecidos bonos de hasta 1.000 dólares.

CAPITULO I

1. ESTUDIO TEÓRICO DE LA CRISIS ECONÓMICA MUNDIAL DEL AÑO 2.008

1.1. DEFINICIÓN DE CRISIS ECONÓMICA MUNDIAL

Al iniciar con este trabajo de grado es necesario conocer las causas y el porqué se dio inicio a la adopción de una serie de medidas económicas impuestas por los gobiernos de los diferentes países del mundo para enfrentar la crisis económica que se avecinaba para el año 2009, estas medidas trajeron impactos positivos y negativos a varios sectores tanto industriales como comerciales de cada país y es ahí donde está dirigido este estudio, a investigar y dar a conocer cuales fueron estas consecuencias, es por ello necesario ir al inicio del problema, establecer conceptos claros y fundamentados para iniciar el análisis, es decir, estudiar por qué se dio la crisis económica mundial del año 2.008 y definir con claridad un concepto de crisis económica, se han tomado ciertos conceptos de diferentes autores y se los define de la siguiente manera:

“Las crisis son fenómenos objetivos, inevitables, más o menos violentos, no causados por nadie en particular y caracterizados por caídas de la producción, interrupción de las inversiones, cierre y quiebra de empresas, aumento del desempleo, reducción de los ingresos y de la demanda, deterioro de los salarios reales de los trabajadores, fluctuaciones generalmente violentas de los precios, presencia de graves desequilibrios en las relaciones del país con el exterior. En un país determinado se producen las crisis cuando los indicadores económicos, particularmente las caídas de la producción y de las inversiones, duran al menos 6 meses. Las crisis son fenómenos que empiezan a incubarse en los años relativamente más prósperos, cuando se acumulan desajustes y contradicciones que terminan más tarde por estallar, en circunstancias específicas y determinadas”.¹

1. MONCADA SANCHEZ, José, “Economía y globalización: de menos a más”, Editorial Abya-Yala, Quito, 2001, p151

En síntesis una crisis económica se da cuando a la economía mundial o a la economía de un país inciden una serie de factores que perjudican al sector interno, reduciendo la producción, el consumo, la inversión extranjera, fallos en el sector financiero, etc., factores que dependiendo del país y de su importancia en la economía mundial llevan a desequilibrar todas las actividades económicas cayendo en un descenso y llevando a los gobiernos regionales a tomar medidas de emergencia para enfrentar esta crisis ya sea a nivel individual o colectivo, es decir, a nivel individual incentivando al sector industrial a producir los bienes o dar los servicios en los que mejor está preparado para de esta manera crear la posibilidad de exportarlos aumentando el ingreso de divisas y restringiendo el ingreso de ciertos productos para evitar la salida de divisas y ayudando a aumentar el consumo interno y a nivel regional creando acuerdos comerciales entre países que alimenten la comercialización y el intercambio de productos.

1.2. CAUSAS Y CONSECUENCIAS

CAUSAS

La crisis económica mundial que tuvo sus inicios en el año 2.008 fue causada por diversos factores económicos, como son:

- La Crisis Financiera en los Estados Unidos
- La elevación del precio del barril del petróleo
- La depreciación del dólar
- El incremento del precio de los alimentos e insumos.

Crisis financiera en los Estados Unidos

Esta tuvo su origen debido a las famosas hipotecas “subprime” que son préstamos que se concedían a clientes que tenían una muy baja capacidad de pago o que no poseían bienes de gran valor que respalden como garantía esos préstamos.

“La crisis “Sub Prime” se desata por las condiciones insuficientes bajo las que se otorgó un crédito de este tipo por parte de las instituciones. A estos créditos se los denominó también “Ninja Loans”, nombre que ridiculiza la evidente negligencia en la entrega y aprobación de créditos.

Entonces, en un momento dado, ciertos deudores no midieron su capacidad real de pago, comenzaron a entrar en mora, asumieron la pérdida de las cuotas entregadas y devolvieron las casas adquiridas a las instituciones. Si replicamos este hecho entre miles de personas, el efecto es devastador. Además, si recordamos que de cada contrato se desprendían un sinnúmero de derivados financieros, todos ellos dependiendo en última instancia del activo subyacente, el efecto dominó fue inmediato y afectaba a todos los inversionistas por igual, independientemente del derivado adquirido. Si bien para el primer contrato existía cierta garantía que constituía la propia vivienda, para los derivados cada vez más “derivados” las garantías eran inexistentes. Estos papeles hipersofisticados crearon el llamado “Toxic Waste”, que mezclaba dentro de una misma canasta todos estos derivados, independientemente de su estado o de la probabilidad de no pago. Dichos productos se vendieron a inversionistas con alta tolerancia al riesgo. Sin embargo, cuando un crédito comenzaba a presentar problemas, todos los flujos de los diferentes tramos, tanto positivos como negativos, se vieron afectados”. 2

Ahora bien para entender lo que son los derivados financieros debemos conocer que estos son subproductos financieros que se desprenden de un primer producto, para entender mejor esto, supongamos que el primer producto financiero es un contrato de compra venta de una vivienda.

Dicho contrato, que además registra el flujo de pagos de las cuotas de la vivienda, tiene un valor presente neto. A este contrato le llamaremos el activo subyacente. Ahora bien, si el beneficiario de los flujos de este contrato (institución que financió la casa o el constructor directamente) necesita recibir ese dinero de forma inmediata, puede crear un derivado financiero, es decir, a través de un fideicomiso, que crea un título sobre el valor presente de esos flujos y lo vende a un tercer participante, un nuevo inversionista que estará dispuesto a invertir en ese título, que le generará un rendimiento determinado. Ahora este nuevo comprador del título también requiere liquidez inmediata y, sobre el primer derivado financiero, genera uno nuevo con las mismas consideraciones anteriores, pero evidentemente con un tipo de interés más alto. Este proceso se repite algunas veces, con lo que cada nuevo beneficiario tiene un derecho sobre un papel valor,

2. ARROYO Esteban; “*Crisis Sub Prime: la resaca del festín crediticio en los Estados Unidos*”, 2008, www.ciap.ec/CIAP/Crisis.html

cuyo activo subyacente, que es el que finalmente garantiza el pago y se encuentra varios niveles abajo y del cual no conoce prácticamente nada. Con cada nuevo derivado los rendimientos esperados se incrementan y los flujos financieros son mayores a los que el contrato original generaba.

A medida que se iban otorgando más y más préstamos los bancos necesitaban una mayor cantidad de recursos para seguir otorgándolos ocasionando que las entidades financieras ofrezcan productos nuevos a otras entidades del mismo ramo para así poder generar más y más recursos para seguir ofertando estos préstamos; pero al momento en que los bancos querían cobrar los préstamos se topaban con que efectivamente los prestamistas no tenían los medios suficientes para poder cancelar sus deudas, de esta manera esas deudas pasaban a ser deudas incobrables restando iliquidez a la entidad financiera, al momento en que las entidades financieras no disponen de liquidez estas tienen que recurrir al gobierno para mediante préstamos estatales puedan pagar a sus acreedores los valores depositados llevando a los bancos a la quiebra y a la inestabilidad financiera del gobierno, debido a la gran cantidad de cartera incobrable siendo estos fondos que no se podrían recuperar, algunos bancos transnacionales tuvieron que declararse en banca rota al no poder pagar a sus clientes y sin tener los fondos suficientes para continuar realizando sus actividades comerciales y tampoco poder prestar dinero a empresas y familias para que puedan seguir desarrollando sus proyectos.

La elevación del precio del barril del petróleo

El barril del petróleo que tuvo un incremento nunca antes visto que pasó de 100 dólares por barril a 140 dólares por barril en menos de 6 meses en el periodo de 2.007-2.008.

Esto encareció los costos de transporte y de ciertos derivados del petróleo que para la mayoría de las industrias son materias primas básicas para producir sus bienes; en este aspecto hay que considerar dos situaciones referentes al alza del precio del barril del petróleo; ya que beneficia a las naciones en donde existe una explotación constante y forma parte principal de los ingresos del estado ya que estos países tienen un mayor ingreso y puede ser invertido en obras de carácter interno como en salud, educación,

vivienda, etc., pero la parte negativa es que el alza del precio del barril de petróleo incrementa los costos de los combustibles y como se mencionó anteriormente esto encarece los costos de transporte y en consecuencia se encarece los medios de distribución de las diferentes materias primas y productos de primera necesidad que se comercializan a nivel mundial, elevando la canasta básica y por ende, encareciendo el nivel de vida.

La depreciación del dólar

La depreciación del dólar frente a las principales monedas tiene una doble afectación para muchos países, puesto que por un lado fortalece su posición de compra con el exterior y muchas veces reduce el tamaño de su deuda externa (deudas en dólares) aunque no siempre favorece a la competitividad de las exportaciones.

El incremento del precio de los alimentos e insumos.

Como se mencionó anteriormente, el incremento del precio del petróleo conlleva a una elevación de los alimentos e insumos debido a los altos costos de los combustibles para su transporte y de ciertos derivados del petróleo que sirven como materia prima para su fabricación. La agricultura también se ve afectada debido a que se encarecen los insumos para el cultivo de las tierras, ocasionando escases en los mercados y una tendencia a la inflación por falta de productos. Esto conlleva a generar una mayor vulnerabilidad para personas con recursos escasos, ocasionando que este sector gaste una mayor cantidad de dinero a este sector reduciendo las ventas a otros sectores que también son importantes para la economía de un país.

Así mismo, el incremento de los precios de los alimentos a nivel mundial, como: trigo, maíz y soya, de otras materias primas e insumos; y la presión especulativa sobre los productos nacionales por los desastres naturales, fueron las principales razones que propiciaron el incremento de los índices de precios, sobre todo, en las principales ciudades del país.

CONSECUENCIAS

Después de una crisis económica los países tienen oportunidades de desarrollarse dependiendo de sus condiciones, es aquí cuando surgen las nuevas potencias mundiales porque los líderes de las naciones saben cómo utilizar sus recursos y conocen las necesidades actuales de los consumidores a nivel mundial, pero en términos de consecuencias como secuelas de una crisis económica tenemos lo siguiente:

- Existe una reducción en las inversiones tanto nacionales como extranjeras ya que se ve reducida la rentabilidad y las empresas muchas veces no tienen los recursos necesarios para adquirir nuevas maquinarias, por ello se ve afectado el valor del capital fijo, pero esto es una oportunidad para que con el transcurso del tiempo se reactiven las inversiones dando lugar a una reactivación de ciertas industrias.

- Las microempresas y los empresarios menos competitivos quiebran debido a que sus técnicas de producción son obsoletas o necesitan de una mayor inversión para estar a la par de sus competidores, y al salir del mercado estas empresas provocan una destrucción del capital invertido haciendo que las empresas más fuertes sobrevivan y tengan mucho mayor mercado del que tenían antes por lo que tendrán que invertir en nuevas maquinarias, mayor cantidad y mejor calidad en materias primas, para poder satisfacer la demanda y así impulsar la economía.

- Disminuyen los salarios de los trabajadores debido a que aumenta la desocupación pero puede aumentar la rentabilidad de las empresas debido a que los costos de mano de obra disminuyen.

- Cambia la forma del marco institucional tanto en las empresas como en el Estado debido a que el Estado puede tomar medidas de emergencia para superar la crisis financiera estas pueden ayudar a mejorar la rentabilidad de las empresas u otorgándoles incentivos económicos para reactivar sus operaciones, así mismo, los empresarios necesariamente aprenden del pasado cambiando la forma en que plantean sus estrategias procurando ser más eficientes o dando un giro al negocio de manera que adapte con facilidad a las nuevas condiciones del mercado.

-Surgen nuevas técnicas de producción que pueden estar a la par con los mejores avances tecnológicos para mejorar los procesos productivos y elevar la rentabilidad de las empresas.

- Como cualquier negocio que pierde dinero, los bancos tienen que buscar la forma de recuperarlo. Por ello las entidades financieras realizarán un incremento en las tasas de interés, en los honorarios y las penalidades que cobran. También, el número total de bancos grandes se ha reducido. Con menos competencia, existe más incentivo de que cobren más los bancos que quedan.

-Se podrán registrar reducciones drásticas en la producción de las empresas industriales. Los mayoristas y distribuidores compran menos porque saben que los consumidores van a gastar menos dinero a causa de la falta de crédito y la incertidumbre que existe en la economía. Las compañías no quieren quedarse con almacenes llenos de mercancía que luego tienen que dar a precios regalados. Prefieren aguantarse un poco ahora hasta que mejore la economía.

-Si están produciendo, almacenando y distribuyendo menos, las empresas no necesitarán tantos empleados. Por eso veremos también un incremento en la tasa de desempleo y en el número de personas que solicitan ayuda del gobierno, y un descenso en el número de horas extras otorgadas.

- Millones de familias que han intentado negociar con las hipotecarias se han dado cuenta de que el proceso no es fácil.

En esta crisis económica mundial más de una nación se vio afectada, en diversos factores de su economía y podemos citar algunos ejemplos:

Dinamarca (1 de julio): Dinamarca fue la primera economía europea en confirmar que se encontraba en recesión desde que la crisis global de crédito comenzó. Su PIB se contrae del 0,6 por ciento en el primer trimestre después de una contracción de 0,2 por ciento en el cuarto trimestre de 2007.

Estonia (13 de agosto): el Estado báltico cayó en una recesión con una caída del 0,9 por ciento en el segundo trimestre después de una caída del 0,5 por ciento en el primer trimestre. Se cayó en una recesión más profunda en el tercer trimestre, cuando la economía se contrajo 3,3 por ciento.

Letonia (8 de septiembre): Letonia se unió a su vecino del norte Estonia en recesión ya que el PIB cayó del 0,2 por ciento en el segundo trimestre después de una caída del 0,3 por ciento en primer trimestre.

Irlanda (25 de septiembre): Irlanda se convirtió en el primer país en la zona del euro en caer en la recesión, con una caída 0,5 por ciento del PIB en el segundo trimestre, a raíz de una disminución de 0,3 por ciento en el primer trimestre.

Nueva Zelanda (26 de septiembre): el país entró en recesión por primera vez en más de una década, con una caída 0,2 del por ciento del PIB después de que se redujo 0,3 por ciento en el primer trimestre.

Singapur (10 de octubre): fue el primer país de Asia que cayó en una recesión desde que la crisis de crédito comenzó. Su economía, que depende de las exportaciones, redujo del 6,8 por ciento en el tercer trimestre después de una contracción de 6,0 por ciento en el segundo trimestre, su primera recesión desde 2002.

Alemania (13 de noviembre): la mayor economía de Europa, se contrajo el 0,5 por ciento en el tercer trimestre después de una caída del 0,4 por ciento en el segundo trimestre. Es su primera recesión en cinco años.

Italia (14 de noviembre): Italia se hundió en la recesión, su primera desde el inicio de 2005, después de que el PIB cayese un 0,5 por ciento en el tercer trimestre. En el segundo trimestre el PIB había bajado del 0,3 por ciento.

Hong Kong (14 de noviembre): las exportaciones de la región especial china fueron fuertemente afectadas por el debilitamiento de la demanda mundial. En el tercer trimestre su PIB cayó del 0,5 por ciento después de una caída 1,4 por ciento en el trimestre anterior.

Eurozona (14 de noviembre): la zona de 15 países entra oficialmente en recesión, después de las recesiones de los miembros Alemania e Italia. Es su primera recesión desde su creación en 1999.

Japón (17 de noviembre): la segunda mayor economía entro en recesión, su primera en siete años, con una contracción del PIB del 0.1 por ciento en el trimestre julio-septiembre, la crisis financiera frena la demanda de sus exportaciones. Se redujo 0,9 por ciento en el trimestre anterior. Atraviesa su peor crisis desde el fin de la II Guerra Mundial. El PIB japonés se ha desplomado un 12,7% en el último trimestre del año frente al mismo periodo de 2007

Suecia: el 18 de noviembre el país nórdico anuncio que el PIB se contrajo del 0.1 por ciento en el segundo y tercer trimestres.

Estados Unidos: el 1 de diciembre el NBER anunció que la economía estadounidense había entrado en recesión desde diciembre de 2007, después de una expansión económica de 73 meses.

Canadá: el 9 de diciembre, entra también en recesión. El Banco de Canadá anunció oficialmente que la economía de Canadá se encontraba actualmente en recesión.

España: La economía española entró en recesión en el cuarto trimestre del 2008, tras caer un 1,1%.En el tercer trimestre de 2008 la economía había registrado una contracción del 0,3 por ciento.

Reino Unido: Su PIB cayó un 1,5% en los últimos tres meses de 2008 después de una caída del 0,6% en el trimestre anterior, luego de 16 años de crecimiento ininterrumpido.

Holanda: En febrero de 2009 entró oficialmente en recesión, tras un retroceso del PBI durante tres trimestres consecutivos, con una contracción de 0,9% en el cuarto trimestre de 2008.

Taiwán: El país asiático sufrió una contracción récord en el cuarto trimestre del 2008 de un 8,36%.

Portugal: El Instituto Nacional de Estadística portugués reveló en Lisboa que el producto interior bruto (PIB) del país se contrajo un 2,1 por ciento en el último trimestre de 2008. La economía ya había caído un 0,1 por ciento en el trimestre anterior, con lo que se cumple la definición formal de recesión.

Hungría : En Budapest, la Oficina Central de Estadísticas Húngara reveló un retroceso de un 1,0 por ciento en el PIB del último trimestre de 2008 tras caer un 0,5 por ciento el trimestre anterior. La economía húngara creció un 0,3 por ciento en el conjunto del año.

1.3. EFECTOS EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA

En el Ecuador, a raíz de la crisis mundial iniciada en el 2008 hubo diferentes aspectos que repercutieron en la economía Nacional, como cualquier país del mundo sufre la influencia de una crisis a nivel global debido a que la economía del país depende en su mayor parte del comercio exterior, cabe recordar que la mayor parte de los ingresos al fisco provienen de la exportación de ciertos productos como por ejemplo: petróleo, banano, flores, camarón, etc.; del ingreso de divisas de los migrantes que de la misma forma se ven reducidas por las mismas causas que afectan la economía de los países donde residen los migrantes y por la inversión extranjera que en tiempos de crisis aumenta la incertidumbre y crea un clima de desconfianza hacia la inversión extranjera directa.

A pesar de la crisis, el Ecuador obtuvo un crecimiento en su economía en el primer semestre del año 2008, pero a partir del mes de septiembre hubo cambios sustanciales en las políticas internacionales que cambiaron la tendencia de crecimiento que iba en curso. En el Ecuador se realizaron inversiones en infraestructura, producción y en el sector social, para ello se obtuvo fondos del presupuesto del Gobierno Central que significó una inyección de recursos a la economía que fueron obtenidos gracias a los ingresos petroleros.

A continuación se presentan algunos datos de indicadores financieros sobre la evolución de la economía ecuatoriana en el año 2008 y se establece una comparación en relación al año 2009:

-Las remesas recibidas en el Ecuador al cuarto trimestre del 2008 fueron de USD 643,9 millones, constituyendo la segunda fuente de divisas más importante luego del petróleo, y por sobre todos los demás productos de exportación como: banano, camarón y flores y para el cuarto trimestre del 2009 fueron de USD 675,2 millones.

-En el 2008, el Producto Interno Bruto (PIB) del Ecuador, en términos nominales, ascendió a 24.032,5 millones de dólares y para el 2009 descendió a 24.119,5 millones de

dólares, en cifras porcentuales para el 2008 subió en 6,52% y el 2009, de 0,98%, a pesar de que la previsión del Banco Central del Ecuador (BCE) era de 3,15%.

-El nivel de desempleo promedio en el país para a diciembre del 2008 se estimó en 7,5% y para diciembre del 2009 se incrementó al 8%.

-La especulación sobre los productos nacionales, debido a las pobres condiciones de abastecimiento a los mercados locales por el mal estado de las vías y los desastres naturales, fueron las principales razones que confluyeron en un escenario propicio para el incremento de los índices de precios, mayormente en las principales ciudades del país.

-En relación a América Latina, el Ecuador ocupó el cuarto lugar por inflación anual, a diciembre del año 2008 se registró una inflación del 8,83% y para el año 2009 se registró una inflación anual del 3,12%.

- La Reserva Internacional de Libre Disponibilidad (RILD), es decir, el nivel de reservas de dinero con las que cuenta el país para respaldar las condiciones de liquidez generales de la economía, alcanzó al mes de diciembre del 2008 un saldo de USD 4,473.1 millones, incrementándose, pese a la crisis, en un 27 % frente al saldo registrado en diciembre del 2007 y para el año 2009 se redujo a USD 3792,1 millones.

-Los depósitos (captaciones) de los Bancos Privados y Cooperativas de Ahorro y Crédito, se incrementaron en un 22,5% entre diciembre del 2007 y diciembre del 2008, alcanzando un total de depósitos de USD 14,413.9 millones, en relación al 2009 la cifra fue de USD 14,524 millones.

-Los créditos otorgados (cartera bruta) por instituciones financieras llegaron a un saldo total de USD 10,903.5 millones, más que lo registrado a finales del 2007 y para el 2009 se registraron en USD 9987,61 millones. 3

3. BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, “Estadísticas Macroeconómicas”, Octubre 2010, www.bce.fin.ec

1.4. MEDIDAS IMPUESTAS PARA ENFRENTAR LA CRISIS EN EL ECUADOR

El Gobierno de Ecuador expidió decretos y disposiciones para impulsar y proteger el sector productivo del país y fortalecer el sistema financiero local con miras a afrontar posibles efectos de la crisis financiera internacional. En el palacio de Carondelet, sede del Ejecutivo, el mandatario ecuatoriano, Rafael Correa, firmó los decretos que disponen la aplicación de varias medidas económicas y fiscales dentro de su paquete de medidas emergentes para afrontar la crisis financiera mundial mediante la aplicación de la Ley Reformativa para la equidad Tributaria del Ecuador, planteada por la Asamblea Constituyente de diciembre 28 de 2007.

El paquete de medidas emergentes fue estructurado y aplicado de la siguiente manera:

-Se incrementó del 0,5 a 1 por ciento del impuesto a la salida de capitales, la capitalización de utilidades de la banca en un monto aún no determinado y la suspensión de la reducción de las tasas de interés hasta junio de 2009.

-Se aplicó una moratoria del anticipo del impuesto a la Renta hasta diciembre de 2009 para los sectores exportadores más afectados por la crisis y se aplicó restricciones de importaciones de acuerdo a las normas de la Organización Mundial de Comercio (OMC). El objetivo es evitar un impacto en la balanza de pagos y la consecuentemente restricción del financiamiento.

-Se realizó una campaña para promover el consumo de los productos nacionales.

-Se redujo el tiempo (de 30 a 5 días) para los trámites que implican la devolución de los impuestos pagados con anticipación por los exportadores.

-Se realizó estímulos crediticios, creación de líneas de crédito para la economía popular, es decir, un fondo para crédito de segundo piso al cual podrán acceder las entidades financieras que sustentan sus operaciones con remesas del exterior.

-Se incrementó de \$100 millones a \$600 millones el monto de crédito que la Corporación Financiera Nacional (CFN) entregará al sector exportador. Estos recursos, que fueron gestionados con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

-Eliminación de aranceles para insumos productivos y bienes de capitales que no se produzcan en el país y la búsqueda de un préstamo con el BID de \$1 000 millones para la viabilidad nacional de los próximos cuatro años.

-Se redujo el Impuesto a la Renta (IR) sobre los intereses para los créditos del exterior (excepto los provenientes de paraísos fiscales), con una vigencia hasta diciembre de 2009.

-No pago de la deuda externa, Ecuador buscó fuentes de financiamiento en países amigos como Venezuela para enfrentar la restricción al crédito que pudiera presentarse ante la decisión de no pagar la deuda.

-Venta de activos en poder del Banco Central y la gubernamental Agencia de Garantía de Depósitos, que llegaron a sus manos tras la crisis financiera que se desató en Ecuador en 1999.

-Se incrementó los aranceles para más de 800 de partidas de consumo, muchos de ellos suntuarios, en los cuales se gasta 1.200 millones de dólares.

-El incremento del Impuesto a Consumos Especiales para todos los bienes importados que no se producen en el país. Como parte de estas medidas se elevaron los aranceles a ciertos productos de importación, mediante ello el Presidente de la República, a través del artículo 15 de la Ley Orgánica de Aduanas, le otorga la facultad de modificar el Arancel Nacional de Importaciones, mediante Decreto Ejecutivo, previo dictamen favorable del Consejo de Comercio Exterior, COMEXI.

Los niveles que constan en el arancel nacional son: 0%, 5%, 10%, 15% y 20%, estas escalas han sido establecidas en base a criterios técnicos como:

- Mayor grado de elaboración y/o productos agrícolas: 15% y 20%
- Productos semi elaborados, materias primas e insumos: 10%
- Materias primas e insumos, bienes de capital 5% y 0%

Para el caso automotriz se establece un nivel de 35% para automóviles y 10% para camiones y 3% para el CKD, de estos vehículos. 4

1.5. ESTUDIO TEÓRICO-ECONÓMICO DE LAS RESTRICCIONES ARANCELARIAS

Las restricciones arancelarias conllevan una doble cara, por ello es necesario analizar el impacto que tendrán a futuro en la economía de una nación, aunque estas restricciones hayan sido impuestas para enfrentar una crisis económica con el fin de sostener una economía que bien podría estar o no en crisis, no se debe descartar que puedan existir posibles repercusiones en la producción y estabilidad de una nación, si estas no son analizadas a profundidad con sus posibles consecuencias.

Por ello se analizará los efectos positivos y negativos de las restricciones arancelarias en general a continuación.

1.5.1. ARGUMENTACIÓN POSITIVA

Algunos argumentos a favor de las restricciones arancelarias dicen que son positivas ya que ayudan a fomentar el desarrollo de la industria doméstica y proteger la industria existente debido que a que obligan a los consumidores a adquirir bienes producidos a nivel nacional, mejoran de esta manera, la calidad de estos bienes, se incrementan las exportaciones y generan una mayor inversión en las industrias, esto también supone un incremento de la recaudación fiscal del Estado y en los productos con demandas inelásticas (demanda de productos indispensables).

4. ASAMBLEA NACIONAL, “Ley para la equidad tributaria”, Quito, enero 2008, www.asambleanacional.gov.ec

También se produce un aumento de la producción nacional de bienes con arancel, como se mencionó anteriormente sirve de protección al permitirle a las empresas instaladas crecer exentas de la competencia del mercado internacional, y por otro lado, un exceso de protección puede producir que el protegido elabore un producto en condiciones de ineficiencia por cuanto, esta producción se obtiene al amparo del arancel y a costes por encima de los internacionales, desviando recursos que se utilizarían para producir otros bienes con mayores ventajas competitivas.

Es necesario conocer las implicaciones económicas de la implantación de las restricciones arancelarias como una parte adicional a los beneficios que estas traerían a una nación, por ello se observará desde un enfoque económico visto de dos ámbitos, a un país pequeño y a un país grande:

“La imposición de un arancel por parte de un país pequeño genera: 1) Que los precios en el mercado mundial permanezcan inalterado; 2) el precio interno del bien importable aumenta por la cantidad total del arancel para los productores y consumidores individuales en el país pequeño; 3) en el país pequeño la producción interna del importable aumenta, mientras que el consumo interno y las importaciones se reducen; 4) el precio del bien importable para el país pequeño permanece inalterado, puesto que es el mismo país pequeño quien recauda el arancel; 5) el bienestar de un país pequeño se reduce y 6) el ingreso real del factor escaso del país aumenta.

Y la imposición de un arancel por parte de un país grande mejora sus términos de intercambio, reduce el volumen del comercio y puede elevar su bienestar”. 5

5. SALVATORE, Dominick, “Economía Internacional”, McGraw Hill, 4ta Ed., Bogotá, 1998, p 127

1.5.2. ARGUMENTACIÓN EN CONTRA

Existen muchos argumentos en contra de los aranceles, ya que depende del sector y de las condiciones en que fueron implantados, algunos de estos argumentos se fundamentan en que:

Debilitan:

- Las posiciones en la balanza de pagos
- Los patrones de oferta y demanda
- Las relaciones internacionales (pueden iniciar guerras comerciales)

Restringen:

- Las fuentes de suministro para fabricantes
- Las opciones disponibles para los consumidores
- La competencia

Bajo este contexto las restricciones arancelarias son perjudiciales para el sector productivo de una nación, ya que encarecen los bienes que sirven de materia prima para las empresas incrementando el precio de venta para los consumidores internos, fomenta el contrabando ya que existe una desviación en la recaudación de los aranceles y se incrementa el desempleo debido a que las empresas al encarecer los precios a los consumidores, reducen sus márgenes de ventas, viéndose en la necesidad de reducir su personal, de esto tenemos que:

“Los aranceles son arbitrarios, discriminatorios y requieren constante administración y supervisión. A menudo se utilizan como represalia en contra de jugadas proteccionistas de socios comerciales”.⁶

6. CATEORA, Philip, GRAHAM, John, “Marketing internacional”, McGraw Hill, 12ma Ed., México, 2007, p 40

“Las restricciones pueden significar que las fuentes de aprovisionamiento más eficientes no están disponibles, porque regulaciones de gobierno restringen la importación desde esas fuentes. El resultado es tener productos de segunda calidad, o más altos costos para las provisiones restringidas. Esto a su vez significa que el cliente recibe un servicio inferior y a menudo tiene que pagar precios significativamente más altos y que la empresa sea menos competitiva al tratar de mercadear sus productos en el ámbito internacional”. 7

Un exceso de protección debido a los aranceles puede producir que el protegido elabore un producto en condiciones de ineficiencia lo cual implica una reducción en la productividad interna, por cuanto, esta producción se obtiene al amparo del arancel y a costes por encima de los internacionales, desviando recursos que se utilizarían para producir otros bienes con mayores ventajas competitivas.

A nivel nacional, también encontramos opiniones vertidas respecto a la ley de equidad tributaria que consta de restricciones arancelarias a la importación de bienes que se analizó anteriormente, estas opiniones redundan en un punto clave, que es un golpe para el bolsillo de los ecuatorianos y que es inequitativa:

“Lo esencial de la ley de esclavitud tributaria reside en que atropella derechos humanos fundamentales, al erigir a un enorme parásito en socio mayoritario de la gente que se saca la madre trabajando, espanta al crecimiento económico gravando circulación de capitales, aumentando anticipos al impuesto a la renta, estatuyendo la delación como fuente de derecho, igual que en la Alemania nazi, y promoviendo competencia desleal mediante empresas públicas exentas de tributos”. 8

“Las malas políticas de comercio exterior afectan, directamente, la capacidad productiva, porque los productores ecuatorianos tienen que competir con agentes que no pagan aranceles, impuestos ni nada, se ha probado que poner aranceles y salvaguardias no da buenos resultados

7. CZINKOTA, Michael, RONKEINEN, Ilkka, “Marketing Internacional”, Thomson, 7ma Ed., México, 2006, p 140

8. PINOARGOTE, Alfredo, “Sacapintas”, Vistazo, Ed. 969, Quito, 4 de enero de 2008, p 9

Puede reducir la salida de dólares, pero el contrabando sube y la producción no funciona, el contrabando también afecta a los ingresos fiscales, porque al no pagar el IVA o el Impuesto a la Renta, por ser una mercadería que no tiene sustento, se fomenta la informalidad. Este es el principal enemigo de la seguridad jurídica, del comercio formal y de la industria”.⁹

En conclusión, las restricciones arancelarias deben ser aplicadas a ciertas industrias o a ciertos productos en los que una nación tenga ventaja competitiva frente a los productos extranjeros, para de esta manera estimular el consumo interno, los aranceles buscan proteger la industria nacional, más no, provocar un encarecimiento de los bienes y crisis interna, es importante considerar que todos los países dependen del comercio internacional y del intercambio de bienes y servicios y que es necesario mantener cierta reciprocidad en esta materia con el fin de evitar conflictos multilaterales que resulten perjudiciales para los países negociantes, la ley de equidad tributaria impuesta por el Gobierno Nacional, está basada mayormente a la restricción y elevación del arancel de bienes suntuarios, es decir, bienes de lujo como por ejemplo: perfumes, TV por cable, autos de lujo, etc.; por ello debemos entender que este paquete de medidas fue impuesto no para afectar al bolsillo de los más necesitados y tampoco para afectar a la industria nacional, sino para permitir que se gaste más dinero en lo que es producido en el Ecuador para que de esta manera el capital no salga a otros países y se invierta en la industria nacional, para una mayor circulación interna de dinero.

9. PEÑAHERRERA, Blasco, “Salvaguardias y aranceles fallan”, Diario Expreso, Guayaquil, 10 de Julio de 2010

1.6. ANALISIS DE LAS MEDIDAS RESTRICTIVAS A LAS IMPORTACIONES EN EL ECUADOR

Para profundizar el estudio de los aranceles y salvaguardias que se implantaron como medida emergente para enfrentar la crisis económica mundial, es necesario partir de las definiciones básicas de arancel y salvaguardias e identificar las causas del porque fueron implantadas y cuáles serán sus beneficios o perjuicios.

1.6.1. DEFINICIÓN ARANCEL Y SALVAGUARDIAS

Partiendo del concepto de arancel tenemos la siguiente definición:

Arancel

“Un arancel es simplemente un impuesto sobre las importaciones, un impuesto que recae sobre artículos importados elevando de este modo su precio en el mercado interior del país que lo aplica. Ello supone una discriminación en contra de los artículos importados en comparación con artículos idénticos o similares de fabricación nacional que evidentemente no pagan ese arancel. Esta discriminación es la esencia de la protección que otorga el arancel a los productos nacionales”.¹⁰

“Los aranceles son los impuestos o derechos aduanales aplicados a bienes importados de otro país. Todos los países imponen aranceles con el propósito de obtener ingresos y proteger a sus industrias locales de la competencia de bienes de procedencia foránea. Las tarifas de aranceles se aplican al valor y cantidad de bienes o a una combinación de ambos”.¹¹

Como acabamos de citar los aranceles son creados con el objetivo de proteger la industria nacional y restringir el volumen de importaciones de productos, para el

10. TUGORES QUES, Juan; “Economía Internacional”, Mc Graw Hill, España, 2005, p 140

11. CATEORA, Philip, GRAHAM, John, “Marketing internacional”, McGraw Hill, 12ma Ed., México, 2007, p 443

caso del Ecuador sirven para restringir el ingreso de productos que son considerados de lujo, esto tomado como una medida para proteger la economía nacional frente a la crisis económica internacional, más adelante se analizarán las causas del porqué se elevaron los aranceles a la importación de vehículos y cuáles eran los objetivos de tomar estas medidas.

Es necesario también analizar cuáles son los efectos de crear un arancel y sus posibles implicaciones en la economía nacional de un país. Los efectos pueden ser los siguientes:

Efectos básicos del arancel

Con mayor detalle, los efectos de un arancel respecto a la situación de libre comercio son:

- a) Los productores nacionales ya no se ven obligados a tomar como referencias el precio mundial, sino el precio mundial más el arancel. Pero pueden vender a un precio más elevado, y este mayor precio puede hacer rentable producir una mayor cantidad. Los beneficios de los productores nacionales aumentan.
- b) El mayor precio retrae las compras de los consumidores: algunos compran menos y otros dejan de comprar. Por tanto, los consumidores empeoran.
- c) Si las compras de los consumidores disminuyen y las ventas de los oferentes nacionales aumentan, las importaciones se ven reducidas: el volumen de comercio se contrae.
- d) El estado obtiene unos ingresos arancelarios, que, como todo impuesto, dependen de la base impositiva (las importaciones) y el tipo impositivo (el del arancel).
- e) La reducción en las importaciones pueden tener algún efecto sobre el precio mundial del producto importado, si el país que lo aplica tiene el peso suficiente en el mercado mundial. Ello podría hacer que para ese país el precio mundial de importación se redujese. (Al bajar la demanda mundial como consecuencia del arancel en el país importante). 12

12. TUGORES QUES, Juan; "Economía Internacional", Mc Graw Hill, España, 2005, p 141

Después de conocer que son los aranceles nos remitiremos a analizar las salvaguardias para identificar si esta medida restrictiva fue planteada entre las medidas emergentes para enfrentar la crisis económica mundial.

Salvaguardias

“El acuerdo de salvaguardias autoriza a los países importadores a restringir temporalmente las importaciones si, tras investigaciones realizadas por las autoridades competentes, se comprueba que las importaciones han aumentado en tal cantidad (en cifras absolutas o en relación con la producción nacional) que causan daño grave a la rama de producción nacional que produce productos similares o directamente competidores.

En cuanto a la aplicación de las medidas de salvaguardia el objetivo de los gobiernos debe ser el promover el ajuste estructural y potenciar la competencia en los mercados internacionales en lugar de limitarla. Se dispone que dichas medidas de salvaguardia sólo se aplicarán temporalmente a fin de que la rama de producción afectada pueda tomar medidas para adaptarse a la competencia más intensa a que dará lugar la supresión de esas medidas”.¹³

En síntesis tenemos que las salvaguardias son medidas de emergencia para proteger la industria nacional que se ve amenazada ante el creciente aumento absoluto o relativo de las importaciones. Estas medidas consisten en la restricción temporal de las importaciones que amenazan con dañar o causar un grave daño al sector nacional de cualquier industria, los cuales no están preparados para competir con los productos importados.

13. ESTRADA HEREDIA, Luis Patricio, “Cómo hacer importaciones”, Ed. Mendieta, Quito, 2008, p. 227

1.6.2. DIFERENCIAS Y SEMEJANZAS ENTRE SALVAGUARDIA Y ARANCEL.
Como complemento al estudio de los Aranceles y Salvaguardias es necesario conocer cuáles son sus semejanzas y diferencias para identificar de mejor manera la aplicación de estos y con qué objeto fueron aplicados.

Diferencias

Arancel

- Son los impuestos o derechos aduanales aplicados a bienes importados de otro país.
- Se aplican con el propósito de obtener ingresos para el Estado.
- Es un impuesto que recae sobre artículos importados elevando de este modo su precio en el mercado interior del país que lo aplica.

Salvaguardias

- Las Salvaguardias restringen temporalmente las importaciones.
- Se aplican en forma de restricciones cuantitativas o implantación de un sistema de licencias de importación.
- Se aplicarán temporalmente a fin de que la producción afectada pueda tomar medidas para adaptarse a la competencia más intensa.

Semejanzas

Arancel

- Son aplicados a bienes importados de otro país.
- Se aplican para proteger a sus industrias locales de la competencia de bienes de producción foránea.
- Se aplica a todos los productos de importación sin importar su procedencia, salvo que existan convenios o tratados internacionales que reduzcan o eliminen el arancel.

Salvaguardias

- Se aplican a bienes de importación.
- Se aplican para restringir temporalmente a las importaciones que causan daño grave a la rama de la producción nacional que produce bienes similares o directamente competidores.
- Se aplicarán sin discriminación a las importaciones de todas las procedencias.

1.7. ANALISIS DE LAS MEDIDAS ARANCELARIAS Y SALVAGUARDIAS A LA IMPORTACIÓN DE VEHICULOS

1.7.1. MEDIDAS ARANCELARIAS

El paquete de medidas arancelarias que fue planteado y puesto en marcha por el presidente Rafael Correa a inicios del año 2.008 que consta en la Ley de Equidad Tributaria Artículo N° 82, comprende de una serie de ajustes al sistema tributario en el cual se sube el arancel ICE (Impuesto a los Consumos Especiales) a productos considerados de lujo o bienes suntuarios como por ejemplo: cigarrillos, perfumes, licores, armas de fuego, vehículos de lujo; este arancel fue incrementado en relación al precio de venta al público y elevado de acuerdo a la categoría del bien.

Objeto del impuesto.- Establécese el impuesto a los consumos especiales ICE, el mismo que se aplicará al consumo y adquisición de: cigarrillos, cervezas, bebidas gaseosas, productos alcohólicos y en general al consumo y adquisición de los bienes y servicios de procedencia nacional o importados.

Para el segmento automotriz la clasificación de acuerdo al precio de venta al público está determinado de la siguiente manera:

GRUPO II TARIFA:

CUADRO N°1 Clasificación del ICE de acuerdo al precio de venta del vehículo	
GRUPO II	TARIFA
1. Vehículos motorizados de transporte terrestre de hasta 3.5 toneladas de carga, conforme el siguiente detalle:	

- Vehículos motorizados cuyo precio de venta al público sea de hasta USD 20.000	5%
-Camionetas, furgonetas, camiones, y vehículos de rescate cuyo precio de venta al público sea de hasta USD 30.000	5%
-Vehículos motorizados, excepto camionetas, furgonetas, camiones y vehículos de rescate, cuyo precio de venta al público sea superior a USD 20.000 y de hasta USD 30.000	10%
-Vehículos motorizados cuyo precio de venta al público sea superior a USD 30.000 y de hasta USD 40.000	15%
- Vehículos motorizados cuyo precio de venta al público sea superior a USD 40.000 y de hasta USD 50.000	20%
-Vehículos motorizados cuyo precio de venta al público sea superior a USD 50.000 y de hasta USD 60.000	25%
-Vehículos motorizados cuyo precio de venta al público sea superior a USD 60.000 y de hasta USD 70.000	30%
-Vehículos motorizados cuyo precio de venta al público sea superior a USD 70.000	35%

FUENTE: Asamblea Constituyente. Agosto 2008. 14

La base imponible de los productos sujetos al ICE, de producción nacional o bienes importados, se determinará con base en el precio de venta al público sugerido por el fabricante o importador, menos el IVA y el ICE. A esta base imponible se aplicarán las tarifas Ad-Valorem que se establecen en esta Ley.

Al 31 de diciembre de cada año o cada vez que se introduzca una modificación al precio, los fabricantes o importadores notificarán al Servicio de Rentas Internas la nueva base imponible y los precios de venta al público sugeridos para los productos elaborados o importados por ellos.

14. ASAMBLEA CONSTITUYENTE, Ley de Régimen Tributario Interno, Registro Oficial segundo suplemento N° 392, Agosto 2008.

La base imponible obtenida mediante el cálculo del precio de venta al público sugerido por los fabricantes o importadores de los bienes gravados con ICE, no será inferior al resultado de incrementar al precio ex-fábrica o ex-aduana, según corresponda, un 25% de margen mínimo presuntivo de comercialización. Si se comercializan los productos con márgenes superiores al mínimo presuntivo antes señalado, se deberá aplicar el margen mayor para determinar la base imponible con el ICE. La liquidación y pago del ICE aplicando el margen mínimo presuntivo, cuando de hecho se comercialicen los respectivos productos con márgenes mayores, se considerará un acto de defraudación tributaria.

Se entenderá como precio ex-fábrica al aplicado por las empresas productoras de bienes gravados con ICE en la primera etapa de comercialización de los mismos. Este precio se verá reflejado en las facturas de venta de los productores y se entenderán incluidos todos los costos de producción, los gastos de venta, administrativos, financieros y cualquier otro costo o gasto no especificado que constituya parte de los costos y gastos totales, suma a la cual se deberá agregar la utilidad marginada de la empresa.

El precio de venta al público es el que el consumidor final pague por la adquisición en el mercado, de cualquiera de los bienes gravados con este impuesto. Los precios de venta al público serán sugeridos por los fabricantes o importadores de los bienes gravados con el impuesto, y de manera obligatoria se deberá colocar en las etiquetas. En el caso de los productos que no posean etiquetas como vehículos, los precios de venta al público sugeridos serán exhibidos en un lugar visible de los sitios de venta de dichos productos.

El impuesto solo se graba para vehículos nuevos y el costo del incremento al impuesto lo asume el comprador, dependiendo del rango al cual se ubique el precio de venta al público dentro de la tabla establecida.

Los porcentajes son más flexibles para el caso de adquirir una camioneta o una furgoneta. Según el SRI, se entiende que estos vehículos son utilizados normalmente para trabajo. En este caso, si el automotor cuesta hasta 30.000 dólares solo paga el 5%

del ICE; hasta 40.000 dólares el impuesto sube al 25%, y sobre ese valor el ICE es de 35%.

En términos generales los vehículos livianos por aranceles pagan el 35% de AdValorem, 0,5% FDI y 12% de IVA capítulo 87 del Arancel Nacional Integrado. ¹⁴ Los vehículos, que se ensamblan en nuestro país o los provenientes de los países de la Comunidad Andina, no pagan aranceles por los acuerdos comerciales existentes. Además se tiene convenios de preferencias arancelarias firmados con los países de MERCOSUR y con México.

1.7.1.1. CÁLCULO DE LOS ARANCELES DE ACUERDO A CATEGORÍAS

En el siguiente cuadro se muestran como son calculados los aranceles al precio de venta ex-fábrica de los vehículos, los porcentajes del arancel Ad-Valorem, F.D.I. e .IV.A. son los mismos para cualquier rango de precio de vehículos; para la tarifa del I.C.E. varía de acuerdo a la categoría en que se encuentra el vehículo, en el cuadro se muestra como es aplicado y dentro de qué límites:

CUADRO N°2											
Cálculo de aranceles de acuerdo al precio al precio de venta del vehículo											
Valor del vehículo	Valor	Ad-Valorem	FDI	ICE	ICE	IVA	Total	% de	Precio	Precio	PVP
en puerto (FOB)	CIF 1	35%	0,50%	%	Valor 2	12% 3	aranceles	Aranceles***	Distribuidor 4	Concesionario	
\$ 5.000,00	\$ 5.135,00	\$ 1.797,25	\$ 25,68	5%	\$ 434,87	\$ 887,14	\$ 3.144,93	61,24%	\$ 8.279,93	\$ 9.107,92	\$ 10.018,72
\$ 10.000,00	\$ 10.140,00	\$ 3.549,00	\$ 50,70	5%	\$ 858,73	\$ 1.751,81	\$ 6.210,24	61,24%	\$ 16.350,24	\$ 17.985,27	\$ 19.783,79
\$ 12.000,00	\$ 12.142,00	\$ 4.249,70	\$ 60,71	5%	\$ 1.028,28	\$ 2.097,68	\$ 7.436,37	61,24%	\$ 19.578,37	\$ 21.536,20	\$ 23.689,83
\$ 20.000,00*	\$ 20.150,00	\$ 7.052,50	\$ 100,75	5%	\$ 1.706,45	\$ 3.481,16	\$ 12.340,87	61,24%	\$ 32.490,87	\$ 35.739,95	\$ 39.313,95
\$ 20.001,00	\$ 20.151,00	\$ 7.052,85	\$ 100,76	10%	\$ 3.413,08	\$ 3.686,12	\$ 14.252,80	70,73%	\$ 34.403,80	\$ 37.844,18	\$ 41.628,60
\$ 25.000,00	\$ 25.155,00	\$ 8.804,25	\$ 125,78	10%	\$ 4.260,63	\$ 4.601,48	\$ 17.792,13	70,73%	\$ 42.947,13	\$ 47.241,84	\$ 51.966,03
\$ 30.000,00	\$ 30.160,00	\$ 10.556,00	\$ 150,80	10%	\$ 5.108,35	\$ 5.517,02	\$ 21.332,17	70,73%	\$ 51.492,17	\$ 56.641,38	\$ 62.305,52
\$ 30.001,00	\$ 30.161,00	\$ 10.556,35	\$ 150,81	15%	\$ 7.662,78	\$ 5.823,71	\$ 24.193,65	80,21%	\$ 54.354,65	\$ 59.790,11	\$ 65.769,12
\$ 35.000,00	\$ 35.165,00	\$ 12.307,75	\$ 175,83	15%	\$ 8.934,11	\$ 6.789,92	\$ 28.207,60	80,21%	\$ 63.372,60	\$ 69.709,87	\$ 76.680,85
\$ 40.000,00	\$ 40.170,00	\$ 14.059,50	\$ 200,85	15%	\$ 10.205,69	\$ 7.756,32	\$ 32.222,37	80,21%	\$ 72.392,37	\$ 79.631,60	\$ 87.594,76
\$ 40.001,00	\$ 40.171,00	\$ 14.059,85	\$ 200,86	20%	\$ 13.607,93	\$ 8.164,76	\$ 36.033,39	89,70%	\$ 76.204,39	\$ 83.824,83	\$ 92.207,31
\$ 45.000,00	\$ 45.175,00	\$ 15.811,25	\$ 225,88	20%	\$ 15.303,03	\$ 9.181,82	\$ 40.521,98	89,70%	\$ 85.696,98	\$ 94.266,67	\$ 103.693,34
\$ 50.000,00	\$ 50.180,00	\$ 17.563,00	\$ 250,90	20%	\$ 16.998,48	\$ 10.199,09	\$ 45.011,46	89,70%	\$ 95.191,46	\$ 104.710,61	\$ 115.181,67
\$ 50.001,00	\$ 50.181,00	\$ 17.563,35	\$ 250,91	25%	\$ 21.248,52	\$ 10.709,25	\$ 49.772,03	99,18%	\$ 99.953,03	\$ 109.948,33	\$ 120.943,16
\$ 55.000,00	\$ 55.185,00	\$ 19.314,75	\$ 275,93	25%	\$ 23.367,40	\$ 11.777,17	\$ 54.735,24	99,18%	\$ 109.920,24	\$ 120.912,27	\$ 133.003,49
\$ 60.000,00*	\$ 60.190,00	\$ 21.066,50	\$ 300,95	25%	\$ 25.486,70	\$ 12.845,30	\$ 59.699,45	99,18%	\$ 119.889,45	\$ 131.878,40	\$ 145.066,24
\$ 60.001,00	\$ 60.191,00	\$ 21.066,85	\$ 300,96	30%	\$ 30.584,55	\$ 13.457,20	\$ 65.409,56	108,67%	\$ 125.600,56	\$ 138.160,62	\$ 151.976,68
\$ 65.000,00	\$ 65.195,00	\$ 22.818,25	\$ 325,98	30%	\$ 33.127,21	\$ 14.575,97	\$ 70.847,41	108,67%	\$ 136.042,41	\$ 149.646,65	\$ 164.611,31
\$ 70.000,00	\$ 70.200,00	\$ 24.570,00	\$ 351,00	30%	\$ 35.670,38	\$ 15.694,97	\$ 76.286,34	108,67%	\$ 146.486,34	\$ 161.134,97	\$ 177.248,47
\$ 80.000,00**	\$ 80.210,00	\$ 28.073,50	\$ 401,05	35%	\$ 47.549,49	\$ 18.748,08	\$ 94.772,13	118,15%	\$ 174.982,13	\$ 192.480,34	\$ 211.728,37

FUENTE: Diego Medina

Notas:

1. El precio CIF es calculado con un precio correspondiente a flete de USD 130 y el 0,1% de seguros.
2. La base imponible del ICE es calculada en base el valor Ex-Fábrica+25% (25% es el margen mínimo presuntivo de comercialización); es decir, la sumatoria del valor CIF más el Ad-Valorem y más el FDI más el 25% y de esto multiplicado por el porcentaje del ICE correspondiente a cada categoría.
3. El valor del IVA es calculado de acuerdo a la sumatoria del valor CIF más el Ad-Valorem más el FDI y más el ICE a eso se le aplica el 12%.
4. El precio al distribuidor corresponde al precio en que el vehículo llega al país y corresponde al valor una vez cancelados todos los impuestos listo para ser entregado al distribuidor para luego ser entregado a los concesionarios para su venta, el precio es calculado mediante la sumatoria del precio CIF más el recargo del valor total de impuestos calculados anteriormente. El precio al concesionario es calculado con un margen de ganancia aplicado al precio del distribuidor, en este caso se aplicó un 10%. El precio de venta al público es calculado con un margen de ganancia aplicado al precio del concesionario, en este caso también es del 10%.

*Nótese que existe una diferencia de alrededor de USD 1.365,30 al momento en que el vehículo llegue a costar USD 1 más, esto se debe a que si en el precio de un vehículo se incrementa USD 1 pasa al siguiente rango de precios aplicándole una nueva tarifa arancelaria en este caso de USD 20.000 a 20.001 la tarifa sube un 5%. De la misma forma al subir a USD 60.000 la tarifa del ICE es de 25% y la diferencia que existe al momento en que se incrementa USD 1 en relación a la siguiente categoría de USD 60.001 es de USD 4.078,28.

**Para un vehículo que cuesta USD 80.000 lo que el consumidor tiene que pagar por concepto de aranceles es casi el mismo precio del vehículo, estamos hablando que para un vehículo de esa categoría se paga alrededor de un 82% del precio CIF.

***El valor que corresponde al porcentaje de aranceles a pagar para un vehículo sobre el 50% del valor CIF y en los vehículos que tienen un costo más alto llega a ser del 118%, es decir, el porcentaje de aranceles viene a duplicar el valor del precio del vehículo CIF.

Por citar un ejemplo vamos a realizar el cálculo de los aranceles para un vehículo cuyo precio FOB es de USD 22.000:

Incoterm:

FOB:	\$22.000,00
+ flete:	\$130,00
CFR:	\$22.130,00
+ seguro 0,1%:	\$22,13
CIF:	\$22.152,13
<i>Ad-Valorem 35% CIF</i>	\$7.753,24
<i>FDI 0,5% CIF</i>	\$110,76
ICE 10% > USD20.000	
Base imponible→(CIF+ADV+FDI)+25%	\$37.520,16
Base imponible del ICE*10%	\$3.752,16
IVA 12%	
(CIF+ADV+FDI+ICE)*12%	\$4.052,19
Precio al distribuidor: (CIF+ADV+FDI+ICE+IVA)	\$37.820,48
Precio al concesionario 10% margen utilidad	\$41.602,53

Precio de venta al público

10% margen de utilidad

\$45.762,78

Entonces el precio de venta al público que se encuentra marcado para el vehículo en los concesionarios es USD \$45.762,78.

El precio del flete marítimo no es una constante, este puede variar de acuerdo a la naviera, de la cantidad de vehículos que se traiga, del tamaño y peso, por lo general la mayoría de los vehículos arriban al puerto de Guayaquil, o a puertos alternos como Manta o San Lorenzo; existen algunos vehículos que son importados desde Colombia y Venezuela en ellos se aplica la tarifa de flete terrestre; la mayoría de los concesionarios traen los vehículos por vía terrestre cuando han salido del puerto una vez realizado el trámite en aduanas , el precio de este flete puede también variar dependiendo de la compañía transportadora y de la distancia del flete y oscila entre USD 90 a 100 desde el puerto de Guayaquil hasta Quito.

El valor del seguro también puede variar de acuerdo a la compañía aseguradora, por lo general se cobra el 0,1% el valor CFR de la mercadería por unidad importada. Este seguro se aplica desde que el vehículo sale del puerto de origen hasta que es desembarcado en el puerto de destino.

El margen de ganancia que manejan los distribuidores y concesionarias pueden variar, estos pueden ser del 10 al 15% y son aplicados de acuerdo como se demostró en el ejemplo anterior.

1.7.2. MEDIDAS DE SALVAGUARDIA

Las salvaguardias son mecanismos contemplados en la Organización Mundial de Comercio que pueden ser adoptados por un país miembro, que cumpla los requisitos necesarios. En el caso ecuatoriano se aplicaron dos salvaguardias: por balanza de pagos y cambiaria. Estas consisten en lo siguiente:

Salvaguardia por Balanza de Pagos

De acuerdo a la Resolución N° 466, con fecha 22 de enero del 2.009, el Comexi adoptó la salvaguardia por balanza de pagos, para una lista de productos, en los cuales se incluía vehículos y llantas. La medida en términos generales pretendía rebajar las importaciones en aproximadamente 1.400 millones de dólares y así corregir la diferencia en la balanza de pagos, con el fin último de evitar la salida de divisas.

Se establecieron cupos para ciertos productos importados, los cuales se fijaron de manera voluntaria en un acuerdo firmado entre importadores y Gobierno, que consta en el “Acuerdo Voluntario entre el Gobierno Nacional y los importadores a fin de Salvaguardar la Balanza de Pagos”, firmado en el Palacio de Carondelet, el 16 de enero de 2.009.

En el acuerdo se estableció tres mecanismos de reducción a importaciones en base a:

- Reducción en un 30% y 35% de las importaciones a 294 subpartidas.
- Elevar el arancel Ad-Valorem en 30 o 35% puntos a 50 productos.
- Introducir un arancel específico de 12 USD por Kg neto de carga para 255 subpartidas, 10 USD por par de zapatos para 26 subpartidas y 0,10 USD por Kg para 2 subpartidas.

A la par de estas medidas el Comexi suspendió las preferencias arancelarias para productos provenientes de los países con los que el Ecuador tiene firmado acuerdos comerciales. Es decir los productos provenientes de la CAN, MERCOSUR o ALADI deberían pagar el máximo arancel nacional para su importación.

La CAN mediante resolución N° 1227 del 27 de marzo de 2.009, restituyó las preferencias arancelarias a los países miembros. Sin embargo el país apeló a esta

decisión, logrando únicamente la ratificación de la CAN a través de su Resolución 1244 del 22 de junio. Al mismo tiempo, la medida de Salvaguardia fue analizada por la OMC la cual resolvió que se podía aplicar la medida pero debía cambiar los cupos por una recarga arancelaria. La resolución fue cambiada sin previo aviso mediante Resolución N° 487 del 26 de junio. De esta manera el acuerdo entre importadores y Gobierno quedó sin efecto.

El resultado de esta medida fue que los vehículos fueron cargados con un 12% de sobre tasa arancelaria, 3% para CKD's, el 6 de octubre del 2.009, el Comexi, a través de Resolución N° 524, redujo el recargo arancelario de 12% a 9% de ciertos vehículos, mientras que a vehículos considerados de carga y trabajo se eliminó el recargo. En marzo del 2.010 el Comexi resolvió la desgravación en tres fases: 30% desde el 23 de marzo, 30% a partir del 23 de mayo y otro 30% el 23 de julio de 2010, a continuación se muestra como fue reduciendo el arancel:

CUADRO N°3		
Evolución de la salvaguardia por balanza de pagos		
Desde	Hasta	Porcentaje
23/07/2010	02/01/2011	0%
28/05/2010	22/07/2010	2,7%
23/03/2010	27/05/2010	5,4%
23/01/2010	22/03/2010	8,1%
06/10/2009	22/01/2010	9%
29/06/2009	05/10/2009	12%
30/12/2007	28/06/2009	0%

FUENTE: Comexi. 2009.

En un breve ejemplo veremos cómo se calculan las salvaguardias con un 12%:

Precio CIF: \$13.000

Ad-Valorem 35% CIF	\$4.550,00
FDI 0,5% CIF	\$65,00
ICE 5% < USD20.000	
Base imponible→(CIF+ADV+FDI)+25%	\$22.018,75
Base imponible del ICE*10%	\$1100,94
SALV. 12% CIF	\$1560,00
IVA 12%	
(CIF+ADV+FDI+ICE+SALV.)*12%	\$2433,11
<i>Precio al distribuidor =</i>	\$22.709,05

Salvaguardia Cambiaria

Este tipo de medida se la puede aplicar solo con un país, con el cual se logre demostrar que medidas monetarias, como una devaluación de su moneda, generan problemas para otro país. Ecuador la aplicó con Colombia, argumentando que las devaluaciones del peso generaban condiciones difíciles para el comercio de productos ecuatorianos.

En Resolución N° 494 del Comexi del 6 de julio del 2.009 se aplicó la salvaguardia cambiaria con Colombia. Esto generó un estancamiento del flujo de comercio entre ambos países. La medida fue rechazada por comerciantes y por propio gobierno colombiano. En el mes de agosto se publicó una lista de subpartidas que al corto tiempo fue revisada y se eliminaron de la lista ciertos productos. Finalmente, en octubre se eliminaron de la lista se subpartidas sujetas a esta medida a los productos automotrices que se mantenían afectados.

1.8. ANALISIS CRONOLÓGICO DE LAS RESTRICCIONES Y LIBERACIONES A LA IMPORTACIÓN DE VEHÍCULOS

Hasta diciembre del 2007, la tarifa del ICE para todos los vehículos era del 5,15%; pero mediante la reforma a la Ley de Régimen Tributario Interno aprobada por la Asamblea Nacional en diciembre 28 de 2007 las tarifas del ICE fueron asignadas de la siguiente manera según el Art. 82, Grupo II referente a vehículos:

CUADRO N°4 Clasificación del ICE de acuerdo al precio de venta del vehículo. Diciembre 2.007	
GRUPO II	TARIFA
1. Vehículos motorizados de transporte terrestre de hasta 3.5 toneladas de carga, conforme el siguiente detalle:	
-Camionetas y furgonetas cuyo precio de venta al pública sea de hasta USD 30.000	5%
-Vehículos motorizados cuyo precio de venta al público sea de hasta USD 20.000	5%
-Vehículos motorizados, excepto camionetas y furgonetas cuyo precio de venta al público sea superior a USD 20.000 y de hasta USD 30.000	15%
-Vehículos motorizados, cuyo precio de venta al público sea superior a USD 30.000 y de hasta USD 40.000	25%
-Vehículos motorizados, cuyo precio de venta al público sea superior a USD 40.000	35%

FUENTE: Asamblea Constituyente. Diciembre 2007. 15

Para el mes de agosto del año 2.008 se realizó una serie de reformas a la Ley de Régimen Tributario Interno según el Registro Oficial segundo suplemento N° 392 en el que se cambiaron las tarifas del ICE que se muestran de la siguiente manera y que se encuentran en vigencia actualmente:

15. ASAMBLEA CONSTITUYENTE, Ley para la Equidad Tributaria, Art. 82 de la Ley de Régimen Tributario Interno, Diciembre 2007.

CUADRO N°5 Clasificación del ICE de acuerdo al precio de venta del vehículo. Agosto 2.008	
GRUPO II	TARIFA
1. Vehículos motorizados de transporte terrestre de hasta 3.5 toneladas de carga, conforme el siguiente detalle:	
- Vehículos motorizados cuyo precio de venta al público sea de hasta USD 20.000	5%
-Camionetas, furgonetas, camiones, y vehículos de rescate cuyo precio de venta al público sea de hasta USD 30.000	5%
-Vehículos motorizados, excepto camionetas, furgonetas, camiones y vehículos de rescate, cuyo precio de venta al público sea superior a USD 20.000 y de hasta USD 30.000	10%
-Vehículos motorizados cuyo precio de venta al público sea superior a USD 30.000 y de hasta USD 40.000	15%
- Vehículos motorizados cuyo precio de venta al público sea superior a USD 40.000 y de hasta USD 50.000	20%
-Vehículos motorizados cuyo precio de venta al público sea superior a USD 50.000 y de hasta USD 60.000	25%
-Vehículos motorizados cuyo precio de venta al público sea superior a USD 60.000 y de hasta USD 70.000	30%
-Vehículos motorizados cuyo precio de venta al público sea superior a USD 70.000	35%

FUENTE: Asamblea Constituyente. Agosto 2008. 16

Mediante estas tarifas se ha venido trabajando en los diferentes concesionarios del país, el estudio de datos y recopilación de información que seguirá a continuación en el

6. ASAMBLEA CONSTITUYENTE, *Ley de Régimen Tributario Interno*, Registro Oficial segundo suplemento N° 392, Agosto 2008.

siguiente capítulo se remitirá a estas tasas arancelarias y de allí se observará si existieron variaciones en las ventas de los vehículos debido a estas medidas.

Como dato adicional, para el año 2.011 los valores en los aranceles cambiaron, debido a que el Gobierno Nacional busca equiparar el desequilibrio en la balanza comercial, este incremento afectará a sólo un segmento de vehículos, esto busca reducir la importación de este segmento para incentivar la producción nacional (ensamblaje) y generar más empleos, el incremento se vio dado de la siguiente manera:

CUADRO N°6 Reforma a la clasificación arancelaria. Diciembre 2.010	
<i>Categoría</i>	<i>Porcentaje</i>
Vehículos no híbridos <1.900 cm ³	40%
Vehículos Comerciales < 4 TON.	40%
Vehículos Diesel entre 1.500-2.500 cm ³	40%

FUENTE: Arancel Integrado

El incremento es aplicado al arancel Ad-Valorem, que para todos los vehículos excepto los híbridos estaba dado antes del incremento de este año con el 35%, a partir de enero del 2.011 el arancel Ad-Valorem deberá ser calculado de acuerdo al cuadro N°6 para las categorías que se encuentran marcadas en la misma, para el resto de vehículos excepto vehículos híbridos seguirá siendo del 35%.

1.8.2. VEHÍCULOS HÍBRIDOS

De manera complementaria, cabe mencionar el tema del ingreso de la gama de vehículos híbridos al Ecuador ya que actualmente están teniendo una gran acogida debido a economía de combustible y una notable reducción de emanaciones de gases contaminantes del medio ambiente, es importante aclarar que los vehículos híbridos son aquellos que poseen dos motores, uno de combustión interna y uno eléctrico que trabajan simultáneamente. El motor eléctrico se alimenta por la energía propia del vehículo, recargando las baterías del vehículo. A su vez, el computador del vehículo elige, de acuerdo al manejo que se deba hacer la utilización de uno u otro motor.

Estos vehículos ingresan al país con tarifa ICE de 0% para todos los vehículos, pero el arancel Ad-Valorem varía dependiendo la cilindrada del motor del vehículo, para el 03 de junio del año 2.010 según el Registro Oficial Suplemento 206, los valores del Arancel se conformaban de la siguiente manera:

CUADRO N°7 Clasificación del arancel Ad-valorem para vehículos híbridos. Junio 2.010	
Cilindraje	Ad-Valorem
De 0 a 2000 cm ³	0%
De 2001 a 3000 cm ³	5%
De 3001 a 4000 cm ³	10%
Mayores de 4000 cm ³	15%

FUENTE: Boletín CCQ. Junio 2010 17

Para el 08 de octubre del 2010 estos valores fueron cambiados según Registro Oficial Suplemento 302 que se encuentra en vigencia de la siguiente manera:

CUADRO N°8 Clasificación del arancel Ad-Valorem para vehículos híbridos. Octubre 2.010	
Cilindraje	Ad-Valorem
De 0 a 2000 cm ³	0%
De 2001 a 3000 cm ³	10%
De 3001 a 4000 cm ³	20%
Mayores de 4000 cm ³	35%

FUENTE: Boletín CCQ. Noviembre 2010 18

En principio los vehículos híbridos son costosos debido a su naturaleza compleja de fabricación y de equipamiento, una de las razones por las que los vehículos híbridos no pagan IVA e ICE es porque el ingreso de estos al país, representa avances tecnológicos en el parque automotor ecuatoriano, son más silenciosos y porque al incentivar el ingreso de vehículos híbridos generan un tratamiento ambiental favorable y ayudan a reducir los costos del subsidio a los combustibles.

Dentro de la tecnología híbrida además existe una variación denominada los plug-in, vehículos híbridos en los cuales sus baterías pueden ser recargadas, con el fin de usar sus motores eléctricos para mayores distancias y favorecer así su autonomía.

En vehículos híbridos tenemos varios modelos:

CUADRO N°9 Marcas y modelos de vehículos de híbridos	
<i>Marca</i>	<i>Modelo</i>
Audi	Q5
BMW	X6, ActiveHybrid 7
Chevrolet	Tahoe, Silverado, Malibú
Ford	Fusion, Escape
Honda	Civic, insight, CR-Z
Hyundai	Elantra, Blue Will
Lexus	HS 250H, RX 450H, LS 600H L
Mazda	Tribute
Mercedes Benz	S400, ML 450
Nissan	Altima
Porsche	Cayenne S
Toyota	Prius, Highlander, Camry
Volkswagen	Touareg
Volvo	V70

FUENTE: Anuario AEADE, 2.009

Nota: Los modelos citados se comercializan a nivel mundial y varía su disponibilidad de país en país, por ello en el Ecuador no existen todos los modelos que se muestra en la lista, actualmente las marcas que venden más de este tipo de vehículos en el país son Chevrolet, Toyota y Lexus.

Debido a que no se recauda ni IVA e ICE a estos vehículos, no entran dentro del estudio que sigue a continuación en el siguiente capítulo del presente trabajo de tesis, pero se presenta como un dato adicional para conocer de fondo el tratamiento de estos vehículos en el país en materia arancelaria.

Adicionalmente en el siguiente cuadro observaremos la aplicación de los aranceles y las diferencias que existen entre un vehículo normal y un vehículo híbrido, primero lo haremos con un vehículo híbrido de menos de 2.000 centímetros cúbicos y de más de 4.000 centímetros cúbicos en contraste con vehículos normales del mismo o parecido cilindraje:

CUADRO N°10				
Cálculo comparativo de aranceles entre vehículo híbrido y normal hasta 2.000 cm3				
<i>Aranceles</i>	<i>Tarifa</i>	<i>Toyota Corolla 1.600 cm3</i>	<i>Tarifa</i>	<i>Toyota Prius 1.800 cm3 (hybrid)</i>
Precio CIF*		\$15.500,00		\$32.825,05
Ad-Valorem	35%	\$5.425,00	<2.000 cm3-0%	\$0.00
F.D.I.	0,5%	\$77,50	0,5%	\$164,95
I.C.E.	<USD 20.000-5%	\$1.312,66	No aplica	\$0.00
I.V.A.	12%	\$2677,82	No aplica	\$0.00
Total**		\$24.992,98		\$32.990,00

FUENTE: www.toyota.com.ec

CUADRO N°11				
Cálculo comparativo de aranceles entre vehículo híbrido y normal por encima de los 2.000 cm3				
<i>Aranceles</i>	<i>Tarifa</i>	<i>Toyota Rav-4 2.400cm3</i>	<i>Tarifa</i>	<i>Toyota Highlander 3.300 cm3 (hybrid)</i>
Precio CIF*		\$23.000,00		\$49.500,00
Ad-Valorem	35%	\$8.050,00	3.001-4.000 cm3-20%	\$9.900,00
F.D.I.	0,5%	\$115,00	0,5%	\$247,50
I.C.E.	\$40.000-50.000-10%	\$3.895,62	No aplica	\$0.00
I.V.A.	12%	\$4.207,27	No aplica	\$0.00
Total**		\$39.990,80		\$59.647,50

FUENTE: www.toyota.com.ec

*Los precios CIF son referenciales, son obtenidos mediante cálculos en regresión en base a los porcentajes arancelarios, por lo que no son los precios reales, fueron obtenidos con fines netamente didácticos para expresar la forma de cálculo y los porcentajes correspondientes a cada categoría y modelo dentro de los que se encuentran los vehículos.

**De la misma forma los precios totales son referenciales, representan un acercamiento al precio real marcado por los concesionarios, estos precios totales mostrados en las tablas reflejan un cálculo aproximado en base al valor CIF supuesto de los vehículos con sus respectivos porcentajes.

Como podemos observar en los cuadros anteriores, existe una gran diferencia entre los aranceles que pagan los vehículos normales y los vehículos híbridos, para el primer caso existe una diferencia en lo que se refiere a aranceles de USD 9198,93 a USD 164,95; para el segundo caso de USD 16.267,89 a USD 10147,5; esto se debe al trato preferencial en materia de aranceles a los vehículos híbridos, pero todo esto tiene un fundamento, los vehículos híbridos contribuyen de muchas formas positivas al parque automotor, al país y al medio ambiente, como citamos anteriormente, los vehículos híbridos ayudan a reducir el subsidio a los combustibles siendo los vehículos híbridos los que dan mayor kilometraje por galón, estos también reducen considerablemente las emanaciones de CO2 y los niveles de ruido.

CAPITULO II

2.1 ESTUDIO DEL MERCADO

2.1.1. ANALISIS DEL SEGMENTO DE VEHICULOS AFECTADOS POR LAS RESTRICCIONES ARANCELARIAS

En este capítulo iniciaremos con el análisis del segmento de vehículos que fueron los mayormente afectados por el incremento del Impuesto a los Consumos Especiales, dentro de este segmento identificaremos las marcas más comerciales en el mercado ecuatoriano para de estas obtener la información pertinente a la investigación.

En base a la información anteriormente citada, antes de la aplicación de la Ley de Equidad Tributaria hasta diciembre de 2.007 el valor del Impuesto a los Consumos Especiales para todo tipo de vehículos de menos de 3.5 toneladas de capacidad de carga era del 5,15%.

Este porcentaje fue cambiado de acuerdo a categorías que dependen del precio de venta al público como se analizó en el capítulo anterior, de acuerdo a estos rangos analizaremos el segmento de vehículos que serán objeto de estudio.

Los vehículos que se encuentran en el rango de hasta USD 20.000 el porcentaje grabado del ICE es del 5% de acuerdo a la reforma de la ley tributaria, excluirémos del estudio a los vehículos que se encuentran dentro de este rango debido a que el porcentaje anterior grabado para estos vehículos era del 5,15%; la variación que representa este porcentaje es de una reducción del arancel a 5%, tomaremos la información de ventas de estos vehículos como referencia para analizar si existe un incremento en las ventas de este segmento debido a que hipotéticamente podría existir una reducción o un incremento de ventas a segmentos de vehículos que correspondan a las siguientes categorías.

Los vehículos que se encuentran en el rango de USD 40.000 en adelante se excluirán del estudio debido a que a estos precios corresponden los vehículos de lujo que se

comercializan en marcas como Alfa Romeo, Audi, BMW, Mercedes Benz, Porsche, Land Rover, Volvo, cuya participación en el mercado total de estas marcas es del 0,53%.

Para este estudio nos remitiremos a analizar el segmento de vehículos que se encuentran en el rango de precios entre los USD 20.000 a 40.000 en adelante ya que el impuesto se incrementó de la siguiente manera:

CUADRO N°12 Clasificación del ICE de acuerdo al precio de venta del vehículo objeto de estudio	
GRUPO II	TARIFA
1. Vehículos motorizados de transporte terrestre de hasta 3.5 toneladas de carga, conforme el siguiente detalle:	
-Vehículos motorizados, excepto camionetas, furgonetas, camiones y vehículos de rescate, cuyo precio de venta al público sea superior a USD 20.000 y de hasta USD 30.000	10%
-Vehículos motorizados cuyo precio de venta al público sea superior a USD 30.000 y de hasta USD 40.000	15%

FUENTE: Asamblea Constituyente. Agosto 2008.

Dentro de estos rangos analizaremos mediante un estudio histórico las ventas de estos y la recaudación del ICE; así como las importaciones, los vehículos a ser estudiados serán automóviles, todo terreno, Van's y camionetas de más de USD 30.000.

En el Ecuador existen varios concesionarios que comercializan sus vehículos, entre las marcas más comerciales tenemos:

CUADRO N° 13					
Marcas y participación en el mercado					
2.008		2.009		2.010	
<i>Marca</i>	<i>Participación en el mercado</i>	<i>Marca</i>	<i>Participación en el mercado</i>	<i>Marca</i>	<i>Participación en el mercado</i>
Chevrolet	42,17%	Chevrolet	42,32%	Chevrolet	40,42%
Hyundai	11,68%	Hyundai	12,74%	Hyundai	13,04%
Mazda	9,26%	Mazda	8,29%	Kia	8,25%
Toyota	9,19%	Toyota	6,87%	Nissan	7,12%
Nissan	4,03%	Kia	5,86%	Toyota	6,60%
Kia	3,68%	Nissan	5,31%	Mazda	6,50%
Renault	2,42%	Ford	2,42%	Renault	3,79%
Ford	2,18%	Renault	1,94%	Ford	3,09%
Mitsubishi	1,66%	Volkswagen	1,87%	Volkswagen	1,97%
Volkswagen	1,16%	Skoda	0,84%	Mitsubishi	0,78%
Skoda	0,78%	Peugeot	0,45%	Skoda	0,56%
Peugeot	0,72%	Daihatsu	0,35%	Great Wall	0,51%
Otros	11,07%	Otros	10,74%	Otros	7,37%

Fuente: AEADE. Anuario 2.010

Estas son las 12 marcas de vehículos que se comercializan en el Ecuador que tienen un porcentaje de 88,93% de participación en el mercado de un total de 63 marcas participantes; porcentaje restante corresponde a marcas de vehículos que nuevas, otras que comercializan vehículos de lujo y otras que venden vehículos de trabajo (camiones).

2.2. ANALISIS DE ESTRATEGIAS APLICADAS PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE VEHÍCULOS

Al momento en que se anunciaron las nuevas medidas arancelarias dentro de la reforma de la Ley de Equidad Tributaria en diciembre del 2.007, los concesionarios se vieron obligados a adecuar sus estrategias de venta debido a que los precios en los vehículos que comercializan fueron elevados, para conocer cuales fueron estas estrategias se realizaron entrevistas en los concesionarios que fueron citados anteriormente.

Los resultados que se obtuvieron al realizar las entrevistas fueron en algunas casas comerciales negativas hacia las interrogantes que fueron planteadas como parte de un cuestionario, ya que este tipo de información los concesionarios y las importadoras de vehículos e inclusive las ensambladoras, manejan esta información como un tema confidencial, se obtuvo información en la medida de las posibilidades de ciertos concesionarios que se pondrá a consideración como estrategias en general, ya que estas pueden ser aplicadas de la misma manera para varias de estas casas comerciales, sin generalizar a profundidad.

2.2.1. CONCLUSIONES DE ENTREVISTAS REALIZADAS:

-La estrategia que se ha implementado es instalar una planta ensambladora para producir modelos de la marca, a un menor costo, debido a que los vehículos traídos en piezas o CKD (Complete Knock Down) ingresan con un 3% de arancel Ad-Valorem y el ICE se lo carga de acuerdo al valor final de vehículo ensamblado. Con esta estrategia se consigue tener una nueva edición que ya no aplica el ICE hasta los USD 20.000 para ciertos modelos. En el Ecuador las tres marcas que ensamblan algunos de sus vehículos son Chevrolet (Omnibus BB), Mazda (Maresa), Kia (Aymesa); existen otras ensambladoras que producen camiones y buses, pero están fuera del objeto del estudio. Más adelante se analizará a profundidad el desempeño de estas plantas ensambladoras en la comercialización de vehículos en el país.

-Otra estrategia es buscar segmentos de mercado no afectados por el ICE, es decir, trabajar con vehículos de menor valor para obtener mayores volúmenes de venta y así compensar el margen de ganancia que dan los vehículos que se encuentran en precios superiores, es decir, si por un vehículo que cuesta USD 22.000 se gana USD 500 por unidad al vender 50 unidades la compañía va generar una utilidad de USD 25.000; al aplicar esta estrategia si se concentra más en vender vehículos que cuesten USD 13.000 con una ganancia de USD 300 por unidad, al vender 84 unidades la marca tendrá la misma utilidad de USD 25.000. Adicionalmente, al aplicar esta estrategia la marca gana también en participación en el mercado debido a que se incrementan sus ventas en términos de unidades.

-Se ha optado también por sacrificar sus márgenes de ganancia reduciendo los precios de los vehículos, para enfocarse en un segmento que podría generar mayores volúmenes de venta, esta estrategia es un complemento de la estrategia anterior, porque si bien se concentra en generar mayores volúmenes es necesario rebajar el precio para que el vehículo ingrese en una categoría inferior. Esta estrategia es aplicada por muy pocas casas comerciales ya que la mayoría no están dispuestas a reducir sus márgenes de ganancia por ganar participación.

-Una de las estrategias más sonadas en el Ecuador y que se ha podido constatar porque se ha dado a conocer por los medios de comunicación, es el mayor plazo de financiamiento y la reducción de la entrada que se dan por medio de instituciones financieras o por la misma casa comercial, actualmente se manejan plazos de hasta 60 meses (5 años) y entradas que van desde el 25 al 30% del valor del vehículo. Si bien es cierto, es una estrategia muy atractiva para el cliente por las facilidades de pago que se brinda, pero pasa a ser una deuda muy larga en la que los intereses suben el valor final del precio del vehículo y hasta que el cliente termina de pagar la deuda el vehículo ya se ha depreciado y su valor de reventa ha bajado considerablemente, por lo cual el cliente pierde una buena parte del dinero que pagó por su vehículo.

-Un mejor equipamiento de los vehículos se ha dado en compensación de los precios elevados, las casas comerciales se llenan de promociones atractivas para el cliente, algunas ofrecen rastreo satelital y seguro por dos años, en otras se ofrecen accesorios como sistemas bluetooth, sensor de reversa, halógenos, molduras pintadas, spoiler, vidrios polarizados, etc., e incluso se ha extendido la garantía del vehículo a 5 años o 100.000 km, esta estrategia busca dar un valor agregado al vehículo para enfrentarse a la competencia con una ventaja por delante.

2.3. RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN DE VENTAS

Para la presente investigación se obtendrán datos concretamente de la recaudación del ICE, ventas en unidades y cifras de las ventas en dólares y unidades de vehículos importados en el periodo que comprende el 2005 al 2010.

2.3.1. INVESTIGACIÓN DE DATOS DE VENTAS EN EL PERIODO 2.008-2.010

La recopilación de los datos a partir del año 2008 es debido a que a partir de diciembre del 2007 fue aplicado el paquete de medidas arancelarias, se analizarán los datos que comprende el periodo desde enero del 2008 a noviembre de 2010, con el objeto de realizar una comparación con los datos a obtenerse posteriormente en el periodo del año 2005 al año 2007.

El orden de presentación y análisis de la información será dado en función del siguiente formato para una mejor comprensión:

1.- Recaudación del ICE 2.008 – 2.010, esta información servirá como base para determinar varias hipótesis que se plantearán en los siguientes análisis.

2.- Ventas en unidades 2.008 – 2.010, al obtener estos datos se planteará que si bien se redujeron o aumentaron las ventas esto determinará si es debido a una mayor o menor cantidad de vehículos vendidos, en consecuencia determinará si mediante el incremento del ICE a pesar de una reducción o incremento en las ventas existió o no una mayor recaudación.

3.- Importaciones unidades 2.008 – 2.010, al conocer si existió una mayor o menor recaudación en consecuencia de que se aumentaron o redujeron las ventas es necesario conocer qué cantidad de esta recaudación se debe a los vehículos que fueron importados en estos años.

4.- Producción Nacional unidades 2.008 – 2.010, si bien conocemos cuantos vehículos se importaron y relacionamos que cierto porcentaje de las ventas en este periodo corresponde a los vehículos provenientes del exterior, observaremos qué porcentaje de estas ventas fue el de los vehículos que son ensamblados en el país y determinaremos si la estrategia que se plantearon los concesionarios como se analizó anteriormente tuvo una buena respuesta.

5.- Ventas por categorías de precios 2.008 – 2.010, al conocer cuáles fueron los vehículos que más se vendieron importados o de producción nacional, se planteará la interrogante de que segmento de vehículos en tanto a precios fueron los más vendidos, para observar de esta manera si existe un cambio en las tendencias de compra debido al incremento del ICE.

6. Ventas en provincias pichincha, Imbabura y Carchi, esta información nos servirá como una muestra del comportamiento de compra en estas tres provincias.

Se realizará en el mismo orden el análisis de la información correspondiente al periodo del 2.005 al 2.007, con esto mediante el análisis histórico de los datos comprobaremos si existe o no cambio en las tendencias de recaudación y ventas, dependiendo del tipo y precio del vehículo.

La recaudación anual del ICE desde el año 2.008 al 2.010;

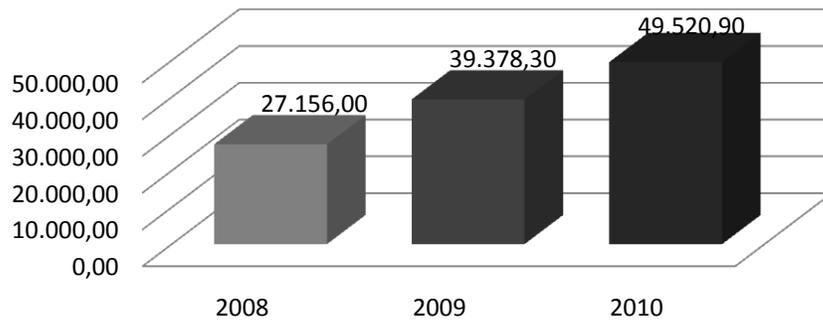
CUADRO N° 14			
ICE Vehículos Recaudación Anual 2.008-2.010			
Año	2008*	2009	2010
Miles de dólares	27.156,0	39.378,3	49.520,9

FUENTE: SRI. Informe 2.008, 2.009, 2.010

*Nota: En enero de 2.008 fue aplicada la reforma a la Ley de Equidad Tributaria

Existe un crecimiento del año 2.008 al 2.009 del 31,03% y del año 2.009 al 2.010 del 20,48%;

GRAFICO 1
ICE Vehículos Recaudación Anual 2.008-2.010



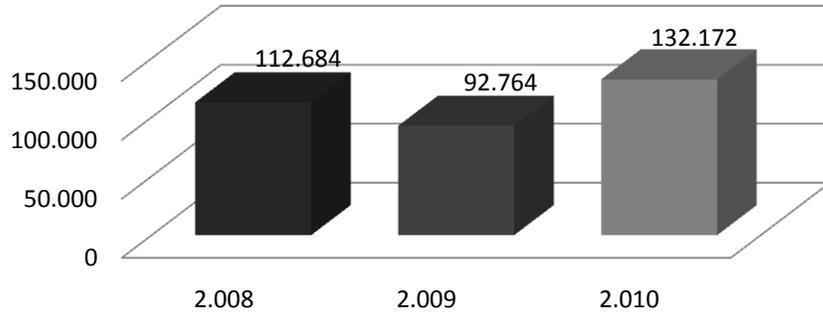
FUENTE: SRI. Informe 2.008, 2.009, 2.010

Las ventas anuales en los mismos periodos se presentan:

CUADRO N° 15			
Ventas anuales de vehículos 2.008-2.010			
Año	2.008	2.009	2.010
Unidades	112.684	92.764	132.172

FUENTE: AEADE. Anuario 2010.

GRAFICO 2
Ventas anuales de vehículos 2.008-2.010



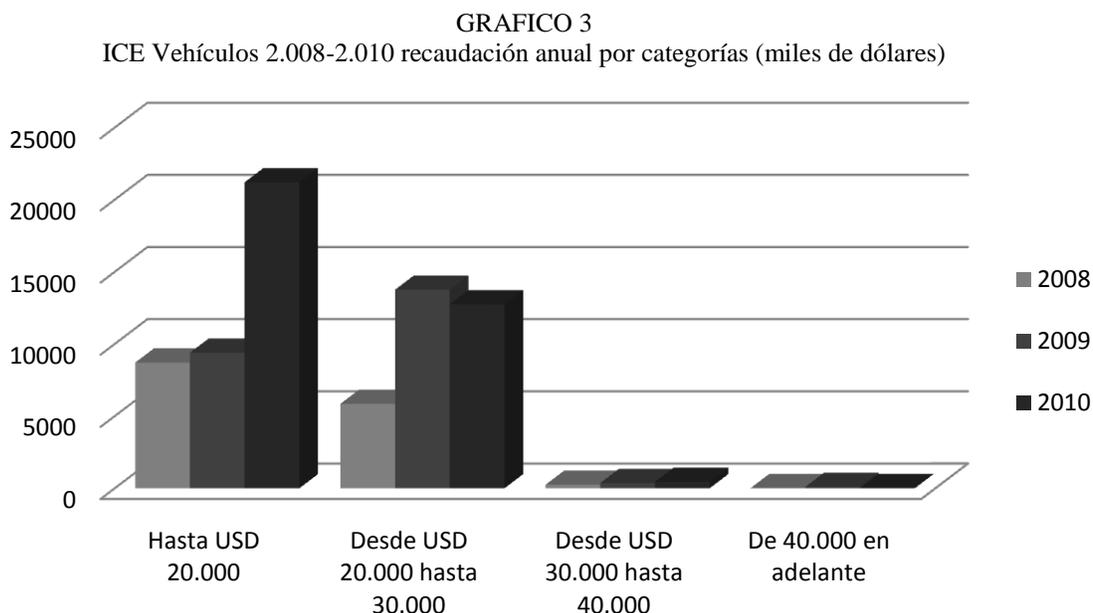
FUENTE: AEADE. Anuario 2010.

Las ventas en estos periodos presentan una fluctuación decreciente del -17,68% entre el año 2.008 y 2.009, luego creciente en un 29,81% entre el año 2.009 y 2.010, a pesar de ello la recaudación del ICE tiende a incrementarse en más de un 25,75% por año, en el año 2.009 la ventas se reducen debido a la salvaguardia por balanza de pagos que fue impuesta en el mes de junio.

La recaudación del ICE por categorías se expresa de la siguiente manera:

CUADRO N° 16			
ICE Vehículos 2.008-2.010 recaudación anual por categorías (miles de dólares)			
<i>Categorías</i>	2008	2009	2010
Hasta USD 20.000	8714,8	9.397,1	21.208,6
Desde USD 20.000 hasta 30.000	5854,3	13.761,9	12.747,8
Desde USD 30.000 hasta 40.000	247,3	363,3	446,1
De 40.000 en adelante	20,7	101,8	20,7

FUENTE: SRI. Informe 2.008, 2.009, 2.010



FUENTE: SRI. Informe 2.008, 2.009, 2.010

En todas las categorías año tras año existe un incremento constante en la recaudación, esto a pesar del incremento del ICE y de la salvaguardia por balanza de pagos que entró en vigencia en junio del 2.009 hasta junio del 2.010.

En el año 2.009 existe un incremento de las ventas de los vehículos que corresponden a la categoría de USD 20.000 a USD 30.000 que fueron a los que se les impuso en un inicio la salvaguardia, en contraste con esto en el año 2.010 las ventas de los vehículos de menos de USD 20.000 subieron y los de entre USD 20.000 y USD 30.000 bajaron, este efecto se da cuando se restringen las importaciones de un sector se incrementan las de un menor precio o las que no tienen obstáculos a la importación, en cambio, para el

año 2.011 como subieron las ventas en el 2.010 de vehículos de menos de USD 20.000 se impuso una salvaguardia que aumenta el arancel Ad-Valorem solo a estos vehículos de 35% a 40%, .

Para tener una idea de la recaudación del ICE observaremos en los últimos tres años los precios promedio de venta de los vehículos:

CUADRO N° 17			
Precios promedio de vehículos por tipo 2.008-2.010 (USD)			
Categoría	2.008	2.009	2.010
Automóviles	\$14.908	\$13.478	\$15.656
Todo terreno	\$26.352	\$22.939	\$28.203

FUENTE: AEADE. Anuario 2010.

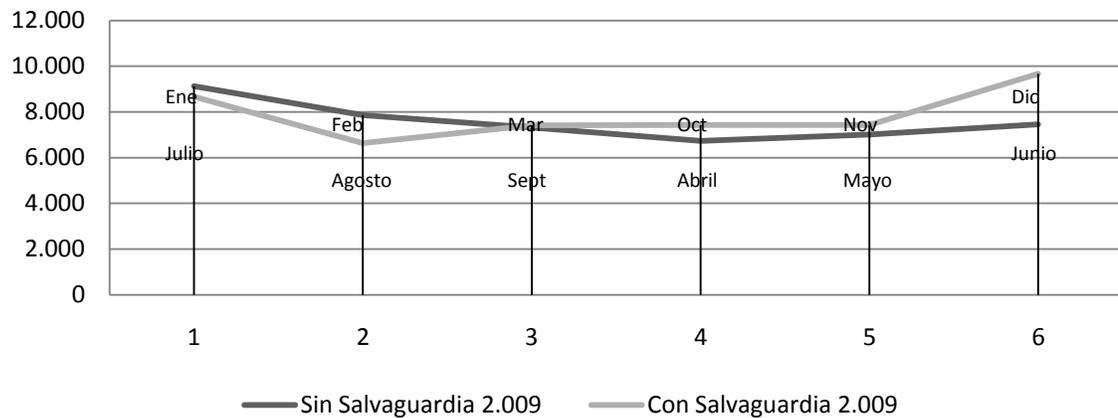
En dos primeros años en que se aplicó las medidas arancelarias existe un decrecimiento en los precios promedio de los vehículos, cada año se presentan diferentes variables en el mercado a las que los concesionarios deben ir adaptando sus estrategias de venta y recalcular sus márgenes de ganancia. En el 2.009, los precios promedio bajan aún más debido a la salvaguardia impuesta por el Gobierno, ya que los concesionarios se ven obligados a reducir los precios de los vehículos y la mayoría se concentran en vender vehículos de menor valor, es por ello que el precio de los vehículos todo terreno tiene una mayor reducción que la de los automóviles, en estos años se incorporaron modelos de vehículos todo terreno que costaban alrededor de 19.990 dólares para mantenerse por debajo del límite de precios que obliga a tener un mayor porcentaje por concepto de ICE.

Para ver de una mejor manera el comportamiento del mercado en el caso de la salvaguardia analizaremos dos semestres con y sin salvaguardias en términos de unidades vendidas:

CUADRO N° 18			
Ventas semestrales con y sin Salvaguardia			
(Unidades)			
Sin Salvaguardia 2.009		Con Salvaguardia 2.009	
Enero	9.121	Julio	8.669
Febrero	7.865	Agosto	6.636
Marzo	7.324	Septiembre	7.415
Abril	6.729	Octubre	7.427
Mayo	7.013	Noviembre	7.435
Junio	7.463	Diciembre	9.667

FUENTE: AEADE. Anuario 2010.

GRAFICO 4
Ventas semestrales con y sin Salvaguardia (Unidades)



FUENTE: AEADE. Anuario 2010.

En el semestre sin salvaguardia, los primeros meses son un periodo de incertidumbre, esto se da debido a dos enfoques, los concesionarios tratan de vender una menor cantidad de vehículos para aprovechar la demanda contenida que deberá comprar en algún momento luego de que se aplique oficialmente la salvaguardia a un mayor precio, para esto deberán adecuar sus estrategias de venta para captar mayor cantidad de clientes en el periodo de subida de precios; para los consumidores en el momento que se anuncian las medidas de salvaguardia buscan adquirir lo más rápido un vehículo para no asumir el incremento del precio, de esta forma en los meses de mayo - junio antes de la aplicación de la salvaguardia se ve un ligero incremento; para el semestre en que ya se

aplica la salvaguardia, tenemos una reducción drástica de julio a agosto, esto hasta que, tanto los concesionarios como los consumidores se adapten al cambio en los precios, en esta parte los concesionarios muestran todas sus existencias y tratan de buscar mayor clientela con promociones atractivas que traten de ocultar en cierta forma la subida de los precios.

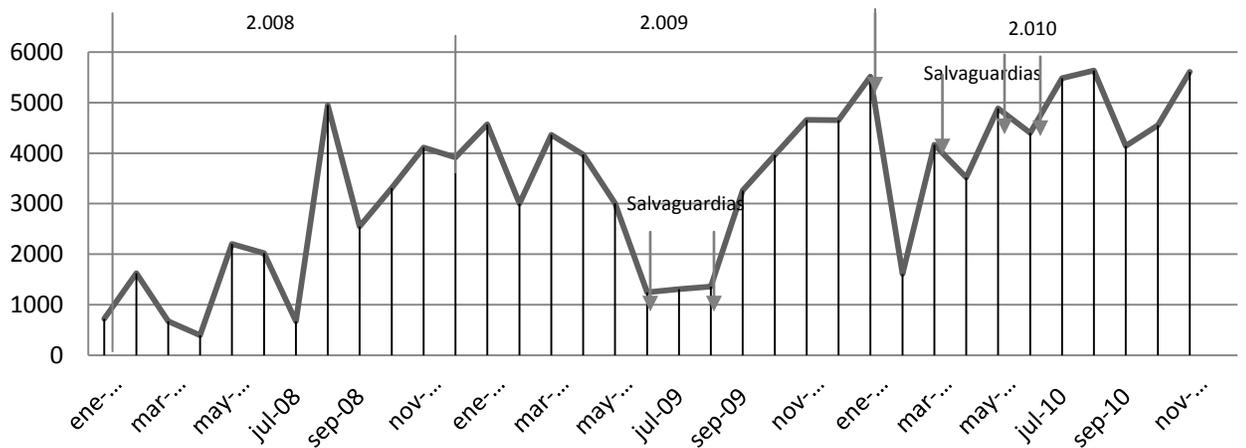
En tanto para el consumidor este es un periodo en el que si no alcanzó a comprar el vehículo antes de la subida de precios tiene que decidir su intención de compra de un vehículo de menor valor o el que esté de acuerdo a sus posibilidades económicas, en la gráfica anterior se muestra que en este periodo existe un crecimiento después del periodo de baja en las ventas de julio a agosto, este periodo creciente se extiende hasta noviembre debido a la demanda contenida; para el mes de agosto la salvaguardia bajó tres puntos porcentuales lo que ayudó a que las ventas sigan creciendo hasta finales de año y para diciembre las ventas suben más debido a la época navideña en que los consumidores cobran los décimos y los concesionarios buscan de cualquier forma vender los vehículos que quedan del año en curso para traer los vehículos nuevo modelo.

A continuación analizaremos la recaudación del ICE registrado mes a mes desde el año 2.008 al año 2.010 para establecer su evolución debido a la aplicación de la Salvaguardia por Balanza de Pagos:

CUADRO N° 19			
Recaudación del ICE mensual Vehículos del 2.008-2.010 (miles de dólares)			
Mes	2008	2009	2010
<i>Enero</i>	727,20	4.569,40	5.514,30
<i>Febrero</i>	1.622,00	3.005,70	1.612,40
<i>Marzo</i>	675,30	4.360,80	4.169,60
<i>Abril</i>	399,50	3.974,80	3.520,50
<i>Mayo</i>	2.204,80	3.006,70	4.883,30
<i>Junio</i>	2.021,00	1.248,00	4.401,20
<i>Julio</i>	672,80	1.307,50	5.485,70
<i>Agosto</i>	4.948,60	1.360,30	5.631,40
<i>Septiembre</i>	2.550,30	3.264,00	4.140,30
<i>Octubre</i>	3.308,30	3.968,30	4.552,90
<i>Noviembre</i>	4.111,90	4.658,10	5.609,30
<i>Diciembre</i>	3.914,20	4.654,60	

FUENTE: SRI. Informe 2010.

GRAFICO 5
Recaudación del ICE mensual Vehículos del 2.008-2.010 (miles de dólares)



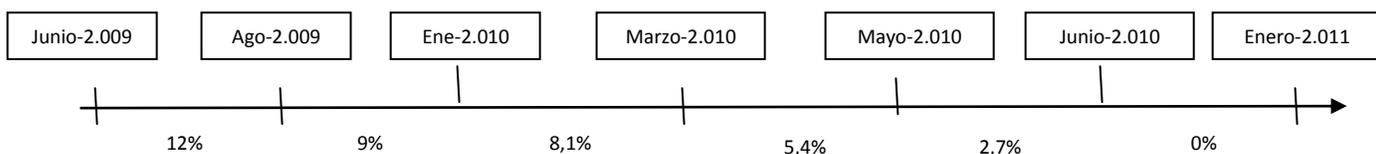
FUENTE: SRI. Informe 2010.

La salvaguardia por balanza de pagos, inició en junio del 2.009 con el 12% y comenzó a reducirse desde agosto hasta llegar a finales de año con un 9%; para el año 2.010 la salvaguardia se redujo más, comenzando en enero con el 8,1% empezando progresivamente a reducirse en el orden de un 30% cada mes; para el mes de marzo el 5,4%; en mayo el 2,7% y para junio llegó al 0%.

Desde	Hasta	Porcentaje
23/07/2010	02/01/2011	0%
28/05/2010	22/07/2010	2,7%
23/03/2010	27/05/2010	5,4%
23/01/2010	22/03/2010	8,1%
06/10/2009	22/01/2010	9%
29/06/2009	05/10/2009	12%
30/12/2007	28/06/2009	0%

FUENTE: COMEXI. Arancel Integrado. Historial Tasas. 2010.

GRAFICO 6
Evolución de la salvaguardia por balanza de pagos



FUENTE: COMEXI. Arancel Integrado. Historial Tasas. 2010.

El comportamiento en las ventas de vehículos es de tendencia estacional, es decir por temporadas, estas temporadas son marcadas en los meses de enero a febrero por lo general son bajas, porque este periodo viene a continuación de fiestas de fin de año con pocas ventas ya que los consumidores se encuentran pagando cuentas en general del año anterior, temporada alta viene a partir de marzo a junio, meses en los que se reciben utilidades y por lo general la economía tiende a estabilizarse, la siguiente temporada alta es a partir de septiembre, la economía tiene un mayor repunte en las ventas debido al pago por parte de empresas de los décimos (décimo cuarto y décimo tercero), que se reciben en los meses de septiembre y diciembre, y en estos meses las promociones y ventas de fábrica son lo que marcan estas temporadas.

En el año 2.008, en el mes de enero existe un pequeño crecimiento, mes en el que fue aplicada la reforma a la Ley de Equidad Tributaria, este crecimiento viene dado desde meses anteriores en donde la economía estaba estable, para meses siguientes en donde ya se sintieron los efectos de la subida de los precios se registra un decrecimiento en ventas hasta el mes de abril, en donde, los consumidores vuelven a tener fondos como para endeudarse y adquirir un vehículo por concepto de utilidades, para los siguientes meses las ventas tienden a crecer en los meses de mayor flujo de dinero, para el mes de agosto hubo un nuevo ajuste en la ley de Equidad Tributaria, por ello es que se ve un repunte en las ventas, la nueva reforma contenía un desglose más completo del ICE a pagar por categorías, después de este mes las ventas tienen el comportamiento por temporadas que se mencionó anteriormente.

En el 2.009, en enero se anunció que se iba a aplicar una salvaguardia por balanza de pagos para equilibrar el déficit de Importaciones Vs. Exportaciones, esto hizo que para el mes de enero caigan las ventas y en febrero vuelvan a subir, al bajar en enero es debido al comportamiento estacional y debido a la incertidumbre de concesionarios y consumidores frente al anuncio de la salvaguardia, después de marzo son meses en los que a pesar de las utilidades que se dan anualmente deberían subir las ventas, pero en este caso comienzan a descender, en espera del anuncio del Gobierno de una Salvaguardia, aquí se da lo que se mencionó anteriormente, los concesionarios procuran vender pocos vehículos para una vez que se aplique la salvaguardia venderlos con los nuevos precios marcados; para el mes de junio las ventas caen, aquí se refleja el efecto

de esta salvaguardia, para los meses venideros, de agosto a diciembre, una vez que ya se sintieron los primeros efectos del incremento de los precios los consumidores tienden a adecuarse a estos cambios y adquieren los vehículos acorde a su bolsillo así la demanda que estaba acumulada compra lo que no compró en meses anteriores a la salvaguardia.

Los tres últimos meses del 2.009 se ven marcados por un crecimiento por temporada de fin de año y una adaptación mejor al incremento de precios, es decir, los concesionarios tienden a reducir los márgenes de ganancia o enfocarse a un segmento de vehículos de menor precio pero lograr vender mayores volúmenes.

En el año 2.010 el panorama es diferente, las ventas en relación con el año 2.009 suben en términos anuales en un 29,81%; en este año la salvaguardia baja para enero a un 8,1% hasta el mes de marzo, en los meses bajos de febrero a marzo las ventas muestran una reducción para recuperarse nuevamente para el mes abril, manteniendo una tendencia alta y baja mes a mes, dependiendo de diversas variables económicas y del flujo de dinero que se maneja por temporadas, en este año para el mes de junio la salvaguardia llega a un 0%, ahí es donde se llega a estabilizar con un crecimiento constante de ventas y recaudación del ICE.

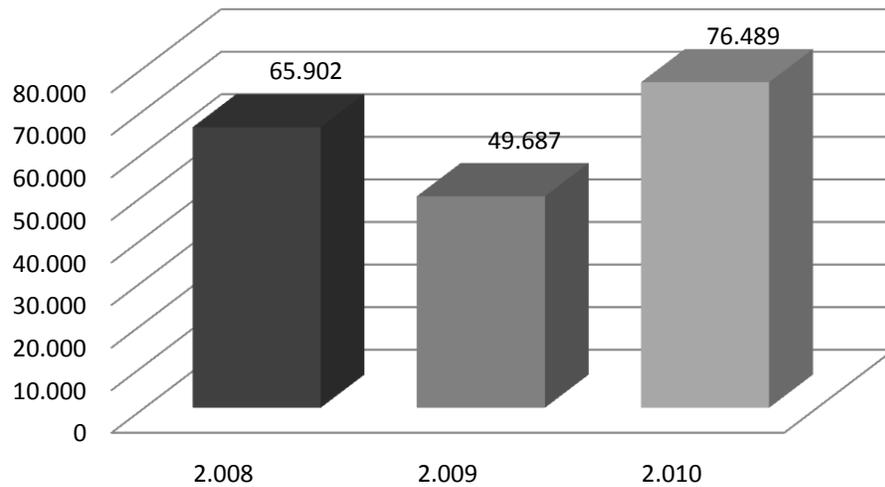
Las ventas de vehículos importados para el periodo 2.008 – 2.010 son:

CUADRO N° 21			
Ventas anuales de vehículos importados 2.008-2.010			
Año	2.008	2.009	2.010
Unidades	65.902	49.687	76.489

FUENTE: AEADE. Anuario 2010.

Las ventas de los vehículos importados alcanzan en promedio el 65% del total de ventas en estos años, las ventas de vehículos importados en el año 2.009 se reducen debido a la salvaguardia que afecta directamente a estos vehículos, la reducción en relación con el año 2.008 a 2.009 es del -24,6% y para el año 2.010 tienden a crecer en un 35,04%.

GRAFICO 7
Ventas anuales de vehículos importados 2.008-2.010



FUENTE: AEADE. Anuario 2010.

Los vehículos de producción nacional tienen un comportamiento de ventas:

CUADRO N° 22			
Ventas anuales de vehículos de Producción Nacional 2.008-2.010			
Año	2.008	2.009	2.010
Unidades	46.782	43.077	55.683

FUENTE: AEADE. Anuario 2010.

La tendencia se mantiene decreciente en el año 2.009 con una tasa del -7,92% y se incrementa en el año 2.010 con un 22,64%; los vehículos de producción nacional en el año 2.009 tuvieron una mayor aceptación en términos generales que los vehículos importados debido a la salvaguardia.

Esta mayor aceptación se refleja que en el año 2.008 las ventas de vehículos importados ocupaban un 58% del total de vehículos vendido y para el 2.009 estas ventas se redujeron y ocuparon el 53%; a pesar de que las ventas en términos generales se redujeron las ventas de los vehículos importados también se redujeron en relación con los de producción nacional.

En cuanto a las cifras de exportaciones tenemos los siguientes datos:

CUADRO N° 23			
Exportaciones anuales de vehículos 2.008-2.010			
Año	2.008	2.009	2.010
Unidades	22.774	13.844	19.736

FUENTE: AEADE. Anuario 2010

En el año 2.009 podemos observar un decrecimiento en las exportaciones de vehículos de un -39,21% en relación con el 2.008, esto se dio debido a la salvaguardia que se ha venido mencionando anteriormente, lo que generó que se vendan una mayor cantidad de vehículos a nivel interno, por ello para los años 2.009 y 2.010 las exportaciones se mantuvieron por debajo de las del año 2.008; en el año 2.010 las exportaciones vuelven a crecer en un 29,85% en relación con el año 2.009; más adelante se analizarán las causas de esta variación a profundidad.

En relación con la balanza comercial analizaremos la siguiente información:

CUADRO 24			
Análisis de la Balanza Comercial 2.008-2.010 (miles de dólares FOB)			
Año	2008	2009	2010
Exportaciones totales(X)	18.818.325	13.863.054	17.489.922
Exportaciones Vehículos	411.392	256.344	374.891
% de X de vehículos	2,18%	1,85%	2,14%
Importaciones totales (M)	17.551.929	14.071.449	19.278.702
Importaciones Vehículos	1.683.541	1.284.044	1.768.546
% de M de vehículos	9,49%	9,11%	9,08%
X – M (Balanza Comercial)	266.395	-208.394	-1.788.780

FUENTE: Banco Central del Ecuador. 2010

Si relacionamos los porcentajes de las exportaciones e importaciones de vehículos con respecto a la Balanza Comercial del Ecuador, podemos observar que la tasa promedio de las exportaciones es de un 2,05% mientras que la de las importaciones es del 9,23%; las exportaciones de vehículos en este periodo tuvieron un decrecimiento en el año 2.009 al igual que las exportaciones totales, ya que en este año se restringieron las importaciones por la aplicación de una salvaguardia en la que la producción del país fue absorbida para consumo interno, al subir de precio los bienes importados se consumen los bienes que se producen internamente y que pueden ser en ciertos casos sustitutos de los bienes de importación.

En este periodo las importaciones de vehículos fueron decreciendo a partir del año 2.009 de la misma forma que las importaciones totales por la ya mencionada salvaguardia.

Si observamos la Balanza Comercial, tenemos que hasta el año 2.008 era positiva, es decir las exportaciones se mantenían por encima de las importaciones, pero a partir del año 2.009 y 2.010 la Balanza cambió a negativa, debido a la reducción de las exportaciones como consecuencia de la salvaguardia que generó un mayor consumo interno de los bienes de producción nacional.

Como datos adicionales, presentamos las ventas de vehículos por marcas, para conocer como está compuesto el mercado automotor ecuatoriano:

CUADRO N° 25						
Venta de vehículos por marcas (Unidades)						
<i>Marcas 2.010</i>	<i>Chevrolet</i>	<i>Hyundai</i>	<i>Mazda*</i>	<i>Toyota*</i>	<i>Kia</i>	<i>Nissan</i>
Automóviles	18.485	4.017	385	2.103	3.042	3.106
SUV	12.055	6.616	77	573	1.684	838

FUENTE: AEADE. Anuario 2010.

*Nota: Mazda y Toyota tienen una mayor participación en el segmento de camionetas con 7.230 y 3.568 unidades respectivamente, por ello se muestra que en los dos segmentos citados en la tabla tienen una menor participación.

Chevrolet la marca de mayor trayectoria y reconocimiento encabeza la lista de las marcas que se comercializan en el país en cuanto a ventas, en relación con los tipos de vehículos existen diferencias significativas dependiendo las marcas, esto se debe a que algunas marcas tienen sus nichos de mercado en ciertos segmentos de vehículos que tienen una mejor acogida por los consumidores, como es el caso de Mazda y Toyota se ubican en esos puestos en ventas debido a que su producto más vendido son las camionetas, cuyos precios oscilan entre los USD 20.000 a USD 30.000 por lo que pagan un 5% de ICE y son catalogadas como herramientas para trabajo y es por ello que no entran en el objeto de estudio de este trabajo de grado.

Y finalmente, este trabajo de grado hace referencia a tres provincias (Pichincha, Imbabura y Carchi) que serán analizadas para obtener datos del consumidor, no se pudo obtener información de la recaudación del ICE ya que el informe del SRI muestra esta información en un consolidado que no muestra la participación por provincias,

conoceremos las ventas de vehículos en estas provincias para tener simplemente una referencia en base a estos datos y constatar que si existe un mercado activo en estas provincias.

CUADRO N° 26			
Ventas de vehículos motorizados Pichincha, Imbabura, Carchi 2.008-2.010 (unidades)			
Provincia	2.008	2.009	2.010
Pichincha	46.947	39.403	53.394
Imbabura	4.013	3.332	4.988
Carchi	Pendiente	Pendiente	Pendiente

FUENTE: AEADE. Anuario 2010.

La provincia de Pichincha al ser una de las provincias más importantes del país, se lleva la cabeza de las tres provincias analizadas.

El 41,66% de las ventas a nivel nacional se las lleva la provincia de Pichincha en el 2.008, para el 2.009 es el 42,48% y para el 2.010 es el 40,40%; existe un crecimiento anual del 41,51% del parque automotor en esta provincia y la mayor concentración es en la ciudad de Quito, son alrededor de 47.000 vehículos nuevos en promedio en la provincia cada año.

2.3.2 INVESTIGACIÓN DE DATOS DE VENTAS EN EL PERIODO 2.005-2.007

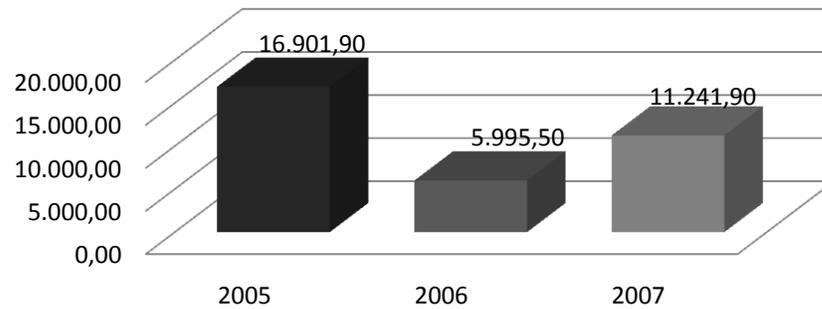
Los datos que se recopilarán es este periodo no están sujetos al paquete de medidas económicas aplicado por el gobierno Nacional en la reforma a la Ley de Equidad Tributaria; por lo tanto estos datos comprenden de un ICE gravado del 5,15% para todo tipo de vehículos, observaremos el comportamiento de ventas en este periodo para después compararlo con el periodo en que ya se aplican las medidas restrictivas que fue analizado anteriormente.

La recaudación del ICE anual en los años 2.005 a 2.007 fue de:

CUADRO N° 27			
ICE vehículos recaudación Anual 2.005-2.007			
Año	2005	2006	2007
Miles de dólares	16.901,9	5.995,5	11.241,9

FUENTE: SRI. Informe 2.005, 2.006, 2.007.

GRAFICO 8
ICE vehículos recaudación Anual 2.005-2.007



FUENTE: SRI. Informe 2.005, 2.006, 2.007.

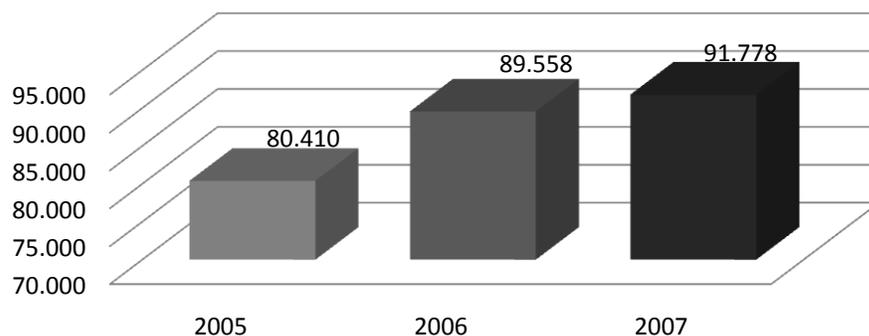
En estos años se registra una variación en la recaudación del ICE decreciente y creciente nuevamente, para este periodo como se mencionó anteriormente el valor del ICE era del 5,15%; ahora, si el ICE varia a pesar de que el número de vehículos vendidos sube de año en año es debido a que el ICE se graba en función de una base imponible calculada a partir del valor CIF del vehículo, no se pudo obtener un detalle de la recaudación del ICE por categorías de precios debido a que antes del 2.008 era una única tasa; entonces, si existe una variación en la recaudación del ICE en estos años, podemos asumir que se vendieron una cantidad mayor de vehículos en un rango de precios inferior a los USD 30.000; pero esto es solo una suposición porque existe el antecedente que en el año 2.006 fueron las elecciones para el cambio de Gobierno y pudo haber existido cambios en la forma de recaudación de este impuesto y por ello se da esta variación.

Las ventas anuales en los años del 2.005 al 2.007 fueron:

CUADRO N° 28			
Ventas anuales de vehículos 2.005-2.007			
Año	2005	2006	2007
Unidades	80.410	89.558	91.778

FUENTE: AEADE. Anuario 2010.

GRAFICO 9
Ventas anuales de vehículos 2.005-2.007



FUENTE: AEADE. Anuario 2010.

Al contrario del ICE, las ventas se mantienen en un orden creciente desde el año 2.005; más adelante analizaremos en comparación con los años en que entró en vigencia la reforma a Ley de Equidad Tributaria;

El precio promedio de venta de vehículos según los siguientes tipos de vehículos en los años del 2.005 al 2.007 son los siguientes:

CUADRO N° 29			
Precio Promedio de vehículos por tipo 2.005-2.007 (USD)			
Año	2005	2006	2007
Automóviles	\$14.019	\$14.906	\$15.219
Todo Terreno	\$27.407	\$28.312	\$29.198

FUENTE: AEADE. Anuario 2010.

En estos años existe un crecimiento progresivo en los precios de estos tipos de vehículos, más adelante analizaremos en comparación con los años en que entró en vigencia la reforma a Ley de Equidad Tributaria;

Notas:

-Antes de la aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, todos los vehículos pagaban un solo porcentaje del ICE que era del 5,15%; por esta razón, no se analiza la recaudación del ICE por categorías y solo se muestra un total consolidado sin segmentar el precio de los vehículos por categorías.

-Se revisó el historial de tasas de salvaguardias por balanza de pagos en el Comexi a través del Arancel Nacional Integrado en la partida número 8702 referente a vehículos;

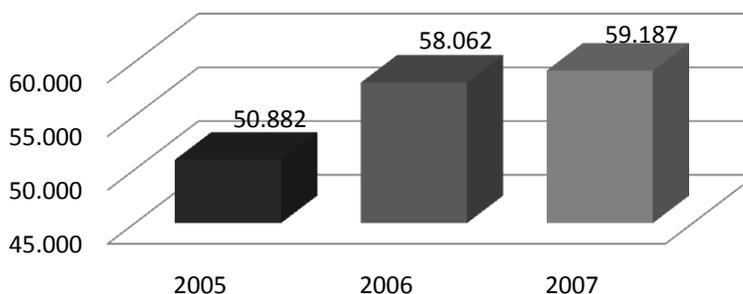
esta muestra que no se registran salvaguardias desde el año 2.002 hasta el año 2.009; esta salvaguardia en el 2.009 ya fue analizada anteriormente.

En el periodo de los años del 2.005 al 2.007 las ventas de vehículos importados fueron las siguientes:

CUADRO N° 30			
Ventas anuales de vehículos importados 2.005-2.007			
Año	2005	2006	2007
Unidades	50.882	58.062	59.187

FUENTE: AEADE. Anuario 2010.

GRAFICO 10
Ventas anuales de vehículos importados 2.005-2.007



FUENTE: AEADE. Anuario 2010.

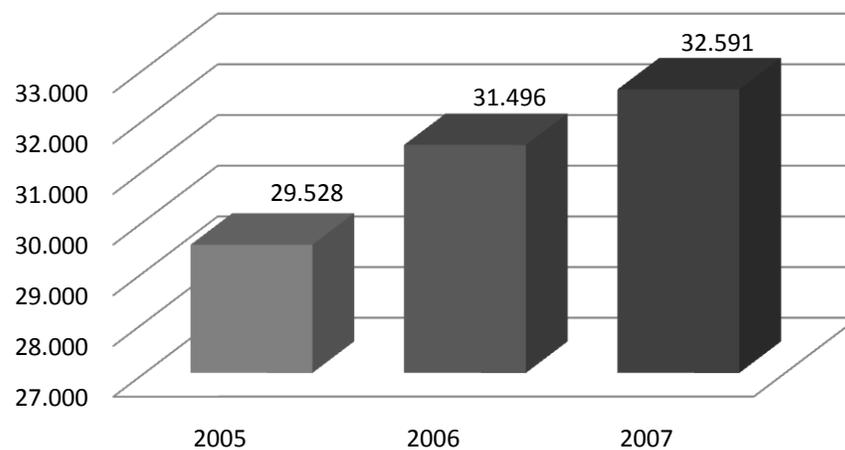
De igual forma en estos años las ventas de vehículos importados suben progresivamente, pero vemos que en las ventas de vehículos importados del año 2.006 al año 2.007 existe un incremento del 1,9% que es inferior en relación al incremento del año 2.005 al año 2.006 que fue del 12,36%; esta particularidad se da porque en el año 2.006 dejó el Gobierno el ex-presidente Dr. Alfredo Palacios para posicionarse en enero del 2.007 el Eco. Rafael Correa Presidente actual de la República del Ecuador; cuando existe un cambio de presidentes o existe un clima de inestabilidad política en el país, la economía tiene algunas fluctuaciones en su comportamiento, debido a la incertidumbre que produce un nuevo Gobierno tanto en las empresas como en los consumidores, los empresarios buscan estabilidad para inversiones y nuevos proyectos y los consumidores buscan garantías para invertir dinero en bienes y para obtener créditos, en términos generales se atribuye a esas causas que en el año 2.007 no hayan tenido un crecimiento importante las ventas.

En relación con las ventas de vehículos de producción nacional las ventas son determinadas de la siguiente manera:

CUADRO N° 31			
Ventas anuales de vehículos de producción nacional 2.005-2.007			
Año	2005	2006	2007
Unidades	29.528	31.496	32.591

FUENTE: AEADE. Anuario 2010.

GRAFICO 11
Ventas anuales de vehículos de producción nacional 2.005-2.007



FUENTE: AEADE. Anuario 2010.

Las ventas de vehículos de producción nacional tienen un crecimiento constante en estos tres años; más adelante analizaremos en comparación con los años en que entró en vigencia la reforma a Ley de Equidad Tributaria;

En cuanto a exportaciones de vehículos tenemos los siguientes datos:

CUADRO N° 32			
Exportaciones de vehículos 2.005-2.007			
Año	2.005	2.006	2.007
Unidades	13.481	20.283	25.916

FUENTE: AEADE. Anuario 2010.

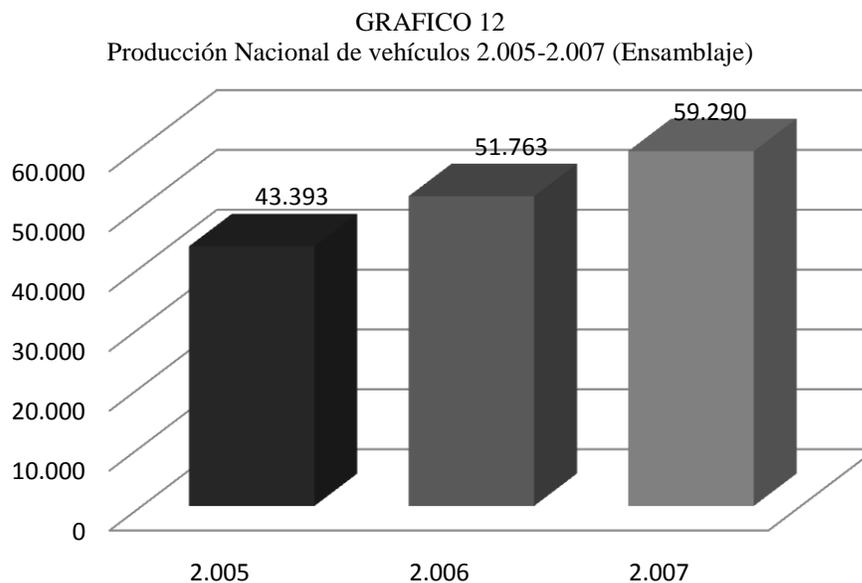
En estos años se observa un crecimiento continuo en las exportaciones de vehículos con una tasa promedio del 27,63%. Este crecimiento es debido a que se aumentó el número

de modelos de vehículos que se ensamblan en el país y otras marcas como Kia se sumaron a la producción local.

La evolución de la producción de vehículos en el país tiene la siguiente forma:

CUADRO N° 33			
Producción Nacional de vehículos 2.005-2.007 (Ensamblaje)			
Año	2.005	2.006	2.007
Unidades	43.393	51.763	59.290

FUENTE: AEADE. Anuario 2010.



FUENTE: AEADE. Anuario 2010.

La producción de vehículos en el país (ensamblaje) tiene un crecimiento importante cada año del 2.005 al 2.006 es del 16,16% y del 2.006 al 2.007 es del 12,69%; más adelante analizaremos en comparación con los años en que entró en vigencia la reforma a Ley de Equidad Tributaria.

A continuación analizaremos la Balanza Comercial dentro del periodo de estudio del año 2.006 al 2.007

CUADRO 34		
Análisis de la Balanza Comercial 2.006-2.007 (miles de dólares FOB)		
Año	2006	2007
Exportaciones (X)	12.728.243	14.321.316
Exportaciones Vehículos	343.288	382.795
% de X de vehículos	2,69%	2,67%
Importaciones (M)	12.113.560	13.893.462
Importaciones Vehículos	1.144.642	1.316.991
% de M de vehículos	9,44%	9,47%
X – M (Balanza Comercial)	614.683	427.854

FUENTE: Banco Central del Ecuador. 2010.

Dentro de este periodo la Balanza Comercial se mantiene positiva, el porcentaje promedio de exportaciones de vehículos es de 2,68% y de importaciones de vehículos es del 9,45%. Más adelante se analizarán estos datos comparándolos con los de los años 2.008 al 2.010.

2.3.3. COMPARACIÓN HISTÓRICA DE DATOS RECOPIRADOS

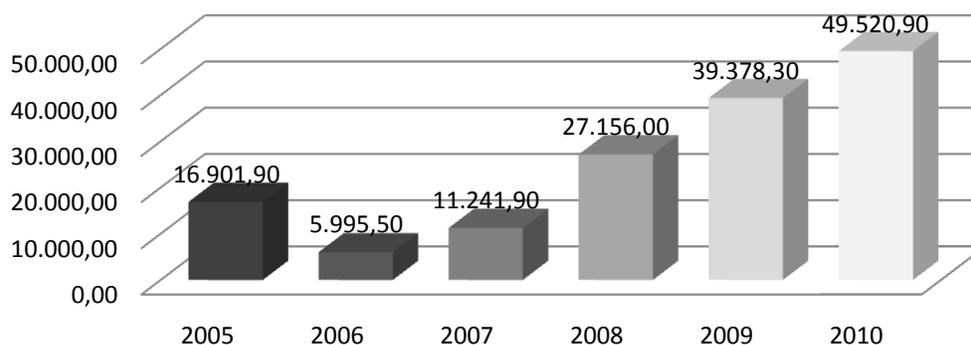
Para poder tener un idea del impacto real que tuvo en las ventas y en la recaudación del ICE la Reforma de la Ley de Equidad Tributaria vamos a comparar la información que fue analizada anteriormente, para establecer diferencias en los comportamientos de los diferentes periodos en estudio.

El comportamiento del ICE recaudado en el periodo del año 2.005 al año 2.010:

CUADRO N° 35						
Comparación histórica ICE recaudado vehículos 2.005-2.010						
Año	2.005	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010
Miles de dólares	\$16.901,90	\$5.995,50	\$11.241,90	\$27.156,00	\$39.378,30	\$49.520,90

FUENTE: SRI. Informe 2.005 al 2.010.

GRAFICO 13
Comparación histórica ICE recaudado vehículos 2.005-2.010



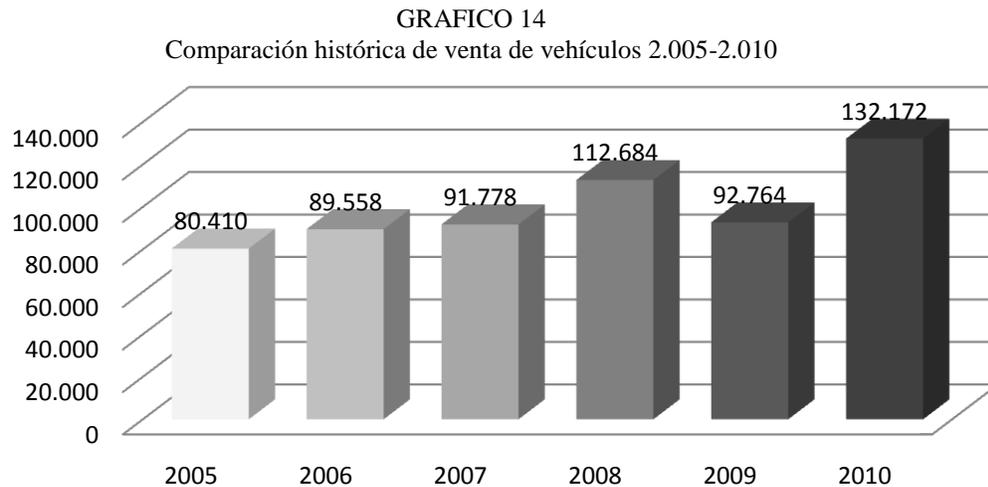
FUENTE: SRI. Informe 2.005 al 2.010

La recaudación del ICE en los años anteriores a la reforma de la Ley de Equidad Tributaria se mantiene en rangos inferiores a los 20 millones de dólares, pero una vez que entró en vigencia esta Ley la recaudación subió del año 2.007 al año 2.008 en un 141,56% manteniendo esta tendencia creciente en promedio de un 25,75% hasta el año 2.010;

Si comparamos las ventas de vehículos en unidades vendidas en ambos periodos en estudio tenemos que:

CUADRO N° 36						
Comparación histórica de venta de vehículos 2.005-2.010						
Año	2.005	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010
Unidades vendidas	80.410	89.558	91.778	112.684	92.764	131.171

FUENTE: AEADE. Anuario 2.010.



FUENTE: AEADE. Anuario 2.010.

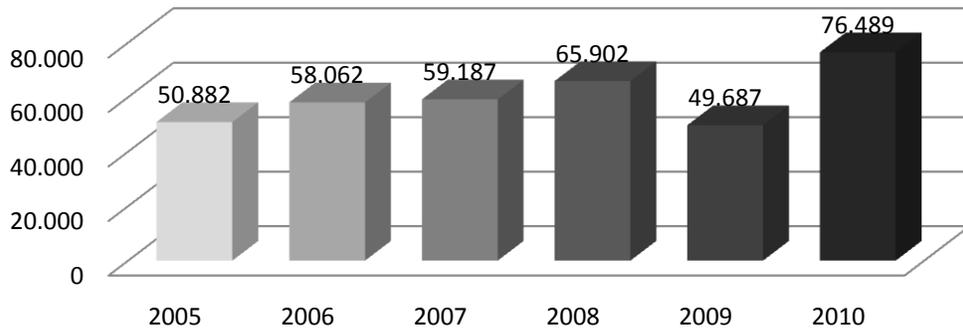
Las ventas desde el año 2.005 al 2.010 tienen una variación promedio del 14,92%; estas muestran una tendencia creciente excepto en el año 2.009 que bajan en un -17,68% por las causas que se analizaron anteriormente;

En comparación con las ventas de vehículos importados desde el año 2.005 al 2.010 tenemos:

CUADRO N° 37						
Comparación histórica de Venta de vehículos importados 2.005-2.010						
Año	2.005	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010
Unidades vendidas	50.882	58.062	59.187	65.902	49.687	76.489

FUENTE: AEADE. Anuario 2.010.

GRAFICO 15
Comparación histórica de Venta de vehículos importados 2.005-2.010



FUENTE: AEADE. Anuario 2.010

En el periodo del 2.005 al 2.008 el comportamiento de las ventas de vehículos importados es creciente con una tasa promedio del 8,14%; en el 2.009 se registra una reducción en las ventas por lo analizado anteriormente.

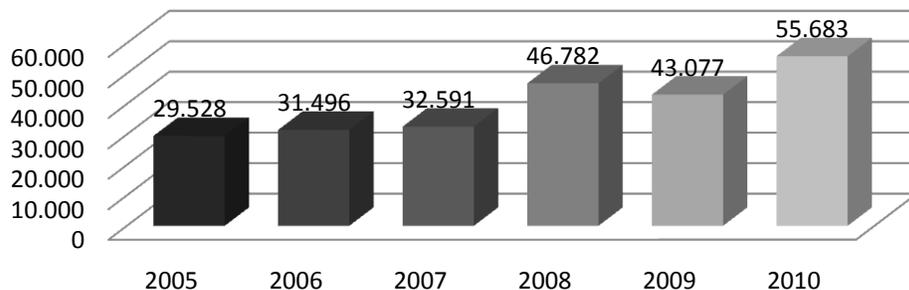
Adicionalmente, las ventas de vehículos importados componen en promedio el 65% de las ventas totales de vehículos analizadas en estos años; este valor se mantiene constante con tendencia al alza según la tasa mencionada anteriormente en los periodos en que entró en vigencia la Ley de equidad Tributaria y en los periodos anteriores a esta.

La relación de ventas de vehículos de producción nacional desde el periodo del año 2.005 al 2.010 se muestra como sigue en el siguiente gráfico:

CUADRO N° 38						
Comparación histórica de venta de vehículos Producción Nacional 2.005-2.010						
Año	2.005	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010
Unidades vendidas	29.528	31.496	32.591	46.782	43.077	55.683

FUENTE: AEADE. Anuario 2.010.

GRAFICO 16
Comparación histórica de venta de vehículos Producción Nacional 2.005-2.010



FUENTE: AEADE. Anuario 2.010

Desde el año 2.005 al año 2.007 las ventas de vehículos de producción nacional se ha mantenido creciente con una tasa promedio del 4,8%, pero para el año 2.008 esta tasa sube al 30,33%; en el año 2.009 en comparación con el 2.008 este número de vehículos vendidos se reduce pero a la vez se mantiene por encima de los años anteriores a la aplicación de la Ley de Equidad Tributaria.

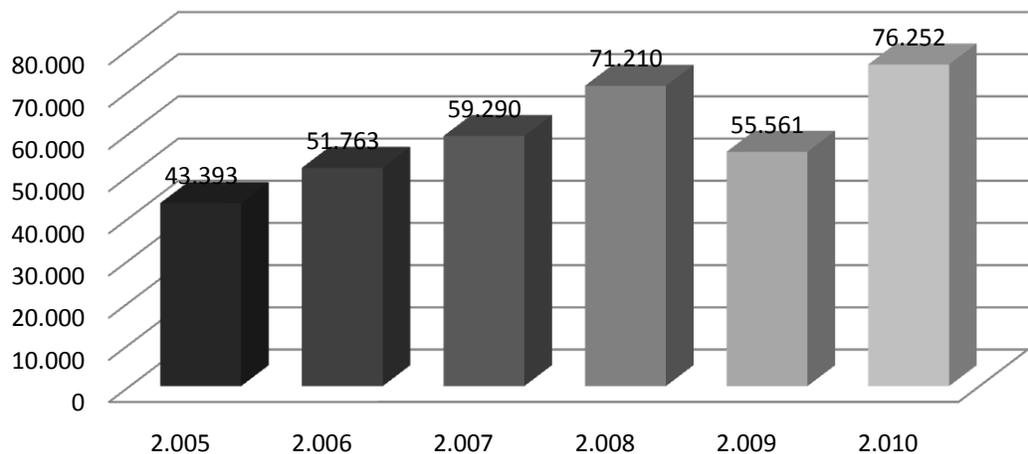
El hecho de que las ventas de vehículos de producción nacional hayan subido después de la aplicación de la Ley de Equidad Tributaria es debido a que las casas comerciales como se mencionó anteriormente comenzaron a ensamblar más de sus modelos en el país para reducir los costos de estos y venderlos a un precio inferior a los USD 20.000.

La Producción Nacional de vehículos, es decir, el ensamblaje de los mismos en el país tiene un comportamiento desde el año 2.005 al año 2.010 de la siguiente manera en cifras:

CUADRO N° 39						
Comparación histórica de producción nacional de vehículos 2.005-2.010						
Año	2.005	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010
Unidades producidas	43.393	51.763	59.290	71.210	55.561	76.252

FUENTE: AEADE. Anuario 2.010.

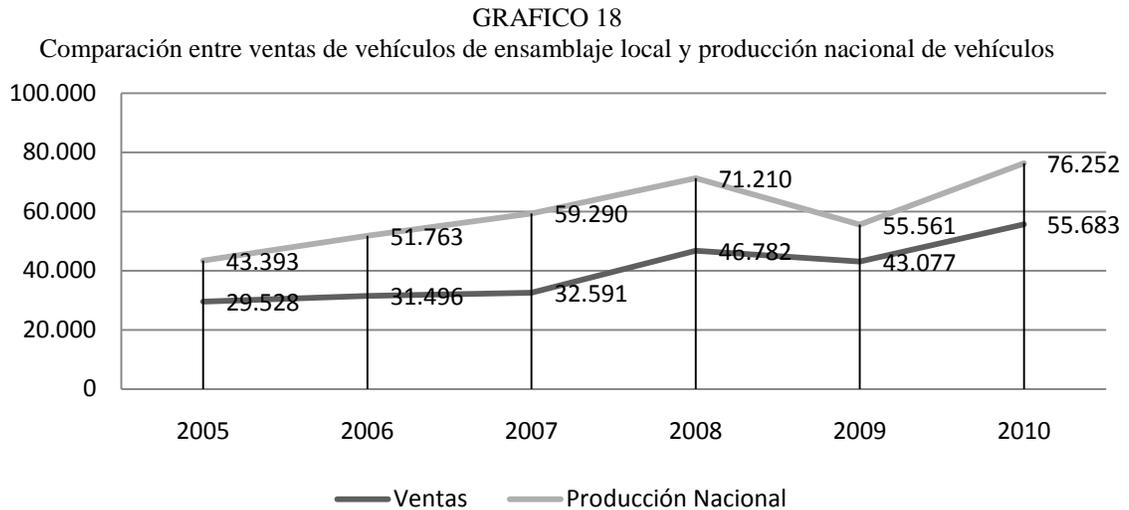
GRAFICO 17
Comparación histórica de producción nacional de vehículos 2.005-2.010



FUENTE: AEADE. Anuario 2.010.

La producción nacional de vehículos tiene una tasa creciente promedio del 14,43% entre el año 2.005 y 2.007, en el año 2.008 esta tasa sube a un 16,74% después de la

aplicación de la Reforma a Ley de Equidad Tributaria; pero la tendencia cambia en el 2.009 tiene un decrecimiento del -21,97% y para el año 2.010 vuelve a subir a 27,13%; la relación de ventas de vehículos ensamblados en el país con la producción local se muestra de la siguiente forma:



FUENTE: AEADE. Anuario 2.010.

Las ventas de vehículos en comparación con la producción nacional tienen el mismo comportamiento, se muestran las dos con tendencia creciente hasta el año 2.009 en que bajan, esto indica que si bien la producción nacional crece las ventas lo hacen por igual excepto en el año 2.009 donde existe una menor diferencia en relación a las ventas con producción nacional esta disminuye mayormente en relación a años anteriores porque en este año se impuso la salvaguardia para los vehículos de importación y se vendieron un mayor número de unidades de producción nacional por tener menor costo al consumidor, existe una buena aceptación a los vehículos que son ensamblados en el país, porque las dos líneas se mantienen casi paralelas en las fluctuaciones anuales. El resto de vehículos que se producen y que no son vendidos internamente en el país son exportados a Colombia y Venezuela; las plantas ensambladoras exportan los vehículos de la siguiente forma:

CUADRO N° 40				
Exportaciones de vehículos por ensambladora 2.005-2.010				
Año	<i>Aymes</i>	<i>Omnibus BB</i>	<i>Maresa</i>	<i>Total</i>
2.005	-	13.481	-	13.481
2.006	-	20.283	-	20.283
2.007	7.224	18.692	-	25.916
2.008	5.082	17.692	-	22.774
2.009	3.845	9.999	-	13.844
2.010	8.135	10.099	1.500	19.736

FUENTE: AEADE. Anuario 2.010.

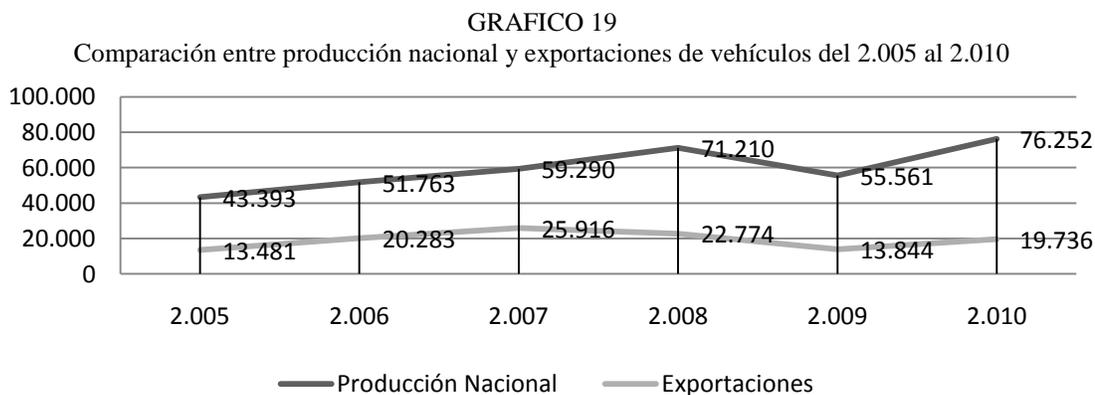
*Nota: La planta ensambladora Maresa representante de la marca Mazda; dejó de exportar en el año 1.999 y retomó sus exportaciones en el año 2.010; toda su producción entre el año 1.999 al 2.010 era destinada para el mercado nacional.

La planta ensambladora Aymes representa a la marca Kia y Omnibus BB a la marca Chevrolet; la relación de las exportaciones con la producción nacional es la siguiente:

CUADRO N° 41						
Comparación histórica de exportaciones de vehículos 2.005-2.010						
Año	2.005	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010
Unidades exportadas	13.481	20.283	25.916	22.774	13.844	19.736

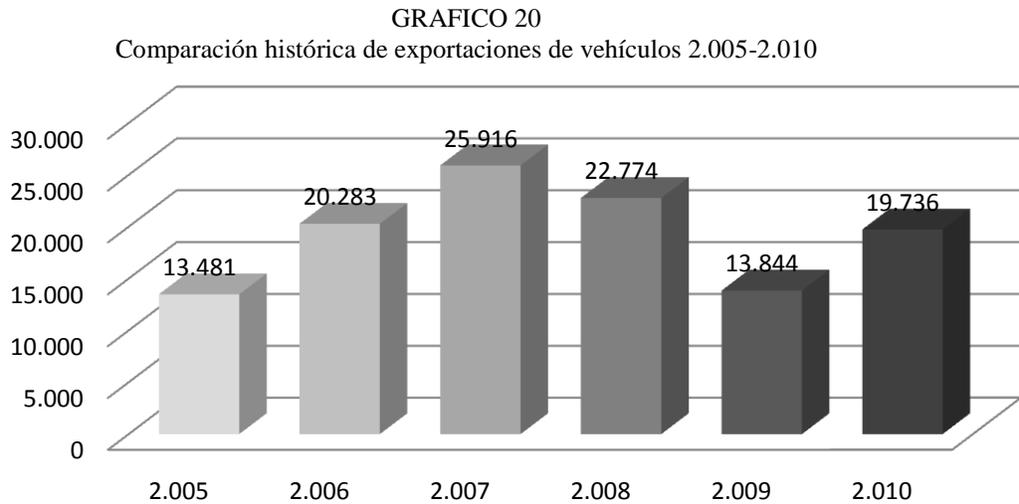
FUENTE: AEADE. Anuario 2.010.

Las exportaciones ocupan en promedio el 34,17% de la producción nacional; existe un alrededor de un 1% de vehículos que se quedan en el país que no son vendidos, pero si relacionamos que casi el 99% de los vehículos que son ensamblados localmente son vendidos ya sea por exportaciones o en el mercado ecuatoriano se considera que la industria nacional tiene avances significativos en cuanto a tecnología y calidad ya que sus productos tienen buena acogida.



FUENTE: AEADE. Anuario 2.010

Las exportaciones empiezan a bajar a partir del incremento del ICE y de la salvaguardia en el año 2.008 bajan en un -12,12% y en el 2.009 bajan un -39,21% debido a que las ventas de vehículos de producción nacional subieron en función de las ventas de ese año, es decir se aumentan las ventas a nivel interno y se reducen las exportaciones. En el año 2.010 aumentan las exportaciones y a su vez la Producción nacional y las ventas de vehículos de ensamblaje local.



FUENTE: AEADE. Anuario 2.010

Analizaremos la Balanza Comercial dentro del periodo de estudio desde el año 2.006 al 2.010:

CUADRO 42
Análisis de la Balanza Comercial 2.006-2.010 (miles de dólares FOB)

Año	2006	2007	2008	2009	2010
Exportaciones (X)	12.728.243	14.321.316	18.818.325	13.863.054	17.489.922
Exportaciones Vehículos	343.288	382.795	411.392	256.344	374.891
% de X de vehículos	2,69%	2,67%	2,18%	1,85%	2,14%
Importaciones (M)	12.113.560	13.893.462	17.551.929	14.071.449	19.278.702
Importaciones Vehículos	1.144.642	1.316.991	1.683.541	1.284.044	1.768.546
% de M de vehículos	9,44%	9,47%	9,49%	9,11%	9,08%
X – M (Balanza Comercial)	614.683	427.854	266.395	-208.394	-1.788.780

FUENTE: Banco Central del Ecuador

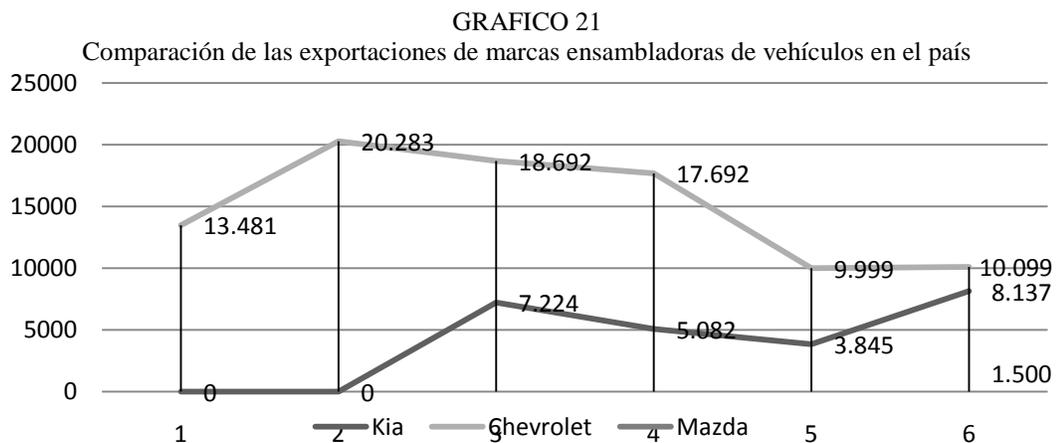
La Balanza Comercial se mantiene positiva hasta el año 2.008, para los años 2.009 y 2.010 cambia a negativa debido a un desfase en las exportaciones que se debió a un mayor consumo de la producción nacional por la restricción de las importaciones, es

decir, al restringir las importaciones elevando los precios de estos productos, se empieza a consumir bienes que pueden ser sustitutos, producidos localmente aun menor precio que los de importación. Al consumirse los bienes de producción local, se destina una menor cantidad de estos a la exportación, esto fue lo que paso a partir de que se aplicó la salvaguardia en el año 2.009.

Al igual que a otros productos esto afectó al sector automotriz, en el año 2.009 vemos que se reduce notablemente el porcentaje de las exportaciones de vehículos, pero como se analizó anteriormente, la producción nacional de vehículos creció en los últimos dos años que ayudó a satisfacer la demanda interna y por ello se ve que para el año 2.010 tienden a recuperarse las exportaciones de vehículos.

En el caso de las importaciones de vehículos, estas se mantienen, con una ligera reducción en comparación con las importaciones totales en el año 2.009 debido a la salvaguardia impuesta por el gobierno. La mayor parte de vehículos que se comercializan en el país son importados ya que del extranjero provienen una mayor variedad de marcas y modelos, por ello las importaciones siempre serán mayores que las exportaciones en el caso del sector automotriz ecuatoriano.

Entre las tres marcas Kia, Chevrolet y Mazda la relación de sus exportaciones es la siguiente:



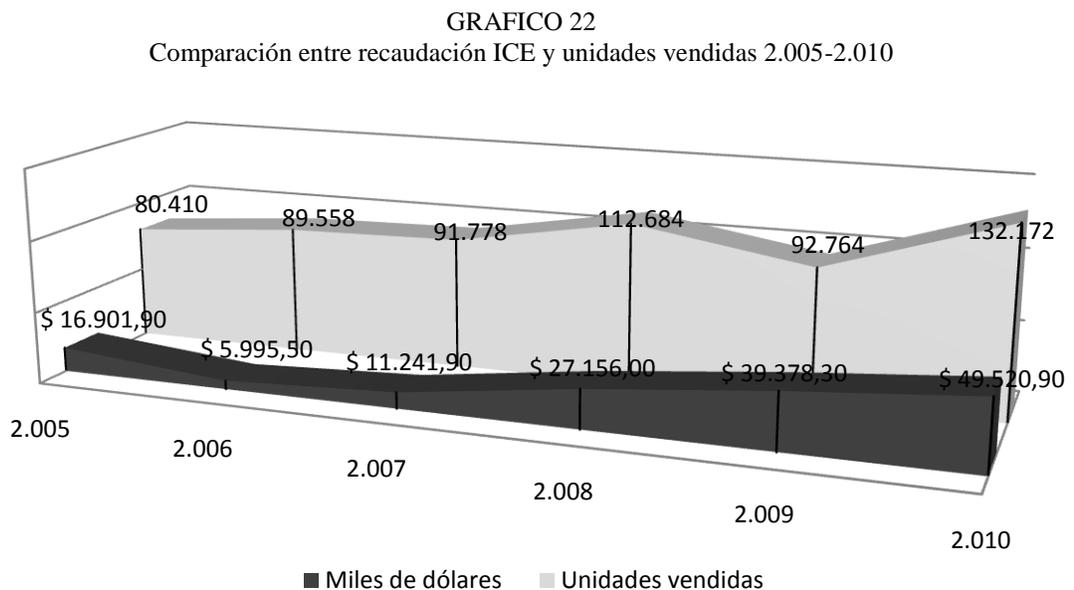
FUENTE: AEADE. Anuario 2.010

Haciendo referencia en la trayectoria de estas dos marcas Chevrolet según la información que se pudo obtener lleva más de 20 años ensamblando sus vehículos en el país. De igual forma estas dos marcas redujeron sus exportaciones en el 2.009 para poder abastecer el mercado con otros modelos que se producen en el país por la reducción de las importaciones.

2.4. CONCLUSIONES

Conclusión 1: La Reforma a la Ley de Equidad Tributaria en enero del año 2.008 tuvo varios objetivos que saltan a consideración para concluir esta parte del trabajo de grado, lo que respecta al ICE:

- a) Elevar este impuesto a ciertos artículos de importación o de producción nacional (en este caso de estudio a los vehículos) para restringir las importaciones con el fin de que exista un mayor consumo de la producción interna y reducir la salida de divisas para incrementar el flujo de dinero circulante interno
- b) Para que exista una mayor recaudación fiscal que será destinada para inversión pública.



FUENTE: AEADE. Anuario 2.010

El primer objetivo del incremento del ICE a los vehículos se cumplió parcialmente, debido a que las ventas de vehículos continuaron creciendo y con una tasa promedio superior a los periodos anteriores al incremento del ICE esta tasa fue del año 2.005 al 2.007 del 6,31% y para el periodo en que subió el ICE del año 2.007 al 2.008 el ICE la tasa fue del 18,55%; por ello a pesar de que los vehículos se encarecieron las casas comerciales continuaron vendiendo vehículos y en mayor cantidad que antes. Pero, estas ventas se componen de dos partes: los vehículos que son de producción nacional (ensamblados en el país) y los vehículos importados, esto analizaremos posteriormente.

Para el segundo objetivo, el ICE recaudado subió del año 2.007 al 2.008 en un 141,56% y tuvo un crecimiento promedio del año 2.008 al 2.010 del 25,75%; es decir, si del año 2.005 al 2.007 se recaudaba en promedio USD 11 millones de dólares solo en el año 2.008 se recaudó más del doble del promedio de este periodo con 27 millones de dólares, esto obviamente benefició al Gobierno Nacional ya que consiguió su meta.

Conclusión 2: Si bien las ventas de vehículos se incrementaron después de la aplicación de la reforma de la Ley de Equidad Tributaria al cerrar el año 2.008 existió un crecimiento del 18,55% al cerrar el año, por ello el Gobierno consideró que era necesario frenar este crecimiento ya que el objetivo de reducir las importaciones no se estaba cumpliendo y existía un mayor número de vehículos que se vendían, como medida para tratar de frenar esto se aplicó en el mes de junio del año 2.009 una salvaguardia por balanza de pagos del 12% a los vehículos y a otros artículos de importación, esta medida no tuvo una buena acogida por los representantes de la industria automotriz en el Ecuador por lo que se comenzó a reducir a partir del mes de septiembre del mismo año hasta llegar a reducirse por completo a finales del mes de junio del año 2.010 a 0%; entonces lo que pasó al imponer esta salvaguardia por balanza de pagos fue que para cerrar el año 2.009 las ventas se redujeron en un -17,68% en relación al año 2.008.

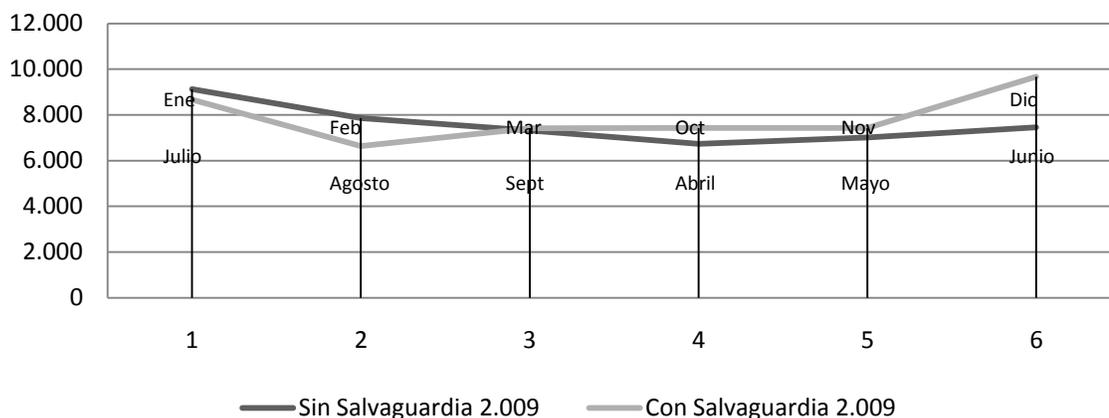
La salvaguardia tuvo varios efectos, los precios de los vehículos comenzaron a reducirse progresivamente ya que los concesionarios comenzaron a sacrificar los márgenes de ganancia para tratar de vender un mayor número de vehículos para ganar utilidad por

mayor volumen de ventas y a la vez algunas marcas procuraron ensamblar una mayor cantidad de vehículos e incorporar nuevos modelos a la producción nacional que pagan un menor arancel en CKD del 3% del arancel Ad-Valorem.

Para el año 2.010 las ventas comenzaron a subir para cerrar el año con un 29,28% por encima del total de ventas del año 2.009, ventas que se concentraron en segmento de vehículos de menos de USD 20.000; por ello para el año 2.011 el Gobierno Nacional tuvo que adoptar una nueva medida que fue subir el arancel Ad-Valorem a los vehículos que costaran menos de USD 20.000, el incremento es de 5% para vehículos cuyo cilindraje sea menor a los 1.900 centímetros cúbicos.

Cabe acotar que en el año 2.009 subieron las ventas de vehículos de USD 20.000 a USD 30.000, por esta razón la recaudación del ICE en los años del 2.008 al 2.010 tuvo un crecimiento constante, a este rango de precios un vehículo que cuesta USD 30.000 paga de ICE 10% que estaría alrededor de unos USD 5.108,35; lo que justifica el crecimiento en la recaudación de este año.

GRAFICO 4
Ventas semestrales con y sin Salvaguardia (Unidades)



FUENTE: AEADE. Anuario 2010

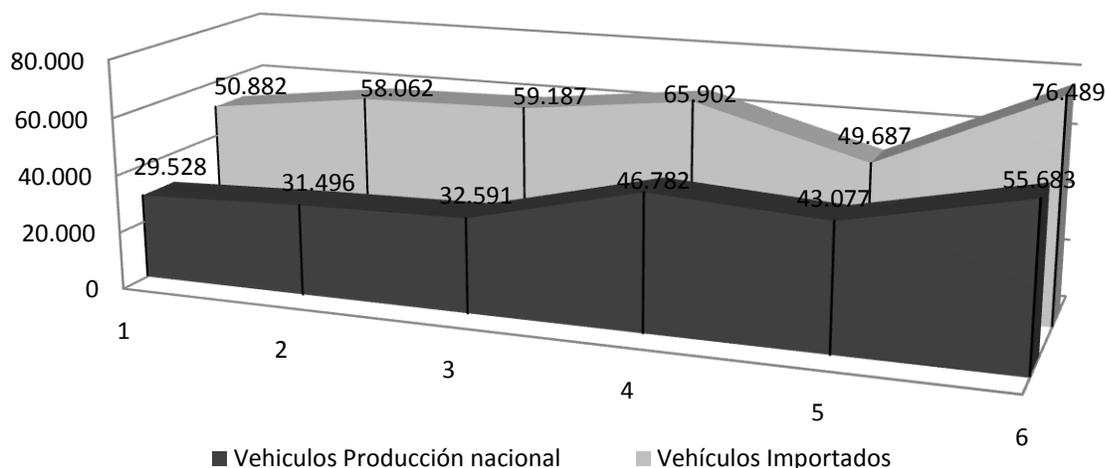
Conclusión 3: En términos de ventas los vehículos importados comprenden el 65% y los vehículos de producción nacional el 35% del total de ventas, si analizamos por separado los vehículos importados tuvieron un crecimiento del año 2.007 al 2.008 del 10,18%; los

vehículos de producción nacional tuvieron un incremento en el mismo periodo del 30,33%.

Las ventas de vehículos importados continuaron creciendo a pesar del incremento del ICE, pero las ventas de vehículos de ensamblaje local tuvieron un mayor incremento a partir del año 2.008 esto indica que existe un crecimiento en el sector automotriz interno, debido a las restricciones a los vehículos de importación y debido a sus elevados precios. Entonces al momento en que se elevó el ICE y se aplicó la salvaguardia por balanza de pagos se logró lo que se esperaba; crear un efecto positivo en la industria nacional que ayude a su crecimiento y a la vez ayude reducir la salida de divisas; las empresas ensambladoras tuvieron que invertir en capacitación y tecnología y por ende crear nuevas plazas de trabajo para satisfacer la demanda que creció en estos periodos.

En resumen las ventas de vehículos importados continuaron creciendo a un ritmo similar a años anteriores, pero las ventas de vehículos de producción nacional crecieron a un ritmo mayor que las ventas de vehículos importados, por ello se mencionó que el primer objetivo de la elevación del ICE se cumplió parcialmente ya que siguen saliendo divisas por importaciones pero a la vez se incentivó a la industria nacional.

GRAFICO 23
Comparación ventas de vehículos de producción nacional e importados



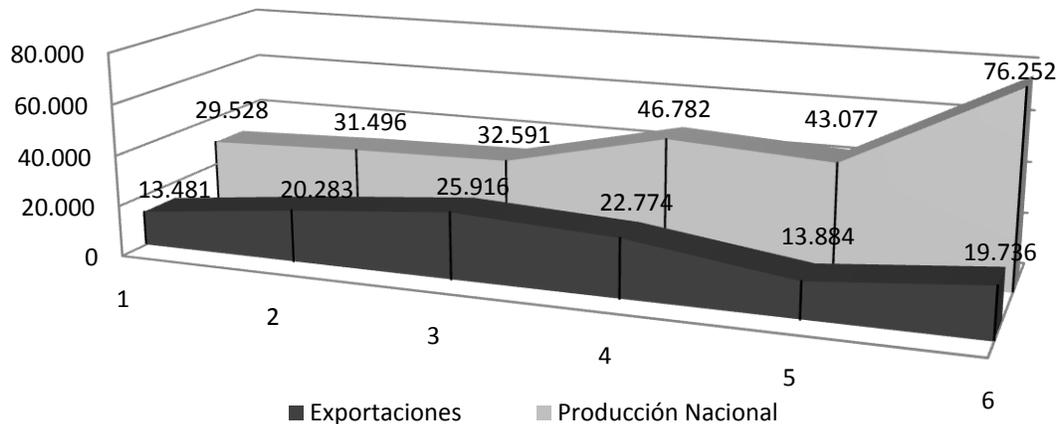
FUENTE: AEADE. Anuario 2010

Conclusión 4: La producción Nacional (ensamblaje) de vehículos creció del año 2.007 al 2.008 en un 16,74% después de la subida del ICE a los vehículos.

En el Ecuador existen tres marcas que ensamblan sus vehículos en el país Chevrolet, Kia y Mazda; las dos primeras exportan sus vehículos a países como Colombia y Venezuela, el crecimiento en la producción se vio obligado debido a la mayor demanda que tenían las concesionarias de vehículos de producción nacional para el consumo interno, lo que sucedió una vez que se incrementó el ICE fue que en primer lugar se incrementó la producción nacional y en segundo lugar se redujeron las exportaciones para satisfacer la demanda interna que fue creciendo debido a que los vehículos importados se encarecieron por el alto porcentaje de ICE que debían pagar.

En cifras se puede observar que en el 2.007 las exportaciones ocupaban el 43,71% en el 2.008, 2.009 y 2.010 estos porcentajes bajaron a 31,98%; 24,91% y 25,88% respectivamente. Aunque en el 2.009 las ventas de vehículos bajaron fue el año en que la mayor producción se quedó dentro del país para su comercialización interna, si en 2.008 se comercializó internamente el 68,02% para el 2.009 del total de la producción de ese año se vendió en el Ecuador el 75,09%.

GRAFICO 24
Comparación entre producción nacional y exportaciones



FUENTE: AEADE. Anuario 2010

Conclusión 5: Al observar la evolución que tuvieron los precios de los vehículos tenemos que si bien antes del incremento del ICE en el año 2.007 estos llegan a su punto máximo y para el año 2.008 a partir de que se aplicó la reforma a la Ley de Equidad Tributaria estos comienzan a bajar nuevamente, para los vehículos que su precio de venta sea superior a los USD 20.000 el hecho que el ICE haya subido significó que su precio final de venta sea elevado en alrededor de un 10% a un 45%, para algunos concesionarios su mejor alternativa fue bajar un cierto porcentaje los precios de los vehículos sacrificando sus márgenes de utilidad de un 15% a un 7% para obtener ganancias mediante mayores volúmenes de venta, adicionalmente los vehículos que son ensamblados en el país pagan un menor arancel Ad-Valorem que es del 3% por ser CKD, las ventas de estos tuvieron una mejor acogida por su precio, esta estrategia solo pudieron aplicarla tres marcas en el país que son los que ensamblan los vehículos en el país, por tanto, al bajar los precios de los vehículos como estrategia y al tener un mejor volumen de ventas de vehículos de producción nacional esto hace que el precio promedio dentro de cada categoría baje cada año al ser vendidos los vehículos más económicos. Cabe destacar que dentro de cada categoría existe el segmento de vehículos que son considerados como de lujo que obviamente tiene precios superiores a los USD 20.000.

CUADRO N° 43						
Comparación histórica de precio promedio de vehículos por tipo 2.005-2.010 (USD)						
Año	2.005	2.006	2.007	2.008	2.009	2.010
Automóviles	\$14.019	\$14.906	\$15.219	\$14.908	\$13.478	\$15.656
Todo Terreno	\$27.407	\$28.312	\$29.198	\$26.352	\$22.939	\$28.203

FUENTE: AEADE. Anuario 2.010.

CAPÍTULO III

3. ESTUDIO DEL CONSUMIDOR

El objetivo principal de este capítulo es analizar al consumidor, para ello se buscará conocer el impacto que tuvo el incremento del ICE y la aplicación de una salvaguardia en el comportamiento de compra de vehículos en el periodo que comprende el año 2.008 hasta el año 2.010; será necesario realizar una investigación de mercados que contendrá en primer plano la segmentación del mercado para hallar el mercado objetivo, es decir, las personas que están en capacidad para adquirir un vehículo, con ello hallaremos la muestra de la población que deberá ser analizada en las tres provincias de la región sierra norte del Ecuador, Pichincha, Imbabura y Carchi.

La idea de estudiar a las tres provincias antes mencionadas es debido a que el estudio se enfoca a tener conocimiento del comportamiento del consumidor y para ello se tomó una región del Ecuador que puede darnos una aproximación al comportamiento de toda la población, ya que se evaluó las mismas variables para obtener una muestra homogénea en la que los resultados que se pretende obtener demuestren una tendencia en el comportamiento del consumidor sin tomar en cuenta su ubicación geográfica o importancia económica en el país.

La investigación se realizará mediante encuestas con preguntas orientadas al objetivo propuesto al inicio de este capítulo, para ello será necesario hallar el número de encuestas necesarias calculadas en función de la muestra que obtendremos una vez que se realice la segmentación de mercados, esto será realizado en cada una de las provincias citadas.

3.1. SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

La segmentación de mercados nos permitirá determinar el mercado objetivo al cual nos referiremos como mercado meta para el cual será necesario en dividir el mercado total de un bien, en este caso de vehículos, en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos.

Como definición de segmentación de mercados tenemos:

“Es la división de un universo heterogéneo en grupos con al menos una característica homogénea.

La definición y reconocimiento del tipo de mercado donde comercializaremos nuestros productos nos brindará una visión generalizada del tipo de actividades comerciales que deberemos realizar; sin embargo, cada mercado es diferente, y cada uno de los diferentes mercados está integrado por tipos de personas diferentes, de sexos diferentes, de costumbres y personalidades también diferentes.

Esto nos lleva a pensar que si cada ser humano es único y distinto, sus gustos y preferencias también lo son, los productos que comprará tendrán que ser diferentes también. Claro que es imposible tener productos que hayan sido diseñados para el uso de una sola persona; sin embargo, si se pueden hacer grupos de personas o segmentos que tengan gustos y preferencias parecidos, este es el origen de la segmentación de mercados”.

19

Variables de segmentación de mercado

Para segmentar un mercado es necesario considerar una serie de variables que nos brindarán la posibilidad de definir el segmento de mercado de manera clara y precisa.

Las variables de segmentación a utilizarse para la presente investigación son:

-Variables demográficas. Las variables demográficas tienen la característica particular de ser las únicas que se pueden medir en forma estadística. Cada país realiza actividades de levantamiento de información con una periodicidad determinada (censos), a partir de las cuales es posible tener datos estadísticos confiables.

Dentro de este grupo encontramos variables como:

- Edad
- Sexo
- Nivel socioeconómico
- Estado civil

19. FERNANDEZ VALIÑAS, Ricardo; “Segmentación de mercados”, McGraw Hill, Primera edición, México, 2.009, p. 9,10

- Nivel académico
- Religión
- Características de vivienda

-*Variables geográficas.* Se refiere a las variables ambientales que dan origen a las diferencias en la personalidad de comunidades por su estructura geográfica, en este grupo encontramos variables como:

- Unidad geográfica
- Condiciones geográficas
- Raza
- Tipo de población 20

La segmentación será dada de la siguiente manera:

CUADRO N° 44 Segmentación de Mercados	
<i>Variables Geográficas</i>	
País:	Ecuador
Provincias:	Pichincha, Imbabura, Carchi
Cantón:	Quito, Ibarra, Tulcán
<i>Variables demográficas</i>	
Estado Laboral:	Población Económicamente Activa
Nivel Económico:	Medio-Alto
Edad:	Mayores de 25 años
Sexo:	Masculino, femenino

FUENTE: Diego Medina

20. FERNANDEZ VALIÑAS, Ricardo; "Segmentación de mercados", McGraw Hill, Primera edición, México, 2.009, p. 11,12

La población que será utilizada para calcular la muestra para cada provincia se realizará por separado en base a los parámetros establecidos en la segmentación de mercados.

3.2. MUESTREO ESTADÍSTICO

Una vez que se ha delimitado la población mediante la segmentación de mercados, es necesario obtener la muestra de la población que será encuestada, para ello será utilizado el método de muestreo aleatorio simple.

Partiremos con la definición de muestreo aleatorio simple.

“El muestreo aleatorio simple es un procedimiento de selección de muestras con probabilidades iguales, que consiste en obtener la muestra unidad a unidad de forma aleatoria con reposición a la población de las unidades previamente seleccionadas, teniendo presente que el orden de colocación de los elementos en las muestras no interviene.

Como el procedimiento de selección es con probabilidades iguales, todas las muestras son equiprobables, y además se cumple que todas las unidades de la población tienen la misma probabilidad de pertenecer a la muestra. Se supone que el tamaño de la población es m y el tamaño de la muestra es n .”
21

Cuya fórmula de cálculo es:

$$n = \frac{k^2 * m * P * Q}{k^2 * m * e^2 + (P*Q)} \quad 22$$

En donde:

n = muestra
 k = Porcentaje de confiabilidad
 m = población
 e = error muestral
 P = factor de éxito
 Q = factor de fracaso

21. PÉREZ LÓPEZ, César; “Muestreo estadístico, conceptos y problemas resueltos”, Pearson Prentice Hall, España, 2.006, p. 111.

22. SPIEGEL, Murray R. “Teoría y problemas de probabilidad y estadística”, México, Mc Graw Hill, 1979, p. 372.

3.3. SEGMENTACIÓN DE LA POBLACIÓN

La metodología de cálculo para este caso será utilizando la sumatoria de la población ya segmentada es decir de Quito, Ibarra y Tulcán como “*m*” la población total para el uso del método de muestreo aleatorio simple, para posteriormente asignar un porcentaje en función del total de la población a cada muestra para Quito, Ibarra y Tulcán del total de la muestra de personas a ser encuestadas que se ha calculado mediante la fórmula, no se justifica realizar un muestreo estratificado debido a que las variables son establecidas de la misma forma para las tres provincias en estudio.

3.1.1. PARA PICHINCHA

La provincia de Pichincha tiene una población total de 2.570.201 habitantes, de este valor partiremos para realizar la segmentación para este caso:

CUADRO N° 45 Cálculo de la población cantón Quito		
<i>Variable</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Total</i>
Población Cantón Quito 23	---	2.570.201
Edad >25 años; hombres-mujeres 23	37,97%	976.066
Población económicamente activa 23	80,03%	781.114
Nivel económica medio alto 24	71,82%	560.996

FUENTE: INEC. 2010.

Una vez que se ha segmentado la población obtenemos 560.996 habitantes, este dato será usado para obtener la muestra.

23. INEC. Censo EMENDU (Encuesta Nacional de empleo, desempleo y subempleo) 2.010

24. INEC. Censo de población y vivienda 2.001

3.1.2. PARA IMBABURA

La provincia de Imbabura tiene una población total de 400.359 habitantes, de este valor partiremos para realizar la segmentación para este caso:

CUADRO N° 46 Cálculo de la población cantón Ibarra		
<i>Variable</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Total</i>
Cantón Ibarra 25	---	400.359
Edad >25 años; hombres-mujeres 26	18,57%	74.385
Población económicamente activa 26	80,50%	59.878
Nivel Económico Medio-alto 26	47,00%	28.143

FUENTE: INEC. 2010.

Una vez que se ha segmentado la población obtenemos 28.143 habitantes, este dato será usado para obtener la muestra.

3.1.3. PARA CARCHI

La provincia del Carchi tiene una población total de 165.659 habitantes, de este valor partiremos para realizar la segmentación para este caso:

CUADRO N° 47 Cálculo de la población cantón Tulcán		
<i>Variable</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Total</i>
Cantón Tulcán 27	---	165.659
Edad >25 años; hombres-mujeres 28	22,65%	37.519
Población económicamente activa 28	80,80%	30.316
Nivel Económico Medio-alto 28	48,00%	14.551

FUENTE: INEC. 2010.

25. INEC. Censo EMENDU (Encuesta Nacional de empleo, desempleo y subempleo) 2.010

26. INEC. Censo de población y vivienda 2.001

27. INEC. Censo EMENDU (Encuesta Nacional de empleo, desempleo y subempleo) 2.010

28. INEC. Censo de población y vivienda 2.001

Una vez que se ha segmentado la población obtenemos 14.551 habitantes, este dato será usado para obtener la muestra.

La sumatoria de las poblaciones de los tres cantones nos da la población total que será “m” en este caso:

CUADRO N° 48	
Base de cálculo de la población	
<i>Provincia</i>	<i>Población</i>
Pichincha	560.996
Imbabura	28.143
Carchi	14.551
Total de la población	603.690

FUENTE: Diego Medina

3.4 CÁLCULO DE LA MUESTRA:

El cálculo será realizado con un error máximo aceptable del 5%, un nivel deseado de confianza del 95%, un 50% de probabilidad éxito y un 50% de probabilidad de fracaso.

n = muestra

k = 95%

m = 603.690

e = 5%

P = 50%

Q = 50%

k = Porcentaje de confiabilidad

m = población

e = error muestral

P = factor de éxito

Q = factor de fracaso

$$n = \frac{(0,95)^2 * (603.690) * (0,50)*(0,50)}{[(0,95)^2 * (603.690)* (0,05)^2] + (0,50*0,50)}$$

$$n = \frac{136.207,56}{1362,3256}$$

$$n = 99,98 \text{ habitantes}$$

Ahora bien, 100 es el número total de encuestas que se deben realizar en las tres provincias, para conocer el número de encuestas que se van a realizar por separado, es decir, en Quito, Ibarra y Tulcán se tomará el porcentaje en base a la sumatoria del total de habitantes de los tres cantones para obtener mediante el porcentaje de cada cantón el número de encuestas a realizarse.

CUADRO N° 49		
Porcentajes de la muestra asignados para cada provincia		
<i>Cantón</i>	<i>Habitantes</i>	<i>Porcentaje</i>
Quito	560.996	92,92%
Ibarra	28.143	4,66%
Tulcán	14.551	2,59%
Total	603.690	100%

FUENTE: Diego Medina

Entonces para cada cantón el número de encuestas a realizarse se calcula, teniendo como base las 100 encuestas en total y multiplicando por los porcentajes de cada cantón respectivamente:

CUADRO N° 50	
<i>Cantón</i>	<i>Número de encuestas en base al porcentaje asignado cálculo por provincias</i>
Quito	93
Ibarra	4
Tulcán	3

FUENTE: Diego Medina

Debido a que los números de encuestas en los cantones de Ibarra y Tulcán son muy reducidos se ha optado por incrementar este número para obtener información más representativa, de tal manera que las encuestas quedarán determinadas de la siguiente forma:

CUADRO N° 51	
<i>Cantón</i>	<i>Número final de encuestas a realizarse por provincia</i>
Quito	93
Ibarra	12
Tulcán	10

FUENTE: Diego Medina

3.5. ESQUEMA DE ENCUESTAS

Para la presente investigación se ha optado por el método de investigación mediante encuestas debido a que este método tiene un bajo costo, se puede obtener información más exacta y con mayor rapidez, el análisis de los resultados se puede realizar mediante estandarización de datos que permitan tener un conocimiento preciso del estudio que se

pretende obtener y debido a que es la técnica más utilizada y que permite obtener información de casi cualquier tipo de población.

Las encuestas se realizarán en los tres cantones anteriormente citados, en donde, el investigador se ubicará en los centros de matriculación vehicular de la Policía Nacional de cada cantón y como caso particular en Quito, también se realizarán en los Centros de Revisión Vehicular de la CORPAIRE, se tomará una persona de cada cinco que se encuentre en este lugar que tenga intenciones de realizar el trámite de matriculación ya sea para vehículos nuevos o para usados, en el caso de que la quinta persona no quiera ser encuestada se volverá a contar a cinco personas para volver a realizar la entrevista, esto es con el fin de dar la misma oportunidad a varias personas de participar en la muestra.

CUADRO N° 52 Lugares optativos donde se realizarán las encuestas	
<i>Centros de matriculación</i>	
<i>Quito</i>	
-Unidad de Vigilancia Norte	
-Jefatura Provincial de Tránsito de Pichincha	
-Policía Judicial.	
-Centro de revisión técnica Vehicular La Florida	
-Centro de revisión técnica Vehicular San Isidro del Inca	
-Centro de revisión técnica vehicular Guajaló	
<i>Ibarra</i>	
-Jefatura Provincial de Tránsito de Imbabura CP-12	
<i>Tulcán</i>	
-Jefatura Operativa de Control de Tránsito y Seguridad Vial del Carchi	

FUENTE: Policía Nacional, Corpaire

Será necesario antes de formular el cuestionario de la encuesta, conocer su definición:

“Una encuesta es un estudio observacional en el cual el investigador no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación (como sí lo hace en un experimento). Los datos se obtienen a partir de realizar un

conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, formada a menudo por personas, empresas o entes institucionales, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos. El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación”. 29

Una vez conocida la definición de encuesta es necesario identificar el tipo de preguntas que se realizarán, el tipo de preguntas a ser usadas serán dicótomas cerradas y cerradas / respuestas múltiples.

-Preguntas dicótomas cerradas son preguntas que tienen dos opciones como respuestas que el encuestado escoge una de ellas, estas preguntas son usadas con frecuencia ya que muchos tipos información se subdividen en forma natural en dos categorías y ya que son fáciles de preguntar, contestar (usualmente) y tabular.

-Preguntas cerradas / respuestas múltiples son preguntas en las que el encuestador da una serie de opciones de respuestas en las que el encuestado puede escoger una o varias, son usadas en vez de preguntas abiertas, siempre que las respuestas puedan ser determinadas con anticipación y estas aseguran que los encuestados responderán en la misma dimensión, esta guían más que las preguntas abiertas. 30

Una vez identificado el tipo de preguntas procederemos a formular el cuestionario.

29.- WIKIPEDIA, es.wikipedia.org/wiki/Encuesta

30.- POPE L. Jeffrey, “Investigación de mercados”, Grupo Editorial Norma, Colombia, 2.002, p. 88,89.

Encuesta de análisis del Comportamiento del Consumidor frente al incremento de aranceles a los vehículos

1.- ¿Adquirió Ud. un vehículo en el periodo que comprende los años del 2.008 al

2.010? -Si

-No

2.- ¿El vehículo que Ud. adquirió es importado o de producción nacional (ensamblaje local)? -Importado

-Ensamblaje local

3.- El vehículo que Ud. adquirió fue:

-Nuevo

-Usado

*Si su respuesta es **Nuevo** por favor pase a la sección A, si la respuesta es **Usado** por favor pase a la sección B*

Sección A

3.1.- ¿Qué efectos cree Ud. que tuvo el incremento de los aranceles a los vehículos?

-Se redujo el equipamiento

-Mejóro el financiamiento

-Otras:.....

3.2.- ¿Qué tipo de vehículo adquirió en el periodo del año 2.008 al 2.010?

-Automóvil

-Todo Terreno

-Van

3.3.- ¿Estuvo en sus planes adquirir otro tipo de vehículo o este era el que realmente deseaba adquirir?

-Quería otro tipo de vehículo ¿Qué tipo de vehículo?.....

-Este vehículo tenía planeado adquirir Por favor pase a la pregunta 3.7

3.4.- Si deseaba adquirir otro tipo de vehículo, indique por qué no lo adquirió:

-Precio elevado

-Escasez de modelos

3.5.- Al adquirir su vehículo Ud. lo hizo:

-Con su marca de preferencia

-Buscó otras marcas

3.6.- ¿Qué razones lo influenciaron para adquirir el vehículo de otra marca?

-Menores precios con mejor equipamiento

-Mayor oferta de modelos

3.7.- Cite algún tipo de atractivo extra que ayudó a su decisión de compra:

-Promociones de temporada (financiamiento o bonos)

-Accesorios para el vehículo

Sección B

3.8.- Por favor señale una o varias causas de por qué no adquirió un vehículo nuevo:

-Era lo que buscaba

-Los vehículos nuevos subieron excesivamente de precio

-El ICE era excesivo

3.9.- ¿Qué considera Ud. que paso con los precios de los vehículos usados?

-Subieron

-Se mantuvieron

-Bajaron

-Gracias por su colaboración-

CAPÍTULO IV

4.1 ANÁLISIS ESTADÍSTICO

En este capítulo analizaremos los datos obtenidos en las encuestas realizadas al consumidor mediante la tabulación de las mismas, posteriormente se analizará la información obtenida mediante el uso de gráficos estadísticos y se procederá a emitir las conclusiones correspondientes a este capítulo.

4.1.1. TABULACIÓN DE ENCUESTAS

La información que se presenta a continuación corresponde a cada pregunta con sus respectivos valores tabulados y porcentajes, calculados en función del orden del cuestionario.

Pregunta N°1

<i>¿Adquirió Ud. un vehículo en el periodo que comprende los años del 2.008 al 2.010?</i>	<i>Resultados</i>	<i>Porcentajes</i>
Si	115	100,00%
No	0	0,00%

Pregunta N°2

<i>¿El vehículo que Ud. adquirió es importado o de producción nacional (ensamblaje local)?</i>	<i>Resultados</i>	<i>Porcentajes</i>
Importado	71	61,74%
Ensamblaje local	45	39,13%

Pregunta N°3

<i>El vehículo que Ud. adquirió fue:</i>	<i>Resultados</i>	<i>Porcentajes</i>
Nuevo	80	69,57%
Usado	35	30,43%

Pregunta N°4

<i>¿Qué efectos cree Ud. que tuvo el incremento de los aranceles a los vehículos?</i>	<i>Resultados</i>	<i>Porcentajes</i>
Se redujo el equipamiento	42	52,50%
Mejóro el financiamiento	38	47,50%

Categoría “Otras”:

<i>Resultados</i>	<i>Opiniones</i>	<i>Porcentajes</i>
2	Subió costo	33,33%
1	Restringió demanda	16,67%
1	Disminuyó variedad y acceso	16,67%
1	Materiales nacionales	16,67%
1	Disminución intención de compra	16,67%
1	Disminución de importación otras marcas	16,67%

Pregunta N°5

<i>¿Qué tipo de vehículo adquirió en el periodo del año 2.008 al 2.010?</i>	<i>Resultados</i>	<i>Porcentajes</i>
Automóvil	51	63,75%
Todo Terreno	28	35,00%
Van	1	1,25%

Pregunta N°6

<i>¿Estuvo en sus planes adquirir otro tipo de vehículo o este era el que realmente deseaba adquirir?</i>	<i>Resultados</i>	<i>Porcentajes</i>
Quería otro tipo de vehículo	34	42,50%
Este vehículo tenía planeado adquirir	46	57,50%

Categoría “qué tipo de vehículo”:

a.1 Automóvil	7	20,59%
a.2 Todo Terreno	27	79,41%
a.3 Van	0	0,00%

Pregunta N°7

<i>Si deseaba adquirir otro tipo de vehículo, indique ¿por qué no lo adquirió?</i>	<i>Resultados</i>	<i>Porcentajes</i>
Precio elevado	30	88,24%
Escasez de modelos	4	11,76%

Pregunta N°8

<i>Al adquirir su vehículo, Ud. lo hizo:</i>	<i>Resultados</i>	<i>Porcentajes</i>
Con su marca de preferencia	16	47,06%
Buscó otras marcas	18	52,94%

Pregunta N°9

<i>¿Qué razones lo influenciaron para adquirir el vehículo de otra marca?</i>	<i>Resultados</i>	<i>Porcentajes</i>
Menores precios con mejor equipamiento	8	44,44%
Mayor oferta de modelos	10	55,56%

Pregunta N°10

<i>Cite algún tipo de atractivo que ayudó a su decisión de compra:</i>	<i>Resultados</i>	<i>Porcentajes</i>
Promociones de temporada	51	63,75%
Accesorios para el vehículo	29	36,25%

Pregunta N°11

<i>Por favor señale una o varias causas de ¿por qué no adquirió un vehículo nuevo?</i>	<i>Resultados</i>	<i>Porcentajes</i>
Era lo que buscaba	15	42,86%
Los vehículos nuevos subieron excesivamente de precio	15	42,86%
El ICE era excesivo	5	14,29%

Pregunta N°12

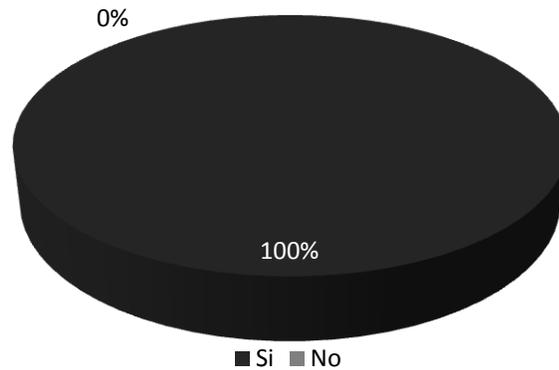
<i>¿Qué considera Ud. que pasó con los precios de los vehículos usados?</i>	<i>Resultados</i>	<i>Porcentajes</i>
Subieron	11	31,43%
Se mantuvieron	23	65,71%
Bajaron	1	2,86%

Elaborado: Diego Medina

4.1.2. GRÁFICOS ESTADÍSTICOS

Pregunta N°1: ¿Adquirió Ud. un vehículo en el periodo que comprende los años del 2.008 al 2.010?

GRAFICO 25
¿Adquirió Ud. un vehículo en periodo que comprende los años del 2.008 al 2.010?

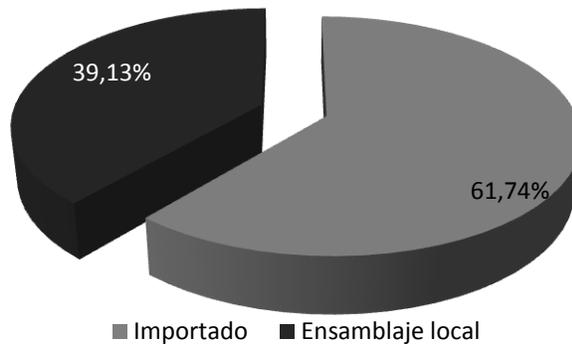


FUENTE: Diego Medina

Como primer requisito para llenar la encuesta, fue que el encuestado haya adquirido un vehículo dentro del periodo de los años que fue señalado en la pregunta, por ello la respuesta a esta pregunta del total de encuestas que se realizaron obligatoriamente debía ser Si el 100%.

Pregunta N°2: ¿El vehículo que Ud. adquirió es importado o de producción nacional (ensamblaje local)?

GRAFICO 26
¿El vehículo que Ud. adquirió es importado o de producción nacional (ensamblaje local)?

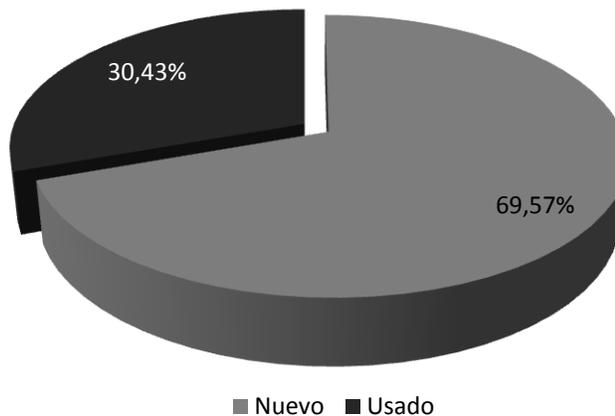


FUENTE: Diego Medina

En el periodo del 2.008 al 2.010, predomina la adquisición de vehículos importados, esto refleja una preferencia de los consumidores encuestados por vehículos que provienen del exterior y brinda una pauta que confirma la información obtenida en el capítulo II, que ratifica mediante la muestra de la población en comparación a los datos de ventas obtenidos, que prevalece la proporción de ventas de vehículos importados en función de vehículos de producción nacional, dando un mayor porcentaje a la venta de vehículos importados.

Pregunta N°3: El vehículo que Ud. adquirió fue:

GRAFICO 27
El vehículo que Ud. adquirió fue:



FUENTE: Diego Medina

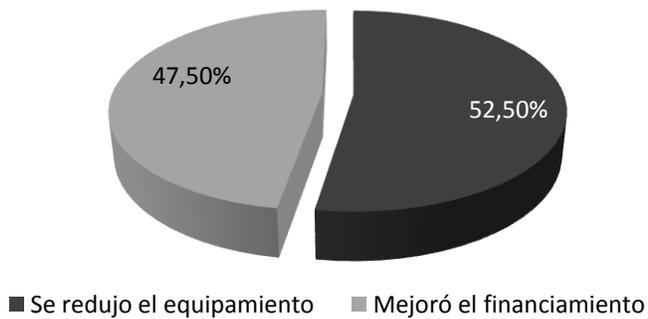
El 69,57% de los encuestados adquirieron en el periodo del 2.008 al 2.010 un vehículo nuevo, lo que indica una tendencia dentro de la población objeto de estudio que existe una mayor capacidad de compra de vehículos nuevos, a continuación analizaremos las razones de por qué los consumidores adquieren un vehículo nuevo o usado.

Desde este punto, el análisis se divide en dos partes, para los consumidores que adquirieron un vehículo nuevo y un vehículo usado.

Para vehículos nuevos:

Pregunta N°4: ¿Qué efectos cree Ud. que tuvo el incremento de los aranceles a los vehículos?

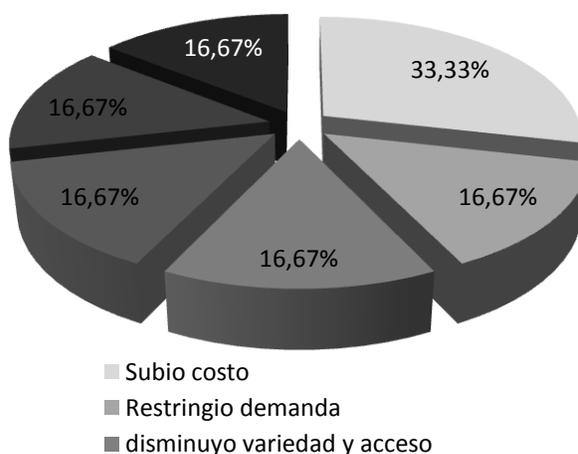
GRAFICO 28
¿Qué efectos cree Ud. que tuvo el incremento de los aranceles a los vehículos?



FUENTE: Diego Medina

De acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta, existen varios efectos como repercusión del incremento de los aranceles a los vehículos según los consumidores, ahora bien en los dos ítems planteados en el cuestionario existe un pequeño margen de diferencia entre las dos respuestas, lo que indica que ambos efectos se sintieron casi con la misma intensidad para los consumidores, aunque otros consumidores al momento de adquirir un vehículo palparon realidades diferentes como han sabido manifestar en la encuesta.

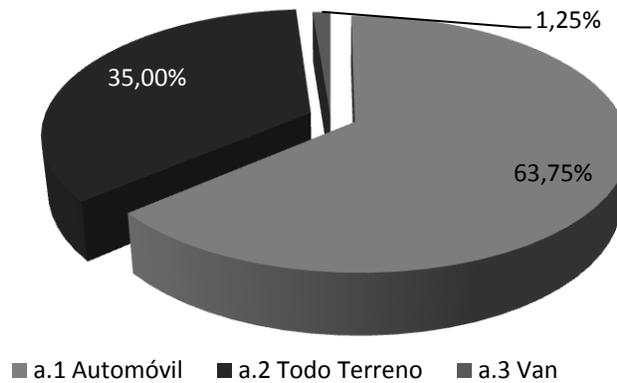
GRAFICO 29
Categoría "otros":



FUENTE: Diego Medina

Pregunta N°5: ¿Qué tipo de vehículo adquirió en el periodo del año 2.008 al 2.010?

GRAFICO 30
¿Qué tipo de vehículo adquirió en el periodo del año 2.008 al 2.010?



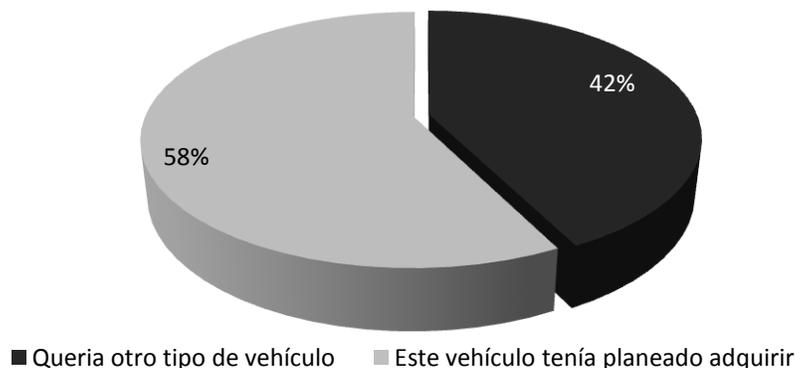
FUENTE: Diego Medina

Son marcadas las diferencias entre el tipo de vehículos que adquirieron los consumidores en el periodo en estudio, estos resultados son consecuencia de varios factores que influyen indistintamente para cada consumidor, estos factores son mayormente marcados por el tema económico y también por gustos y conveniencia de cada consumidor.

Esta interrogante se complementa con las intenciones de compra de cada consumidor, que nos indican si los consumidores adquirieron el vehículo que ellos querían.

Pregunta N°6: ¿Estuvo en sus planes adquirir otro tipo de vehículo o este era el que realmente deseaba adquirir?

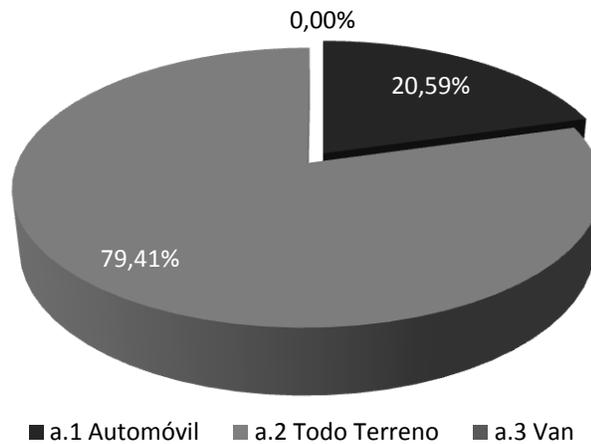
GRAFICO 31
¿Estuvo en sus planes adquirir otro tipo de vehículo o este era el que realmente deseaba adquirir?



FUENTE: Diego Medina

Más de la mitad de los consumidores encuestados está conforme con el vehículo que adquirió pero la otra parte tenía otras preferencias al momento de adquirir su vehículo nuevo.

GRAFICO 32
Categoría "¿qué otro tipo de vehículo?"

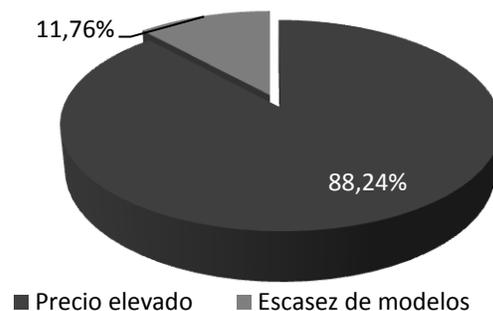


FUENTE: Diego Medina

Dentro de los consumidores que deseaban adquirir otro tipo de vehículo el 79,41% de ellos querían un vehículo del tipo todo terreno que por lo general es más costoso que un automóvil estándar, es decir, no de lujo. Adicionalmente, las personas que respondieron que deseaban otro vehículo que sea del tipo automóvil es porque tenían en mente un modelo de mayor valor (precio) con mejor equipamiento.

Pregunta N°7: Si deseaba adquirir otro tipo de vehículo, indique ¿por qué no lo adquirió?

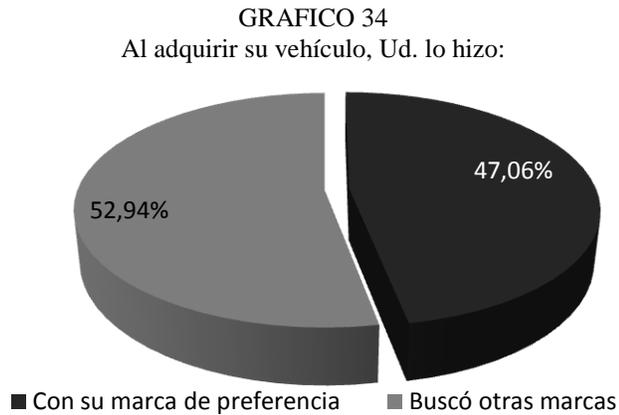
GRAFICO 33
Si deseaba adquirir otro tipo de vehículo, indique ¿por qué no lo adquirió?



FUENTE: Diego Medina

Para el 88,24% de los consumidores adquirir el vehículo que ellos querían se vio truncado debido al precio elevado y para el 11,76% de los consumidores debido a la escasez de modelos.

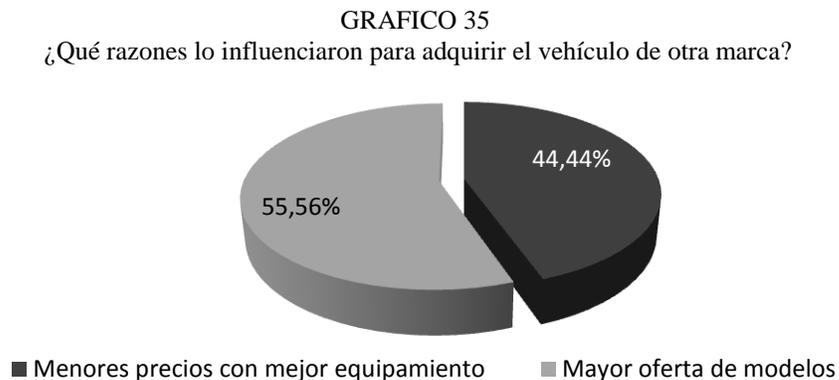
Pregunta N°8: Al adquirir su vehículo, Ud. lo hizo:



FUENTE: Diego Medina

Alrededor del 52,94% de los consumidores encuestados tuvo que cambiar de marca al momento de adquirir su vehículo con el antecedente de que los vehículos subieron de precio y para buscar una mejor alternativa que ofrezca un mayor valor agregado para el cliente. Para el 47,06% restante de los consumidores que se mantuvo con su marca de preferencia indica que no encontraron mayores variaciones entre una marca y otra, de esta manera escogieron la marca en la que ellos confían por su trayectoria y mayores beneficios que esta le ofrece.

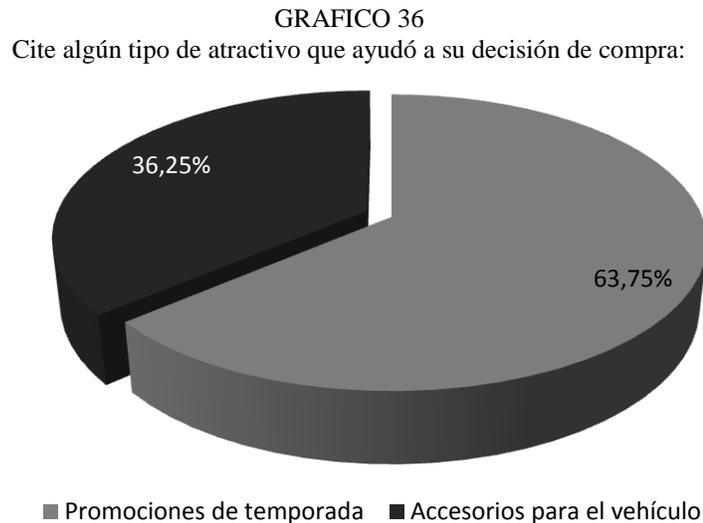
Pregunta N°9: ¿Qué razones lo influenciaron para adquirir el vehículo de otra marca?



FUENTE: Diego Medina

El 55.56% de los consumidores encuestados optó por cambiar a marcas que le ofrezcan una mayor variedad de modelos que puedan satisfacer sus necesidades y el 44,44% de los consumidores buscó adquirir un vehículo que esté a un menor precio y que tenga un mejor equipamiento del que ofrece la competencia.

Pregunta N°10: Cite algún tipo de atractivo que ayudó a su decisión de compra:



FUENTE: Diego Medina

Y finalmente, para el 63,75% de los consumidores encuestados el mayor atractivo para adquirir un vehículo nuevo es hacerlo cuando hay promociones por temporadas, en las que las casas comerciales ofrecen una variedad de atractivos al cliente en el ámbito de financiamientos, bonos, garantías y servicio técnico, entre otras.

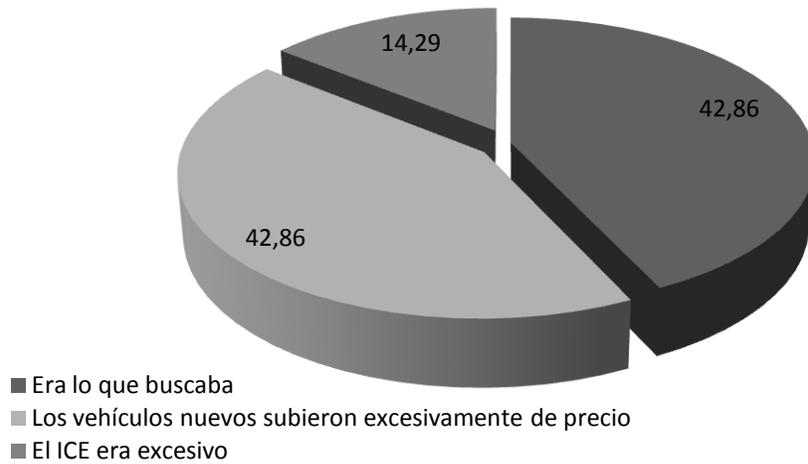
El 36,25% de los consumidores prefiere adquirir un vehículo en el que la casa comercial le ofrezca variedad de accesorios para su vehículo, estos accesorios son extras que los concesionarios ofrecen por temporadas, estos pueden ser equipos electrónicos (radios, bluetooth, cámara de reversa, etc.) o mejoras físicas en el vehículo (alergones, aros de aleación, etc.).

Para vehículos usados:

Pregunta N°11: Por favor señale una o varias causas de ¿por qué no adquirió un vehículo nuevo?

GRAFICO 37

Por favor señale una o varias causas de ¿por qué no adquirió un vehículo nuevo?



FUENTE: Diego Medina

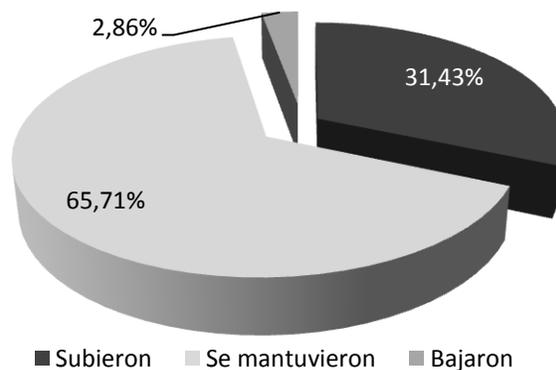
El 42,86% de los consumidores adquirió un vehículo usado porque estaba dentro de sus posibilidades y era lo que justamente querían, este grupo de personas no contempló la posibilidad de adquirir un vehículo nuevo, debido a que se ajustaba a su presupuesto.

Para el otro 42,86% de los consumidores, contempló la posibilidad de adquirir un vehículo nuevo pero no lo hizo debido al elevado precio, al igual que para el 14,29% de los consumidores que no adquirió un vehículo nuevo debido al incremento del ICE en el año 2.008.

Pregunta N°12: ¿Qué considera Ud. qué pasó con los precios de los vehículos usados?

GRAFICO 38

¿Qué considera Ud. qué pasó con los precios de los vehículos usados?



FUENTE: Diego Medina

Según los consumidores que adquirieron un vehículo usado en el periodo del año 2.008 al 2.010; el 65,71% opinó que los precios se mantuvieron.

En tanto el 31,43% de los consumidores si sintieron que los vehículos usados aumentarían de precio y el 2,86% de los consumidores considera que los vehículos usados han bajado de precio.

4.1.3. CONCLUSIONES

Conclusión 1.- Dentro del estudio del consumidor, se analizó a una muestra que representa a la población objeto de estudio para determinar de esta forma su comportamiento con respecto al análisis del incremento del ICE a los vehículos, en primer lugar se analizó la procedencia del vehículo que los consumidores adquirieron, obteniendo el 61,74% de vehículos importados y el 39,13% de vehículos de producción nacional; al igual que en los datos de ventas que fueron recopilados anteriormente se muestra una mayor tendencia a la compra de vehículos importados que de vehículos de producción nacional, esto se debe a que los consumidores prefieren un vehículo que sea ensamblado en el extranjero y debido a que la gama de modelos que se ensamblan localmente es menor a la gama de vehículos importados. Se muestra una marcada diferencia entre los consumidores que adquirieron un vehículo nuevo que es el 69,57% y el 30,43% que representa a los consumidores que adquirieron un vehículo usado.

Conclusión 2.- El 52,50% de los consumidores opina que la reducción del equipamiento en los vehículos fue el mayor efecto que tuvo el incremento de los aranceles, es decir, que las casa comerciales ofrecieron un vehículo sin tantos extras al mismo precio que estaba antes de la subida de los aranceles y el 47,50% de los consumidores considera que mejoró el financiamiento para adquirir un vehículo, esto es la reducción de la cuota de entrada que bordea el 25% a 30% y con financiamiento de hasta 5 años (60 meses). De cierta forma, se explica el por qué del mayor porcentaje de vehículos nuevos que fueron adquiridos en este periodo que de vehículos usados.

Adicionalmente, los consumidores citan otros efectos:

- Subió el costo de los vehículos

- Se restringió la demanda
- Disminuyó la variedad y el acceso
- Se incorporaron materiales nacionales
- Disminuyó la intención de compra
- Disminución de la importación de otras marcas.

Quienes aducen el incremento en el costo de los vehículos representan el 33,33%; al momento en que se subió el ICE para los vehículos cuyo precio es superior a los USD 20.000, el precio final del vehículo tuvo que subir entre un 5% a 30% en función de la base imponible con que se calcula el ICE.

La industria automotriz en el país, al momento en que se incrementaron los aranceles y se implementó una salvaguardia como fue lo que pasó en el año 2.008 y 2.009 respectivamente, tuvo varios efectos y son propiamente los efectos que citan los consumidores, al elevar el ICE disminuye la oferta de vehículos y el ingreso de nuevas marcas ya que se incrementa el precio de venta al público, disminuye la demanda, de esta manera disminuye la intención de compra de los consumidores y mediante la salvaguardia se fijan cupos por lo que disminuye el acceso de los consumidores a un vehículo. Si bien es cierto, estos efectos perjudican a la industria automotriz, pero lo que demuestran las cifras 61,74% de los vehículos adquiridos son importados y el 69,57% corresponde a vehículos nuevos, lo que demuestra que de una u otra forma continúa siendo accesible un vehículo nuevo y que sea importado.

Conclusión 3.- El 63,75% de los consumidores adquirieron un automóvil nuevo, mientras que el 35% adquirió un todo terreno, el 42,50% de los consumidores que adquirieron un vehículo nuevo están insatisfechos porque su intención de compra era distinta a la que realmente pudieron acceder y de este porcentaje el 20,59% deseaba un automóvil, pero obviamente deseaba un automóvil de mayor valor con mejor equipamiento que del que adquirió y el 79,41% deseaba un vehículo todo terreno que cuesta más que el automóvil que adquirió, quienes no pudieron acceder al vehículo que querían el 88,24% fue por el precio elevado y el 11,76% debido a la escasez de modelos.

A pesar de que este porcentaje de consumidores no pudo adquirir el vehículo que deseaba, adquirió un vehículo nuevo, y esta compra fue motivada por promociones de temporada que tiene un 63,75% dentro de la opinión de los consumidores y un 36,25% por accesorios para el vehículo.

En términos generales, el porcentaje mayor de automóviles adquiridos es debido a que los consumidores deseaban adquirir un vehículo de mayor valor, que puede ser este un todo terreno o un automóvil de mayor valor y no fue posible debido a que los vehículos que tenían en mente subieron de precio pero al momento de adquirir un vehículo un mayor porcentaje optó por hacerlo buscando atractivos de las casas comerciales como mejores financiamientos o bonos.

En tanto que el 57,50% de los consumidores se encuentran conformes con el vehículo que adquirieron siendo un porcentaje mayor que el de las personas insatisfechas, de la misma forma que los consumidores insatisfechos un mayor porcentaje de los consumidores que se encuentran conformes con la compra optó por adquirir un vehículo aprovechando promociones por temporadas de los concesionarios.

Existe un mayor porcentaje de satisfacción en la compra de un vehículo, esto indica que si bien los precios subieron, las casas comerciales buscaron la forma de enfrentar este incremento y los consumidores supieron aprovechar de ello para adquirir su vehículo.

Conclusión 4.- Dentro del porcentaje de las personas que adquirieron un vehículo usado el 42,86% lo hizo dentro de sus planes de compra, es decir, sea el vehículo importado o de producción nacional, estas personas no tuvieron intenciones de adquirir uno nuevo, debido a que este vehículo se ajustaba a su presupuesto y en ciertos casos debido a gustos y preferencias.

El otro 42,86% de personas que adquirieron un vehículo usado, si tuvieron la intención de buscar y adquirir un vehículo nuevo pero no lo hicieron debido a que el precio de estos era muy elevado y optaron por el que sí les alcanzaba que era uno de segunda mano. Y el 14,29% de los consumidores motivado por la misma razón de los costos

altos, no adquirieron un vehículo nuevo por cuestiones de presupuesto ya que el ICE se incrementó encareciendo el precio de los vehículos nuevos.

Conclusión 5.- El 65,71% de los consumidores opina que el precio de los vehículos usados se mantuvo, el precio de los vehículos usados se fija en base al precio de los vehículos nuevos, en este caso a los vehículos nuevos se les subió el ICE lo que originalmente ocasiona un incremento en su precio de venta al público, lo que sucedió en el periodo de estudio del año 2.008 al 2.010 fue que subieron los precios pero los concesionarios buscaron la forma de reducir los precios de los vehículos nuevos, como se mencionó en capítulos anteriores sacrificando sus márgenes de ganancia.

Por ende, los consumidores consideran que los precios de los vehículos usados se mantuvieron en un mayor porcentaje, pero al inicio de las medidas arancelarias y cuando se impuso la salvaguardia los precios indudablemente tuvieron que subir por ello existe el 31,43% de consumidores que indicaron que si subieron los precios de los vehículos, pero esto es momentáneamente dentro del periodo de estudio.

Al igual que la subida de precios de vehículos usados tuvo su momento en el periodo de estudio, los vehículos usados bajaron de precio también y como se mencionó anteriormente los precios de vehículos usados y nuevos se relacionan entre si, entonces la bajada de precios tuvo su momento cuando la salvaguardia se eliminó y los precios de los vehículos nuevos bajaron nuevamente, pero en el periodo de estudio esto fue temporal por ello existe solo un 2,86% de consumidores que dicen que los precios bajaron.

Adicionalmente, los precios de los vehículos usados dependen de la marca y modelo del vehículo, las marcas de mayor trayectoria y respaldo en la industria automotriz, tanto a nivel nacional e internacional, sus vehículos tendrán un mayor precio de reventa; también se considera fundamental la serie y modelo de vehículo, se pagará un mejor precio de reventa a los vehículos cuya serie tenga una mayor trayectoria en el mercado nacional e internacional, es decir, que los vehículos no se hallen discontinuados y tengan fama de ser los más comerciales en su categoría y en su marca.

5. CONCLUSIONES

Para concluir este trabajo de grado se emitirán conclusiones que relacionan el estudio de datos que se obtuvieron en la investigación realizada en el capítulo II, con información referente a recaudación de ICE, ventas de vehículos, ventas de vehículos importados, de producción nacional y exportaciones e importaciones de vehículos, información que muestra datos a nivel nacional; esto será relacionado con la información obtenida mediante la investigación de mercados planteada en el capítulo III y IV, que si bien fue realizada en solo tres provincias del Ecuador esta información puede darnos una aproximación al comportamiento del consumidor de toda la población, ya que se evaluó las mismas variables para obtener una muestra homogénea en la que los resultados que se pretende obtener demuestren una tendencia en el comportamiento del consumidor sin tomar en cuenta su ubicación geográfica o importancia económica en el país.

1.- Ventas y recaudación del ICE.

Cuando se desató la crisis económica mundial a finales del año 2.007 por las famosas hipotecas “subprime” en la que muchos bancos Estadounidenses y Europeos cerraron debido a la iliquidez que les ocasionó el otorgar préstamos de vivienda a personas que no tenían una buena calificación para pagarlos, los gobiernos de diferentes países tuvieron que tomar medidas económicas para enfrentar la crisis, en el caso del Ecuador se hizo una reforma a la Ley de Equidad Tributaria, se aumentó los aranceles a la importación de ciertos bienes, entre ellos bienes suntuarios o de lujo, en los que se modificó el arancel Ad-Valorem de importación y se subió el ICE con el fin reducir la salida de divisas e incentivar la producción y consumo interno, este trabajo de grado analiza particularmente el ramo automotriz, en el que el ICE subió de acuerdo a categorías de precios en los que se ubican los vehículos.

Los efectos se describen a continuación:

Efectos positivos

Existió un incremento en la recaudación del ICE en el periodo del 2.007 al 2.008

Efectos negativos

Las ventas de vehículos crecieron del año 2.007 al 2.008 en un 18,55%, lo significa

del 141,56% debido a que las tasas de este impuesto se elevaron entre el 5% y el 35% dependiendo del precio del vehículo. La recaudación del ICE antes de la reforma a la Ley de Equidad Tributaria bordeaba alrededor de los 11 millones de dólares y para cerrar el año 2.008 esta recaudación subió a 27 millones de dólares teniendo un crecimiento promedio hasta el año 2.010 del 25,75%. Esta medida generó mayores volúmenes de recaudación que en los periodos en que el ICE se mantenía en un 5,15%, es decir hasta diciembre del 2.007, esto benefició al Gobierno Nacional debido a que estos fondos se destinaron para inversión social.

El incremento del ICE a los vehículos y la aplicación de las medidas restrictivas a la importación de los mismos hacía pensar que las ventas comenzarían a bajar considerablemente a partir del año 2.008, pero los resultados que arroja esta investigación demuestran lo contrario, lo que se registra es un evidente incremento en las ventas, cuyos mejores años son 2.008 y 2.010, excepto en 2.009 cuando las ventas bajaron pero debido a la aplicación de una salvaguardia, que será analizada más adelante, de la misma forma se mantuvo creciente la recaudación del ICE, esta tuvo un crecimiento abrupto a partir del año 2.008 y se mantuvo constante hasta el 2.010.

El hecho que las ventas se mantengan a pesar de las restricciones nos indica dos cosas:

-Las casas comerciales supieron adaptarse a estos cambios, aplicando estrategias que ayudaron a que sus ventas no se vean reducidas, y;

-A pesar de que se anunciaba una crisis económica a finales del año 2.007, el Ecuador no fue afectado en mayores proporciones, como refleja el análisis realizado en el

capítulo I, se tomaron medidas económicas urgentes para enfrentar dicha crisis, como la inyección de recursos provenientes de los ingresos petroleros e inversiones en infraestructura, producción y sectores sociales, mejoras en salarios y pensiones de seguridad social, por ello la economía del país no recayó en una crisis demostrándolo en el sector automotriz con su incremento en las ventas.

2.- Ventas de vehículos importados, de producción nacional y producción local de vehículos.

Por otro lado las importaciones de vehículos continuaron creciendo, por lo que no se cumplió el objetivo de incrementar el ICE, se registró un crecimiento del año 2.007 al 2.008 del 10,18%; al constatar este crecimiento en las ventas de vehículos importados, el Gobierno Nacional implementó una salvaguardia por balanza de pagos del 12% en junio del año 2.009 que buscaba frenar este fenómeno creciente, y lo consiguió, a finales del mismo año, se registró una reducción en las ventas del -17,68% y por ende en las importaciones el -24,60%.

Paralelamente, el incremento del ICE benefició a la industria nacional, ya que las plantas ensambladoras incrementaron su producción a partir del año 2.008 en un 16,74% y las ventas de los vehículos ensamblados en el país crecieron en el mismo periodo en un 30,33% pero bajaron las exportaciones.

Para el año 2.009 las ventas de vehículos bajaron debido a la salvaguardia citada anteriormente, haciendo una comparación de las ventas de vehículos importados y vehículos de producción nacional en este año, estas bajaron en el -24,60% y -7,92% respectivamente; esto se debe a que, al reducirse las ventas de vehículos importados debido a que se incrementó el precio, las ventas de vehículos de ensamblaje local se mantuvieron casi estables en este año ya que estos vehículos tienen un menor precio.

La salvaguardia que fue impuesta en el año 2.009 tuvo una duración de un año, es decir, fue aplicada en junio del 2.009 y fue eliminada en junio del 2.010, pero fue reduciéndose paulatinamente a un ritmo del 30% cada dos meses. Por ello, para el año 2.010 la industria automotriz del país se recuperó, alcanzando el mayor número de vehículos

vendidos en los últimos cinco años con 132.172 vehículos con una recaudación del ICE de alrededor de los 49 millones de dólares.

En tanto, observando a la población, se obtuvo el 61,74% de consumidores que adquirieron vehículos importados y el 39,13% de vehículos de producción nacional; al igual que en los datos de ventas que fueron recopilados anteriormente se muestra una mayor tendencia a la compra de vehículos importados que de vehículos de producción nacional, esto se debe a que:

-Algunos consumidores prefieren un vehículo que sea ensamblado en el extranjero aunque su precio sea elevado, ya que buscan mejor calidad y durabilidad en el vehículo;

-Otra razón es debido a que la gama de modelos que se ensamblan localmente es menor a la gama de vehículos importados, y esto también depende de los gustos y preferencias de los consumidores

3.- Ventas de vehículos y recaudación del ICE por categorías.

Aunque en el año 2.009 se vendieron una menor cantidad de vehículos la recaudación del ICE se mantuvo creciente, debido a que se aumentaron las ventas de vehículos en el segmento de 20.000 a 30.000 dólares, estos pagan el 10% de ICE.

Las ventas de estos vehículos más caros aumentaron debido a que existió una demanda acumulada en el año 2.008 debido al incremento del ICE y los consumidores adquirieron estos vehículos en el año 2.009 en su gran mayoría, antes del anuncio de la aplicación de la salvaguardia que en teoría aumentaría su precio en un 12% y también una vez en que la salvaguardia comenzaría a reducirse.

En contraste con lo que pasó en el año 2.009, en el 2.010 las ventas de vehículos de menos de 20.000 dólares se dispararon y a su vez la recaudación del ICE, las ventas de este segmento crecieron del 2.009 al 2.010 en un 55,69% y la recaudación del ICE de estos vehículos alcanzó los 21 millones dólares, esta situación se dio debido a que el Gobierno Nacional, mediante la reforma a la Ley Orgánica de Tránsito y Transportes

Terrestres legalizaron los taxis llamados “piratas”, los vehículos preferidos por este gremio son los que cuestan menos de 20.000 dólares.

Por otro lado, en este mismo año, las ventas de vehículos de entre 20.000 y 30.000 bajaron un -7,36%, pero no tuvo mayores repercusiones en la recaudación del ICE ya que como se mencionó anteriormente fue la mayor recaudación en los últimos 5 años.

4.- Efectos del incremento del ICE y la aplicación de la salvaguardia a las casas comerciales

Según los consumidores el incremento en el ICE y la aplicación de la salvaguardia ocasionó que las casas comerciales tengan que reducir el equipamiento de sus vehículos para poder adecuar los precios al bolsillo de los consumidores y para ello las casas comerciales también tuvieron que adecuar sus estrategias de la siguiente manera:

-Brindando un mejor financiamiento que da un mayor plazo y una menor cuota de enganche o entrada,

-Otras marcas, como Kia, Chevrolet y Mazda, incrementaron su producción (ensamblaje local) de una mayor cantidad de modelos para abaratar los costos y ofrecer un menor precio por vehículo ya que al traer el vehículo en piezas (CKD) se paga un menor arancel de importación (Ad-Valorem) que es del 3% y se paga el ICE por un vehículo que cuesta menos de los 20.000 dólares que estaría marcado con el 5%,

-La mayor parte de las casas comerciales, por su parte tuvieron que sacrificar los márgenes de ganancia de alrededor del 15% al 7%, reduciendo de esta manera los precios de los vehículos, aplicando la estrategia de vender una mayor cantidad de vehículos con un margen de ganancia menor

En tanto, al referirnos al consumidor, el 52,50% opina que la reducción del equipamiento en los vehículos fue el mayor efecto que tuvo el incremento de los aranceles, es decir, que las casa comerciales ofrecieron un vehículo sin tantos extras al mismo precio que estaba antes de la subida de los aranceles y el 47,50% de los consumidores considera que mejoró el financiamiento, como fue mencionado anteriormente.

5.- Efectos del incremento del ICE y la aplicación de la salvaguardia a los consumidores

El incremento del ICE para los consumidores, ocasionó inconvenientes al momento de adquirir un vehículo, el 42,50% de compradores está insatisfecho con el automotor que adquirió, debido a que deseaba otro vehículo que fuera mejor equipado aunque de un mayor precio.

El 79,41% de los compradores deseaba en un principio un vehículo todo terreno pero lo no compró debido al elevado precio, esto ocasionó que los consumidores tengan que cambiar de marca, el 52,94% lo hizo para ir a una marca que ofrezca una mayor variedad de modelos, el 55,56% lo hizo por esta razón.

En términos generales, los consumidores buscaron adquirir su vehículo dentro de los que son las promociones por temporadas, en las que las casas comerciales ofrecen diversos atractivos, que van desde mejores financiamientos, bonos, etc., hasta el ofrecimiento de accesorios para el vehículo, pero los accesorios no son tan atractivos para los clientes ya que solo el 36,25% lo hizo por esta razón, ya que lo importante es adquirir el vehículo puesto que los accesorios se pueden ir incorporando con el tiempo.

Otros efectos que tuvieron estas medidas y que son propiamente los efectos que citan los consumidores, es que al elevar el ICE disminuye la oferta de vehículos y el ingreso de nuevas marcas ya que se incrementa el precio de venta al público y no todos los modelos que posee una marca pueden ser vendidos con facilidad por ello disminuye la demanda, de esta manera disminuye también la intención de compra de los consumidores y mediante la salvaguardia se fijan cupos por lo que disminuye el acceso de los consumidores a un vehículo.

6.- Efectos en las exportaciones

En el tema de exportaciones, dos de las marcas que ensamblan sus vehículos en el país (Kia y Chevrolet), exportan sus productos a mercados como Colombia y Venezuela, al momento en que se subieron los aranceles, las exportaciones bajaron del año 2.007 al 2.008 en un -12,12%; ya que se incrementó la demanda interna de vehículos por la

restricción de las importaciones de vehículos y en el año 2.009, estas exportaciones bajaron aún más en un -39,21% debido a la salvaguardia que se impuso, demandando una mayor cantidad de vehículos de producción nacional.

En cifras se puede observar que en el 2.007 las exportaciones ocupaban el 43,71% de la producción nacional, en el 2.008, 2.009 y 2.010 estos porcentajes bajaron a 31,98%; 24,91% y 25,88% respectivamente. Aunque en el 2.009 las ventas de vehículos bajaron fue el año en que la mayor producción se quedó dentro del país para su comercialización interna, si en 2.008 se comercializó internamente el 68,02% para el 2.009 del total de la producción de ese año se vendió en el Ecuador el 75,09% y para el 2.010 el 74,12% de la producción interna.

Esto genera una reducción en el ingreso de divisas al país que inyectan un mayor flujo de dinero circulante para la inversión o gasto interno y la pérdida del mercado ganado en el exterior ya que a los países que se envían los productos pueden optar por otras opciones al faltarles el producto

7.- Efectos en la compra de un vehículo nuevo o usado

Los consumidores que no adquirieron un vehículo nuevo en el periodo de estudio, el 42,86% lo hizo porque era lo que se ajustaba en su presupuesto, para el otro 42,86 y para el 14,29% no lo hicieron debido a los costos elevados de los vehículos nuevos y al incremento en el ICE respectivamente.

El porcentaje de los consumidores que adquirieron un vehículo usado fue del 30,43%; en comparación con el 69,57% de consumidores que adquirieron uno nuevo, cabe recalcar que los precios de los vehículos nuevos subieron, pero tanto las casas comerciales como los consumidores supieron ajustarse a esta circunstancia, por ello se refleja que más de la mitad de la población que está en capacidad de adquirir un vehículo, adquirió uno nuevo.

El adquirir un vehículo usado también depende de los gustos y preferencias de los consumidores, hay quienes sostienen la idea que al comprar un vehículo usado se ahorra el pagar los aranceles, seguros, financiamientos y los gastos administrativos o también

para muchos es más conveniente tener uno usado debido al mantenimiento, ya que no se encuentran obligados a llevarlos al taller del concesionario donde los servicios son más costosos que en el taller de confianza del comprador.

8.- Evolución de los precios de los vehículos

En el tema de los precios de los vehículos, su evolución muestra una reducción en los precios promedio por tipo de vehículo en el transcurso de los últimos tres años, esto se debe a lo que se ha venido mencionando anteriormente, las concesionarias buscan reducir precios sacrificando márgenes de ganancias o al introducir modelos que por su equipamiento cuesten menos, por ello dependiendo del tipo de vehículo se ve una reducción año tras año, por tanto, al bajar los precios de los vehículos como estrategia y al tener un mejor volumen de ventas de vehículos de producción nacional esto hace que el precio promedio dentro de cada categoría baje cada año al ser vendidos los vehículos más económicos.

En lo que se refiere a los vehículos usados, el precio de estos se relaciona con el precio de los vehículos nuevos en la mayoría de los casos, por ello si bien los precios de los vehículos nuevos subieron por ende también los precios de los vehículos usados, pero esto fue temporal ya que se aplicaron las estrategias mencionadas por las casas comerciales para mantener un equilibrio entre estos, por ello el 65,71% de los consumidores opina que los precios de los vehículos usados se mantuvieron.

RECOMENDACIONES

-Al incrementar el ICE a inicios del año 2.008 y al aplicar la salvaguardia a mediados del año 2.009, se incentivó a la industria nacional ensambladora de vehículos, pero no se contó con la reducción de las exportaciones, lo que reduce el ingreso de divisas al país, sería necesario considerar qué es más conveniente, si la comercialización interna o la exportación de vehículos, lastimosamente no se tiene acceso al precio con que son vendidos los vehículos en el extranjero para realizar un análisis que demuestre cual de las dos opciones es la mejor.

Ahora bien, será necesario considerar que mientras exista un mayor flujo de dinero entrante por concepto de exportaciones, por ende la economía interna mejorará ya que hay más dinero que puede ser invertido o gastado internamente debido a un mayor flujo de dinero circulante.

-Debido al alto crecimiento del parque automotor en el país que alcanza alrededor de los 100.000 vehículos por año, lo que significa que en los tres últimos años se han incorporado al parque automotor aproximadamente unos 300.000 mil vehículos, más los vehículos usados que circulan diariamente en el país.

No se puede prohibir la adquisición de vehículos nuevos a los consumidores y no dio un buen resultado el incrementar los aranceles a los mismos, porque como vimos en el análisis del presente trabajo de grado, aunque se suban los precios de los vehículos, los consumidores siguen adquiriéndolos ya que el parque automotor siempre se adaptará a los obstáculos del mercado, puesto que un vehículo, hoy por hoy, es un bien necesario, lo que se propone como medida para reducir la adquisición de vehículos es mejorar el servicio de transporte público ya que es la principal causa por la cual las personas buscan un adquirir un vehículo propio y esto se debe al alto congestionamiento en los buses en horas pico, a la impuntualidad en las rutas y al pésimo servicio que se brinda al usuario. Es posible que los usuarios opten por este servicio siempre y cuando se garantice que el servicio de transporte público mejorará.

Además, sería recomendable buscar alternativas para crear vías alternas de descongestión o mejorar la infraestructura actual de las principales vías mediante

reformas geométricas en las ciudades con mayor población en el país, para ayudar al descongestionamiento que se produce en horas pico. Es necesario prever que al ritmo en que se venden vehículos en el país, si continúa con este crecimiento de 100.000 vehículos o más por año es inevitable esperar un colapso en el tránsito vehicular por ello se necesitan acciones urgentes.

- A medida que se realizó esta investigación se pudo constatar una cierta inconformidad de algunos clientes en cuanto al vehículo que adquirieron de producción nacional, no solo se debe considerar que los vehículos ensamblados en el país son para comercialización interna, sino que estos también son exportados, y estos son la carta de presentación sobre nuestra mano de obra, se recomienda un mayor control de calidad, para evitar reclamos futuros y mantener una buena imagen internacional.

- Para finalizar, se recomienda para futuras investigaciones en el ramo automotriz, plantear una investigación para conocer qué efectos tuvo el incremento del Arancel Ad-Valorem del 35% al 40% al segmento de vehículos que su precio está por debajo de los 20.000 dólares, medida que fue tomada por el abrupto crecimiento en las ventas de este segmento de vehículos en el año 2.010, como se mencionó en la conclusión 3, este crecimiento se debió al ofrecimiento del Gobierno de legalizar a los llamados taxis “piratas”, esto obviamente atrajo a muchas personas a ver este particular como una oportunidad de negocio. Las consecuencias pueden ser varias y sería interesante conocer la evolución de las ventas en este año y la opinión de los consumidores que contemplaban esta como su oportunidad de obtener un medio de subsistencia.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

- 1.- MONCADA SANCHEZ, José, “Economía y globalización: de menos a más” ”, Editorial Abya-Yala, Quito, 2.001.
- 2.- SALVATORE, Dominick, “Economía Internacional”, McGraw Hill, 4ta Ed., Bogotá, 1998.
3. - CATEORA, Philip, GRAHAM, John, “*Marketing internacional*”, McGraw Hill, 12ma Ed., México, 2007.
- 4.- CZINKOTA, Michael, RONKEINEN, Ilkka, “*Marketing Internacional*”, Thomson, 7ma Ed., México, 2006.
- 5.- TUGORES QUES, Juan; “*Economía Internacional*”, Mc Graw Hill, España, 2005.
- 6.- ESTRADA HEREDIA, Luis Patricio, “*Cómo hacer importaciones*”, Ed. Mendieta, Quito, 2008.
- 7.- FERNANDEZ VALIÑAS, Ricardo; “*Segmentación de mercados*”, McGraw Hill, Primera edición, México, 2.009.
- 8.- PÉREZ LÓPEZ, César; “*Muestreo estadístico, conceptos y problemas resueltos*”, Pearson Prentice Hall, España, 2.006.
- 9.- SPIEGEL, Murray R. “*Teoría y problemas de probabilidad y estadística*”, México, Mc Graw Hill, 1979.
- 10.- POPE L. Jeffrey, “*Investigación de mercados*”, Grupo Editorial Norma, Colombia, 2.002.

Revistas

- 1.- PINOARGOTE, Alfredo, “*Saca pintas*”, *Vistazo*, Ed. 969, Quito, 4 de enero de 2008.

Periódicos

- 1.- PEÑAHERRERA, Blasco, “*Salvaguardias y aranceles fallan*”, *Diario Expreso*, Guayaquil, 10 de Julio de 2010

Páginas WEB

- 1.- ARROYO Esteban; “*Crisis Sub Prime: la resaca del festín crediticio en los Estados Unidos*”, 2008, www.ciap.ec/CIAP/Crisis.html
- 2.- BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, “*Estadísticas Macroeconómicas*”, Octubre 2010, www.bce.fin.ec
- 3.- ASAMBLEA CONSTITUYENTE, “*Ley para la Equidad Tributaria*”, Art. 82 de la Ley de Régimen Tributario Interno, Diciembre 2007, www.asambleanacional.gov.ec
- 4.- ASAMBLEA CONSTITUYENTE, “*Ley de Régimen Tributario Interno*”, Registro Oficial segundo suplemento N° 392, Agosto 2008, www.asambleanacional.gov.ec
- 5.- CÁMARA DE COMERCIO DE QUITO, “*Boletín de Comercio Exterior N° 294*”, junio 2010, www.ccq.org.ec
- 6.- CÁMARA DE COMERCIO DE QUITO, “*Boletín de Comercio Exterior N° 299*”, noviembre 2010, www.ccq.org.ec
- 7.- SRI, “*Informe de Recaudación del Servicio de Rentas Internas*”, diciembre 2.005, www.sri.gov.ec
- 8.- SRI, “*Informe de Recaudación del Servicio de Rentas Internas*”, diciembre 2.006, www.sri.gov.ec
- 9.- SRI, “*Informe de Recaudación del Servicio de Rentas Internas*”, diciembre 2.007, www.sri.gov.ec
- 10.- SRI, “*Informe de Recaudación del Servicio de Rentas Internas*”, diciembre 2.008, www.sri.gov.ec
- 11.- SRI, “*Informe de Recaudación del Servicio de Rentas Internas*”, diciembre 2.009, www.sri.gov.ec
- 12.- SRI, “*Informe de Recaudación del Servicio de Rentas Internas*”, diciembre 2.010, www.sri.gov.ec
- 13.- COMEXI, “*Arancel Integrado: Historial de tasas salvaguardia*”, 2.010, www.comexi.gob.ec
- 14.- INEC, “*Censo EMENDU (Encuesta Nacional de empleo, desempleo y subempleo)*”, 2.010, www.inec.gob.ec
15. INEC, “*Censo de población y vivienda*”, 2.001, www.inec.gob.ec
- 16.- WIKIPEDIA, “*Definición de encuesta*”, www.es.wikipedia.org/wiki/Encuesta

Entrevistas personales

- 1.- GALLO, Gabriel, Jefe de Taller, Peugeot, Blue Box, Ibarra.
- 2.- YÉPEZ DAZA, Juan, Gerente de Concesionario, Kia, Asiauto, San Rafael.
- 3.- SUÁREZ, Victor Hugo, Jefe de Taller, Chevrolet, Imbauto, Tulcán.
- 4.-CHÉRREZ, Katy, Departamento de Estadísticas, AEADE, Quito.
- 5.- SALINAS, Tatiana, Accesorios, Nissan, Automotores y anexos, Quito.