

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA: CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**Tesis previa a la obtención del título de: INGENIERO COMERCIAL CON
ESPECIALIZACIÓN EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TEMA:

**LOS NUEVOS ARANCELES IMPLANTADOS A LOS TELEVISORES
PANTALLA PLANA, Y LOS CUPOS QUE LA ADUANA IMPONE PARA EL
INGRESO DE CELULARES Y VEHÍCULOS NUEVOS EN EL AÑO 2012
SUS CAUSAS Y EFECTOS EN NUESTRA ECONOMÍA Y EL IMPACTO
QUE PRODUCEN EN LOS IMPORTADORES Y CONSUMIDORES EN LA
CIUDAD DE QUITO.**

AUTORES:

**ANDRES ERNESTO MORA RECALDE
JORGE MAURICIO VILLAMARIN ACUÑA**

DIRECTOR:

CARLOS ANIBAL SALAZAR VILLACIS

Quito, julio 2014

**DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO
DEL TRABAJO DE GRADO**

Nosotros Andrés Ernesto Mora Recalde y Jorge Mauricio Villamarin Acuña autorizamos a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de grado y su reproducción sin fines de lucro.

Además declaro (declaramos) que los conceptos y análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad del/los /las autor/es/as.

Andrés Ernesto Mora Recalde
Acuña

CC. 1718004730

Jorge Mauricio Villamarin

CC.1717736662

AGRADECIMIENTO

Damos un agradecimiento muy especial a nuestros profesores por brindarnos las bases y guías de manera profesional y responsable durante el tiempo que permanecemos en la universidad ya que sin su labor diaria no habría el progreso no solo de nuestra provincia sino del Ecuador entero.

Además el agradecimiento a nuestros padres que han sido pilares fundamentales en nuestra carrera profesional ya que no fueron solo nuestros padres sino nuestros amigos, doctores, psicólogos, prestamistas, confesores y consejeros gracias que sus sabias palabras y su continua dedicación somos lo que somos actualmente.

DEDICATORIA

**Dedicado a: Ruby, Raúl, Miguel, Henry, Jeremías, Silvana, Nancy, Estefanía,
Rosario, Carolina, Dome, Alison, Danna y Jorge.**

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	2
CAPÍTULO 1	4
ANTECEDENTES.....	4
1.1 Antecedentes del problema sobre los aumentos de los aranceles de televisores de pantalla plana y la limitación de cupos en la importación de vehículos y celulares.....	4
1.2 Porcentaje de reducción en las importaciones que espera el Gobierno Nacional con las medidas arancelarias sobre el aumento aplicado a televisores y la limitación de cupos en la importación de vehículos y celulares	7
1.3 Efectos negativos en los importadores sobre las nuevas de las medidas arancelarias	8
1.4 Visión del consumidor sobre la limitación de cupos y aumento de los aranceles.	10
1.5 ¿Cuáles son las restricciones o limitantes arancelarias?	11
1.6 ¿Qué son los aranceles?	15
1.7 Fundamento económico	16
1.8 ¿Cómo funcionan los aranceles dentro de un país?	17
1.9 ¿Cuáles son los tipos de aranceles?.....	19
1.10 ¿Qué es arancel óptimo y cómo actúa en las importaciones de un país?	22
1.11 ¿Cómo se realiza la protección arancelaria en un país para evitar la competencia de bienes importados?	23
1.12 ¿Qué son las barreras arancelarias?	25
1.13 ¿Qué son los derechos arancelarios?	26
1.2 Qué son los cupos en las importaciones.....	29
1.2.1 Fundamento Económico	30
1.2.2 Tipos de cupos arancelarios.....	31
1.2.3 Cómo funcionan los cupos de importación en un país.....	32
1.2.4 Cómo afectan la limitación de cupos de vehículos y celulares dentro de la demanda nacional	33
1.3 Efectos positivos y negativos en el PIB y la Balanza Comercial con el aumento de aranceles y la limitación de cupos en bienes importados.....	34

1.3.1 Efectos positivos	34
1.3.2 Efectos negativos	36
1.3.3 Métodos y técnicas de protección que favorecen a la producción nacional que emplea un país para evitar la competencia de bienes importados.	37
CAPÍTULO 2.....	39
TABULACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	39
2.1 Establecimiento de la población de importadores.....	39
2.2 Identificación de variables.....	42
2.3 Identificación del margen de error.....	44
2.4 Aplicación del método de muestreo.	46
2.5 Diseño de las encuestas para aplicar a los importadores vehículos.	49
2.6 Diseño de las encuestas para aplicar a los importadores de televisores.....	52
2.7 Diseño de las encuestas a aplicar a los importadores de teléfono celulares.....	55
2.8 Tabulación de la información obtenida de importadores de vehículos.....	58
2.9 Tabulación de la información obtenida de importadores de televisores.	76
2.10 Tabulación de la información obtenida de importadores de celulares.....	95
CAPÍTULO 3.....	109
INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	109
3.1 Análisis del comportamiento de la oferta de vehículos, celulares, televisores pantalla plana después de la medida tomada por la Aduana y Gobierno Nacional.....	109
3.1.1 Análisis de las estrategias que se están empleando para remediar las limitantes implantadas en las importaciones de vehículos.	109
3.1.2 Análisis de las estrategias que se están empleando para remediar las limitantes implantadas en las importaciones celulares.	111
3.1.3 Análisis de las estrategias que se están empleando para remediar las limitantes implantadas en las importaciones de televisores.	112
3.1.4 Análisis de los tipos de vehículos más afectados con la medida.	113
3.1.5 Análisis de la disminución del parque automotor de vehículos nuevos en unidades.....	117
3.1.6 Análisis de la participación por marcas de vehículos en unidades en el mercado Quito unidades.	118
3.1.7 Análisis de los televisores en tamaño más afectados.....	119
3.1.8 Análisis de los televisores por marca más comercializados.....	121

3.1.9	Análisis por tipo de celular afectado.	122
3.2	Análisis de la variación del aumento de los aranceles para los televisores de pantalla plana.	126
3.2.1	Análisis de la disminución de las importaciones de televisores en la ciudad de Quito	126
3.3	Análisis en la variación del precio para televisores de pantalla plana	128
3.3.1	Análisis del aumento del precio de los televisores de pantalla plana	128
3.3.2	Análisis del comportamiento de las ventas de televisores de pantalla plana ..	130
3.3.3	Efecto económico en la variación en el precio del televisor.	132
3.4	Análisis comparativo con ayuda del punto de equilibrio en las ventas de televisores de pantalla plana, vehículos y celulares con respecto al año 2012.	133
3.5	Análisis del comportamiento de la demanda de vehículos y celulares después de la medida tomada por la Aduana y Gobierno Nacional.	138
3.5.1	Comportamiento económico de la demanda de celulares.	141
3.5.2	Comportamiento económico de la demanda en automóviles.....	141
3.6	Análisis del comportamiento de la oferta de los vehículos, televisores y celulares ensamblados en el país.	142
3.6.1	Análisis del comportamiento de la venta de vehículos ensamblados en el país.....	142
3.6.2	Efecto económico sobre la percepción del aumento de los vehículos ensamblados en el país.....	143
3.6.3	Análisis del comportamiento de la venta de televisores ensamblados en el país.....	144
3.6.4	Efecto económico sobre la percepción del aumento de los televisores ensamblados en el país.....	146
3.6.5	Análisis del comportamiento de la venta de teléfonos ensamblados en el país.....	147
3.6.6	Efecto económico sobre la percepción del aumento de los celulares ensamblados en el país.....	148
3.7	Análisis en la variación del aumento de los aranceles para vehículos y celulares.	149
3.7.1	Análisis de la disminución de las importaciones de vehículos en la ciudad de Quito.	149

3.7.2 Efecto económico de la disminución en las importaciones de vehículos.	150
3.7.3 Análisis de la disminución de las importaciones de celulares en la ciudad de Quito.	151
3.7.4 Efecto económico disminución de importaciones de celulares.....	153
3.7.5 Análisis en la variación del precio para vehículos con la medida restrictiva..	154
3.7.6 Efecto económico del aumento del precio de los vehículos.	156
3.7.7 Análisis del aumento del precio en celulares después de la medida restrictiva.	157
3.7.8 Efecto económico del aumento del precio de los celulares.....	159
3.8 Impacto de las medidas restrictivas en relación del poder adquisitivo del consumidor.	160
3.8.1 Análisis del poder adquisitivo del consumidor de vehículos.	160
3.8.2 Efecto económico del poder adquisitivo del consumidor.	161
3.8.3 Análisis del poder adquisitivo del consumidor de televisores.	162
3.8.4 Efecto económico del poder adquisitivo que tienen los compradores sobre los televisores LED y LCD.....	163
3.8.5 Análisis del poder adquisitivo del consumidor de celulares.	164
3.8.6 Efecto económico del poder adquisitivo que tienen los compradores al momento de adquirir un teléfono celular.....	165
3.9 Análisis de comportamiento del PIB.....	166
3.10 Confrontación de los resultados reales frente con los que esperaba la Aduana y el Gobierno Nacional.	167
3.10.1 Empresas importadoras de vehículos que están cumpliendo con la limitación y reduciendo sus importaciones en el país.	167
3.10.2 Efecto económico de la medida restrictiva en el mercado automotriz.....	168
3.10.3 Empresas importadoras de televisores que están cumpliendo con la limitación y reduciendo sus importaciones en el país.	170
3.10.4 Efecto económico de la medida restrictiva en el mercado de televisores LED.....	171
3.10.5 Empresas importadoras de celulares que están cumpliendo con la limitación y reduciendo sus importaciones en el país.	172
3.10.6 Efecto económico sobre la reducción del nivel de importaciones.	173
3.11 Análisis de los costos afectados en la comercialización de vehículos, televisores y celulares.	174

3.11.1	Análisis de los costos afectados en el sector automotriz.....	174
3.11.2	Efecto económico de los costos afectados en las empresas importadoras de vehículos y consumidores.....	176
3.11.3	Análisis de los costos afectados en el sector de televisores.....	178
3.11.4	Efecto económico de los costos afectados en las empresas importadoras de televisores LED y LCD y consumidores.	180
3.11.5	Análisis de los costos afectados en el sector de celulares.....	181
3.11.6	Efecto económico de los costos afectados en las empresas importadoras de teléfonos celulares.....	182
3.12	Análisis de la propuesta de un plan de reciclaje de celulares.	184
3.13	Análisis del de la motivación al reciclaje en función de la limitación de ingreso de unidades de celulares.....	185
3.14	Análisis del número de celulares que se han reciclado con la medida.....	186
	CONCLUSIONES	188
	LISTA DE REFERENCIAS	193
	ANEXOS	197

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Aumento del precio de los vehículos.....	59
Figura 2. Disminución de las importaciones de vehículos en la ciudad de quito	61
Figura 3. Afectación del nivel de ventas en %	63
Figura 4. Afectación del poder adquisitivo en el consumidor	65
Figura 5. Tipos de vehículo afectados en el precio con la medida	71
Figura 6. Comportamiento de las ventas.....	73
Figura 7. Percepción del incremento de ventas de vehículos ensamblados en el país.....	75
Figura 8. Aumento del precio del televisor en Quito	77
Figura 9. Disminución de las importaciones de televisores.....	79
Figura 10. Afectación del nivel de ventas.....	81
Figura 11. Afectación del poder adquisitivo de compra	83
Figura 12. Porcentajes de aumento de televisores nacionales.....	85
Figura 13. Costos afectados con la medida restrictiva.....	87
Figura 14. Tamaño de televisores afectados con la medida.....	89
Figura 15. Marca de televisor más comercializado.....	91
Figura 16. Comportamiento de la venta con la medida restrictiva	93
Figura 17. Porcentaje de aumento en la venta de televisores de ensamble nacional .	94
Figura 18. Aumento del precio celular.....	96
Figura 19. Disminución del nivel de importación.....	97
Figura 20. Afectación del nivel de ventas	99

Figura 21. Afectación poder adquisitivo	100
Figura 22. Percepción del aumento de la producción nacional.....	101
Figura 23. Incentivo al reciclaje.....	106
Figura 24. Estrategias empleadas por los importadores de vehículos para remediar las medidas limitantes.	109
Figura 25. Tipos de vehículos afectados con la medida limitante	113
Figura 26. Disminución del parque automotor en unidades de vehículos nuevos...	117
Figura 27. Participación por marcas de vehículos en unidades Quito	118
Figura 28. Tamaño de televisores afectados con la medida.....	119
Figura 29. Televisor por marca más comercializada	121
Figura 30. Tipo de celular afectado.....	122
Figura 31. Venta de vehículos livianos	124
Figura 32. Disminución de las importaciones de televisores en la ciudad de Quito	126
Figura 33. Aumento del precio del televisor en Quito	128
Figura 34. Comportamiento de las ventas de televisores con la medida restrictiva	130
Figura 35. Comportamiento de las ventas en los vehículos	138
Figura 36. Afectación del nivel de ventas de celulares	140
Figura 37. Percepción del incremento de ventas de vehículos ensamblados en el país.	142
Figura 38. Percepción del incremento de las ventas de televisores de ensamble nacional	144
Figura 39. Percepción del aumento de la producción nacional de teléfonos celulares	147

Figura 40. Disminución de importaciones de vehículos	149
Figura 41. Disminución del nivel de importación de teléfonos celulares	151
Figura 42. Aumento del costo de un vehículo.....	154
Figura 43. Aumento del precio de un celular.....	157
Figura 44. Afectación del poder adquisitivo en vehículos.....	160
Figura 45. Afectación del poder adquisitivo en los televisores	162
Figura 46. Afectación del poder adquisitivo del comprador de celulares.....	164
Figura 47. Análisis del comportamiento del PIB	166
Figura 48. Porcentaje de empresas que están cumpliendo con la medida restrictiva en el mercado automotriz.....	167
Figura 49. Efecto de la medida limitante en las unidades vendidas de autos en el Ecuador	169
Figura 50. Unidades ensambladas en el Ecuador.....	169
Figura 51. Porcentaje de empresas que están cumpliendo con la medida restrictiva en el mercado de televisores	170
Figura 52. Porcentaje de empresas que están cumpliendo con la medida restrictiva en el mercado de celulares.....	172
Figura 53. Costos empresariales afectados en la comercialización de autos	174
Figura 54. Costos afectados con la medida restrictiva en los televisores	178
Figura 55. Afectación de costo de operación en el sector de celulares.....	181
Figura 56. Tasa de desempleo desde el 2010 al 2013 en el Ecuador	183
Figura 57. Existencia de un plan de reciclaje de celulares.....	184
Figura 58. Motivación en la población al reciclaje	185

Figura 59. Número de unidades recicladas por empresa..... 186

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cuadro de variabilidad de precios de los televisores que se comercializan en el Ecuador.....	5
Tabla 2. Vehículos importados	40
Tabla 3. Empresas importadoras	42
Tabla 4. Identificación de variables	43
Tabla 5. Porcentaje de disminución de en la ventas de vehículos.	58
Tabla 6. Porcentaje de disminución en las importaciones de vehículos	60
Tabla 7. Afectación del nivel de ventas en los vehículos.	62
Tabla 8. Afectación del nivel de compras del consumidor	64
Tabla 9. Costos de operación afectados en el sector vehicular con la medida.....	66
Tabla 10. Costos de operación afectados en el sector vehicular por porcentajes	67
Tabla 11. Estrategias que están tomando los importadores de vehículos para remediar la medida	68
Tabla 12. Estrategias tomadas por los importadores de vehículos por porcentajes ...	69
Tabla 13. Vehículos más afectados con la medida	70
Tabla 14. Comportamiento de las ventas de vehículos.....	72
Tabla 15. Incremento de vehículos ensamblados en el país.....	74
Tabla 16. Aumento del precio del televisor	76
Tabla 17. Reducción de las importaciones de televisores.....	78
Tabla 18. Afectación del nivel de ventas de televisores.	80
Tabla 19. Afectación del poder adquisitivo en los compradores de televisores.	82

Tabla 20. Percepción de compra de televisores nacionales	84
Tabla 21. Afectación de costos de operación en el sector de ventas de televisores...	86
Tabla 22. Dimensión de televisores más afectados con la medida.	88
Tabla 23. ¿Qué marca de televisor fue más afectada?	90
Tabla 24. Comportamiento de las ventas de televisores	92
Tabla 25. Percepción del aumento de televisores ensamblados en el país.....	94
Tabla 26. Aumento del costo de los celulares en el país.....	95
Tabla 27. Reducción de importación en los celulares.....	97
Tabla 29. Afectación del poder adquisitivo al momento de comprar un celular	100
Tabla 30. Percepción de aumento en las ventas de celulares ensamblados en el país.	101
Tabla 31. Costos de operación afectados en las empresas importadoras de celulares.	102
Tabla 32. Cuáles fueron los celulares más afectados con la medida.	103
Tabla 33. Percepción del aumento de las ventas de celulares ensamblados en el país.	104
Tabla 34. Grupo de importadores que mantiene un plan de reciclaje.....	105
Tabla 35. Plan de reciclaje de teléfono en el país.	107
Tabla 36. Número de teléfonos celulares ensamblados hasta el momento en el país.	108
Tabla 37. Tabla de aranceles Ad-Valorem aplicada en el Ecuador	115
Tabla 38. Porcentaje anual de crecimiento de ensamble de vehículos.	116
Tabla 39. Evolución del nivel de ventas de vehículos por año en unidades.	124

Tabla 40. Tabla comparativa de precios de televisores en el país.	132
Tabla 41. Utilidad de los vehículos.....	135
Tabla 42. Utilidad en los teléfonos celulares	136
Tabla 43. Utilidad televisores de pantalla plana	137
Tabla 44. Composición de las ventas en unidades	144
Tabla 45. Análisis del ISD por años	154
Tabla 46. Número de unidades de celulares recicladas en el país.	187

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1 Encuesta realizada a importadores de vehículos.....	197
Anexo N° 2 Encuesta realizada a importadores de televisores	198
Anexo N° 3 Encuesta realizada a importadores de teléfonos celulares	199

RESUMEN

Nuestra investigación ha venido recabando información sobre los efectos que han provocado las medidas limitantes en unidades en las importaciones en vehículos, celulares y el aumento de los aranceles en los televisores, los importadores de autos, televisores y celulares han visto decrecer su nivel de ventas con las medidas limitantes, estas han provocado que exista una escases de los bienes antes mencionados y para poder ajustar adecuadamente sus precios han tenido que reducir su rentabilidad para poder captar la atención del cliente y no disminuir su participación en el mercado, los efectos negativos han ido aumentando en función del tiempo que transcurre la medida, solo en el primer año de ejecución de la medida limitante en el sector automotriz el 63% de importadores ha reducido un 30% de importaciones, en la comercialización de electrodomésticos como es el caso de los televisores, el 19% de importadores ha reducido un 30% en sus unidades importadas y finalmente el 58% de la población importadores de teléfonos celulares han reducido en un 30% de sus importaciones. El sector menos afectado es el de los televisores porque su negocio no depende tanto de las importaciones ya que ciertas tiendas se abastecen de televisores de ensamblaje nacional como es la marca SONY y en otros casos el contrabando

Pero no todo ha sido negativo con la toma de la medida algunos sectores han incrementado la producción de celulares, televisores y vehículos ensamblados en el país, lo que ha abierto nuevas oportunidades en el sector productivo.

ABSTRACT

Our investigation has been gathering important information about the impacts, which one caused the limiting measures in vehicles and cellphone imports, and duty increase in LED TV. Mainly importers of cars, televisions and cell phones, they have affected with the sales level caused by the limiting measures. Those situations have caused the scarcity of these assets, and the way to balance the business is reducing the prices, therefore, decreasing the profit especially in TVs and cars. This strategy is considered in order to attract new clients, and doesn't lose the participation in the national market.

The negative impacts have been increasing, and as time passes, the effects are clearer. Only in the first year of the law implementation, in the automotive sector, the 63% of importers has reduced 30% of imports, in the market of home appliances such as TVs, 19% of companies has reduced 30% in their units imported, and finally, 58% of the population importers of cellphones have reduced the 30% of the imports. As we see, the sector which is resisting the measure is TVs, mainly this is caused, because the business doesn't depend of the imports in their 100% portion, because in Ecuador there are national assembly, as the brands like, Sony, Riviera and Teckno.

The positive effect that we could find is, the national industries are developing faster than the previous years, because the new government policies, encourages industries to create national products with high standard of quality. It help us to lower the unemployment.

INTRODUCCIÓN

A mediados del año 2012 el Gobierno Nacional a través del COMEX promulgo nuevos aranceles para televisores de pantalla plana y cupos para teléfonos celulares y vehículos buscando promover el desarrollo de la industria nacional, incentivando el reciclaje de recursos y frenando el consumismo.

Medida que básicamente está buscando la nivelación de la balanza comercial no petrolera que es altamente desfavorable con los demás países.

El presente estudio de investigación tiene como objetivo medir el impacto económico que ha tenido dicha medida dentro de nuestra economía y conocer como esta ha afectado tanto a clientes como importadores.

Al ser promulgada la restricción se elevaron voces de protesta en contra de la misma por parte de las empresas afectadas especulando una baja cuantiosa en sus ventas y la afectación negativa a su rentabilidad.

Como veremos en las siguientes páginas de la investigación, con la medida limitante el impacto en los importadores ha afectado sus ingresos principalmente en la rentabilidad comparado con años anteriores, para otros esta restricción a significado una oportunidad del nacimiento de nuevas ensambladoras y las ya existentes han podido aumentar su capacidad de producción elevando sus ganancias.

La técnica que se utilizó para la investigación fue la de establecer muestras de los importadores en la ciudad de Quito para los 3 sectores a los cuales enfocamos el estudio, fue necesario establecer visitas y entrevistas para tener una mejor visión del problema el cual nos permitió recabar información pertinente sobre temas como: nivel de ventas, nivel de importación, costos afectados, tipos de bienes más afectados, conocer las diferentes estrategias para remediar la medida, nivel de aceptación en el mercado de los bienes de ensamblaje nacional y finalmente cuales fueron la medidas de reciclaje tomadas entre el grupo de importadores de celulares que aplicaron o van aplicar en el tiempo que transcurra la medida hasta su caducidad.

Se ha podido realizar un trabajo consensuado en el cual se tiene un claro discernimiento de cómo ha sido tomada la medida y que ha significado también para el gobierno la misma, si se está cumpliendo la premisa que se planteó el gobierno y si

las empresa han sido afectadas como vaticinaban tanto directores de asociaciones como directivos de las grandes corporaciones de los tres diferentes sectores estudiados

CAPÍTULO 1

ANTECEDENTES

1.1 Antecedentes del problema sobre los aumentos de los aranceles de televisores de pantalla plana y la limitación de cupos en la importación de vehículos y celulares

Los nuevos aranceles implantados en el Ecuador que tienen relación con el incremento de tasas arancelarias dirigidas a los televisores de pantalla plana sumándose a este mismo decreto también se ha fijado cupos en unidades específicas para el ingreso de vehículos que provienen del extranjero, dichos decretos tomaron vigencia en el país desde el pasado **15 de junio del 2012** con asesoría directa del COMEX una de las principales entidades que apoya y regula el ingreso de mercaderías que provienen del exterior la cual está encargada de evaluar, controlar y corregir cualquier anomalía en el aspecto de importaciones.

Con estos decretos lo que pretende lograr el estado nacional es reducir en un 30% las importaciones de vehículos, celulares y televisores, adicionalmente a esto también quieren concientizar en la población el tema de reciclaje en los teléfonos celulares, disminuir la compra incensaría de televisores ya que estos de acuerdo a la política aduanera son considerados como bienes de capital y finalmente incentivar a la población de preferir lo que en el país se produce sean estos de consumo personal, electrodomésticos o mecánicos.

Dentro de nuestra propuesta de investigación tomamos en cuenta a los televisores clasificados en los siguientes grupos que son pantallas planas, LED, plasma ya que de acuerdo al COMEX el aumento de los aranceles aplicados a estos televisores empieza desde los de 22 a 50 pulgadas de la siguiente manera:

Tabla 1. Cuadro de variabilidad de precios de los televisores que se comercializan en el Ecuador

DETALLE	FOB	TRANSP.	AD-VALOREM	ESPECIFICO	FODINFA	12%IVA	PR. ACTUAL	PR. ANTERIOR
TELEVISORES DE 22 A 32 PULGADAS	200	60	39,97	10	1,3	36,15	347,42	250,07
TELEVISORES DE 32 A 42 PULGADAS	450	135	143,4 2	22,5	2,93	87,76	841,61	600
TELEVISORES DE 42 A 52 PULGADAS	2.092,92	350	82,1	82,1	8,21	216,33	2.400,00	2.009,03
TELEVISORES DE 52 EN ADELANTE							2.831,66	2.000,00

(Página de comercio exterior del Ecuador, 2012)

Por otro lado, la idea de los cupos de ingreso aplicado a los celulares se implementa muchos ciudadanos han estado importando celulares de manera ilegal e indiscriminada para beneficio personal y evadiendo impuestos y aranceles con ayuda de varias técnicas entre estas se encuentra el Correo Nacional, Courier del extranjero y finalmente ingresando celulares por la entrada del aeropuerto estas eran unas de las varias formas por las cuales muchos ciudadanos podían traer celulares al país ya que de acuerdo al Servicio Nacional de Aduana (SENAE) lo máximo que podía un ciudadano era traer 5 celulares anuales pero esta disposición no se cumplía a cabalidad es por esta razón que dicho dictamen quedo sin efecto hasta agosto del 2011 con el fin de evitar el contrabando.

Para el caso de los grandes importadores el COMEX determinó un número de unidades específico los cuales son para CONECEL (CLARO) 1,08 millones de unidades que equivale en dólares a 79,50 millones de dólares y para OTECEL (MOVISTAR) un monto de 328 mil unidades que en dólares equivale a 24,03 millones de dólares.

Para Roberto Aspiazu presidente de la Asociación de Empresas Telecomunicaciones (ASETEL) dijo que se complicaría mucho más de lo que ya es nacionalizar esta mercadería ya que le parece una falacia que el gobierno y la aduana fomente el

proceso de reciclaje de teléfonos cuando su principal problema es el poder controlar la Balanza Comercial.

Esta medida reducirá aproximadamente 2 millones de unidades al año lo que tratara de reducir esa cantidad de material biodegradable evitando así al máximo contaminar nuestro espacio territorial, por otro lado el Ecuador tiene 14 millones de habitantes que cuentan con 16 millones de líneas de celular e importa cerca de 2,8 millones de unidades lo que para el gobierno le parece innecesario. (Diario El Universo, 2012)

Por otro lado, las empresas que se verán beneficiadas con estas medidas son las empresas nacionales que fabrican o ensamblan televisores y celulares principalmente por su reducción en el costo que oscila entre 10 y 15% lo cual será beneficioso tanto para el país como para el empresario, las principales empresas que controlan la producción de estos artefactos eléctricos es PRIMA, TEKNO, RIVIERA y SONY, pero esto va más allá porque estas industrias están planeando realizar exportaciones a Venezuela este tipo de negociaciones ayudaran a que la balanza comercial aumente su relación de cobros ya que es muy alentador para el Ecuador que se relacione con este tipo de actividades porque los resultados se verán traducidos en nuevas plazas de trabajo para la población y generar ingresos por medio de las exportaciones. (El Universo, 2009)

Adicionalmente a esto la empresa RIVIERA la misma que mantiene a TEKNO Y PRIMA está produciendo celulares en su planta de Duran Tambo los mismos que serán comercializados y exportados a Venezuela la segunda semana de noviembre del 2013. Traduciéndose en una reducción de las importaciones de este tipo de bienes, además la producción de estos equipos se introducirán al mercado como bienes sustitutivos por el bajo costo y variedad de modelos esto causara un control sobre la demanda que la población necesita. (Diario Hoy, 2012)

1.2 Porcentaje de reducción en las importaciones que espera el Gobierno Nacional con las medidas arancelarias sobre el aumento aplicado a televisores y la limitación de cupos en la importación de vehículos y celulares

Lo que espera el gobierno de las medidas adoptadas de restricción aduanera en primera instancia es reducir las compras innecesarias de artículos tecnológicos y a su vez bajar el nivel de contaminación en el caso de los vehículos.

Por otro lado la restricción aduanera que trata sobre aspectos de limitación de cupos en automóviles, celulares y el aumento en la tasa arancelaria en televisores de pantalla plana permitió al gobierno analizar el consumismo y endeudamiento excesivo de la población, teniendo así un indicador a favor del gobierno para tomar decisiones en el área aduanera. (Diario Hoy, 2012)

Lo que espera el gobierno en cifras es reducir un 30% el volumen de compras que se realiza en el mercado internacional, este resultado se espera a corto plazo ya que permitirá frenar el déficit de nuestra balanza de pagos, adicionalmente a esto el gobierno nacional acoto que estas medidas se tomaron de manera previsiva para cuando los costos del barril de crudo se vea afectado y se pueda mermar la reducción en los ingresos nacionales, además el gobierno con esta medida aduanera también espera proteger la producción nacional que actualmente es deficiente y no tiene incentivos por parte del gobierno, razón por la cual muchas de las empresas ubicadas en el Ecuador no pueden competir con los productos importados porque estos son de mejor calidad y brindan garantía extendida, además de esto el gobierno busca incentivar a que la producción nacional se haga conocer internacionalmente incentivando a que muchos de los productores exporten sus productos a otros países.

A partir del 2003 hasta el 2012 se importaron 26 millones de celulares de los cuales 16 millones se encuentran operantes y se estima que 9 millones están en desuso, conforme a datos que poseen las propias compañías telefónicas se conoce que para finales del 2012 existirán cerca de 11 millones de teléfonos en desuso.

Representantes de las principales empresas de telefonía en el país, junto con autoridades del Ministerio de Ambiente y recicladores de equipos celulares

establecieron los lineamientos sobre la Política Nacional de Post-Consumo de Equipos Celulares en Desuso.

La tasa de recolección de celulares propuesta por el Ministerio de Ambiente en coordinación con el COMEX es de cada 5 teléfonos en desuso reciclados se podrá importar dos y medio celulares nuevos, así lo señala la resolución 100 emitida por el COMEX.

Cabe señalar que esta medida no afecta a los cupos antes establecidos por la Aduana y el gobierno nacional.

En el acuerdo N° 901 presentado por el Ministerio del Ambiente, se propone a los ciudadanos adquirir una cultura de reciclaje, la misma que favorecerá al cuidado del planeta. (Diario Extra, 2013)

1.3 Efectos negativos en los importadores sobre las nuevas de las medidas arancelarias

Los efectos que se están visualizando dentro del grupo de importadores sobre las nuevas medidas arancelarias en aspectos como limitación de unidades y aumento de aranceles al ingreso de mercaderías que ingresan al país están generando inconvenientes dentro del país las principales son:

- Los artículos que figuran en las resoluciones del COMEX No. 63, 66, 69 aumentaran de precio, lo que se traduce que también aumentara el número de contrabandistas de estos artículos electrónicos ya que nuestra frontera es muy permeable y no existen controles adecuados para evitar este problema y esto se convierte en una competencia desleal entre importadores.
- Los costos de operatividad y comercialización aumentaran lo que afectara a los empleados ya que serán despedidos, este tipo de estrategia sirve para mantener estable el costo del bien con el fin de mermar de alguna manera este aumento en el precio final del mismo y no afectar al consumidor.

- No obtendrán mayor utilidades con la venta de los productos afectados con esta medida lo que significara que tendrán que sacrificar más su margen de utilidad para no perder al cliente.
- En el parque automotor uno de los principales efectos negativos que sufrirá es en el stock de vehículos ya que estos se volverán anticuados causando una pérdida de atención e interés a los compradores.
- En el área de ensamblaje como es el caso de OBB, Maresa, son industrias ensambladoras de vehículos que también se ven afectadas ya que ellos consumen la gran mayoría de partes y piezas para armar vehículos las mismas que provienen del exterior en CKD el (Kit para ensamblaje/Kit de montaje, Complete Knock Down) comprometiendo de esta manera la producción nacional del país.
- Otro problema es el incremento del comercio informal en este caso el contrabando y el mercado libre vía internet, actividades comerciales que no le permiten desarrollarse a la producción nacional a su máxima capacidad, por otro lado muchos de los importadores tendrán que elaborar estrategias de comercialización para poder captar la atención del cliente y poder competir con la competencia desleal.
- De cada 10 fábricas 5 son las que se verán afectadas con estas medidas aseverando que los importadores grandes se pueden mantener estables ya que ellos importan más pero los pequeños no.
- En el caso de los importadores de vehículos tendrán que armar alianzas estratégicas desde el exterior para que desde origen el costo del vehículo se pueda reducir de alguna u otra forma y de esta manera no se vea afectado el precio final al consumidor como hace la marca NISSAN.
- Uno de los problemas del parque automotriz es que existen dentro del mercado autos de alta categoría que están direccionados a un mercado selecto con esta limitación su costo se verá demasiado elevado razón por la cual será mucho más difícil de venderlos como se hacía anteriormente.

1.4 Visión del consumidor sobre la limitación de cupos y aumento de los aranceles.

Con las medidas adoptadas por el COMEX y Gobierno Nacional no solo afectan a los importadores y productores de bienes electrónicos y parque automotor sino también este aumento afecta directamente al consumidor reduciendo de gran manera su poder adquisitivo estos pueden ser provocados por:

- Uno de los principales problemas que afectan a los consumidores es que los y productos como es el caso de los celulares, televisores los vehículos no se podrá traer en gran volumen en todas las gamas o tipos, mucho menos los de clase A los mismo que por su costo elevado se importaran en menos cantidad provocando una falta de variedad.
- El consumidor también se ve afectado con esta medida limitante al momento adquirir un vehículo, celular o un televisor nuevo ya que su presupuesto no cubrirá con el precio de dichos bienes a causa de este aumento, el precio aumenta entre el 5% y 30% de acuerdo a los modelos existentes actualmente.
- Otro efecto negativo para el consumidor es que las medidas restrictivas han ocasionado que las empresas nacionales brinden bienes más caros que los extranjeros y de calidad ineficiente, afectando así las expectativas del consumidor, por otro lado las preferencias del consumidor no se verán satisfechas con el producto nacional, así que el ha tomado la decisión de recurrir al mercado negro o traer productos de contrabando afectando de esta manera la economía fiscal del país.
- El consumidor aparte de perder poder adquisitivo también pierde exclusividad ya que muchos de los productos extranjeros satisfacen varias expectativas como son tendencias, calidad y tecnología lo que provocara que la población permanezca en un tipo de stand by a cauda de la falta de variedad tecnológica que ofrecen los importadores – comercializadoras en la ciudad de quito tomado en cuenta el caso especial en los teléfonos celulares ya que su tiempo de servicio útil es 6 meses de acuerdo a NOKIA.

1.5 ¿Cuáles son las restricciones o limitantes arancelarias?

Se refiere a las disposiciones gubernamentales que obstruyen el ingreso libre de mercancías a un país determinado, poniendo requisitos de ingreso a los productos o servicios como: determinadas reglas o ciertas características.

Los acuerdos de ordenación de mercado son restricciones voluntarias y unilaterales tomadas por países exportadores tras un proceso de negociación con los gobiernos de los países potencialmente importadores. La forma más común es la restricción al volumen a la exportación, aunque similar a las cuotas de importación, tiene unos efectos menos perniciosos, ya que el coste de la restricción se convierte en una transferencia al país exportador.

Existen 2 tipos de barreras no arancelarias:

- Barreras Sanitarias.
- Barreras Técnicas.

Barreras Sanitarias. Proponen evitar el ingreso a un país de aquellas mercancías que puedan dañar la salud de la población debido al posible contenido de elementos nocivos de tipo físico, químico o biológico.

Barreras Técnicas. Se refieren a los requisitos que debe reunir determinado producto en cuanto a su estructura en general y componentes para que pueda ingresar a un determinado mercado.

Principales barreras no arancelarias aplicadas por los países al ingreso de mercancías.

1. Determinación de precios. Son precios mínimos y máximos que puede exigirse para el ingreso o egreso de cierto tipo de bienes para protección de una industria. Para las exportaciones de banano, café crudo o verde, tostado en grano, tostado molido, cáscara y cascarilla de café, cacao y subproductos, el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca y el Ministerio de Industrias y Competitividad, fijan los precios, y cuyos contratos de exportación deben someterse a estos ministerios. Para las exportaciones de camarón, los precios son fijados por la Subsecretaria de Recursos Pesqueros.

2. Medidas compensatorias. Aquellas utilizadas con el fin de neutralizar cualquier subsidio concedido directa o indirectamente a la fabricación, producción o exportación de cualquier mercancía.
3. Exigencia de porcentaje de contenido nacional. Licencia que se concede con la condición de que el producto que se exporte incluirá un determinado porcentaje de insumos nacionales.
4. Mercancías de prohibida importación. Prohibición incondicional de importar cualquier tipo o clase de mercancías, sin mediar el país de origen.
5. Inspección previa al embarque. Control obligatorio de la calidad, la cantidad y el precio de los productos antes de su embarque en el país exportador, efectuado por la agencia de inspección designada a este efecto por las autoridades del país importador.
6. Licencias automáticas. Aprobación sin reservas de las solicitudes de importación; a veces denominada licencia general, liberal o abierta.
7. Medidas cambiarias. Prácticas de las autoridades monetarias o cambiarias, por las cuales se reglamenta el acceso al mercado cambiario para operaciones de importación.
8. Valores referenciales. Para la fijación del precio de un producto, las autoridades del país de destino tienen en cuenta el precio interno; establecen un precio mínimo y otro máximo; o recurren a una determinada cotización del mercado internacional. Se utilizan diversos términos, como precios oficiales, precios mínimos de importación, precios mínimos de exportación, precios básicos de importaciones o precios de base a la importación.
9. Medidas financieras. Medidas oficiales por las cuales se determinan las condiciones de pago de las importaciones.
10. Normas técnicas y requisitos de calidad. Reglamentos que establecen requisitos técnicos al producto, sea directamente, sea remitiendo una norma, o especificación técnica o código de conducta; con el objeto de proteger la vida

o la salud de las personas, animales y plantas; para proteger el medio ambiente, la fauna y la flora silvestre, etc.

11. Etiquetado de la mercancía. Disposiciones que regulan el tipo y tamaño de los signos que deben estamparse en los embalajes y las etiquetas, y detallan la información que puede o debe proporcionarse al consumidor.
12. Requerimientos sanitarios. Toda medida aplicada con el fin de proteger la salud y la vida de los animales; preservación de vegetales de los riesgos resultantes de la entrada o propagación de plagas; para proteger la vida y salud de las personas. Incluye medidas como autorizaciones previas, registros sanitarios, certificados sanitarios e inspecciones sanitarias.
13. Restricciones voluntarias de exportación. Es una cuota exigida por el país importador y aceptada por el país exportador con el fin de evitar otras restricciones comerciales.
14. Medidas antidumping. Aquellas utilizadas con el fin de neutralizar el efecto de daño o amenaza causado por la aplicación de prácticas dumping, esto es una práctica desleal en el comercio que permite la introducción de productos extranjeros en el país a precios inferiores a su valor normal, causando o amenazando causar perjuicios importantes a una producción existente en el Ecuador o retrasando la creación de otra.
15. Autorizaciones o licencias previas. Licencia de carácter discrecional que depende del criterio de la autoridad expedidora de turno y de acuerdo a la política de cada gobierno, es decir, son requisitos previos, que el importador o exportador debe cumplir antes de iniciar su trámite respectivo de aprobación de su permiso para importar o exportar sus productos, cuya desobediencia acarrea sanciones al infractor.

Ejemplos de autorizaciones previas al embarque de las mercancías:

1. Del Consejo Nacional de Control de Sustancias Estupefacientes o Psicotrópicas (CONSEP), para la exportación de plantas y sustancias estupefacientes y psicotrópicas, y de los componentes, insumos, precursores y

otros químicos necesarios para producirlas o elaborarlas, así como sus preparados o derivados.

2. Del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca – MAGAP, a través de su Subsecretarías, para la exportación de especímenes de la flora y fauna silvestre en proceso de extinción y sus productos cuando ésta se realiza con fines científicos educativos o de intercambio internacional con instituciones científicas.
3. Del Directorio del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, para la exportación temporal de bienes pertenecientes al Patrimonio Nacional a ser exhibidos en exposiciones o con otros fines similares.

Ejemplos de autorizaciones previas de ciertos productos exportables ecuatorianos:

1. Café. Se debe obtener el Certificado de Origen – SPG / Form A- en el Ministerio de Industrias y Competitividad, para la exportación de café en grano, tostado y tostado molido, debe contribuir el exportador con el 2% del valor FOB previo al trámite de la DAU, destinado para la Organización Mundial del Café a través del Cofenac. Este porcentaje lo paga el café en grano, no así el café soluble y deberá ser inspeccionada la exportación por el Consejo Cafetalero Nacional – COFENAC y se puede extender el Certificado de Calidad y Variedad del café.
2. Madera. En el Ministerio del Ambiente hay que tramitar previo al embarque una autorización, la misma que está dada por metros cúbicos, sin que exista un margen de tolerancia de la cantidad autorizada. El exportador solicita en el Ministerio del Ambiente una autorización a través de una guía ambiental provisional de exportación, señalando la cantidad de madera que se desea exportar, estas guías ambientales son firmadas por un inspector, de esta manera el Ministerio autoriza el embarque con las guías ambientales de movilización definitiva. Con este documento el medio de transporte ingresa a los patios de aduana y se emite la guía definitiva, este trámite puede demorarse hasta 5 días hábiles. En el régimen 40 hay que adjuntar el original del oficio que otorga el Ministerio del Ambiente, donde consta la respectiva autorización para el embarque de la madera en estado primario.

3. Pescado y Camarón. Este tipo de exportación está sujeta a los períodos de veda, según el caso y será la Subsecretaria de Recursos Pesqueros – SRP y/o Dirección General de Pesca quienes darán la respectiva autorización de exportación.
4. Arroz. Registro de Exportación (por embarque) en la Subsecretaría de Comercialización del Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP). En el caso de querer exportar arroz se debe enviar un oficio al Subsecretario para registrar el monto de arroz a exportar, de esta forma se controla los volúmenes que salen del país ya que es un producto de consumo masivo.
5. Una vez cumplido con estos requisitos, las exportaciones siguen su trámite normal. (Guillermo, 1998)

1.6 ¿Qué son los aranceles?

Es la nomenclatura oficial de mercaderías clasificada con la determinación de los gravámenes que deben causarse con motivo de la importación y/o exportación.

La clasificación se efectúa por grupo de productos, pero de forma que se puedan intercalar luego productos nuevos, comúnmente los aranceles se aplican a las importaciones para proteger a los negocios, la agricultura y la mano de obra de la nación contra la competencia extranjera en todo el mercado.

En algunos países también puede ser el concepto primario de un arancel aumentar las rentas o aplicar represalias a las políticas restrictivas de comercio de otras naciones.

Existen aranceles eliminadores de la importación y se emplean frecuentemente para tomar represalias en contra de los incrementos de los aranceles por parte de otro país.

Un arancel es el impuesto o gravamen que se aplica a los bienes, que son objeto de importación o exportación. El más extendido es el que se cobra sobre las importaciones, mientras los aranceles sobre las exportaciones son menos corrientes,

también pueden existir aranceles de tránsito que gravan los productos que entran en un país con destino a otro.

Pueden ser ad valorem (al valor), como un porcentaje del valor de los bienes, o específicos como una cantidad determinada por unidad de peso o volumen.

Cuando un buque arriba a un puerto aduanero, un oficial de aduanas inspecciona el contenido de la carga y aplica un impuesto de acuerdo a la tasa estipulada para el tipo de producto. Debido a que los bienes no pueden ser nacionalizados (incorporados a la economía del territorio receptor) hasta que no sea pagado el impuesto, es uno de los impuestos más sencillos de recaudar, y el costo de su recaudación es bajo. El contrabando es la entrada, salida y venta clandestina de mercancías sin satisfacer los correspondientes aranceles.

1.7 Fundamento económico

La instauración de aranceles responde a la idea de que el comercio internacional, bien de manera genérica o sólo en algunos casos, produce efectos negativos a la economía de un país. Desde el punto de vista económico, la importación de bienes desplaza la producción del interior del país, con lo que pueden existir trabajadores que pierdan sus puestos de trabajo. Otro tipo de argumento es el déficit que puede provocar en la balanza de pagos debido a las importaciones.

Los economistas clásicos Adam Smith, David Ricardo, John Stuart Mill estuvieron en contra de las restricciones al comercio internacional; argumentaban que las barreras creaban distorsiones en el sistema económico.

Efecto en el equilibrio parcial, un mercado está compuesto por oferentes y demandantes de un producto. El análisis de equilibrio general supone que los mercados están interrelacionados. Por ejemplo, consideremos el mercado de petróleo. Si hacemos un análisis de equilibrio parcial, estamos asumiendo que la demanda y el precio del carbón (o de otros sustitutos del petróleo) no variarán al cambiar el precio del petróleo. Un análisis de equilibrio general tendría en cuenta que

una variación del precio del petróleo afectará al del carbón (vía una mayor demanda), que afectará al del petróleo, y a su vez volverá a afectar al del carbón, etc.

1.8 ¿Cómo funcionan los aranceles dentro de un país?

Una de las principales herramientas de la política de comercio exterior es el arancel ya que este tiene la característica de alterar o manejar el volumen tanto en costo como en volumen de los bienes que pretenden ingresar, adicionalmente a su característica es que también puede implantar aranceles arbitrariamente a diferentes mercancías que ingresen al país con el fin de mejorar la producción nacional y se establezca la balanza de pagos.

Por lo tanto un país es capaz dentro de sus límites determinar su volumen absoluto de comercio internacional, siempre y cuando exista un arancel suficientemente prohibitivo como para lograr que cese el comercio. Por otra parte, una disminución de las barreras arancelarias conducirá normalmente a un aumento en el volumen de comercio, y un arancel negativo es decir un subsidio puede incluso generar una expansión del comercio por encima del nivel correspondiente al comercio libre. Aquí tenemos unos efectos que producen los aranceles tanto a un país pequeño como para un país grande:

Efectos de los aranceles en un país pequeño.

Este efecto trata básicamente sobre el arancel que impone un país pequeño a mercancías que proviene del exterior lo que quiere decir es que el país toma el control sobre los precios en el mercado mundial es el país pequeño.

Efecto sobre los precios domésticos.

Un arancel es un impuesto discriminatorio en el sentido que se aplican solamente a los bienes importados a nivel mundial pero este tipo de impuesto no aplica a bienes producidos domésticamente es decir esto genera que exista una diferencia entre los precios domésticos y los precios mundiales, para un país relativamente pequeño esto puede producir que en muchos de los casos el libre comercio internacional prevalezcan sobre el costo de los bienes nacionales, ya que muchas de las sociedades

como personas naturales que comercializan el bien no recibirán al precio que se vende a nivel mundial sino al precio domestico que se refiera a un aumento porcentual al precio mundial para el ingreso a un país.

El efecto en la producción doméstica.

En este caso del arancel impuesto a un país pequeño aumenta el valor del bien importado, esto produce que el nivel de exportaciones aumente incentivando a los productores para que sean más competitivos ya que las industrias nacionales necesitan ser protegidas por este tipo de medidas restrictivas que tienen como objetivo principal el desarrollo de la producción nacional además de concientizar a la población a que consuma bienes o servicios producidos en el país, esto es beneficioso para la economía interna ya que se puede obtener ingresos tanto nacionales como internacionales sin que intervengan los bienes provenientes del exterior, este tipo de efecto también se lo conoce como efecto protector de arancel.

Efecto sobre el valor de la producción y el bienestar.

Este es un efecto importante dentro del bienestar que impone a un país el arancel este provoca que disminuyan en forma considerable la producción a precios mundiales con relación al punto de producción de libre comercio esto da lugar a un ingreso real menor, esta reducción en el valor de la producción (a precios mundiales) tiene importantes implicaciones para el bienestar de un país ya que máxima el nivel de producción de libre comercio es decir las exportaciones y se reducen las importaciones con precios mundiales.

Efectos de los aranceles en un país grande

Cuando el país que impone el arancel es grande, la política comercial se perturba los mercados mundiales y produce un cambio en términos de intercambio, es decir el arancel tiende a favorecer las negociaciones de intercambio al país grande este efecto se produce porque carecen de represalias ya que este puede controlar e imponer un arancel ya que este tipo de países pueden soportar la demanda tanto nacional como extranjera, su política monetaria es fuerte es decir su tasa de cambio se mantiene siempre en alza, pero esta eventualidad ocasiona que los países pobres sean más

pobres ya que estos no pueden competir con el mercado exterior ya que los productos que fabrican son más baratos y de mejor calidad.

Efecto en términos de intercambio

Este se caracteriza porque únicamente pueden tomar este tipo de decisiones los países grandes porque su economía es fuerte capaz de controlar la demanda de una región con el único fin de que bien importado tenga un menor precio de comercialización además otro de los efectos en este caso negativo es que se pierde el equilibrio el comercio exterior ya que el mercado nacional no puede competir haciendo el consumo de bienes extranjeros aumente.

Efecto de un arancel sobre los precios domésticos.

Lo importante no es si los términos de intercambio del país que impone el arancel mejoran después de la toma decisión de la implantación del arancel sino más bien la relación que existe en los precios domésticos si estos han reducido o han subido con relación a los precios de libre comercio.

Cuando el país que impone un arancel en un país pequeño esto causa como efecto que el precio del bien importado aumente con relación en el mercado domestico proporcionalmente al arancel, pero si la imposición hace un país grande los precios de los bienes domésticos aumentan considerablemente por el precio del bien importado se ha reducido a nivel mundial o regional esto provoca que las exportaciones caigan y la población prefiera los bienes que se traen del extranjero no solo por la calidad sino por el precio. (Chacholiades, 1996)

1.9 ¿Cuáles son los tipos de aranceles?

Arancel Convencional

Este arancel se caracteriza por que la tarifa arancelaria se establece por medio de tratados bilaterales o multilaterales con el único objetivo de incrementar el comercio exterior de los países con los que se llegó a un acuerdo.

Arancel de Exportación

Este tipo de arancel es poco empleado por los países ya que los productos o servicios exportados indistintamente deberán de quedar libres o exentas de todo tipo de derecho arancelario, de todas manera un arancel de exportación termina siendo un derecho arancelario para los todos los productos que se exportan.

Arancel de Importación

Este tipo de arancel es empleado por todos los países y en todas las épocas ya que su objetivo principal es de gravar las mercancías de importación dentro de un territorio aduanero.

Arancel de Valoración

Este arancel se caracteriza por su sistema de tributación ya que su mecanismo tributa más sobre el artículo de mayor valor es decir este sistema de aplicación arancelaria es más igualitario hablando en aspecto tributario.

Arancel Diferencial

Este arancel se caracteriza por que brinda ventajas preferenciales a los países que han tomado parte de acuerdo arancelarios con los que realizan dicha importación este tipo de preferencias se traducen en discriminación con otra variedad de mercancías que pretenden ingresar a determinados países.

Arancel Específico

Este impuesto se especifica legalmente como una cantidad fija de dinero por unidad física importada o exportada. Por ejemplo a un importador estadounidense de un automóvil japonés puede exigírsele pagar al gobierno de estados unidos un impuesto a las importaciones de US \$1000, independientemente del precio pagado por el vehículo.

Arancel Externo Común

La principal característica de este arancel es que rige y se desarrolla dentro de un límite o espacio económico que puede ser dentro de uno o más países este tipo de

actividad también se la conoce como unión aduanera este tipo de relaciones o alianzas que se hacen entre países sirven únicamente para restringir en ingreso de cierto tipo de mercaderías que provienen de terceros países.

Arancel de Represalia

Este se caracteriza por que existen países que tienen ciertos intereses por un lado la protección de su producción nacional con el fin de evitar el desbalance de arca de pagos y por el otro países que ofertan sus bienes, esto a provocado que la mayoría de países que realicen estos dos tipo de actividades se vean restringidos a exportar por consecuencia de aranceles como es el caso de la importación , es por esta razón que muchos países realizan acuerdo bilaterales o multilaterales con el fin de reducir este escaseó de bienes y servicios con el fin de mejorar de alguna manera la calidad de vida del consumidor.

Arancel Compuesto o Mixto

Este arancel proviene de la mezcla entre el ad-valorem y el arancel específico su objetivo principal además de aumentar el costo total de una unidad de bien se adiciona un porcentaje de más al valor ya aumentado ingreso a un país independientemente del valor final del bien.

Arancel Anti-Dumping

Es un arancel que se aplica a la importación de productos que se sabe que reciben subvenciones de los países donde se producen. Subvenciones que les permiten exportar por debajo del coste de producción.

El establecimiento de un arancel, tiene cuatro efectos fundamentales:

- Anima a determinadas empresas ineficientes a producir.
- Induce a los consumidores a reducir sus compras del bien sobre el que se impone el arancel por debajo del nivel eficiente.
- Eleva los ingresos del Estado
- Permite que la producción nacional aumente. (Guillermo, 1998)

1.10 ¿Qué es arancel óptimo y cómo actúa en las importaciones de un país?

Este tipo de arancel tiene la cualidad de maximizar el bienestar proveniente de la utilidad de un país ya que el principal objetivo de este método arancelario es que un país grande y de economía fuerte pueda establecer aranceles a las importaciones de productos AA los mismo que tendrá un efecto negativo dentro del mercado haciendo que se reduzca el nivel de importaciones en los países que solicitan el bien adicionalmente a esto este efecto negativo se traducirá irremediamente en el precio del bien a nivel mundial, algo importante que hay que tomar en cuenta que este tipo de decisiones únicamente las pueden tomar países grandes cuya capacidad de demandar pueda influir el precio en el mercado mundial.

En este caso el importador tendrá que hacer un equilibrio entre el costo y el gasto para poder traer este tipo de bienes con este tipo de arancel especial para que el precio se pueda controlar y no afecte al consumidor, estas medidas arancelarias provocan que países vecinos y países pequeños caigan en el empobrecimiento haciendo que otros países puedan tomar decisiones de este tipo afectando a la producción de los bienes afectados con las decisiones de países grandes.

Beneficios del arancel optimo en un país.

- Facilita la tasa de recolección de impuestos a causa de un aumento arancelario lo que significa un aumento en los ingresos de un país.
- Con la implantación de este arancel es mantener un equilibrio entre la perdida al momento de importar un bien X a causa del menor volumen de ingreso de bienes contra el aumento del arancel haciendo que aumente el precio del bien (Arancel Óptimo).
- Con la reducción en el nivel de comercio exterior que se mantenía con países foráneos otro efecto beneficioso es que el proteccionismo implantado sea por el gobierno o por la aduana de un país estimula a que la producción nacional y pueda comercializar sus bienes tanto en el interior como en el exterior sin que intervengan factores externos (importadores).

Efectos negativos del arancel optimo en un país.

- Deterioran la relaciones comerciales con proveedores del exterior en términos de intercambio con relación al país que impone el arancel, evidentemente esto provoca un caída en el comercio entre países, es decir que a la final se ha deteriorado más.
- Al limitar el acceso de bienes por medio del aumento de arancel los mismos se llegan a escasear y a tener un valor más alto de lo normal.
- Cabe destacar como aspecto negativo que otros países pueden implantar aranceles óptimos haciendo que las importaciones también se afecten entre países de una región alterando así a conveniencia los precios de los productos que comercializan en una región X.
- Incremento del contrabando haciendo que se pierda ingresos de aranceles o impuestos no cobrados dentro del país.
- Con el supuesto beneficio que brinda este arancel óptimo por medio del proteccionismo con el que lo caracteriza las empresas nacionales pueden generar bienes de calidad deficiente haciendo que el consumidor prefiera los bienes hechos en el exterior.

1.11 ¿Cómo se realiza la protección arancelaria en un país para evitar la competencia de bienes importados?

En contradicción a lo que sostienen los pensadores clásicos sobre Economía, las restricciones arancelarias son particularmente sensibles a los grupos de perjudicados y no permiten que el mercado se regule naturalmente, un ejemplo de esto podemos tener en la importación de vehículos ya que según el nivel de poder adquisitivo que pueden tener los diferentes niveles de la sociedad se pueden ver afectados, así solo los que tienen la capacidad adquisitiva se verán afectados pero al no ser un producto de consumo masivo la mayoría no es afectada.

Algunas razones por las cuales se realiza a protección arancelaria:

Defensa nacional, Ciertas empresas necesitan de la protección de las importaciones ya que son consideradas como claves para la defensa nacional, ya que si estas

empresas cerrarían se estaría a expensas de las importaciones y de las empresas extranjeras, un ejemplo de estas empresas claves son las que son parte del ejército.

Protección de la industria naciente, se supone que a largo plazo una empresa podría sostenerse sola frente a cualquier tipo de competidores, pero en un inicio esta quedaría a expensas de sus competidores extranjeros más maduros, los cuales podrían fácilmente introducir productos al mercado de igual o mejor calidad, a precios más bajos. La protección es temporal y se supone que después de un tiempo estas empresas alcanzarán a sus competidores internacionales y se tornarán competitivas frente a ellos.

Protección de los empleos locales de la mano de obra más barata, se supone que al existir productos más baratos que vienen de economías con sueldos más bajos, esto podría afectar al empleo de los ciudadanos de un determinado país, pero esto no es tan cierto debido a que no se toman en cuenta los demás factores de producción que también forman parte del costo final del producto y no llega este a ser determinante dentro del empleo del país importador.

Aranceles científicos, hacer que los productos que vienen del extranjero cuesten lo mismo mediante el establecimiento de un arancel para hacer que la industria nacional sea competitiva con la extranjera, así promoviendo una competencia en iguales condiciones.

Represalias, tal vez los empresarios afectados por las restricciones impuestas por otro país, podrían pedir a sus gobiernos expedir limitantes arancelarias en reciprocidad con las impuestas a estas.

Funciones de las restricciones:

Función recaudadora.

Función protectora.

Función selectiva.

Función recaudadora. Los derechos arancelarios correspondientes, representan un arte adicional de ingreso para el país, por tratarse de un impuesto a las importaciones. El derecho de aduana al proveer de ingresos fiscales, tiene un efecto indirecto positivo en los países que enfrentan dificultades para equilibrar su presupuesto fiscal

Y para financiar mayores actividades requeridas para el desarrollo social y económico. Este mecanismo representa una de las formas más efectivas de obtener financiamiento fiscal, el arancel es una fuente importante de ingresos.

Función protectora. Los derechos aduaneros, además de ser una fuente de recaudación, también elevan a un justo nivel los precios de los productos que ingresan al mercado interno, teniendo esto como consecuencia la protección de la industria nacional y niveles de competitividad razonables. El arancel es probablemente el instrumento más empleado como medio de protección.

Función selectiva. Para las naciones, lo más importante es el alcance selectivo del arancel. Se preocupan por la modificación de su estructura industrial y evitan entorpecer el surgimiento de empresas nacionales competitivas en los mercados internacionales.

1.12 ¿Qué son las barreras arancelarias?

Las barreras arancelarias son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada o salida de las mercancías. En el caso de Ecuador no se cobra ninguna tarifa para cualquier producto que sea exportado, es decir por la salida del territorio nacional.

Los aranceles son barreras impositivas, el gobierno establece una tasa aduanera provocando una subida en el precio de venta interior del producto importado con lo que su demanda disminuirá.

Barreras no arancelarias son leyes, regulaciones, políticas o prácticas de un país que restringen el acceso de productos importados a su mercado. Para ello se establecen, según los casos: a) prohibiciones, que impiden por completo las importaciones de ciertos bienes; b) cuotas o contingentes, que fijan límites a la cantidad de bienes que es posible importar; c) otros controles. Las prohibiciones y cuotas son llamadas restricciones cuantitativas, las cuales comprenden también las licencias previas, autorizaciones específicas que dan los gobiernos para importar. (Osorio, 2011)

Las barreras legales que más se utilizan son las arancelarias y tienen como fin impedir o desalentar el ingreso de determinadas mercancías y/o servicios a un país, dado por medio del establecimiento de derechos a la importación. Cuanto más alto sea el monto de los aranceles de una mercancía, más difícil será que ingresen y compitan contra la producción local en otro país, ya que ese arancel incidirá en los precios de los productos importados.

1.13 ¿Qué son los derechos arancelarios?

Derechos arancelarios.- Estos están previstos en el arancel de importaciones de mercancías y en el caso del Ecuador es la Nomenclatura Andina (NANDINA) y son aplicables para todas las mercaderías comprendidas en el arancel de importaciones.

Características de los derechos arancelarios

Los derechos arancelarios se caracterizan básicamente por tener las siguientes características que son:

Base imponible.

Impuesto.

Origen.

Destino.

La base imponible es el monto en el cual se aplicaran los tributos mas otros elementos que formen parte del bien es decir: embalaje, el transporte, estibado, desmontaje, seguros, multas, etc., por consiguiente a las bases imponibles se aplicarán los siguientes aranceles:

- Arancel de valor agregado o *ad-valorem*. este se calcula sobre una Base Imponible también conocido como Valor Aduanero que contempla el precio de la mercancía, gastos de carga y descarga, comisiones, flete, seguro, embalaje sumando todo esto obtendremos un subtotal para calcular el ad-valorem, Ejemplo: CIF 450 MAS EL 5% del valor CIF.
- Arancel específico.- se basa en otros criterios como puede ser el peso o cantidad por ejemplo USD 5 por cada kilo de ropa nueva. Lo que quiere

decir que es un valor específico establecido por cada unidad de medida del bien importado.

- Arancel anti-dumping. este derecho se caracteriza en especial a una discriminación monopólica de los precios dentro de mercados internacionales este se caracteriza por la existencia de dos factores i) mercados independientes no comunicados y ii) diferencia en la elasticidad en la diversidad de mercados independientes. El primero es un dumping agresivo el mismo que consiste en vender una mercancía a precio inferior a costo marginal en un mercado extranjero con el único fin de destruir los planes comerciales del mercado nacional, el segundo se caracteriza por afecta al mercado nacional aquí las protecciones que se apliquen a la producción nacional se ven derribadas ya que el producto extranjero brinda mayores beneficios.
- Arancel mixto. es el que está compuesto por un *ad-valorem* y un arancel específico que se gravan simultáneamente a la importación.

Impuesto

Es la tasa tarifa o porcentaje que se aplica como tributo sobre la base imponible pero existe la posibilidad de que exista un derecho específico este impuesto o tributo será en función de la unidad de medida, hay que tomar en cuenta al momento de aplicar el impuesto aduanero ya que existen factores como la suscripción de acuerdos entre países o áreas territoriales los cuales pueden influir en las tarifas arancelarias a aplicarse tanto así que muchos productos que ingresan a los países provenientes del exterior pueden no pagar derechos de aduana o pagarlos de acuerdo al tipo de mercancía, cantidad , o peso depende el caso.

Los impuestos pueden estar divididos de la siguiente forma:

Impuestos arancelarios

Impuestos paraarancelarios

Impuestos Extra arancelarios.

Impuesto Arancelarios

Derecho Específico. son los que gravan la mercadería de acuerdo a su naturaleza física la misma puede estar expresada en kilos, metros, unidades, gramos, quintales, etc., la ventaja de estos impuestos facilitan la captación de impuesto, permiten crear políticas proteccionistas, evitando que los importadores o proveedores manipulen los precios. Los efectos negativos de este impuesto es que aumentan los precios de las mercaderías, además son poco flexibles en los precios.

Derecho Ad-valorem. son aquellos impuestos que gravan un porcentaje sobre el valor del bien, las ventajas de este impuesto es que se grava sobre las mercaderías más caras, es un impuesto que se visualiza fácilmente, este es un impuesto que se inmuta frente a una variación de precios, una de las principales desventajas es que su precio no se puede presupuestar, hoy el precio de un bien puede elevarse, el día de mañana puede mantenerse estático o también puede reducirse el precio.

Impuestos Para-arancelarios

Este impuesto se caracteriza por las siguientes características:

- Tasa de verificación de aforo por examen
- Tasa de verificación de aforo a la clasificación de mercaderías.
- Tasa de verificación de aforo a la clasificación de mercaderías llegada por vía marítima.
- Si trata de mercaderías ingresadas por Embajadas extranjeras, Organismos Internacionales, Instituciones de gobierno, universidades que hayan suscrito convenios culturales sean esto científicos técnicos.
- Tasa de despacho.
- Tasa de presunción de abandono.
- Impuesto por prorroga de admisión temporal.
- Tarifa de almacenaje
- Derecho compensatorio y derechos antidumping.

Impuestos extra-arancelarios.

- Impuesto al valor agregado.
- Impuesto a los consumos especiales.
- Impuestos adicionales.

El origen

En este aspecto a lo que se refiere es que de alguna manera un país o grupo de países realiza tratados con referente a derechos aduaneros, para algunos países este tipo de derechos forman parte de la base de sostenimiento económico por eso los aplican, para otros países pueden aumentar o reducirlos, crearlos o eliminarlos ya que este es el producto final de acuerdos o tratados comerciales o arancelarios. De esta manera importar cualquier clase de mercadería desde cualquier país que se haya suscrito a un acuerdo, será ventajoso para los importadores ya que de esta manera podrán cancelar menores derechos de acuerdo a un certificado específico que se defina en el tratado.

Destino

Se refiere al uso final que se le da a la mercancía importada hay que denotar que lo más importante que la mayoría de países es no perseguir el uso o destino que se le dé sino más bien aplicar las herramientas necesarias para fiscalizar la mercadería al momento de ingresar al país. (Ricardo, 2000)

1.2 Qué son los cupos en las importaciones

En el ámbito de comercio exterior, cupo es el monto de una mercancía que puede ser importado o exportado en condiciones especiales al resto de las importaciones o exportaciones de la misma mercancía que excedan ese límite.

El cupo ha sido utilizado en los tratados comerciales internacionales como un mecanismo para preferencia las corrientes comerciales de mercancías del interés de las partes que celebran el tratado.

La Ley de Comercio Exterior, establece la restricción en la entrada de mercancías hasta un cierto monto, en el concepto “cupos máximos” y por otra parte, establece el “cupos dentro de un arancel-cupo”, que permite obtener un instrumento que si bien se refiere a importaciones o exportaciones en condiciones preferentes, el arancel que se aplicará al cupo es totalmente independiente del arancel normal establecido en la Tarifa, lo que permitirá mayor dinamismo a su aplicación.

1.2.1 Fundamento Económico

Efectos de los la aplicación de los cupos en la economía nacional:

Disminución de puestos de trabajo, caída de las ventas y mayores precios son algunos de los efectos que han tendido las restricciones a las importaciones, establecidas hace unos meses.

El 15 de junio entraron en vigencia las resoluciones 66 y 67 del Comex estableciendo cupos de importación, para la compra de vehículos y celulares, en el 2009 cuando se aplicaron medidas similares, las compras cayeron en 19.87%.

El impacto no es solo para las firmas sino también para los trabajadores pues las firmas no pueden sostener a la nómina por falta de ventas, debido al impacto de la medida el sector automotriz que genera unas 14000 plazas de trabajo, prevé reducir en un 10% de su nómina.

Para el 2012 se calculó comercializar 17000 unidades menos que en el 2011.

En cambio la restricción para importar celulares se verá reflejada en el precio, el aumento de precio en las aseguradoras, la disminución en la oferta y la reducción de vendedores.

En teléfonos básicos la medida afectara en un incremento entre el 5 y el 10%, en cambio para los Smart phones la medida podría afectar hasta en un 50%, los mayores precios de los celulares se trasladaron a las aseguradoras, por el robo de un iphone antes se pagaba 200 dólares ahora se cancela 400.

Aunque la compañía prefirió no pronunciarse sobre el tema, en un recorrido que hizo este Diario se verificó que la firma comercializa los teléfonos con nuevos valores. Por ejemplo, antes del 23 de junio, un iPhone 4S (de 16 gigas) costaba USD 525 más IVA, con un plan de USD 95 y el compromiso de mantener el plan durante 24 meses. Ahora, el mismo teléfono, con el mismo plan, cuesta USD 817 más el IVA.

Con las medidas restrictivas a las importaciones, el Gobierno busca reducir las importaciones este año en USD 142 millones. Ese monto equivale a la mitad de lo

importado en el 2008 (USD 322 millones), cuando el número de líneas activas alcanzaba los 11,8 millones. Actualmente se registran 16 millones.

Con los cupos, los importadores solo podrán ingresar 1,94 millones de unidades al año o el equivalente a unos 142,63 millones de dólares.

Entre las principales quejas del sector automotriz están las disposiciones que restringen la cuota de importación en el sector, establecidas en la Resolución No. 67 del Comité de Comercio Exterior (COMEX). En el marco de estas y otras quejas formales que ha realizado el sector, en Sesión de Pleno del Comité de Comercio Exterior, llevada a cabo el 19 de noviembre, se trató la restricción cuantitativa anual para la importación de vehículos y se aprobó excluir de dicha restricción a los depósitos aduaneros y al traspaso de subpartidas de licencias. Este martes 4 de diciembre, se publicó en el Registro Oficial la resolución por la cual el COMEX viabiliza dicho traspaso de subpartidas para el caso de las licencias de importación de vehículos, el cual deberá ser autorizado a través de un proceso simplificado.

El mecanismo aplicará para cualquiera de las subpartidas de la restricción anual de importación de vehículos establecidos por la entidad el 11 de junio, que según se fijó, tendría vigencia hasta el 2014. Los descuentos de la cuota anual autorizada por el COMEX se realizarán al momento de la nacionalización de los vehículos sujetos a la restricción cuantitativa. En días pasados la vocera de la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEDE), por medio de Gloria Navas, amenazó con cierres en el sector por inconformidades como la restricción en importaciones, y el incremento en los índices de morosidad. (Poderes, 2012)

1.2.2 Tipos de cupos arancelarios

Los contingentes cuantitativos son una excepción al régimen de prohibición total de importación de una mercancía determinada no existen dentro del tráfico intracomunitario y se aplican sólo respecto de terceros países.

Los cupos podrán aumentar o disminuir según lo requieran los intereses de la Unión. Los contingentes cuantitativos están fijados por el Consejo, que determina a su vez

los criterios de repartición entre los estados miembros o, eventualmente, la repartición misma.

Cupo global de importación: Es otorgado a un determinado grupo de bienes o servicios sin discrimen de país alguno, ni entra en ninguna clase de arreglo bilateral o multilateral

Cupo multilateral de importación: Otorga ciertas preferencias regionales a diversos países mediante tratados y acuerdos multilaterales.

1.2.3 Cómo funcionan los cupos de importación en un país

Cuando un país implanta esta política comercial por una parte se protege al productor nacional y por otra parte se mantiene las relaciones comerciales internacionales.

Las principales razones por la cuales el gobierno puede preferir el establecimiento de cuotas arancelarias en lugar de las medidas arancelarias son:

La primera radica en el hecho que las cuotas garantizan que exista una cantidad máxima del producto extranjero en el país, mientras que los aranceles solo encarecen el producto pero no limitan el ingreso al país ya que si los productores extranjeros reducen el precio o la demanda nacional aumenta no tendrá ningún efecto en restricción de cantidad.

La segunda razón es por el poder que les otorgan a la Administración pública debido a que las cuotas se dan mediante licencias de importación, solo aquellos que tengan licencia podrán importar y al ser la Administración pública la que otorgan las licencias, pueden utilizar los cupos a su conveniencia.

Las cuotas pueden referir a la asignación de divisas para financiar importaciones por un determinado valor o a la fijación de la estructura física de las importaciones. Generalmente las cuotas se han impuesto en periodos de dificultades de balanza de pagos, el procedimiento habitual es hacer un presupuesto de divisas a comienzos del periodo fiscal, y asignar divisas disponibles a diferentes importaciones, en estas circunstancias habrá un exceso de demanda sobre la oferta.

El sistema de cuotas históricamente ha funcionado como antimonopolio debido a que se pueden instaurar cuotas para que se pueda regular el mercado un ejemplo de esto lo tenemos en Brasil que en 1953 logró disminuir el efecto de empresas monopólicas en el comercio en un 50%.

Un aspecto negativo se debe señalar en las cuotas que al ser estas asignadas arbitrariamente pueden ser consideradas injustas en cuanto se refiere a la distribución del ingreso, el sistema de cuotas asegura que la estructura de importaciones coincidirá con lo programado, pero existe incertidumbre en cuanto es posible precisar con la anticipación de un año como se comportaran la oferta y la demanda de un país, sin embargo es posible fijar metas globales como las que el gobierno ecuatoriano fijo en el 2012 con la implantación de la medida, que es la disminución en el 30% de las importaciones, con lo que ayudaría a una recuperación en la balanza de pagos.

1.2.4 Cómo afectan la limitación de cupos de vehículos y celulares dentro de la demanda nacional

El efecto que provoca en la demanda la implantación de las limitantes arancelarias tanto en los cupos como en el aumento de los aranceles es para que se reduzca hasta en un 30% las importaciones totales de automóviles, televisores y celulares, bienes duraderos que se están ensamblando en el Ecuador, estas medidas propician al desarrollo de los productos nacionales y a su vez que se tecnifiquen con el fin de que se pueda competir con el mercado internacional.

Actualmente gracias al CKD empresas como Maresa, General Motors, KIA, Audioelec, Sony, BLU, están ensamblando y desarrollando bienes como autos, electrodomésticos de calidad internacional, con el fin de llamar la atención del consumidor nacional y a su vez se concientice sobre la compra de bienes de producción nacional, efecto que está generando que nuestra balanza comercial no solo dependa del crudo sino que también se pueda desarrollar bienes para exportar.

Vemos el caso de los autos ensamblados en el país han aumentado su valor hasta en un 20% esto se da principalmente por que el valor del CKD que aumento en un 18%

en el año 2013 de acuerdo a datos preliminares de AEADE, por otro lado vemos que la afectación en el presupuesto familiar es real ya que el dinero que tenía destinado para un auto de más alto cilindraje y mayor tamaño no alcanzo, es por esta razón que actualmente las familias Ecuatorianas prefieren comprar un auto de hasta 1500 cc o en últimos de los casos recurrir a la compra de autos usados.

En el caso de los televisores la situación es similar ya que vemos un aumento que oscila entre el 20 y 30% en función del tamaño y la marca ya que son un par de factores determinante para la adquisición de este bien, este bien no afecta directamente a la economía del comprador, sino que más bien con la ayuda del crédito directo se realizan este tipo de compras, este efecto de otorgar el plazo por la compra de un bien “x” afecta a la economía del comprador sin que sienta el efecto de pagar hasta un 20% o más en la compra de este electrodoméstico, este es otro de los factores decisivos por las que se tomó esta decisión el Gobierno Nacional en el tema del sobre endeudamiento.

Finalmente, vemos la demanda de los celulares este bien en especial no se ve tan afectado por la medida ya que este artículo en especial está basado en tendencias tecnológicas, su cotos a aumentado entre un 20% o 30% de acuerdo al grupo de encuestados, de acuerdo a HUAWEI la demanda ha crédito dos veces más actualmente, la razón específica es la limitante de unidades actualmente no se puede cumplir además que su costo es alto existe en el país una escases de teléfonos celulares, actualmente la producción nacional está abasteciendo en una parte el mercado con teléfonos de marca BLU, SANSE, que los está ensamblando el país, esto es un efecto positivo ya que los productores nacionales pueden seguir tecnificando y mejorando su producto para poder exportar en especial Venezuela.

1.3 Efectos positivos y negativos en el PIB y la Balanza Comercial con el aumento de aranceles y la limitación de cupos en bienes importados

1.3.1 Efectos positivos

Con la disminución de la importaciones tanto de televisores que están sometidos al este aumento arancelarios, exportar mejora la posición de la balanza comercial

ayudando a que las ensambladoras de televisores puedan acceder a mercados internacionales introduciendo nuevas marcas a las que regularmente existen en estos días las siguientes son PRIMA, TEKNO Y RIVIERA las mismas que se importaran hacia Venezuela mejorando de esta manera las exportaciones de nuestro país, adicionalmente a esto también la empresa Sony Corporation está invirtiendo capital que se aproxima a los más de 7 millones de dólares para que el Ecuador sea el 8vo. país que se ensamblan televisores de esta marca del modelo Bravia, este dinero se empleó para construir la planta ensambladora llamada Audiolec la misma que está encargada en producir 1500 televisores diarios los mismos que se comercializaran en el país y también en el exterior este tipo de negociaciones son un paso muy importante para el Ecuador para mejorar tanto nuestra balanza comercial así como también aumentando el nivel de empleo. (Doctor Tecno, 2012)

Con el aumento del precio doméstico de los bienes en este caso los televisores es un efecto muy beneficioso para los ensambladores de este bien, ya que en muchos de los casos el presupuesto que el consumidor tiene para un televisor extranjero muchas de las veces no es lo suficiente, de esta manera se genera la posibilidad de aumentar la probabilidad de compra de televisores de producción nacional, haciendo las importaciones sean frenadas en gran cantidad y nuestro PIB aumente.

Dentro de un aumento en los aranceles a los televisores lo que busca el gobierno nacional y la aduana es proteger la producción nacional aumentando la posibilidad de mantener en alza al Producto Interno Bruto, con el fin de generar más trabajo, brindando bienes más asequibles al consumidor lo que se traduce también en un aumento de nuestra Balanza Comercial ya que se están haciendo exportaciones tanto de televisores como de celulares.

Con respecto a limitación en los cupos a vehículos el gobierno y al aduana pretende generar nuevas ventajas comparativas haciendo que la producción en este caso el ensamble de vehículos sea más competitiva en el mercado internacional mejorando de esta manera técnicas de fabricación, disminuir márgenes de error, tiempos de fabricación con el fin de producir más unidades haciendo que seamos más productivos.

Con respecto al caso de los celulares nuevamente tenemos a la fábrica ensambladora Audiolec la misma que está produciendo teléfonos celulares de marca Tekno y Riviera tanto digitales como táctiles, sus precios varían entre 28 a 165 dólares, lo que significa que dentro del mercado nacional existen productos sustitutos que cumplen las mismas características pero con la diferencia que tienen menos valor haciendo que la Balanza Comercial sea positiva en el país y que la demanda nacional se vea cubierta con producto nacional.

1.3.2 Efectos negativos

- Con el aumento en el ensamble de televisores Tekno, Rivera y Prima a causa del aumento de los aranceles, tenemos que las empresas nacionales se desarrollan sin competencia externa, por otro lado este excesivo proteccionismo puede provocar que se elabore un producto de calidad ineficiente y que no tenga buena acogida en los mercados internacionales haciendo que el consumidor prefiera los bienes importados. (El Comercio, 2012)
- Por otro lado el proteccionismo que ofrecen los aranceles a las empresas nacionales, conduce a que sacrifiquemos la producción por la especialización de bienes en los cuales tenemos ventajas comparativas como es el caso de los productos vegetales en especial las flores, reduciendo así nuestras importaciones y afectando la **Balanza Comercial**.
- El aumento de los aranceles provoca que muchas de las ensambladoras aumenten sus precios ya que nuestro país no es fabricante de piezas para armar vehículos como es el caso de Maresa, OBB, Chevrolet las mismas que dependen de repuesto y materiales que provienen del exterior CKD (Kit para ensamblaje/Kit de montaje, Complete Knock Down) aumentando así su costo del producto final. (Mochon, 2006)
- Con el aumento de aranceles en los televisores, vehículos y limitación de cupos a los celulares muchos de los importadores tendrán que reducir sus costos operativos en este caso el principal será el recorte de personal, provocando una disminución de la población económicamente activa y aumentando la tasa de desempleo en el país, haciendo que el país produzca

menos de lo que espera, este es el caso de las ensambladoras televisores de pantalla plana. (Diario La Hora, 2012)

- Esto de imponer barreras tanto arancelarias como cupos en las unidades provoca que muchos de los inversores extranjeros que ubican ensambladoras en Latino América piensen 2 veces en ubicar una de estas en nuestro país ya que no es conveniente para un importador mandar muchos de los componentes tanto de celulares como de televisores ya que actualmente el 80% de estos provienen de afuera y 20% de fabricación nacional haciendo que la producción nacional recaiga y nuestra **balanza comercial** se ponga en estado negativo. (Doctor Tecno, 2012)

1.3.3 Métodos y técnicas de protección que favorecen a la producción nacional que emplea un país para evitar la competencia de bienes importados.

Cómo el Estado fomentara y promocionara las importaciones.

- Plantear medidas que eviten que la producción nacional se vea afectada con las aplicaciones de arancel antidumping y subvenciones.
- Restringir o regular las importaciones que aumenten significativamente como es el caso de los teléfonos celulares ya que este bien anualmente se importan cerca de 2.8 millones anualmente, esta cifra es alarmante para la producción nacional que se dedica al ensamble de productos similares.
- Mantener un control sobre las negociaciones internacionales con un tercer país, con el fin de que las medidas de comercio exterior sean beneficiosas para el Estado Ecuatoriano, estas medidas no deben ser incompatibles mutuamente evitando las ventajas desleales entre productos sean estos bienes y servicios entre países.
- Restringir importaciones que tengan que ver con productos que no sean de primera necesidad y que no tengan repercusión en la necesidad social, este tipo de medidas se las realiza con el fin de mantener un control sobre los precios, además de proteger a la industria nacional y principalmente al consumidor ecuatoriano.

- Proteger nuestra balanza de pagos con la implantación de medidas restrictivas las mismas que pueden ser limitación de cupos como es el caso de los vehículos y el aumento de aranceles en el caso de celulares y televisores.
- Con la ayuda del gobierno nacional y los acuerdos internacionales que realice con otros países o grupo de países permite promocionar la producción local y hacer que esta sea más competitiva como lo que pasa con el ensamble de televisores y celulares marca Prima, Tecno y Riviera de igual forma con lo que es Chevrolet. (Caicedo, 2002)

¿Cómo el Estado fomentará y promocionará las exportaciones?

- En base a los acuerdos multilaterales o bilaterales el Estado Ecuatoriano puede generar ventajas al exportador, para que los mismos gocen de oportunidades comerciales con el bloque de los países que han llegado a un acuerdo, como por ejemplo: Venezuela para el caso de teléfonos celulares, para televisores las negociaciones se han realizado con Colombia y Venezuela y finalmente para vehículos Ecuador exporta a Venezuela y Colombia.
- En función de las negociaciones previamente hechas con otros países antes mencionados los derechos, impuestos y otros aranceles se verán temporalmente suspendidos para que los productos fabricados y ensamblados en el Ecuador puedan beneficiarse comercialmente y darse a conocer en otros países plegados al bloque de negociaciones.
- Crear métodos de financiamiento para los productores nacionales para que mejoren el producto en los que tenemos ventajas comparativas, además que exista un apoyo tanto financiero para la incursión en la fabricación de nuevos productos.
- Con ayuda del Gobierno nacional mediante la capacitación en aspectos tecnológicos tanto en fabricación como en ensamble los productores pueden promover y promocionar su producto en otros países.
- Promover a que los inversionistas extranjeros puedan invertir en empresas que ensamblan bienes como televisores, celulares y vehículos con el único fin de que nuestra balanza comercial tenga efectos positivos dentro del Ecuador. (Caicedo, 2002)

CAPÍTULO 2

TABULACIÓN DE LA INFORMACIÓN

2.1 Establecimiento de la población de importadores.

Población de vehículos.

Para establecer nuestra población nos basamos en varias fuentes de información, una de las principales fuentes fue la resolución No. 66 del COMEX la misma que nos indicaba el número de importadores a nivel nacional los cuales nos dio un indicio para determinar la población de importadores de vehículos en la ciudad de Quito, en el siguiente cuadro tenemos establecido el gran total de importadores en nuestra ciudad.

Podemos señalar como importantes los siguientes artículos también incluidos en la siguiente resolución:

El artículo 2 de esta resolución nos dice que si los importadores exceden del cupo ya establecido tienen que reembarcar su excedente.

En artículo 3 de esta medida nos dice que se puede transferir los cupos entre partidas es decir si de una marca o clase de vehículo se trajo menos esa diferencia se puede traer de otra clase para completar de esta manera el cupo asignado por el COMEX.

En el artículo 4. Los cupos no son transferibles entre importadores.

En el artículo 5.- dice que todos los vehículos deben cumplir normas de calidad, ambiental y técnica establecida por el INEN, MIPRO Y MAE.

En el artículo 6.- Esta misma norma comenta que los únicos vehículos que están exentos de la medida son los vehículos destinados para personas con alguna discapacidad y vehículos destinados para el uso diplomático además de los vehículos que están incluidos en el Plan Renova.

En el artículo 9.- nos dice que en el caso que el importador haya traído en la fecha del 1 de enero del 2012 y haya excedido el cupo de importación de vehículos no será

condonado y se descontaran de su próxima importación ya que esta decisión ha sido tomada por la SENAE.

Tabla 2. Vehículos importados

No.	EMPRESA IMPORTADORA
1	AEKIA S.A
2	ALVAREZ BARBA S.A.
3	AMBACAR CIA. LTDA.
4	AMBACAR CIA. LTDA.
5	AUTOFRANCIA C.A.
6	AUTOMOTERS Y ANEXOS S.A.
7	CASABACA S.A.
8	CINASCAR DEL ECUADOR S.A.
9	DAHAUTO S.A.
10	GENERAL MOTORS DEL ECUADOR S.A.
11	GERMANMOTORS S.A.
12	MAQUINARIAS Y VEHICULOS S.A.
13	MOSUMI S.A.
14	NEGOCIOS AUTOMOTRICES
15	NEOHIUNDAY S.A.
16	OMNIBUS BB TRANSPORTES S.A.
17	QUITO MOTORS S.A.
18	RECORDMOTOR S.A.
19	STARMOTORS S.A.
20	TOYOCOSTA S.A.
21	TOYOTA DEL ECUADOR S.A.

Fuente: Encuesta Propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Población de televisores importados.

Dentro del establecimiento de nuestra población con referente a televisores de pantalla plana obtuvimos cierta información que consideramos de gran importancia incluir en nuestra investigación, dicha información se encuentra en la Resolución 70 dictada por el COMEX esta dice que:

El artículo 76 del Código Orgánico de la Producción dice que el comercio determinó mecanismos arancelarios basados en términos porcentuales del valor de la mercancía

en aduana (Ad-Valorem), y en términos monetarios por unidad de medida los específicos o la combinación de ambos, también se reconocerán otras modalidades de acuerdo a tratados internacionales.

Que la aplicación o aumento de un arancel constituye una herramienta para captar impuestos de manera más simple, esta actividad permitirá promover el desarrollo de las actividades productivas en el país para participar en el mercado exterior con producto nacional.

Finalmente de acuerdo con la aduana del Ecuador las tarifas arancelarias para la importación de televisores se fijan de la siguiente manera:

Las televisiones de entre 22 y 32 pulgadas. El costo del arancel específico es USD 73,11 c/u, más un 5%. Adicionalmente 12% de IVA y 0,05% del Fondo de la Niñez.

Las de 33 a 41 pulgadas. El arancel específico es USD 140,32 c/u, más un 5%, 12% de IVA y 0,05% del Fondo de la Niñez.

Las de 42 a 50 pulgadas. El arancel específico es USD 158,14 c/u, más un 5%, 12% de IVA, 0,05% del Fondo de la Niñez.

Mayor a 50 pulgadas. Para estos casos se establece un 20% adicional del valor de la factura de cada artefacto. (Comercio exterior.com.ec, 2012)

Tabla 3. Empresas importadoras

N°	EMPRESAS IMPORTADORAS
1	ORBE HOGAR
2	DITAL MARKET S.A
3	POINT TECHNOLOGY
4	COMERCIAL SILVA
5	MARHOGAR CIA. LTDA,
6	ELCA
7	COMPTECO S.A.
8	CORPORACION JARRIN HERRERA
9	ALMACENES JAPON
10	CIA. GRAL. DE COMERCIO Y MANDATO
11	LA GANGA
12	PC CORP. IMPORTACIONES
13	MARCIMEX S.A.
14	EDJOMY HOGAR
15	ALMA ESPANA CIA. LTDA.
16	ECUACOLOR MUNDO DIGITAL
17	CARTIMEX
18	ELECTRO GRAN VIA
19	ELECTRODOMESTICOS SAN PEDRO S.A.

Fuente: Encuesta Propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

2.2 Identificación de variables.

Mediante la identificación de variables en nuestra investigación obtendremos resultados específicos para poder establecer datos porcentuales como:

la variabilidad que existió con el año anterior en las importaciones respecto a cuanto se dejó de importar con la medida.

El comportamiento de las ventas; si estas aumentaron, disminuyeron o se mantuvieron en el mercado de Quito.

Qué técnicas se están aplicando en las importadoras para reducir el impacto de los precios en el consumidor.

Como afecto la medida al poder adquisitivo del consumidor.

Observar el comportamiento del consumidor con la aparición del producto nacional, si este se adapta a sus necesidades.

Todas estas variables serán aplicadas en los autos, televisores y teléfonos excepto esta ultima a la que se refiere en si las empresas mantienen métodos de reciclaje que técnicas aplican para su recolección en la ciudad de Quito.

Tabla 4. Identificación de variables

Dominio	Variable General	Variable Intermedia	Indicador
Importaciones 2012	Cupos	Autos	Variación porcentual del comportamiento de las ventas si estas aumentaron, disminuyeron o se mantuvieron
			Variación porcentual de la reducción de la unidades importadas de vehículos evaluadas entre el 5% al 30%
			Variación porcentual del aumento del costo de un vehículos evaluada entre 5% al 30%
			Poder adquisitivo del consumidor se vio afectado
			SÍ , NO, Porque
			Qué vehículos se vieron afectados con la medida: domésticos, de lujo, o de trabajo
			Qué tipo de estrategias están aplicando las empresa para mejorar sus ventas: Facilidades de pago Alianzas estrategias con el fabricante Importar vehículos exonerados Buscar nuevas marcas de vehículos Aplicación de descuentos Dejar importar vehículos de lujo
			Costos afectados en la empresa con la medida limitante (cupos)
			Comportamiento porcentual de la demanda y oferta de vehículos de ensamblaje nacional
	Cupos	Celulares	Variación porcentual del comportamiento de las ventas si estas aumentaron, disminuyeron, se mantuvieron
			Variación porcentual de la reducción de la unidades importadas de celulares evaluadas entre el 5% al 30%
			Variación porcentual del aumento del costo de un teléfono celular evaluada entre 5% al 30%
			Poder adquisitivo del consumidor se vio afectado

		SÍ, NO.
		Que celulares se vieron afectados con la medida: Celulares Básicos, Celulares Smartphones, Celulares de tecnología media.
		Costos afectados en la empresa con la medida limitante (cupos)
		Comportamiento porcentual de la demanda y oferta de celulares ensamblados
		Medir si la empresas mantienen políticas de reciclaje SÍ, NO.
Aumento de Aranceles	Televisores	Variación porcentual del comportamiento de las ventas si estas aumentaron, disminuyeron, se mantuvieron
		Variación porcentual de la reducción de la unidades importadas de vehículos evaluadas entre el 5% al 30%
		Variación porcentual del aumento del costo de los televisores evaluada entre 5% al 30%
		Poder adquisitivo del consumidor se vio afectado SÍ, NO.
		Que televisores se vieron afectados con la medida: Televisores de 22 a 32 pulgadas Televisores de 32 a 42 pulgadas Televisores de 42 a 52 pulgadas Televisores de 52 pulgadas o más.
		Costos afectados en la empresa con el aumento de los aranceles Comportamiento porcentual de la demanda y oferta de Tvs de ensamble nacional

Fuente: Encuesta Propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

2.3 Identificación del margen de error.

El concepto del margen de error no es más que el número que representa la exactitud de un sondeo ya que para establecer dicho dato necesitamos del tamaño de la población, muestra y de la desviación estándar , con la ayuda de estos tres datos podemos obtener un número exacto de margen de error , regularmente el porcentaje de margen de error no puede ser mayor a diez por ciento, por otro lado lo ideal para determinar un porcentaje de margen de error es entre 1% y 3% pero la realidad es muy diferente ya que el margen de error es un poco más alto y oscila entre 5% al 9% . (Ardila, 2004)

En nuestra investigación, el cálculo del margen de error para el sector automotor fue del 9% dicho porcentaje es el que se acerca más a la realidad, esto significa que estamos dentro de los parámetros permitidos lo que significa que la información tomada de nuestra muestra se estará acercando a la realidad.

Para el sector de televisores no vamos a establecer el margen de error ya que en este único sector pudimos aplicar nuestras encuestas a toda la población de empresas importadoras en la ciudad de Quito.

Entre los principales aspectos que nos favorecieron para no exista margen de error fueron:

No hicimos muestreo principalmente porque en este sector electrodoméstico no hay un gran número de importadores y la mayoría están concentrados en el centro de la ciudad.

El margen de error no existe en este caso porque la población también vendría a ser la muestra por lo reducido que es este grupo en particular, lo que nos favoreció en este grupo que la toma de muestra y la tabulación sea más cercana a la realidad.

Finalmente, tenemos el sector de los teléfonos celulares en este caso nosotros establecimos un porcentaje de error del 8% para acercarnos más a la verdad en los datos obtenidos en este sector.

Para determinar la cifra del margen de error para la población de vehículos así como también la población de celulares fue necesario establecer los siguientes lineamientos:

Para el caso del sector automotor:

Establecer un nivel de confianza es fue del 91%.

La desviación estándar la misma que determinamos que fue del 0.5 dicha cifra es un valor constante para aplicar la fórmula del muestreo.

Para el caso del sector de teléfonos celulares:

Establecer un nivel de confianza es fue del 91%.

La desviación estándar la misma que determinamos que fue del 0.5 dicha cifra es un valor constante para aplicar la fórmula del muestreo.

Como podemos observar tomamos el rango más común para determinar el margen error, con el único fin de que los datos obtenidos por medio de las encuestas se apeguen más a la realidad, de esta manera podremos establecer un muestreo que arroje una cifra de encuestados racional de acuerdo al entorno, y que los resultados de las mismas sean exactos haciendo que la información brinde confiabilidad después de haber realizado la tabulación.

2.4 Aplicación del método de muestreo.

Como se ha puesto de manifiesto, gran parte del trabajo estadístico profesional se hace por medio de muestras, estas son necesarias ya que casi siempre las poblaciones son demasiado grandes para estudiarlas en su totalidad. Exigiría demasiado tiempo y dinero estudiar a la población entera, para facilitar este trabajo tenemos que seleccionar una muestra de la misma, calcular el estadístico de esa muestra y utilizarlo para estimar el parámetro correspondiente de la población. (Webster, 1998)

Para nuestra investigación hemos decidió aplicar el muestreo aleatorio simple ya que nos brinda las siguientes ventajas:

No supone los conocimientos previos de las características de la población de la cual se extraerá la muestra.

Es simple de aplicar la precisión de las estimaciones se hacen a partir de las observaciones muestrales por que los errores estándar de los estimadores siguen distribuciones de probabilidad conocidas.

Tiende a reflejar todas las características del universo.

La fórmula para calcular el tamaño de la muestra es el siguiente:

Fórmula para calcular la muestra:

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{e^2(N-1) + \sigma^2Z^2}$$

Donde:

n = El tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza.

e = Límite aceptable de error muestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09).

Reemplazando la fórmula para el caso de los vehículos

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{e^2(N-1) + \sigma^2Z^2}$$

n =	18
N =	21
σ =	0.5
Z =	1.92
e =	0.9

$$n = \frac{21 \times 0.5^2 \times 1.92^2}{0.9^2 (21-1) + 0.5^2 \times 1.92^2}$$

$$n = \frac{21 \times 0.25 \times 3.69}{0.16 + 0.25 \times 3.69}$$

$$n = \frac{19.37}{0.16 + 0.92}$$

$$n = \frac{19.37}{1.08}$$

		Valor
		mínimo de
n=	18.29	encuestados

En este caso para obtener mayor certeza tendremos que aplicar nuestras encuestas a 18 importadores de vehículos de acuerdo al resultado arrojado por el muestreo, aplicando un 9% de margen de error y una varianza del 0.5.

En el caso de los importadores de televisores no aplicamos el muestreo ya que la población es más asequible y pudimos aplicar a los 19 importadores nuestras encuestas, haciendo que de esta manera la información que se obtenga se acerque más a la realidad.

Reemplazando la fórmula para el caso de los importadores de televisores

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{e^2(N-1) + \sigma^2Z^2}$$

e = 0.09

N = 13.00

n= 12.00

δ= 0.50

Z = 92.00

z = 1.92

$$n = \frac{13 * 0.5^2 * 1.92^2}{0.09^2 * (13 - 1) + 0.5^2 * 1.92^2}$$

$$n = \frac{13 * 0.25 * 3.68}{0.10 + 0,25 * 3.68}$$

$$n = \frac{12,8}{0.08 + 0.92}$$

$$n = \frac{12.88}{1}$$

$n = 12.03$ Valor mínimo de encuestados

De acuerdo al reemplazo de la fórmula del muestreo obtuvimos que tenemos que encuestar a 12 empresas dedicadas a la importación de teléfonos celulares, este resultado lo obtuvimos con el 9% de margen de error y un 0.5 valor de varianza.

2.5 Diseño de las encuestas para aplicar a los importadores vehículos.

ENCUESTAS PILOTO PARA IMPORTADORES DE VEHÍCULOS

De acuerdo a las medidas implantadas por el COMEX en la limitación de cupos de ingreso a los vehículos extranjeros, puede usted indicar cuál fue el aumento del costo de los mismos porcentualmente:

- () 5%
- () 10%
- () 20%
- () 30%

De acuerdo a la información que la empresa mantiene indique cuánto realmente aumento el costo de un vehículo.....

De acuerdo a información disponible puede usted señalar cuanto realmente se redujo el nivel de importaciones de vehículos en su empresa.

- () 5%
- () 10%
- () 20%
- () 30%

De acuerdo a la información que mantiene la empresa puede indicarnos cuál fue el nivel de reducción de importación de vehículos en su empresa.....

¿Con las medidas limitantes que implantó el COMEX su nivel de ventas se vio afectado?

() Sí

() No

En qué aspectos se vio afectado indique los factores.

.....
.....
.....

¿Cree usted que el poder adquisitivo del consumidor se ve afectado?

() Sí

() No

¿Porqué?.....
.....
.....
.....
.....

¿Qué pasó con los costos de operación en su empresa?:

() Reducción de personal

() Reducción de costos de operación en la importación.

() Eliminar beneficios adicionales como comisariato, transporte, alimentación y otros.

() Reducción de % en comisión en ventas.

() Reducción en costos de promoción y publicidad.

Otros.....

¿Qué tipo de estrategias se está tomando en su empresa para remediar estas limitantes implantadas por el COMEX?

Negociaciones directas con el fabricante.

Dejar de importar vehículos de lujo.

Importar vehículos exonerados.

Buscar nuevas marcas de vehículos.

Descuentos

Facilidades de pago

Otro tipo de estrategias.....

.....`

Qué tipo de vehículos son los más afectados con la medida restrictiva por parte de la aduana:

Vehículos domésticos

Vehículos de lujo

Vehículos pesados

¿Pese al aumento del costo en los vehículos cual fue el comportamiento de las ventas en su empresa?

Las ventas se mantuvieron.

La ventas aumentaron.

Las ventas se decayeron.

De acuerdo a la información que maneja su empresa, se ha incrementado la comercialización de vehículos ensamblados en el país.

Sí% aumento

No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

2.6 Diseño de las encuestas para aplicar a los importadores de televisores.

ENCUESTAS PILOTO PARA IMPORTADORES DE TELEVISORES

De acuerdo a las medidas implantadas por el COMEX sobre el aumento en el costo de los aranceles a los televisores puede usted señalar porcentualmente cuánto fue el aumento a este electrodoméstico.

5%

10%

20%

30%

De acuerdo a la información que la empresa mantiene indique cuánto realmente aumento el costo de un televisor.....

De acuerdo a su criterio puede usted señalar cuanto realmente se redujo el nivel de importaciones de televisores de pantalla plana en su empresa.

5%

10%

20%

30%

Indíquenos realmente cual fue el nivel de reducción porcentual de este electrométrico en especial en su empresa.....

¿Con estas medidas restrictivas implantadas por el COMEX y el Gobierno Nacional se vio afectado su nivel de ventas?

() Sí

() No

En qué aspectos se vio afectado indique los factores.

.....
.....
.....

Cree usted que con estas medidas restrictivas el poder adquisitivo del consumidor se ve afectado.

() Sí

() No

¿Porqué?.....
.....
.....

Con este aumento en los aranceles a los televisores cree que los consumidores preferirán televisores de ensamblado nacional antes de adquirir uno importado.

() Sí

() No

¿Porqué?.....
.....
.....

¿Qué pasó con los costos de operación en su empresa?:

() Reducción de personal

() Reducción de costos de operación en la importación.

Eliminar beneficios adicionales como comisariato, transporte, alimentación y otros.

Reducción de % en comisión en ventas.

Reducción en costos de promoción y publicidad.

Otros.....

Con esta medida de restricción que dimensión de televisores fue la más afectada:

Televisores de 22 a 32 pulgadas

Televisores de 32 a 42 pulgadas

Televisores de 42 a 52 pulgadas

Televisores de 52 pulgadas o más.

¿Cuál fue el comportamiento de las ventas luego de las medidas implantadas por el COMEX?

Las ventas se mantuvieron.

La ventas aumentaron.

Las ventas se decayeron.

De acuerdo a la información que maneja su empresa, se ha incrementado la comercialización de televisores ensamblados en el país.

Sí.....% aumento

No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

2.7 Diseño de las encuestas a aplicar a los importadores de teléfono celulares

ENCUESTAS PILOTO PARA IMPORTADORES DE CELULARES

De acuerdo a las medidas implantadas por el COMEXI sobre la limitación de cupos en los celulares puede usted señalar porcentualmente cuánto fue el aumento del precio en este bien:

5%

10%

20%

30%

De acuerdo a la información que la empresa mantiene indique cuánto realmente aumento el precio de este bien.....

De acuerdo con la información que mantiene en su empresa puede señalar cuanto realmente se redujo el nivel de importaciones de celulares en su empresa:

5%

10%

20%

30%

Indíquenos realmente cual fue el nivel de reducción porcentual de este electrométrico en especial en su empresa.....

¿Con estas medidas restrictivas implantadas por el COMEX y el Gobierno Nacional se vio afectado su nivel de ventas de ventas?

Sí

No

En qué aspectos se vio afectado indique los factores.

.....
.....
.....

Cree usted que con estas medidas restrictivas el poder adquisitivo del consumidor se ve afectado.

() Sí

() No

¿Porqué?.....
.....
.....

¿Con esta limitación de cupos implantada a los celulares cree usted que se podrá comercializar celulares ensamblados en el país?

() Sí

() No

¿Porqué?.....
.....
.....

¿Qué pasó con los costos de operación en su empresa?:

() Reducción de personal

() Reducción de costos de operación en la importación.

() Eliminar beneficios adicionales como comisariato, transporte, alimentación y otros.

() Reducción de % en comisión en ventas.

() Reducción en costos de promoción y publicidad.

() Otros.....

Dentro de la comercialización de su empresa y de acuerdo a su conocimiento cuales fueron los celulares que tuvieron más afectación con esta medida:

- Celulares básicos.
- Celulares llamados Smart Phones.
- Celulares tecnología media (teclado y Táctil).

¿Cuál fue el comportamiento de las ventas luego de las medidas implantadas por el COMEX?

- Las ventas se mantuvieron.
- La ventas aumentaron.
- Las ventas se decayeron.

De acuerdo a la información que maneja su empresa, se ha incrementado la comercialización de celulares ensamblados en el país.

- Sí.....% aumento
- No

¿Cree usted que la limitación a la importación de celulares incentivara al reciclaje?

- Sí
- No

Porqué?.....
.....
.....

¿Si su empresa tiene un plan de reciclaje de celulares?

- Sí
- No

¿Conoce usted cuantos celulares son reciclados en su empresa?

.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

2.8 Tabulación de la información obtenida de importadores de vehículos.

Resultados de la encuesta de los importadores de vehículos.

Pregunta 1. De acuerdo a las medidas implantadas por el COMEX en la limitación de cupos de ingreso a los vehículos extranjeros, puede usted indicar cuál fue el aumento del costo de los vehículos porcentualmente.

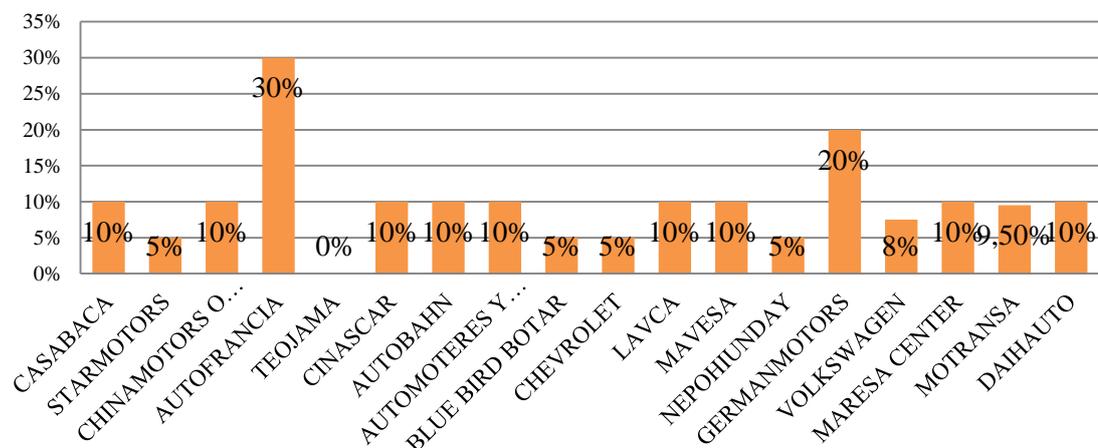
Tabla 5. Porcentaje de disminución de en la ventas de vehículos.

EMPRESAS IMPORTADORAS	PORCENTAJES DE DISMINUCIÓN EN LAS VENTAS						
	0%	5%	8%	10%	10%	20%	30%
CASABACA					10%		
STARMOTORS		5%					
CHINAMOTORS O MECANOSOLVERS					10%		
AUTOFRANCIA							30%
TEOJAMA	0%						
CINASCAR					10%		
AUTOBAHN					10%		
AUTOMOTERES Y ANEXOS					10%		
BLUE BIRD BOTAR		5%					
CHEVROLET		5%					
LAVCA					10%		
MAVESA					10%		
NEPOHIUNDAY		5%					
GERMANMOTORS						20%	
VOLKSWAGEN			8%				
MARESA CENTER					10%		
MOTRANSA				9.50%			
DAIHAUTO					10%		

Fuente: Encuesta Propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Figura 1. Aumento del precio de los vehículos



Fuente: Encuesta Propia
 Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Vemos que el 11% de vehículos importados de empresas como: Autofrancia y Germanmotors, se han visto afectadas entre un 20 y 30% este aumento se debe a su valor, exclusividad y el estatus que brindan las marcas como: Peugeot, Volvo y Audi.

Vemos que el 61% de mercado de vehículos se ha visto afectada entre el 8% al 10% en el aumento de sus precios entre las marcas más afectadas son: Daihatsu, Cinasscar, Chevrolet, Hiunday, Toyota, Nissan, Mitsubishi marcas que son usadas para trabajo y su mantenimiento es más cómodo que los vehículos europeos clase A.

El 22 % de la población se ha visto afectada con un 5% como es el caso de Mercedez, Chevrolet y Hiunday, estas marcas son usadas en el mercado laboral tanto para transportar personas además que su costo está dentro del presupuesto promedio de una familia ecuatoriana de clase media y existen empresas ensambladoras en el país.

Finalmente, vemos el caso de Daihatsu que no ha aumentado su precio principalmente por esta marca vende únicamente camiones, y este tipo de vehículos están fuera del aumento del precio estipulado por el COMEX de acuerdo a la resolución No. 51 sobre el equipo caminero, excepto en el caso de los camiones Mercedez Benz, este aumento del 5% está en función de las características especiales solicitadas por el comprador.

Pregunta 2. De acuerdo a la información disponible en su empresa puede señalar cuánto realmente se redujo el nivel de importaciones de vehículos en su empresa.

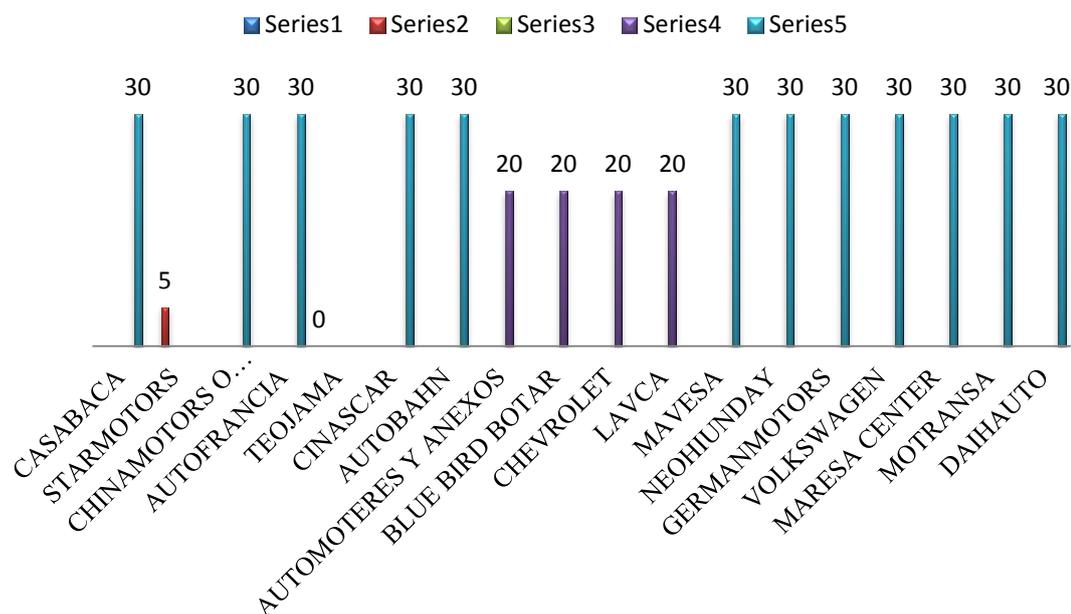
Tabla 6. Porcentaje de disminución en las importaciones de vehículos

EMPRESAS IMPORTADORAS	PORCENTAJES DE DISMINUCIÓN EN LAS IMPORTACIONES				
	0%	5%	10%	20%	30%
CASABACA					30
STARMOTORS		5			
CHINAMOTORS MECANOSOLVERS					30
AUTOFRANCIA					30
TEOJAMA	0				
CINASCAR					30
AUTOBAHN					30
AUTOMOTERES Y ANEXOS				20	
BLUE BIRD BOTAR				20	
CHEVROLET				20	
LAVCA				20	
MAVESA					30
NEOHIUNDAY					30
GERMANMOTORS					30
VOLKSWAGEN					30
MARESA CENTER					30
MOTRANSA					30
DAIHAUTO					30

Fuente: Encuesta Propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Figura 2. Disminución de las importaciones de vehículos en la ciudad de Quito



Fuente: Encuesta Propia
 Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Vemos que el 67% de empresas que comercializan vehículos han reducido un 30% sus importaciones, esto es un efecto positivo de acuerdo a los resultados que esperaba el COMEX y la Aduana del Ecuador con la medida implantada.

El 22% de la población de encuestados se han visto afectados con una reducción del 20%, este efecto se presenta porque existen empresas dentro del grupo que se dedican al ensamble o a realizar alianzas estratégicas directamente con la marca, razón por la cual su resistencia a la medida.

Finalmente, tenemos a los camiones que no son afectados por la medida ya que la mayoría de estos se usan para transporte urbano y como apoyo a equipo caminero lo cual genera trabajo a la población y están protegidos de acuerdo a la resolución 51 del COMEXI, es por esta razón que no se ven afectado excepto en caso especiales como es en la marca Mercedes Benz que brinda especiales especiaciones al conductor razón por la cual su precio se eleva en un 5%.

Pregunta 3. ¿Con las medidas que implanto el COMEX su nivel de ventas se vio afectado?

Tabla 7. Afectación del nivel de ventas en los vehículos.

EMPRESAS IMPORTADORAS	NIVEL DE VENTAS	
	SÍ	NO
CASABACA	SÍ	
STARMOTORS		NO
CHINAMOTORS O MECANOSOLVERS	SÍ	
AUTOFRANCIA	SÍ	
TEOJAMA		NO
CINASCAR	SÍ	
AUTOBAHN	SÍ	
AUTOMOTERES Y ANEXOS		NO
BLUE BIRD BOTAR	SÍ	
CHEVROLET	SÍ	
LAVCA	SÍ	
MAVESA	SÍ	
NEPOHIUNDAY	SÍ	
GERMANMOTORS	SÍ	
VOLKSWAGEN	SÍ	
MARESA CENTER	SÍ	
MOTRANSA	SÍ	
DAIHAUTO	SÍ	
TOTAL	15	3
AFECTACION DE LA MEDIDA EN %	83.33%	16.67%

Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Figura 3. Afectación del nivel de ventas en %



Fuente: Encuesta Propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Vemos que el 83.33% de la población de importadores se ha visto afectado con la medida limitante en unidades, principalmente por el presupuesto que dispone el cliente.

Por otro lado vemos que el 16.67% de la población no se ve afectada principalmente porque realizan negociaciones directas con el fabricante o porque son nuevos en el mercado como es el caso de los vehículos chinos o son ensambladores.

Pregunta 4. ¿Cree usted que el poder adquisitivo del consumidor se ve afectado?

Tabla 8. Afectación del nivel de compras del consumidor

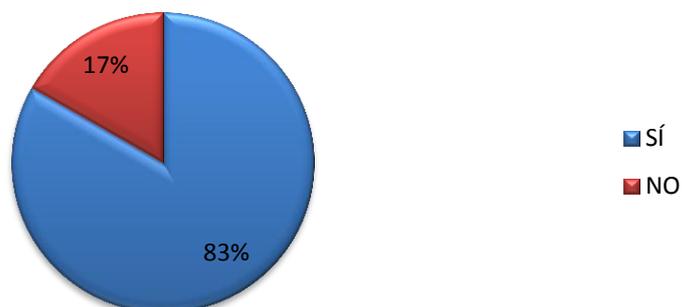
EMPRESAS IMPORTADORAS	NIVEL DE COMPRAS	
	SÍ	NO
CASABACA	SÍ	
STARMOTORS	SÍ	
CHINAMOTORS O MECANOSOLVERS	SÍ	
AUTOFRANCIA		NO
TEOJAMA	SÍ	
CINASCAR	SÍ	
AUTOBAHN	SÍ	
AUTOMOTERES Y ANEXOS		NO
BLUE BIRD BOTAR	SÍ	
CHEVROLET	SÍ	
LAVCA	SÍ	
MAVESA	SÍ	
NEPOHIUNDAY	SÍ	
GERMANMOTORS	SÍ	
VOLKSWAGEN	SÍ	
MARESA CENTER		NO
MOTRANSA	SÍ	
DAIHAUTO	SÍ	
TOTAL	15	3

AFECTACIÓN AL CONSUMIDOR	SÍ	NO
AFECTACIÓN	83%	17%

Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Figura 4. Afectación del poder adquisitivo en el consumidor



Fuente: Encuesta propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Vemos que el 83% de los compradores se ha visto afectado con la medida ya que su presupuesto no es lo suficientemente elástico para comprar un nuevo vehículo.

Únicamente el 17% de la población no se ve afectada ya que este tipo de compradores basan sus expectativas sobre la satisfacción que le brinda la marca, calidad, especificaciones especiales y garantía de los mismos por lo cual prefieren ajustarse al precio.

Pregunta 5. ¿Qué pasó con los costos de operación de su empresa?

Tabla 9. Costos de operación afectados en el sector vehicular con la medida

EMPRESAS IMPORTADORAS	REDUCCIÓN DE PERSONAL	REDUCCIÓN COSTOS OPERACIÓN	ELIMINAR BENEFICIOS ADICIONALES	REDUCCIÓN DE COMISIONES	REDUCCIÓN DE COSTOS DE PUBLICIDAD	REDUCCIÓN DE INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS
CASABACA				X	X	
STARMOTORS				X	X	
CHINAMOTORS O MECANOSOLVERS	X					
AUTOFRANCIA	X				x	
TEOJAMA		X				
CINASCAR	X				X	
AUTOBAHN					X	
AUTOMOTERES Y ANEXOS		X		X	X	
BLUE BIRD BOTAR	x		x		x	
CHEVROLET	x		x		x	
LAVCA		X	X		X	X
MAVESA			X			
NEPOHIUNDAY				X		
GERMANMOTORS			X	X	X	
VOLKSWAGEN			X		X	
MARESA CENTER				X		
MOTRANSA		X	X		X	
DAIHAUTO	X	X	X	X	X	X
TOTALES	6	5	8	7	13	2

Fuente: Encuesta Propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Tabla 10. Costos de operación afectados en el sector vehicular por porcentajes

COSTOS AFECTADOS	PORCENTAJES
REDUCCIÓN DE PERSONAL	14,63
REDUCCIÓN COSTOS OPERACIÓN	12,20
ELIMINAR BENEFICIOS ADICIONALES	19,51
REDUCCIÓN DE COMISIONES	17,07
REDUCCIÓN DE COSTOS DE PUBLICIDAD	31,71
REDUCCIÓN DE INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS	4,88

Fuente: Encuesta Propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Vemos que el 32% de los importadores de vehículos se han visto en la necesidad de reducir sus cuñas publicitarias con el fin de no cargar este gasto al precio final

El 17% de los importadores han reducido las comisiones en ventas en sus empleados.

El 19% de las importadoras han eliminado beneficios adicionales como alimentación, movilización entre otros para no afectar al precio del auto.

El 12% de los importadores han preferido reducir los costos de importación, Ej.: candados satelitales, bodegaje, guardianía, otros.

Lastimosamente el 15% de las empresas tuvieron que reducir su personal afectando el índice de desocupación.

El 5% de importadores han tenido que limitar la compra de activos y posponer nuevos proyectos de expansión.

Pregunta 6. Qué tipo de estrategias se está tomando en su empresa para remediar las limitantes implantadas por el COMEX?

Tabla 11. Estrategias que están tomando los importadores de vehículos para remediar la medida

EMPRESAS IMPORTADORAS	NEGOCIACIONES DIRECTAS CON EL FABRICANTE	DEJAR DE IMPORTAR VEHÍCULOS DE LUJO	IMPORTAR VEHÍCULOS EXONERADOS	NUEVAS MARCAS DE AUTOS	DSCTO.	FACILIDADES DE PAGO	POST VENTA DE VEHÍCULOS USADOS	EXHIBICIONES	TOTAL PARCIAL
CASABACA	X					X			
STARMOTORS		X	X	X					
CHINAMOTORS O MECANOSOL				X					
AUTOFRANCIA			X						
TEOJAMA									
CINASCAR		X							
AUTOBAHN	X				X	X			
AUTOMOTERES Y ANEXOS			X	X		X			
BLUE BIRD BOTAR					x	x		X	
CHEVROLET					X	X		X	
LAVCA	X		X		X	X			
MAVESA			X						
NEPOHIUNDAY			X						
GERMANMOTORS			X				X		
VOLKSWAGEN		X	X						
MARESA CENTER			X	X					
MOTRANSA	X		X			X			
DAIHAUTO	X		X	X					
TOTALES	5	3	11	5	4	7	1	2	38

Fuente: Encuesta Propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Tabla 12. Estrategias tomadas por los importadores de vehículos por porcentajes

ESTRATEGIAS	PORCENTAJES
NEGOCIACIONES DIRECTAS CON EL FABRICANTE	13,16
DEJAR DE IMPORTAR VEHICULOS DE LUJO	7,89
IMPORTAR VEHÍCULOS EXONERADOS	28,95
BUSCAR NUEVAS MARCAS DE VEHÍCULOS	13,16
DESCUENTOS	10,53
FACILIDADES DE PAGO	18,42
POST VENTA DE VEHÍCULOS USADOS	2,63
EXHIBICIONES	5,26
TOTAL PARCIAL	100,00

Fuente: Encuesta Propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

El 13% de la población de importadores de vehículos ha decidido realizar negociaciones con el fabricante.

El 8% ha tomado la decidido no importar vehículos de lujo e incluso transferir los cupos asignados a vehículos comerciales.

29% de la población de importadores ha optado por importar vehículos exonerados como estrategia de ventas, para captar un nuevo segmento de mercado.

El 13% de importadores ha decidido incursionar en la importación de vehículos nuevas marcas como es el caso de vehículos Chinos.

El 11% ha preferido brindar descuentos con el fin de captar la atención de los compradores.

El 18% de importadores ha optado por brindar facilidades de pago para que este bien sea asequible.

Únicamente el 3% del mercado está incursionando con la venta de vehículos usados o tomando los mismos como parte de pago como forma de remediar la medida limitante.

Finalmente el 5% de los importadores está realizando exhibiciones a nivel nacional para promocionar los nuevos tipos de vehículos y ofrecer sus facilidades de pago.

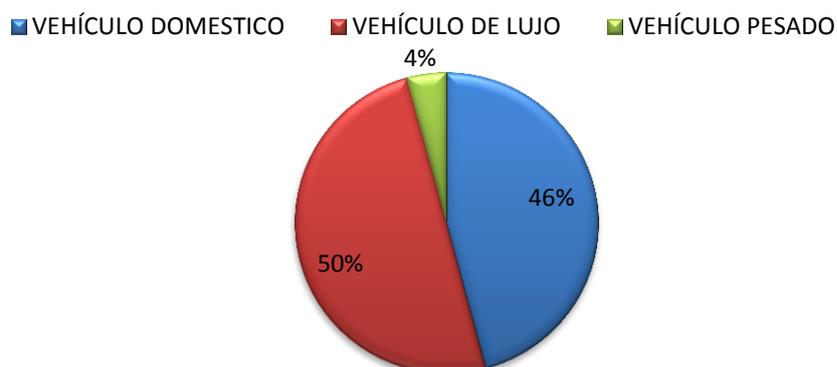
Pregunta 7. ¿Qué tipos de vehículos son los más afectados con la medida restrictiva por parte de la aduana?

Tabla 13. Vehículos más afectados con la medida

EMPRESAS IMPORTADORAS	VEHÍCULO DOMESTICO	VEHÍCULO DE LUJO	VEHÍCULO PESADO	TIPO DE VEHÍCULO	%
CASABACA	X			VEHÍCULO DOMESTICO	45,83
STARMOTORS		X		VEHÍCULO DE LUJO	50
CHINAMOTORS O MECANOSOLVERS	X			VEHÍCULO PESADO	4,17
AUTOFRANCIA	X	X		TOTAL	100,00
TEOJAMA	X	X			
CINASCAR	X	X			
AUTOBAHN	X				
AUTOMOTERES Y ANEXOS			X		
BLUE BIRD BOTAR		X			
CHEVROLET		X			
LAVCA	X				
MAVESA	X	X			
NEOHIUNDAI	X				
GERMANMOTORS	X	X			
VOLKSWAGEN		X			
MARESA CENTER		X			
MOTRANSA		X			
DAIHAUTO	X	X			
TOTALES	11	12	1		

Fuente: Encuesta Propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Figura 5. Tipos de vehículo afectados en el precio con la medida



Fuente: Encuesta Propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

El 50% de vehículos de lujo importados se han visto afectados con el aumento de precio a raíz de la medida ya que estos están direccionados a un segmento de compradores de elite donde el precio no es una condicionante pero si la cantidad de vehiculos que existe en el mercado.

Observamos que el siguiente grupo de vehículos más afectado con la medida son los domésticos con un 46% esto es debido a que su precio a aumentado entre un 10% al 30% dependiendo de la marca, este efecto provoca en los compradores prefieran adquirir un vehículo usado ya que este se encuentra en su presupuesto.

Como último caso tenemos que el siguiente tipo de vehículos son los pesados con un 4% son los vehículos pesado pese a que esta medida no les afecta, esto se produce básicamente es por las especificaciones especiales que solicita el cliente.

Pregunta 8. ¿Pese al aumento del costo en los vehículos cuál fue el comportamiento de las ventas en su empresa?

Tabla 14. Comportamiento de las ventas de vehículos.

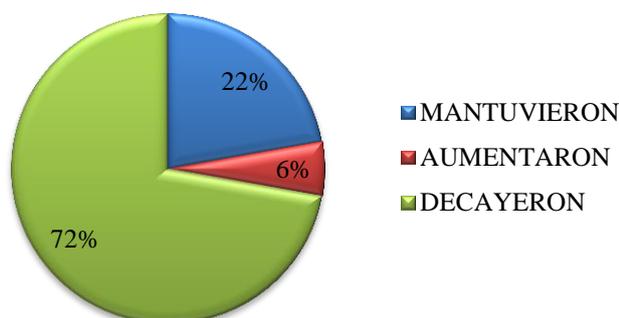
EMPRESAS IMPORTADORAS	MANTUVIERON	AUMENTARON	DECAYERON
CASABACA			X
STARMOTORS	X		
CHINAMOTORS O MECANOSOLVERS			X
AUTOFRANCIA			X
TEOJAMA			X
CINASCAR			X
AUTOBAHN			X
AUTOMOTERES Y ANEXOS	X		
BLUE BIRD BOTAR			X
CHEVROLET			X
LAVCA	X		
MAVESA			X
NEOHIUNDAI	X		
GERMANMOTORS		X	
VOLKSWAGEN			X
MARESA CENTER			X
MOTRANSA			X
DAIHAUTO			X
TOTALES	4	1	13

COMPORTAMIENTO	PORCENTAJE
MANTUVIERON	22,22
AUMENTARON	5,56
DECAYERON	72,22
TOTAL	100,00

Fuente: Encuesta Propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Figura 6. Comportamiento de las ventas



Fuente: Encuesta Propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Como podemos apreciar el 72% de importadores se han visto afectadas sus ventas principalmente por el aumento del precio, falta de variedad en vehículos domésticos y de lujo, otro aspecto es que el presupuesto familiar no es flexible para la compra de un vehículo nuevo, el aumento de vehículos usados también es un aspecto que afecta a los importados ya que sus precios son más asequibles.

El 22% del mercado se ha mantenido, esto se debe a que mucho de los importadores han tenido que afectar su utilidad, reducir los gastos de operación y ventas para no afectar el precio de los vehículos nuevos, y otras empresas han optado por hacer alianzas estratégicas con los fabricantes.

Finalmente el 6% de los importadores no han reducido, sino más bien han aumentado este efecto aparece en los importadores de vehículos pesados como Starmotors, vehículos de trabajo como Hyundai y Chevrolet.

Pregunta 9. ¿De acuerdo a la información que maneja su empresa se ha incrementado la comercialización de vehículos ensamblados en el país?

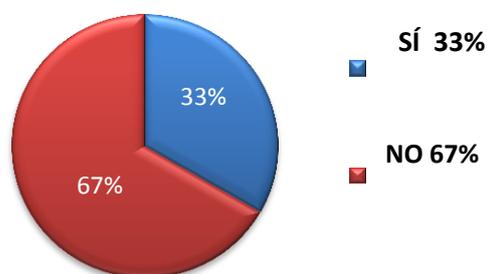
Tabla 15. Incremento de vehículos ensamblados en el país

EMPRESAS IMPORTADORAS	SÍ	NO	DETALLE DE LA PERCEPCIÓN	%
CASABACA		x	SÍ	33,33
STARMOTORS		X	NO	66,67
CHINAMOTORS				
MECANOSOLVERS		X		
AUTOFRANCIA	X			
TEOJAMA		X		
CINASCAR	X			
AUTOBAN		X		
AUTOMOTORES Y ANEXOS		X		
BLUE BIRD BOTAR		X		
CHEVROLET		X		
LAVCA	X			
MAVESA	X			
NEOHIUNDAY	X			
GERMANMOTORS	X			
VOLKSWAGEN		X		
MARESA CENTER		X		
MOTRANSA		X		
DAIHAUTO		X		
TOTALES	6	12		

Fuente: Encuesta Propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Figura 7. Percepción del incremento de ventas de vehículos ensamblados en el país



Fuente: Encuesta propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

El 67% del mercado de importadores tiene una percepción negativa en las ventas de vehículos de ensamble nacional, esto se debe a muchos de estas empresas dependen de la importaciones incluso los que ensamblan vehículos ya que estas empresas necesitan diversidad en el producto al igual que sus precios.

Únicamente vemos que el 33% de los importadores en este caso también están los ensambladores han visto que su mercado ha crecido especialmente por el tipo de vehículos que ofrecen como es el caso de Chevrolet y Mazda, lo que significa que no dependen al 100% del mercado exterior para vender autos en el Ecuador.

2.9 Tabulación de la información obtenida de importadores de televisores.

Pregunta 1. ¿De acuerdo a las medidas implantadas por el COMEX sobre el aumento en el costo de los aranceles a los televisores puede usted señalar porcentualmente cuánto fue el aumento del costo de este electrodoméstico?

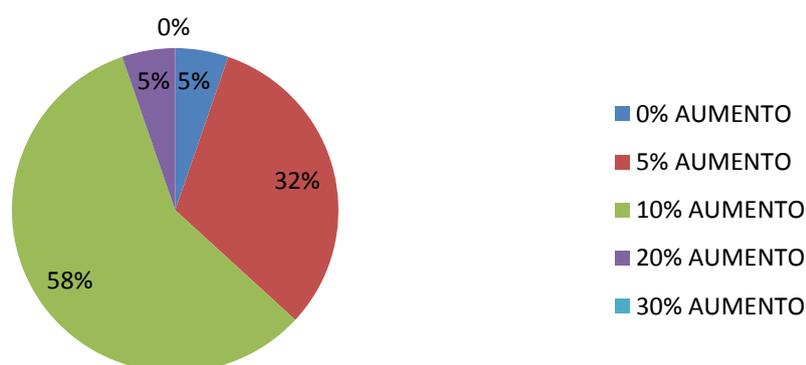
Tabla 16. Aumento del precio del televisor

EMPRESAS IMPORTADORAS	AUMENTO DEL PRECIO DEL TELEVISOR				
	0%	5%	10%	20%	30%
ORBE HOGAR		X			
DITAL MARKET S.A		X			
POINT TECHNOLOGY			X		
COMERCIAL SILVA			X		
MARHOGAR CIA. LTDA,		X			
ELCA			X		
COMPTECO S.A.				X	
CORPORACION JARRIN HERRERA			X		
ALMACENES JAPON		X			
COMANDATO	X				
LA GANGA			X		
PC CORP. IMPORTACIONES			X		
MARCIMEX S.A.		X			
EDJOMY HOGAR			X		
ALMA ESPANA CIA. LTDA.			X		
ECUACOLOR MUNDO DIGITAL		X			
CARTIMEX			X		
ELECTRO GRAN VIA			X		
ELECTRO.S SAN PEDRO S.A.			X		
TOTAL TABULACION	1	6	11	1	

% DE AUMENTO	No.
0% AUMENTO	1
5% AUMENTO	6
10% AUMENTO	11
20% AUMENTO	1
30% AUMENTO	0
TOTAL TABULACION	19

Fuente: Encuesta Propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Figura 8. Aumento del precio del televisor en Quito



Fuente: Encuesta propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

El 5% de los importadores de televisores no a aumentado su precio ya que ofrecen precios competitivos, adicionalmente a esto ellos aprovechan la aplicación de combos e incluso otorgar facilidades de pago a los compradores razón por la cual no se han visto en la necesidad de aumentar el precio de este bien.

Vemos que el 32% de los importadores a aumentado su costo en un 5% ya que este grupo de importadores no tienen la capacidad de brindar combos continuamente para atraer al cliente y evitan el crédito directo por dicen que es muy riesgoso para ellos, por esta razón se ven obligados a subir su precio sin dejar de ser competitivos en el mercado.

Vemos que el 58% de los importadores se han visto en la necesidad de aumentar el precio de los televisores en un 10%, esto se debe a que tienen mucha competencia especialmente del mercado informal.

Finalmente, el 5% de los importadores ha aumentado un 20% el precio de los televisores ya que mucho de ellos no pueden brindar los llamados combos u ofrecer las diversas facilidades de pago lo único que les mantiene a este grupo es la variedad en sus electrodomésticos que importan.

Pregunta 2. De acuerdo a su criterio puede usted señalar cuánto realmente se redujo el nivel de importaciones de televisores de pantalla plana en su empresa.

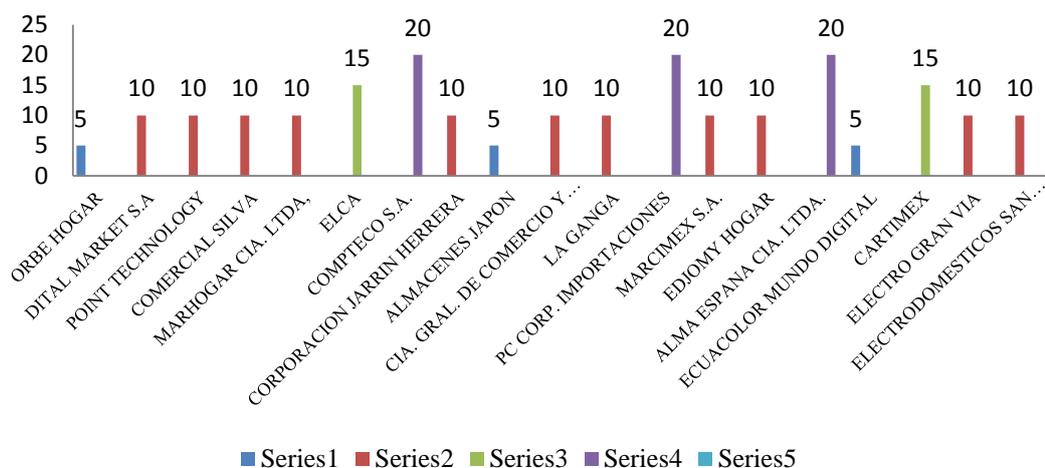
Tabla 17. Reducción de las importaciones de televisores.

EMPRESAS IMPORTADORAS	PORCENTAJES DE DISMINUCIÓN EN LAS IMPORTACIONES				
	5%	10%	15%	20%	30%
ORBE HOGAR	5				
DITAL MARKET S.A		10			
POINT TECHNOLOGY		10			
COMERCIAL SILVA		10			
MARHOGAR CIA. LTDA,		10			
ELCA			15		
COMPTECO S.A.				20	
CORPORACION JARRIN HERRERA		10			
ALMACENES JAPON	5				
CIA. GRAL. DE COMERCIO Y MANDATO		10			
LA GANGA		10			
PC CORP. IMPORTACIONES				20	
MARCIMEX S.A.		10			
EDJOMY HOGAR		10			
ALMA ESPANA CIA. LTDA.				20	
ECUACOLOR MUNDO DIGITAL	5				
CARTIMEX			15		
ELECTRO GRAN VIA		10			
ELECTRODOMESTICOS SAN PEDRO S.A.		10			

Fuente: Encuesta Propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Figura 9. Disminución de las importaciones de televisores



Fuente: Encuesta propia
 Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

En la figura tenemos el 58% de la población de importadores en quito a reducido sus importaciones en un 10% esto se debe a la preferencia que tienen los compradores por los televisores extranjeros, debido a que aún existe desconfianza en la garantía que brinda los televisores de ensamble nacional.

El 11% de los importadores han reducido sus importaciones en un 15% que es lo que esperaba el gobierno nacional y la aduana para inicios del 2013, esto está provocando a que los importadores empiecen a comercializar el televisor de ensamble nacional en especial el SONY bravia.

Miramos que la figura que el 16% de la población de importadores ha reducido en un 20% lo que se traduce a que el mercado informal de televisores se está fortaleciendo sobre este grupo principalmente por la variedad y precio que ofrecen, pese que este grupo ofrezca facilidades de pago o brinde promociones.

Finalmente, tenemos que el 15% de las empresas importadoras encuestadas ha reducido en un 5% sus importaciones esto significa que este grupo no depende del comercio exterior en gran magnitud ya que ellos también pueden comercializar televisores de ensamble nacional, y la importación que hacen es para mantener la variedad de televisores.

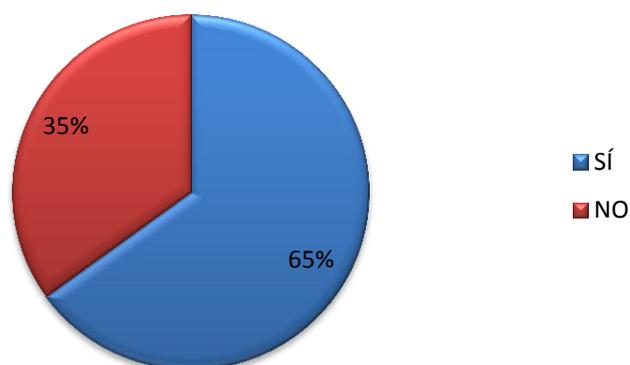
Pregunta 3. ¿Con las medidas restrictivas implantadas por el COMEX y el Gobierno Nacional se vio afectado su nivel de ventas?

Tabla 18. Afectación del nivel de ventas de televisores.

EMPRESAS IMPORTADORAS	SÍ	NO
ORBE HOGAR		NO
DITAL MARKET S.A	SÍ	
POINT TECHNOLOGY	SÍ	
COMERCIAL SILVA	SÍ	
MARHOGAR CIA. LTDA,		NO
ELCA		NO
COMPTECO S.A.	SÍ	
CORPORACION JARRIN HERRERA	SÍ	
ALMACENES JAPON		NO
COMANDATO	SÍ	
LA GANGA	SÍ	
PC CORP. IMPORTACIONES	SÍ	
MARCIMEX S.A.	SÍ	
EDJOMY HOGAR	SÍ	
ALMA ESPANA CIA. LTDA.	SÍ	
ECUACOLOR MUNDO DIGITAL		
CARTIMEX		NO
ELECTRO GRAN VIA	SÍ	NO
ELECTRO. SAN PEDRO S.A.	SÍ	
TOTAL TABULACION	13	7
	SÍ	NO
AFECTACION DEL NIVEL DE VENTAS	65	35

Fuente: Encuesta Propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Figura 10. Afectación del nivel de ventas



Fuente: Encuesta propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Consta en la figura que el 65% de los importadores se han visto afectados con las medidas limitantes, esto se debe principalmente a aspectos como: fronteras muy permeables, importaciones por correo nacional, el aumento del precio del bien en el mercado nacional, la introducción de televisores de ensamble nacional.

Únicamente el 35% de la población de los importadores no se ha visto afectada por las medidas limitantes, porque están ofreciendo facilidades de pago, brindan promociones y otros los importadores también comercializan televisores de ensamble nacional como es la marca SONY.

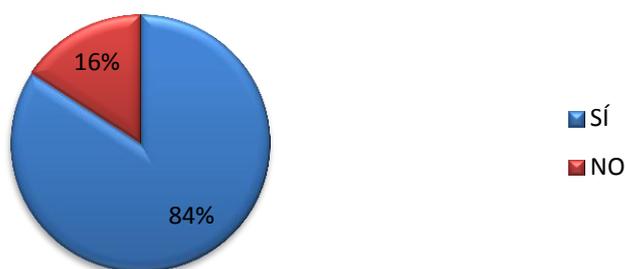
Pregunta 4. ¿Cree usted que con estas medidas restrictivas el poder adquisitivo del consumidor se ve afectado?

Tabla 19. Afectación del poder adquisitivo en los compradores de televisores.

EMPRESAS IMPORTADORAS	SÍ	NO
ORBE HOGAR	SÍ	
DITAL MARKET S.A	SÍ	
POINT TECHNOLOGY		NO
COMERCIAL SILVA	SÍ	
MARHOGAR CIA. LTDA,		NO
ELCA	SÍ	
COMPTECO S.A.	SÍ	
CORPORACION JARRIN HERRERA	SÍ	
ALMACENES JAPON	SÍ	
CIA. GRAL. DE COMERCIO Y MANDATO	SÍ	
LA GANGA	SÍ	
PC CORP. IMPORTACIONES	SÍ	
MARCIMEX S.A.	SÍ	
EDJOMY HOGAR	SÍ	
ALMA ESPANA CIA. LTDA.	SÍ	
ECUACOLOR MUNDO DIGITAL	SÍ	
CARTIMEX		NO
ELECTRO GRAN VIA	SÍ	
ELECTRODOMESTICOS SAN PEDRO S.A.	SÍ	
TOTAL TABULACIÓN	16	4

Fuente: Encuesta propia
 Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Figura 11. Afectación del poder adquisitivo de compra



Fuente: Encuesta Propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

El 84% de la población ha sido afectada con el aumento del precio en los televisores, este aspecto se da principalmente por la escasez de los mismos razón por la cual su valor se eleva, otro aspecto que causa esta limitante es que el presupuesto de la familia está siendo limitado y por esta causa muchas familias buscan algún electrodoméstico sustituto, vemos que las facilidades de pago no son amigables con el comprador así que ellos prefieren esperar temporadas comerciales para adquirir uno.

Únicamente el 16 % de la población no se ve afectado su poder adquisitivo con la medida ya que ellos únicamente les interesa tener el televisor pese a que su costo se haya elevado, por otro lado las facilidades de pago brindadas para atraer más clientes hace que el precio final del televisor no sea oneroso.

Pregunta 5. ¿Con este aumento en los aranceles a los televisores cree que los consumidores preferirán televisores de ensamblado nacional antes de adquirir uno importado?

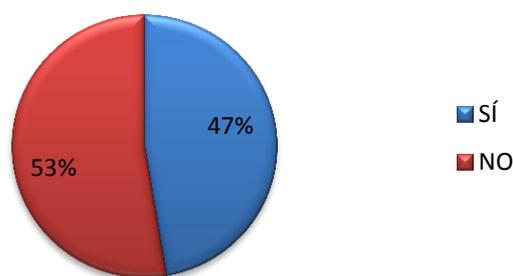
Tabla 20. Percepción de compra de televisores nacionales

EMPRESAS IMPORTADORAS	SÍ	NO
ORBE HOGAR	X	
DITAL MARKET S.A	X	
POINT TECHNOLOGY		X
COMERCIAL SILVA	X	
MARHOGAR CIA. LTDA,	X	
ELCA	X	
COMPTECO S.A.		X
CORPORACION JARRIN HERRERA		X
ALMACENES JAPON		X
CIA. GRAL. DE COMERCIO Y MANDATO		X
LA GANGA		X
PC CORP. IMPORTACIONES		X
MARCIMEX S.A.		X
EDJOMY HOGAR	X	
ALMA ESPANA CIA. LTDA.		X
ECUACOLOR MUNDO DIGITAL		X
CARTIMEX	X	
ELECTRO GRAN VIA	X	
ELECTRODOMESTICOS SAN PEDRO S.A.	X	
TOTAL	9	10

% DE AUMENTO DE TVS. NACIONALES	SÍ	NO
TOTAL TABULACIÓN	45	50

Fuente: Encuesta Propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Figura 12. Porcentajes de aumento de televisores nacionales



Fuente: Encuesta Propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Esta en la figura que el 47% de la empresas importadoras de televisores a percibido un crecimiento en la comercialización de los televisores de ensamble nacional, este efecto se debe a que su precio es menor al de los importados, cumplen las mismas funciones que los televisores de media gama y finalmente es un electrodoméstico sustituto que está ubicándose en el mercado en especial los de marca SONY.

El 53% del mercado en Quito pertenece a los televisores importados esto significa que existe varias brechas que deben solucionar los importadores entre las más principales tenemos: las importaciones informales, los televisores de ensamble nacional, los precios competitivos que existen entre empresas importadoras y productoras de televisores de ensamble nacional, esto ha provocado que se reduzca paulatinamente el porcentaje de participación en el mercado , pronóstico que está esperando la Aduana y el Gobierno Nacional.

Pregunta 6. ¿Qué paso con los costos de operación en su empresa con la medida limitante?

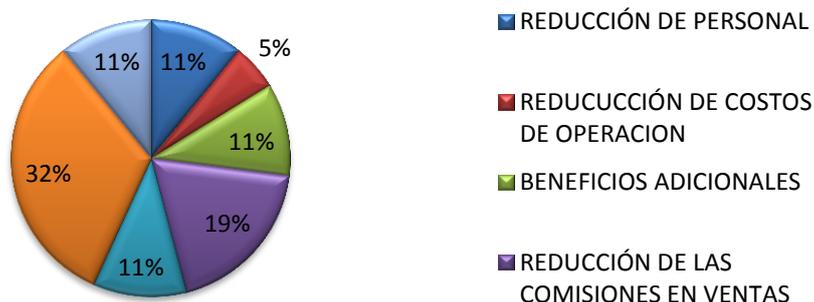
Tabla 21. Afectación de costos de operación en el sector de ventas de televisores

EMPRESAS IMPORTADORAS	REDUCCIÓN DE PERSONAL	REDUCCIÓN DE COSTOS DE OPERACION	BENEFICIOS ADICIONALES	REDUCCIÓN DE COMISIONES	REDUCCIÓN DE CTOS. PUBLICITARIOS	REDUCCIÓN DE MARGEN DE UTILIDAD	NINGUN COSTO
ORBE HOGAR							X
DITAL MARKET S.A				X	X		
POINT TECHNOLOGY							X
COMERCIAL SILVA						X	
MARHOGAR CIA. LTDA,						X	
ELCA				X	X	X	
COMPTECO S.A.	X	X		X		X	
CORPORACION JARRIN HERRERA	X		X	X			
ALMACENES JAPON						X	
COMANDATO							X
LA GANGA	X	X					
PC CORP. IMPORTACIONES						X	
MARCIMEX S.A.			X	X		X	
EDJOMY HOGAR					X	X	
ALMA ESPANA CIA. LTDA.	X		X	X		X	
ECUACOLOR MUNDO DIGITAL						X	
CARTIMEX					X	X	
ELECTRO GRAN VIA			X	X		X	
ELECTRO SAN PEDRO S.A.							X
	4	2	4	7	4	12	4

Fuente: Encuesta Propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Figura 13. Costos afectados con la medida restrictiva



Fuente: Encuesta Propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

En la siguiente figura vemos que las medidas limitantes han ocasionado que ciertos costos hayan sido reducidos o afectados de la siguiente manera:

El 11% de las empresas importadoras para mermar el aumento del precio por las limitantes han tenido que afectar los costos de sueldo y salarios lo que significa que han reducido personal.

El 5% de las empresas han afectado sus costos de operación es decir tratar de reducir los costos de importación.

El 11% de las empresas han eliminado de sus gastos el transporte a empleados, comisariato, servicios de telefonía celular.

El 19% de las empresas han reducido el nivel de comisiones por ventas

Otro costo afectado en el 11% de las empresas es que el nivel de cuñas publicitarias.

El 32% de las empresas importadoras y comercializadoras se han visto en la necesidad de afectar su nivel de rentabilidad por cada televisor que sale a la venta.

Únicamente el 11% de las empresas importadoras han decidido no afectar ninguno de sus costos de operación y comercialización para no dejar de ser competitivos en el mercado nacional.

Pregunta 7. ¿Con esta medida de restricción que dimensión de televisores fue la más afectada?

Tabla 22. Dimensión de televisores más afectados con la medida.

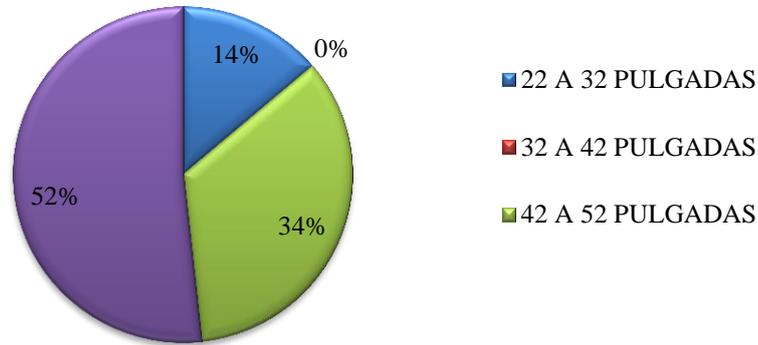
EMPRESAS IMPORTADORAS	22 A 32 PULGADAS	32 A 42 PULGADAS	42 A 52 PULGADAS	52 PULGADAS EN ADELANTE
ORBE HOGAR				X
DITAL MARKET S.A				X
POINT TECHNOLOGY			X	X
COMERCIAL SILVA	X			
MARHOGAR CIA. LTDA,				X
ELCA			X	
COMPTECO S.A.	X			
CORPORACION JARRIN HERRERA			X	X
ALMACENES JAPON			X	X
CIA. GRAL. DE COMERCIO Y MANDATO				X
LA GANGA			X	X
PC CORP. IMPORTACIONES			X	X
MARCIMEX S.A.	X			
EDJOMY HOGAR				X
ALMA ESPANA CIA. LTDA.			X	X
ECUACOLOR MUNDO DIGITAL			X	X
CARTIMEX	X			X
ELECTRO GRAN VIA			X	X
ELECTRODOMESTICOS SAN PEDRO S.A.			X	X
TOTAL	4		10	15

TAMAÑO MAS AFECTADO DE TV.	%
22 A 32 PULGADAS	13,79
32 A 42 PULGADAS	0
42 A 52 PULGADAS	34,48
52 PULGADAS EN ADELANTE	51,72

Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Figura 14. Tamaño de televisores afectados con la medida



Fuente: Encuesta Propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

El 52% de los televisores de 50 pulgadas se ven afectados con la medida esto se debe a su tamaño lo que se traduce en el precio entre más grande su valor se eleva, por esta razón que muchos de los importadores prefieren traer televisores de tamaño comercial o transferir parte del cupo de este tipo de televisores a los que se comercializan de mejor manera.

Vemos que los televisores de 42 a 52 pulgadas también se ven afectados con las medidas limitantes en un 34% lo que significa que el mercado de compradores prefieren televisores de menor tamaño, principalmente por el precio, el margen de utilidad no es igual que al de años anteriores.

Otro tamaño de televisores son afectados con la medida en un 14% con los de tamaño pequeño esto se debe principalmente a la afectación en las utilidades los importadores su margen es mucho menor, este tipo de televisor es de gama media razón por la cual el comprador no se encuentra atraído por este electrodoméstico sea por precio o por la tecnología básica que poseen.

Finalmente, tenemos los televisores entre 32 a 42 pulgadas no se encuentra afectado ya que es el más comercial ya que se encuentra dentro del presupuesto familiar, adicionalmente sus características tanto como el tamaño lo hacen más atractivo para el comprador.

Pregunta 8. ¿En su empresa que marca de televisor más se comercializa?

Tabla 23. ¿Qué marca de televisor fue más afectada?

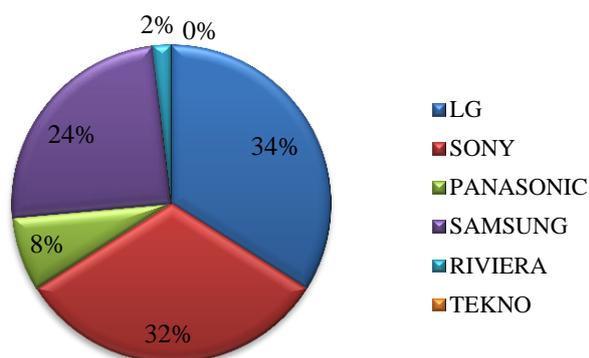
EMPRESA IMPORTADORA	LG	SONY	PANASONIC	SAMSUNG	RIVIERA	TEKNO
ORBE HOGAR	X	X		X		
DITAL MARKET S.A	X	X		X		
POINT TECHNOLOGY	X			X		
COMERCIAL SILVA		X				
MARHOGAR CIA. LTDA,	X	X		X		
ELCA	X	X	X	X		
COMPTECO S.A.	X	X				
CORPORACION JARRIN HERRERA	X	X		X		
ALMACENES JAPON	X	X		X		
COMANDATO	X	X		X		
LA GANGA	X	X	X	X		
PC CORP. IMPORTACIONES	X	X		X		
MARCIMEX S.A.	X		X	X		
EDJOMY HOGAR	X	X			X	
ALMA ESPANA CIA. LTDA.	X	X		X		
ECUACOLOR MUNDO DIGITAL	X	X				
CARTIMEX	X	X		X		
ELECTRO GRAN VIA	X	X				
ELECTRO SAN PEDRO S.A.	X	X	X			
TOTAL	18	17	4	13	1	

MARCA DE TELEVISOR	PORCENTAJE
LG	33,96
SONY	32,08
PANASONIC	7,55
SAMSUNG	24,53
RIVIERA	1,89
TEKNO	0,00

Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Figura 15. Marca de televisor más comercializado



Fuente: Encuesta propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

El televisor LG es el más comercial con un 34% participación en el mercado esto se debe a sus características tecnológicas así como su garantía que brinda la marca al comprador, por esta razón es la marca número uno de televisores pantalla plana en Quito.

Con un 32% de preferencia tenemos al televisor SONY de ensamble nacional, el mismo que se posiciona como la segunda marca más comprada por razones como: precio, garantía, trayectoria dentro del mercado, estos son los beneficios que ofrece este y lo que lo hace muy competitivo dentro del grupo de marcas que se comercializa en el mercado.

El 24% de preferencia lo tiene el Samsung pese a que brinda características similares como en LG y SONY, los consumidores lo posicionan en un tercer lugar de televisor más comprado dentro del mercado nacional.

Finalmente, tenemos a las marcas como es Panasonic con un 8% que de acuerdo a los importadores la marca está desapareciendo porque no existe un centro de servicio técnico dentro del país lo que provoca en el consumidor desconfianza, con respecto a la marca Riviera con un 2% es una marca que se está introduciendo al mercado, además que su garantía no brinda seguridad al comprador, son causas que su participación en el mercado sea mínima.

Pregunta 9. ¿Cuál fue el comportamiento de las ventas luego de las medidas implantadas por el COMEX?

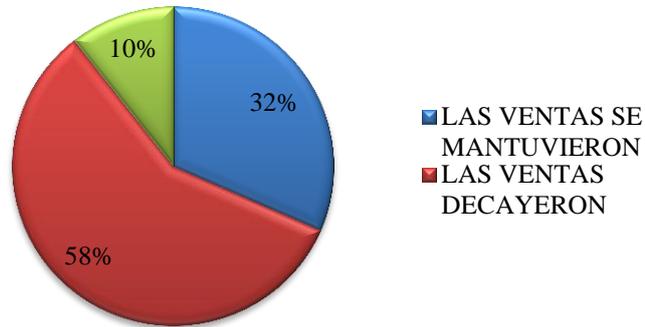
Tabla 24. Comportamiento de las ventas de televisores

EMPRESA IMPORTADORAS	MANTUVIERON	DECAYERON	AUMENTARON
ORBE HOGAR	X		
DITAL MARKET S.A	X		
POINT TECHNOLOGY	X		
COMERCIAL SILVA		X	
MARHOGAR CIA. LTDA,			X
ELCA			X
COMPTECO S.A.		X	
CORPORACION JARRIN HERRERA		X	
ALMACENES JAPON	X		
CIA. GRAL. DE COMERCIO Y MANDATO		X	
LA GANGA		X	
PC CORP. IMPORTACIONES		X	
MARCIMEX S.A.		X	
EDJOMY HOGAR		X	
ALMA ESPANA CIA. LTDA.		X	
ECUACOLOR MUNDO DIGITAL	X		
CARTIMEX		X	
ELECTRO GRAN VIA	X		
ELECTRODOMESTICOS SAN PEDRO S.A.		X	
TOTAL	6	11	2

COMPORTAMIENTO DE LAS VENTAS	%
LAS VENTAS SE MANTUVIERON	31,58
LAS VENTAS DECAYERON	57,89
LAS VENTAS AUMENTARON	10,53
COMPORTAMIENTO DE LAS VENTAS	%

Fuente: Encuesta propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Figura 16. Comportamiento de la venta con la medida restrictiva



Fuente: Encuesta Propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

El 58% de las ventas en el mercado de televisores de pantalla plana se ha visto afectada principalmente por las importaciones informales, ya que nuestra frontera es muy permeable, las ventas por internet a menor costo en sitios como mercado libre, el comercio informal como es en el centro de la ciudad Ipiales.

Vemos en la figura que el 32% de las ventas se han mantenido, esto efectos se da principalmente en empresas que manejan promociones, entregan combos y facilitan el pago a los comprados, estas son unas técnicas que atraen la atención del cliente.

Finalmente, el 10% han aumentado sus ventas es porque manejan bien su publicidad además que sus ofertas y principalmente tienen variedad de televisores de acuerdo a la necesidad de sus clientes.

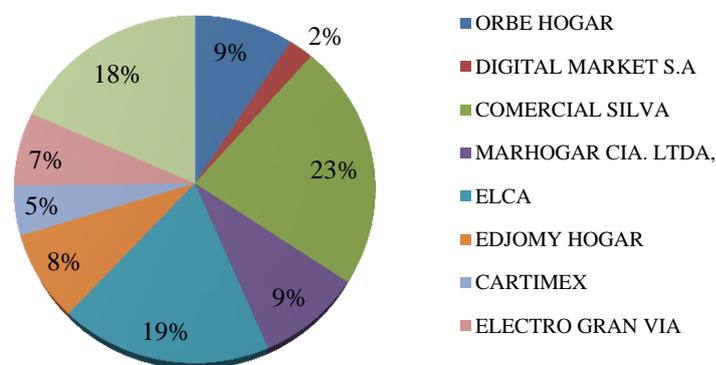
Pregunta 10. ¿De acuerdo a la información que maneja su empresa, se ha incrementado la comercialización de televisores ensamblados en el país?

Tabla 25. Percepción del aumento de televisores ensamblados en el país.

EMPRESAS IMPORTADORAS	PORCENTAJE
ORBE HOGAR	9%
DITAL MARKET S.A	2%
COMERCIAL SILVA	23%
MARHOGAR CIA. LTDA,	9%
ELCA	18%
EDJOMY HOGAR	8%
CARTIMEX	5%
ELECTRO GRAN VIA	7%
ELECTRO SAN PEDRO S.A.	18%

Fuente: Encuesta propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Figura 17. Porcentaje de aumento en la venta de televisores de ensamble nacional



Fuente: Encuesta propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Como vemos en la figura los las empresas que comercializan más televisores de ensamble nacional son las que se encuentran en el centro de la ciudad ya que ellos principalmente promueven la venta de los televisores Prima, Tekno y Sony la siguientes empresas son: Comercial Silva con un 23%, Marhogar con un 9%, Elca con un 19%, Electro San Pedro con un 18%, Edjomy Hogar con un 8%, esto

significa que los compradores están adquiriendo televisores de las marcas antes mencionadas principalmente por el precio y por las características que tienen para satisfacer al cliente pese a que sean nuevas excepto por Sony.

Con respecto a los Centros Comerciales empresas como Orbe hogar con un 9%, Cartimex con un 5%, son las empresas que comercializan más con la marca Sony excepto Digital Market que comercializan las tres marcas Prima, Tekno, Riviera y Sony con un 2%.

Finalmente a empresas que operan en las urbe tenemos a Electro la Gran Vía con un 7% de aumento de ventas en los que es televisores de ensamble nacional en especial Sony, Tekno y Riviera marcas más aceptadas por las características que brindan y por ser bienes sustitutos de marcas como LG y Samsung que son marcas que lideran en el mercado nacional.

2.10 Tabulación de la información obtenida de importadores de celulares

Pregunta 1. De acuerdo a las medidas implantadas por el COMEX sobre la limitación de cupos en los celulares señale porcentualmente cuanto fue el aumento del bien en este bien:

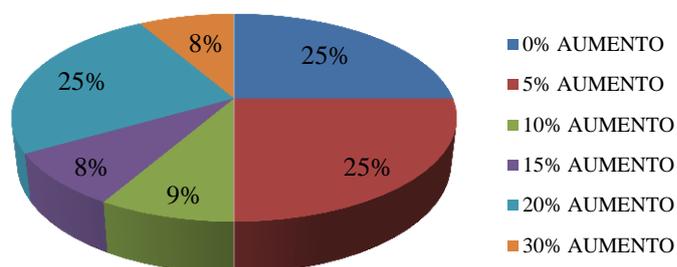
Tabla 26. Aumento del costo de los celulares en el país.

EMPRESAS	0%	5%	10%	15%	20%	30%
BARLOGIC BARRERA Y ASOCIADOS S.A					X	
HUAWEI TECHNOLOGIES C. LTDA.				X		
CNT		X				
COMSATEL S.A.		X				
CREVALTEC					X	
VIRT CORPORATION S.A.			X			
COMTECO IMPORTS. S.A.	X					
INTCOMEX S.A.					X	
POINT TECHNOLOGIES						X
OTECCEL S.A.	X					
ZTE CORPORATION		X				
HTM	X					
TOTAL	3	3	1	1	3	1

Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Figura 18. Aumento del precio celular



Fuente: Encuesta propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

El 25% de importadores no ha aumentado el precio del bien en empresas operadoras como Claro, Movistar y Cnt las mismas que controlan el mercado por el servicio que ofertan, por esta razón el precio del equipo es más cómodo que otros lugares.

El 25% del mercado tuvo que ajustar los precios de los celulares en un 5% por los efectos de la medida limitante, por esta razón los importadores afectaron un porcentaje para recuperar su utilidad.

De igual manera el 9% a aumentado el precio de los celulares en un 10% al igual que otro 8% del mercado aumentó un 15%, esto significa que la medida se está sintiendo en mayor magnitud en el 18% del mercado es porque esta empresa no realizan promociones ni venden servicios telefónicos.

Vemos que el 25% del mercado aumentado el valor del celular en un 20% básicamente porque no importan la misma cantidad que importaban en años anteriores, esto provoca que exista desinterés en los compradores ya que no existe una gama variada de celulares.

Vemos que el 8% de la población de importadores de celulares a aumentado el precio en los celulares en un 30% porque se ven afectados por la variedad en el precio, el contrabando y paginas como mercado libre que les está reduciendo la participación en el mercado.

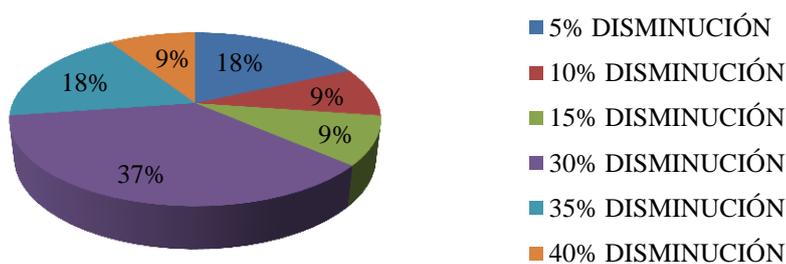
Pregunta 2. De acuerdo con la información que mantiene en su empresa puede señalar cuánto realmente se redujo el nivel de importaciones de celulares en su empresa.

Tabla 27. Reducción de importación en los celulares.

EMPRESAS	5%	10%	15%	20%	30%	35%	40%
BARLOGIC BARRERA Y ASOCIADOS S.A					X		
HUAWEI TECHNOLOGIES C. LTDA.							X
CNT				X			
COMSATEL S.A.	X						
CREVALTEC						X	
VIRT CORPORATION S.A.					X		
COMTECO IMPORTS. S.A.						X	
INTCOMEX S.A.					X		
POINT TECHNOLOGIES			X				
OTECEL S.A.		X					
ZTE CORPORATION	X						
HTM					X		
TOTAL	2	1	1	1	4	2	1

Fuente: Encuesta propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Figura 19. Disminución del nivel de importación



Fuente: Encuesta propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

En la figura podemos observar que el 18% del mercado han reducido sus importaciones en un 5% en las empresas Comsatel y Zte Corporation porque son empresas que importan teléfonos chinos y parte de su cupo ceden a operadoras grandes.

El 9% del grupo de empresas han reducido a 10% sus importaciones, este es el caso de Otecel, ya que son empresas que dependen de la venta de celulares tecnológicos ya que el servicio que prestan necesita de un equipo de alta gama.

En el caso de Point technologies también a reducido sus importaciones en un 15% y en participación en el mercado es el 9% ya que esta empresa depende de las importaciones de tecnología tanto de celulares, tablets y ordenadores fijos y portátiles.

Vemos que el 8% de importadores han reducido en un 20% sus importaciones esto significa que también dependen de la tecnología importada, efecto que les exige el mercado para llamar la atención de los clientes.

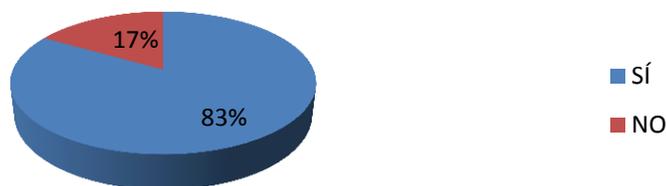
Como podemos notar en la figura que el 37% de las empresas importadoras han reducido sus importaciones en un 30% principalmente porque su negocio depende a más del 100% de la importación, esto ha provocado que su oferta sea mucho menor a la demanda generando escases.

El 18% de empresas importadoras han reducido en su nivel de ventas en un 35%, esto es producido porque venden teléfonos de manera independiente y sus precios no son competitivos, a más del contrabando existente en el país.

Finalmente, vemos que el 9% de las empresas importadoras se han visto afectado con el 45% de la reducción de las importaciones como es el caso Huawei empresa que está introduciendo al mercado teléfonos y se ven afectados por desconocimiento que tienen los consumidores sobre la marca.

Pregunta 3.- Con las medidas restrictivas implantadas por el COMEX y el Gobierno Nacional se vio afectado su nivel de ventas.

Figura 20. Afectación del nivel de ventas



Fuente: Encuesta propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Vemos que el 83% del mercado se ha visto afectado con la medida limitante, principalmente porque el nivel de unidades se ha visto reducido, la aparición de celulares de ensamble nacional, su precio es realmente bajo con relación a los importados, otro aspecto es que afecta al nivel de ventas es el contrabando que proviene de fronteras colombianas, todos estos aspectos afectan a la gran mayoría de importadores porque pueden competir con precios por debajo de la media.

El 17% de los importadores no se ve afectado por que hay operadoras como Otecel que ofrecen sus equipos disfrazando por el servicio que prestan efecto que no percibe el cliente, el caso de ZTE empresa que no importa celulares sino que importa placas únicamente para reparación de los mismos y Crevaltec que es ensambladora y esta importa partes para armar la medida no les afecta ya que proviene por CKD.

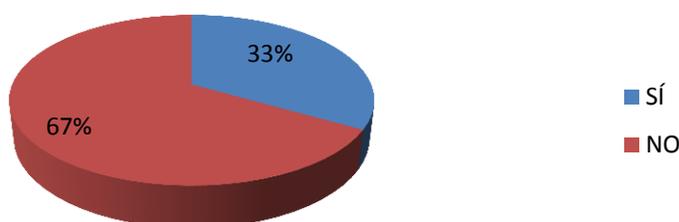
Pregunta 4.- Cree usted que con estas medidas restrictivas el poder adquisitivo del consumidor se ve afectado.

Tabla 28. Afectación del poder adquisitivo al momento de comprar un celular

EMPRESAS	SÍ	NO
BARLOGIC BARRERA Y ASOCIADOS S.A	X	
HUAWEI TECHNOLOGIES C. LTDA.	X	
CNT		X
COMSATEL S.A.		X
CREVALTEC		X
VIRT CORPORATION S.A.	X	
COMTECO IMPORTS. S.A.	X	
INTCOMEX S.A.		X
POINT TECHNOLOGIES		X
OTECEL S.A.		X
ZTE CORPORATION		X
HTM		X
TOTAL	4	8

Fuente: Encuesta propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Figura 21. Afectación poder adquisitivo



Fuente: Encuesta propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Vemos que en el figura anterior que el 67% del poder adquisitivo de los compradores no se ve afectado, esto se produce básicamente porque la población se ha generado una necesidad de comunicación, además que muchos compradores no fijan su atención en el precio sino de las bondades que ofrece el equipo, las facilidades de financiamiento que ofrecen los comercializadores y operadoras son atractivas para los clientes.

Vemos que el 33% de los compradores se ve afectado al momento de adquirir un celular principalmente porque el presupuesto de algunas familias o personas no son

lo suficientemente flexibles principalmente por su alto precio prefieren comprar el celular de ensamble nacional.

Pregunta 5. Con esta limitación de cupos implantada a los celulares cree usted que se podrá comercializar celulares ensamblados en el país.

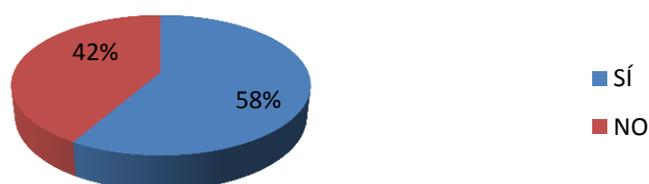
Tabla 29. Percepción de aumento en las ventas de celulares ensamblados en el país.

EMPRESAS	SÍ	NO
BARLOGIC BARRERA Y ASOCIADOS S.A	X	
HUAWEI TECHNOLOGIES C. LTDA.	X	
CNT		X
COMSATEL S.A.		X
CREVALTEC	X	
VIRT CORPORATION S.A.	X	
COMTECO IMPORTS. S.A.	X	
INTCOMEX S.A.		X
POINT TECHNOLOGIES	X	
OTECCEL S.A.	X	
ZTE CORPORATION		X
HTM		X
TOTAL	7	5

Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Figura 22. Percepción del aumento de la producción nacional



Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

En el 58% de la población encuestada tiene una percepción que aumentara la producción nacional, estos teléfonos de tecnología básica se han introducido de buena forma en el mercado debido a su bajo precio y características de conexión a redes sociales, siendo los más populares para los compradores en la ciudad de Quito.

En contraparte a esta percepción tenemos que un 42% de la población cree que no aumentara la producción nacional, debido a que las industrias ensambladoras tienen tecnología limitada de ensamblaje y el producto que generan es de baja calidad y no brindan garantía.

Pregunta 6. Qué pasó con los costos de operación de su empresa.

Tabla 30. Costos de operación afectados en las empresas importadoras de celulares.

EMPRESAS	RED. PERSONAL	RED. CTOS OPERACIÓN	E. BENEFICIOS	RED. COMISIONES VTAS	RED. PROMOCION	RED. UTILIDAD
BARLOGIC						
BARRERA Y ASOCIADOS S.A				X	X	
HUAWEI TECHNOLOGIES C. LTDA.	X			X	X	
CNT		X				
COMSATEL S.A.				X		
CREVALTEC				X		
VIRT CORPORATION S.A.		X			X	X
COMTECO IMPORTS. S.A.			X	X		X
INTCOMEX S.A.				X		
POINT TECHNOLOGIES						
OTECEL S.A.		X				X
ZTE CORPORATION		X				
HTM				X		
TOTAL	1-5%	4-21%	1-5%	7-37%	3-16%	3-16%

Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

En la figura podemos observar que el 5% de las empresas importadoras han decidido reducir su personal, porque necesitan optimizar recursos para no inflar los costos de personal y no traducir el aumento a los compradores.

Vemos que el 21% la población de importadores de celulares a optado por reducir los costos de operación principalmente en las importaciones.

El 5% de los importadores han optado por eliminar los beneficios adicionales en especial los de comisariato, transporte, o tratar de cubrir una parte para reducir este costo.

Vemos que el 37% de las empresas han reducido el porcentaje de comisiones en ventas este efectos es negativo en el área laboral en especial en el área comercial.

Vemos que el efecto de la publicidad en el grupo de encuestados ha reducido en un 16% efecto negativo en una parte porque no están llegando a promocionar los diferentes tipos de celulares que ofrecen, esta medida ha sido analizada para tratar de reducir el impacto que puede causar el aumento del costo en los compradores.

Otras empresas han optado por reducir su rentabilidad por unidad vendida este grupo conforma el 16% de la población de importadores, esta medida ha sido adoptada con el fin de regular de alguna manera el precio final del celular sin dejar de obtener ganancia.

Pregunta 7. Dentro de la comercialización de su empresa y de acuerdo a su conocimiento cuáles fueron los celulares que tuvieron más afectación con esta medida.

Tabla 31. Cuáles fueron los celulares más afectados con la medida.

EMPRESAS	CELULARES BÁSICOS	CELULARES TEC. MEDIA	CELULARES SMART
BARLOGIC BARRERA Y ASOCIADOS S.A	X	X	X
HUAWEI TECHNOLOGIES C. LTDA.	X		
CNT	X		
COMSATEL S.A.			
CREVALTEC	X	X	X
VIRT CORPORATION S.A.	X		
COMTECO IMPORTS. S.A.	X		
INTCOMEX S.A.			X
POINT TECHNOLOGIES			X
OTECCEL S.A.	X		
ZTE CORPORATION		X	
HTM		X	
TOTAL	7-46%	4-27%	4-27%

Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Vemos en el cuadro anterior que la medida ha afectado a celulares principalmente básicos con un 46%, efecto que es dado por que los cambios de tecnología continuos que existe a nivel mundial, de acuerdo a estudios realizados por NOKIA un celular tendrá una vida útil aproximadamente de seis meses.

Vemos que los de tecnología media se ven afectados en un 27% efecto dado de igual manera que el caso anterior por los avances tecnológicos, estos equipos se ven menos afectados porque cumplen los requerimientos básicos para el usuario como es conexión a redes sociales, música y tomar fotos.

Vemos que el 27% de celulares Smart o de alta gama son afectados principalmente por su alto costo y por su escasas en el mercado, lo positivo de estos equipos es que cumplen con todas las necesidades que desean obtener los compradores.

Pregunta 8. De acuerdo a la información que maneja su empresa, se ha incrementado la comercialización de celulares ensamblados en el país.

Tabla 32. Percepción del aumento de las ventas de celulares ensamblados en el país.

EMPRESAS	0%	3%	10%	30%
BARLOGIC BARRERA Y ASOCIADOS S.A			X	
HUAWEI TECHNOLOGIES C. LTDA.	X			
CNT	X			
COMSATEL S.A.	X			
CREVALTEC		X		
VIRT CORPORATION S.A.				X
COMTECO IMPORTS. S.A.			X	
INTCOMEX S.A.	X			
POINT TECHNOLOGIES				X
OTECEL S.A.	X			
ZTE CORPORATION	X			
HTM				X
TOTAL	6-50%	1-8%	2-17%	3-5%

Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

El 50% de las empresas no han aumentado la comercialización de celulares de ensamble nacional, esto es debido a que son empresas grandes con mercado en el país y que basan su comercialización en productos importados.

El 8% de las empresas encuestadas aumento en un 3% la comercialización de equipos de producción nacional, nuevas marcas ensambladas en el país se van introduciendo en el mercado nacional para que el mismo no este surtido de teléfonos importados.

El 17% de la población dice que aumentó las ventas de teléfonos de producción nacional en un 10% estas empresas ya experimentan un aumento significativo en la demanda de teléfonos básicos y media gama de fabricación nacional lo que es beneficioso para el mercado nacional, ya que la medida de alguna manera esta supliendo ese desabastecimiento de equipos.

Un sorprendente 27% de la población nos indica que han aumentado sus ventas de teléfonos celulares de fabricación nacional en un 30% esto debido a que han tenido estos teléfonos buena aceptación por sus precios bajos y por la accesibilidad que tiene a redes sociales, cámara, mp3 lo que los hace más atractivos para el comprador.

Pregunta 9.- Cree usted que la limitación de a la importación de celulares incentivará al reciclaje.

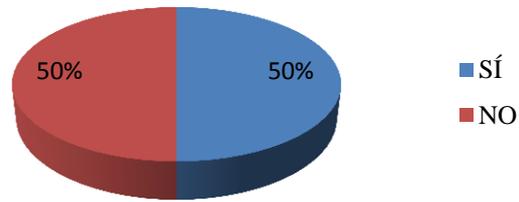
Tabla 33. Grupo de importadores que mantiene un plan de reciclaje.

EMPRESAS	SÍ	NO
BARLOGIC BARRERA Y ASOCIADOS S.A		X
HUAWEI TECHNOLOGIES C. LTDA.		X
CNT	X	
COMSATEL S.A.		X
CREVALTEC		X
VIRT CORPORATION S.A.	X	
COMTECO IMPORTS. S.A.	X	
INTCOMEX S.A.		X
POINT TECHNOLOGIES		X
OTECEL S.A.	X	
ZTE CORPORATION	X	
HTM	X	
TOTAL	6	6

Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Figura 23. Incentivo al reciclaje



Fuente: Encuesta propia
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Vemos en la figura que del total de los encuestados opinó que el 50% de los compradores se están incentivando para tomar medidas ecológicas que es la de hacer planes de reciclaje de celulares a nivel nacional, existen diversas campañas la principal es la de ofrecer tiempo aire gratis a cambio de un celular usado, esto ha llamado la atención de la población al reciclaje con el fin de reducir el porcentaje de basura electrónica que genera no solo Quito sino el Ecuador entero.

Vemos que el 50% de la empresas opina que no están incentivadas a reciclar celulares usados, porque ellos opinan que la gente necesita incentivos como: tiempo aire, recibir celulares usados como parte de pago par un celular nuevo, estas opciones son las únicas que promoverán en gran escala a que la población se interese por el reciclaje.

Pregunta 10.- Su empresa tiene un plan de reciclaje de celulares.

Tabla 34. Plan de reciclaje de teléfono en el país.

EMPRESAS	SÍ	NO
BARLOGIC BARRERA Y ASOCIADOS S.A	X	
HUAWEI TECHNOLOGIES C. LTDA.	X	
CNT	X	
COMSATEL S.A.		X
CREVALTEC	X	
VIRT CORPORATION S.A.	X	
COMTECO IMPORTS. S.A.		X
INTCOMEX S.A.	X	
POINT TECHNOLOGIES		X
OTECEL S.A.	X	
ZTE CORPORATION	X	
HTM	X	
TOTAL	9	3

Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Vemos que el 75% de importadores ya cuenta con un plan de reciclaje, esta medida es obligatoria en toda empresa importadora de estos equipos, razón por la cual tendrán que promover el reciclaje en todos los sectores ya que por cada 2.5 celulares podrán importar uno lo que es beneficioso para que aumente su nivel de importaciones

Vemos que el 25% de la población está en proceso de empezar un plan de reciclaje, otros no, ya que carecen de fondos para elaborar una campaña para incentivar a la población al reciclaje.

Pregunta 11.- Conoce usted cuántos celulares son reciclados en su empresa.

Tabla 35. Número de teléfonos celulares ensamblados hasta el momento en el país.

EMPRESAS	NÚMERO
BARLOGIC BARRERA Y ASOCIADOS S.A	3000
HUAWEI TECHNOLOGIES C. LTDA.	800
CNT	8000
COMSATEL S.A.	0
CREVALTEC	30
VIRT CORPORATION S.A.	210
COMTECO IMPORTS. S.A.	0
INTCOMEX S.A.	0
POINT TECHNOLOGIES	0
OTECEL S.A.	8000
ZTE CORPORATION	500
HTM	12000
TOTAL	32540

Fuente: Encuesta Propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

CAPÍTULO 3

INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1 Análisis del comportamiento de la oferta de vehículos, celulares, televisores pantalla plana después de la medida tomada por la Aduana y Gobierno Nacional.

3.1.1 Análisis de las estrategias que se están empleando para remediar las limitantes implantadas en las importaciones de vehículos.

Figura 24. Estrategias empleadas por los importadores de vehículos para remediar las medidas limitantes.



Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Importar vehículos exonerados. dentro de las estrategias de más aceptación es la de importar vehículos exonerados como nos contaron el 29% de las empresas encuestadas, están importando: camiones, camionetas y taxis, estos dos últimos pese a que tienen una limitante en sus cupos, las importadoras pretenden realizar convenios con el Gobierno Nacional para dar mayor apertura al Plan Renova el cual se refiere a cambiar tanto las unidades que trabajan como taxis, y de igual manera a los que trabajan haciendo fletes de carga, cambiarlos por unidades nuevas para la prestación de un mejor servicio y brindando mayor seguridad a la comunidad, este tipo de convenios son beneficiosos para los importadores ya que se amparan en la RESOLUCIÓN 65 del COMEX el cual dicta que serán exonerados de este tipo de limitante los que se unan al Plan Renova, por otro lado tenemos los camiones estos también están cubiertos por esta resolución, en la resolución 51 que son libre de cupo

los importadores que importen equipo caminero entre estos están los camiones, volquetas e incluso los de transporte de personas

Facilidades de pago. otras de las estrategias que están manejando los importadores es la atracción de clientes con más facilidades de pago, el 18% de las empresas encuestadas han adoptado esta estrategia, una de las empresas es Chinamotors nos comentó que las facilidades de crédito se habían hecho mucho más flexibles para los compradores ya que el banco no es el único medio, sino que ellos habían tomado una nueva modalidad como es el crédito directo, este tipo de crédito es mucho más fácil y es similar al que utiliza Artefacta, lo negativo de este medio como nos comentaba el funcionario del departamento comercial de esta importadora era que el costo del vehículo aumentaba, pero el crédito se otorgaba mucho más rápido y sin mucho papeleo como el que acostumbra el banco, lo positivo del crédito del banco es que el costo del vehículo era mucho menor, y nos aclararon que este tipo de crédito personal es más utilizado entre las personas que mantienen un negocio propio e incluso las personas que realizan actividades de comercio informal.

Negociaciones directas con el fabricante. El 13% de las empresas encuestadas han tomado este tipo de estrategias, las cuales son más técnicas y se las realiza únicamente entre empresa que manejan directamente la marca como se realiza en Automotores y Anexos que mantiene exclusividad en la marca NISSAN, este tipo de estrategia servirá para que las empresa se mantengan líderes dentro del Rankin de vehículos más comprados sin que esto tenga que aumentar el costo del mismo y se popularice la marca.

Buscar nuevas marcas de vehículos. de acuerdo a las encuestas aplicadas, el 13% de las empresas están buscando traer nuevas marcas al mercado, lo que nos llamó la atención es que muchas de las empresas importadoras de vehículos buscaban nuevas marcas en especial las empresas que comercializan vehículos chinos ya que ellos carecían de variedad y no tenían vehículos de lujo o vehículos familiares, este tipo de empresas se dedicaban únicamente a la venta de vehículos de trabajo como: furgonetas, vehículos para taxi, camiones y finalmente buses.

Finalmente lo que provoca la medida en las empresas importadoras es que la variedad sea limitada y cueste más de lo normal es por esta razón que toman la medida de traer nuevas marcas de vehículos con las que se puedan satisfacer al mercado con más variedad tanto en modelos como en precios.

Descuentos. El 11% las empresas encuestadas usan este tipo de estrategia, la que no es tan popular, porque si se realiza un descuento se está afectando directamente a la utilidad de la unidad que están vendiendo al mercado, pero existen ciertas empresas como es el ejemplo de Autofrancia que comercializa Peugeot, esta empresa lo que hace es tomarse el 1% de su utilidad para enviarla al descuento con el fin de no perder a la clientela.

Exhibiciones. El 5% de empresas utilizan esta estrategia ya que una exhibición al público a más de tener un costo de por medio, afectaría más a la economía de la empresa es por esta razón que no usan esta estrategia para vehículos convencionales o domésticos, porque son los que comúnmente se ven transitando en las calles, es usada esta estrategia únicamente cuando hay un vehículo que revolucionaría el mercado como son los híbridos o los vehículos Smart con el fin de dar a conocer al público lo nuevo posee la empresa y con los autos ecológicos la marca también está siendo generosa con el medio ambiente.

Postventa de vehículos usados. Esta estrategia únicamente la usan el 3% de los importadores ya que para los demás importadoras no es conveniente recibir un vehículo usado y financiar la diferencia por el nuevo, pero existen empresas como es el caso de Germán motor que usa esta estrategia para crear fidelidad entre la marca y el consumidor a más de vender vehículos nuevos financian parte del nuevo con uno usado siempre que sea de la marca Audi, lo que pretende esta empresa importadora es atraer al cliente y se mantenga usando la marca, por otro lado este tipo de estrategias la realizan en margen mínimo ya que el negocio en si de la marca es vender autos nuevos y no llenar su stock con vehículos usados, técnica que no sería conveniente para ellos.

Otro es el caso de Motransa realiza lo mismo pero con diferentes marcas de vehículos la mismas que entran a una evaluación del vehículo, si es conveniente para la empresa lo toman como parte del financiamiento para uno nuevo.

3.1.2 Análisis de las estrategias que se están empleando para remediar las limitantes implantadas en las importaciones celulares.

Como es de conocimiento general el mercado de venta de celulares se encuentra severamente afectado con la limitación del ingreso de celulares al país esto a provocado que la operadoras adopten técnicas más agresivas, que llamen la atención

del cliente no solo para que compren el servicio como es el caso de CNT y Otecel, sino que también puedan adquirir teléfonos de alta gama y media gama que son los celulares que se logran obtener más utilidad y son más populares dentro del mercado, dentro de las principales estrategias que usan los importadores de celulares en la ciudad de Quito son:

- Planes en donde el teléfono lo pagan junto con el servicio con el fin de que obtengan un equipo de alta y media gama.
- Ofrecer internet ilimitado haciendo que el consumidor adquiera teléfonos inteligentes para conectarse a las redes sociales o simplemente al internet.
- En el caso de los teléfonos de gama baja los ofrecen a un bajo costo e incluso hasta los obsequian, con la condición de que adquiera el servicio de mensajes y llamadas en la operadora.
- Otra técnica que aplican al consumidor es que: al vender un teléfono de gama alta le entregan de regalo un teléfono básico para hacer más atractiva la compra.
- Ofrecen internet gratis temporalmente para que el consumidor se vea obligado a comprar un teléfono de gama media o alta de acuerdo a su presupuesto.

Estas son las principales técnicas de ventas que causan más repercusión entre los consumidores o usuarios del servicio de telefonía celular, las mismas que inconscientemente causan una necesidad en el usuario de telefonía celular, y de esta manera puedan comercializar más teléfonos celulares sin importar la clase social o poder económico e incluso a la actividad comercial o laboral a la que se dedica, lo que tratan que más que vender todo su stock de celulares sean estos de tecnología básica, media o smart.

3.1.3 Análisis de las estrategias que se están empleando para remediar las limitantes implantadas en las importaciones de televisores.

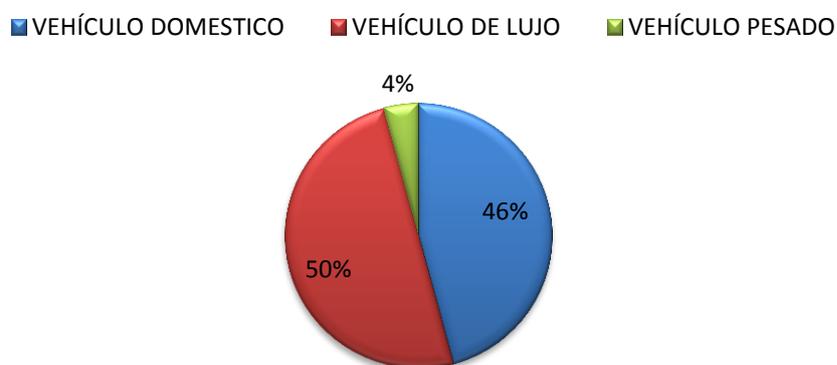
En el caso de los televisores las estrategias son más limitadas por el aspecto de la importación ilegal, haciendo que este sector de mercado aplique técnicas y estrategias de venta para vender televisores únicamente en fechas específicas como:

Día de la madre, Día de Padre y Navidad que son épocas en donde la gente puede ser mas persuadida con ofertas y regalos adicionales para la compra sea más atractiva, dentro de las estrategia para remediar este efecto limitante tenemos:

- Otorgar facilidades de pago de pago para qué de esta manera se oculte el aumento del precio en los televisores.
- Otorgar regalos o combos al comprar un televisor de pantalla plana.
- Importar televisores que tengan más preferencia en el mercado nacional las principales medidas están entre 45 a 72 pulgadas.
- Compra televisores de ensamble nacional ya que su precio es más asequible para el comprador, además esta estrategia promueve a que exista más fuentes de trabajo y no se dependan al 100% las importaciones.
- Ajustar el precio final afectando la rentabilidad del televisor.

3.1.4 Análisis de los tipos de vehículos más afectados con la medida.

Figura 25. Tipos de vehículos afectados con la medida limitante



Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Vehículo de lujo. Como observamos en la figura el 50% de las empresas encuestadas se ven afectadas sus ventas en los vehículos de lujo por los siguientes aspectos:

- Costo, marca o por ciertas características que los hacen especiales o mejores a los domésticos, estos van dirigidos a un segmento exclusivo del mercado.

- Las empresas están transfiriendo el cupo de los vehículos de lujo hacia los vehículos más comerciales con el fin de tener mayor utilidad.
- La escases de este tipo de vehículos dentro del mercado los hace más costoso debido a la exclusividad, Ejm. Los vehículos descapotables (Cabriolet), este evento tiene un efecto bumerán ya que al volverse más caros y exclusivos son menos comercializados.
- Existe en el mercado vehículos que brindan las mismas características de lujo y confort, pero que no están dentro del segmento de autos de lujo, los mismos que se convierten en una opción para satisfacer a los compradores de autos de lujo a menor costo.

De acuerdo a últimos informes preliminares en el año 2012 se vendieron únicamente solo vehículos de lujo 358 unidades y en el 2013 se vendió menos 58 unidades, este dato lo emitió el presidente de la AEADE Diego Luna, esto es provocado principalmente por el aumento de estos y la escases que tienen este tipo de vehículos lo que a su vez hace que su precio también se eleve.

Por otro lado tenemos el impuesto a los consumo especiales el ICE que dice que a partir del 1 de diciembre de 2011 los vehículos híbridos y eléctricos están gravados tanto con tarifas de ICE, siempre que su PVP supere USD 35.000; como del 12% de IVA, en los casos en que la base imponible supere dicho monto.

La forma de cálculo del ICE será similar que para los vehículos motorizados con la diferencia que las tarifas aplicables para los vehículos híbridos y eléctricos son las que se encuentran detalladas en la siguiente tabla:

Tabla 36. Tabla de aranceles Ad-Valorem aplicada en el Ecuador

	Tarifa ad Valorem
2. Vehículos motorizados híbridos o eléctricos de transporte terrestre de hasta 3.5 toneladas de carga, conforme el siguiente detalle:	
Vehículos híbridos o eléctricos cuyo precio de venta al público sea de hasta USD 35.000	0%
Vehículos híbridos o eléctricos cuyo precio de venta al público sea superior a USD 35.000 y de hasta USD 40.000	8%
Vehículos híbridos o eléctricos cuyo precio de venta al público sea superior a USD 40.000 y de hasta USD 50.000	14%
Vehículos híbridos o eléctricos cuyo precio de venta al público sea superior a USD 50.000 y de hasta USD 60.000	20%
Vehículos híbridos o eléctricos cuyo precio de venta al público sea superior a USD 60.000 y de hasta USD 70.000	26%
Vehículos híbridos o eléctricos cuyo precio de venta al público sea superior a USD 70.000	32%

Fuente: Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Vehículo doméstico. Aquí observamos que los vehículos domésticos se ven afectados en un 46% pese a que estos son los que se comercializan más que los de lujo sean de fabricación nacional o importados se ven afectados en los siguientes aspectos:

- En este grupo vemos que hay dos tipos o clases de vehículos las versiones básicas, y las versiones full este último grupo es más costoso pese a que tienen la misma estructura física y mecánica, estas variantes o características específicas los hacen de un 5 a 10% más caro, de acuerdo a las empresas encuestadas la mayoría de compradores prefieren comprar versiones básicas para luego adecuarlos a sus necesidades y de esta manera gastar menos.
- Este grupo se ve amenazado directamente por la venta de vehículos usados ya que estos tienen un costo menor al vehículo nuevo doméstico los mismos que han visto aumentada su demanda en un 10% (Noticias del Ecuador, 2011)
- El problema principal de acuerdo a las empresas importadoras encuestadas, la limitante es en unidades ya que existe una escasez de vehículos nuevos, esto se traduce en una especulación del precio para mermar la pérdida de las unidades que se deja de importar, con el fin de poder cubrir con los gastos operativos que se incurren en la venta.
- No solo la limitante en unidades afecta al importador, sino que también el aumento de los aranceles en las piezas y partes que provienen de CKD afecta a

la producción nacional haciendo que el vehículo ensamblado aumente su valor en 5% como es el caso de la marca Chevrolet.

Finalmente, vemos que otro efecto negativo que provoca esta medida en los autos domésticos en especial a los de ensamble nacional es que los repuestos, materiales y partes que provienen de CKD han subido sus precios entre un 8 al 20% en empresas como Chevrolet, Mazda y Kia con relación al año 2012.

Tabla 37. Porcentaje anual de crecimiento de ensamble de vehículos.

AÑO	ENSAMBLE NACIONAL	%
2010	55.683	42,13
2011	62.053	44,36
2012	56.395	46,44

Fuente: Fuente: AEADE 2012

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

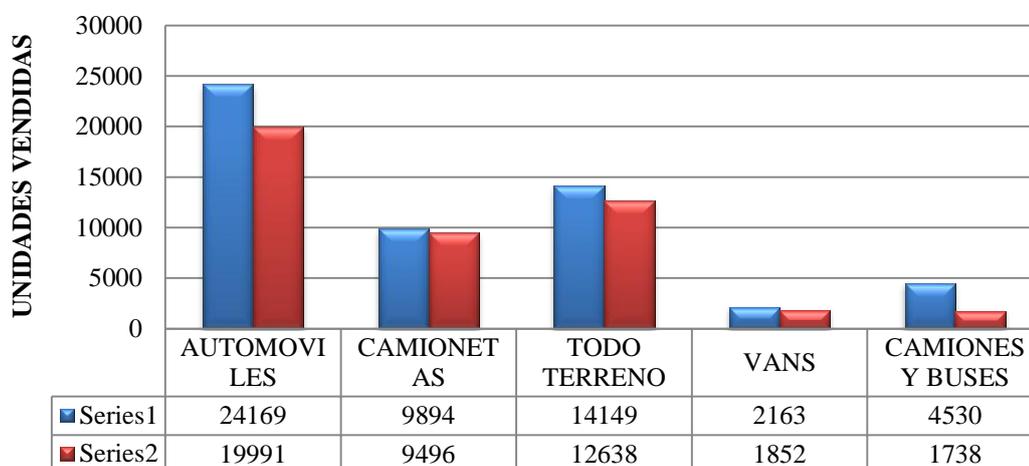
Como vemos el aumento llega a un 20% del CKD en nuestra producción nacional pero esta se ha visto desarrollada en el 2.08% efecto beneficioso para los ensambladores nacionales, este efecto se debe a que las empresas comercializadoras siguen vendiendo gracias a las técnicas de financiamiento y facilidades de pago, que en algunos caso como nos comentaban los encuestados lo difieren hasta 6 años.

Vehículo pesado. en este caso con el 5% el grupo que se ve menos afectado son los vehículos pesados, porque de acuerdo la resolución del COMEX No. 51 son los únicos vehículos que se puede traer sin la limitante de cupos siempre y cuando cumplan con el requisito de equipo caminero o uso de transporte público o de carga, pese a que esta medida no tiene límite de cupos vemos que también se ve afectado en mínima cantidad pero este aumento se da en especial en las versiones full con relación a las básicas en camiones, volquetas y buses por los aditamentos y características especiales que poseen.

Adicionalmente a esto vemos que la importación de vehículos pesados entre estos equipo caminero clasificación donde se encuentra los camiones, volquetas y además los de transporte de personas como son los buses, han sufrido una disminución en sus ventas este evento se da en gran magnitud desde el año 2010 en 10412, en el año 2011 en 12449 y finalmente para el año 2012 en 12417 hablando en unidades de acuerdo al anuario presentado por la AEADE

3.1.5 Análisis de la disminución del parque automotor de vehículos nuevos en unidades.

Figura 26. Disminución del parque automotor en unidades de vehículos nuevos



Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Con respecto al año 2011 el parque automotor disminuyó en 9190 unidades, mucho de esto es debido a la restricción en las importaciones, pese a que algunos concesionarios como Nissan se encontraban cubiertos en sus inventarios y Chevrolet al igual que Mazda son marcas ensambladas en el país, este efecto negativo en los importadores se da principalmente por el alza de los precios en los vehículos por la sobre demanda que existe en el mercado lo que ha provocado un tipo de especulación en el precio, ya que están vendiendo menos autos de lo que vendían en el 2010, además de mantener estáticos los proyectos de expansión de la marca en el mercado.

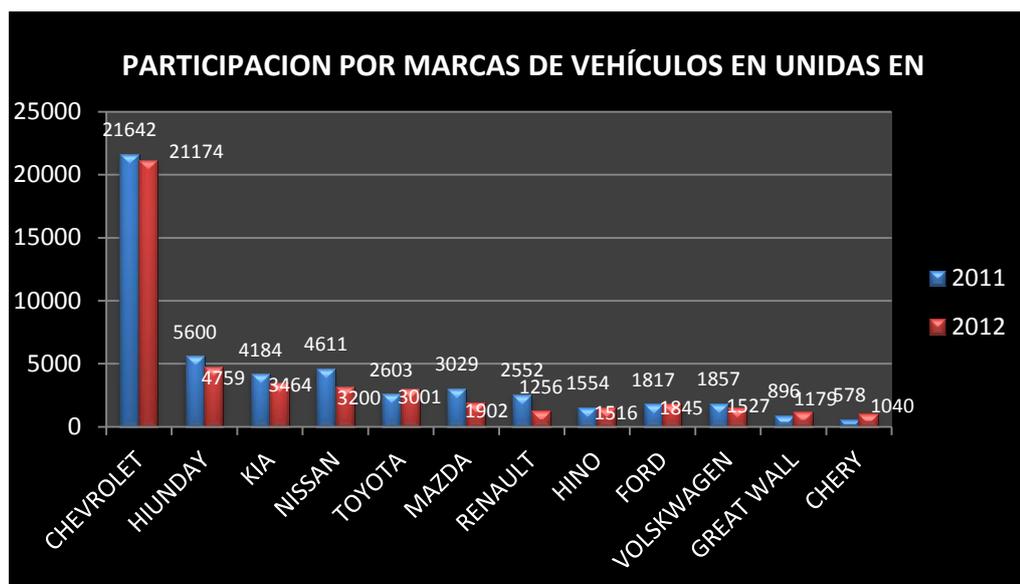
Este tipo de autos y especialmente los del rango entre 10.000 y 30.000 dólares son los que cubre la mayor parte del mercado, al ser estos los más afectados en precio y debido al segmento de la población al que van enfocados, los demandantes prefirieron en muchos de los casos optar por un vehículo de segunda mano o realizar la inversión en otro tipo de vehículos, en especial los Chinos.

La venta de buses también se vio afectada pero esto obedece a otro fenómeno en el 2011 es cuando se renovó el parque automotor de buses los compraron a menor precio y para el 2012 solo las últimas compañías que no renovaron sus unidades son las que ingresaron con el precio aumentado hasta en un 5%, otra causal por la que

subió el precio de estos vehículos es porque presentaban ciertas características que brindaban confort y ergonomía al comprador este es el caso de StarMotors representante de Mercedes Benz.

3.1.6 Análisis de la participación por marcas de vehículos en unidades en el mercado Quito unidades.

Figura 27. Participación por marcas de vehículos en unidades Quito



Fuente: AEADE

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Chevrolet sigue manteniéndose a la vanguardia del mercado en Quito pese a que sus ventas han decrecido en un 2% con respecto al año pasado sigue manteniendo un 46% de participación en el mercado, en segundo lugar encontramos a Hyundai que ha disminuido sus ventas en un 15%, en tercer lugar tenemos a Kia el que ha bajado su venta en un 15%, en las demás marcas tenemos un comportamiento similar en la baja de sus ventas.

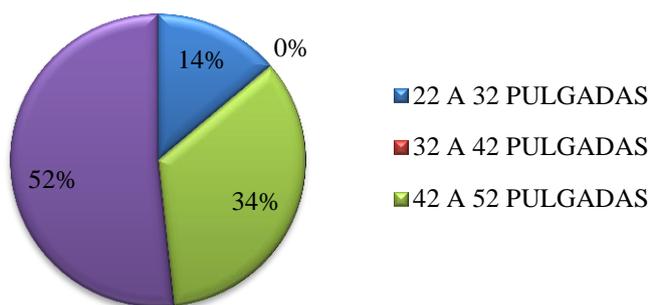
Excepto en marcas como Cherry la cual es nueva en el mercado y experimento una expansión de sus ventas en un 80% con respecto al 2011 cuando recién ingresaron al mercado, el mismo caso sucedió con la marca Great Wall el cual incremento sus ventas en un 30% con respecto a las ventas del año 2011.

Un fenómeno distinto es el que sucede con marcas como Toyota o Ford, cuyas líneas de lujo experimentaron un aumento en las ventas es por lo cual podemos ver todoterrenos de esas marcas mucho más comúnmente en la calle, Toyota subió sus

ventas en un 15%, muchos de estos son de su línea de lujo Lexus. El aumento de Ford es solo en un 2% pero se torna significativo cuando ya existe una media de un decreciente del 15 % en el total del mercado.

3.1.7 Análisis de los televisores en tamaño más afectados.

Figura 28. Tamaño de televisores afectados con la medida



Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Como podemos observar dentro de la figura el televisor que se ve afectado principalmente por su precio es el de 52 pulgadas en adelante dichos televisores son los que menos preferencia tienen y con un 52% de no aceptación, lo que nos supieron comentar los importadores y comercializadores fue que este tipo de televisores tienen un sector de cliente más reducido principalmente por sus ingresos (sueldos), otro aspecto negativo principalmente es su tamaño no es conveniente tener un televisor de esas dimensiones en lugares reducidos (hogares de ingresos limitados), adicionalmente a estas razones los aranceles específicos son más altos con relación a los de menor tamaño y no es ventajoso para ellos importar uno de estos televisores grandes pudiendo importar dos televisores de menor tamaño con casi el mismo costo.

Otro televisor que se ve afectado con la medida es el de 42 a 52 pulgadas con un 34% de no aceptación en el mercado de compradores, este tiene el mismo efecto que los televisores de 52 pulgadas en adelante pero en menor proporción este televisor tiene un margen de aceptación del 18% del grupo de compradores que prefieren compra este tamaño pese que su costo es un 15.25% menor, marcado de esta manera su preferencia al momento de adquirir un televisor de este tamaño, finalmente lo que nos comentaron estas empresas encuestadas fue que con relación a características

específicas no existían diferencias notables ya que los dos tamaños de televisores tienen los mismos beneficios así que eso es un pro a favor para los de 42 a 52 pulgadas.

Con el 14% de no aceptación en el mercado tenemos a los televisores de 22 a 32 pulgadas los mismos que no son duramente afectados por su condición de ser más populares principalmente por su menor precio con relación a los de gran tamaño, de acuerdo a las empresas encuestadas nos comentaron que son los que están a más alcance del presupuesto familiar y son los que más compran por medio de crédito directo, y dentro de esta categoría o tamaño son los que se puede brindar algún tipo de promoción como la entrega de un electrodoméstico adicional, otro aspecto que debemos comentar es que dentro de este tamaño existe más variedad principalmente tecnológica más que en los demás tamaños con características como: 3d, cámara, puertos USB, conexión WI-FI, aspectos que hacen que este electrodoméstico sea más agradable visualmente y sea el más adquirido por los compradores.

Finalmente tenemos al de 32 a 42 pulgadas televisor que no está afectado es el que se comercializa de manera más fácil principalmente por su tamaño por ser popular, además de estar dentro de presupuesto familiar, en algunos casos los compradores no necesitan créditos directos para adquirirlos es por esta razón que los televisores de los tamaños antes mencionados tienen dificultades principalmente por el tamaño que se ve traducido en el costo.

De acuerdo a los siguientes datos el arancel específico y el arancel ad-valorem tienen relación directa en el aumento del precio de los televisores de la siguiente manera:

Impuesto ad-valorem de USD 39,97 c/u 5% del específico sobre el valor CIF De 14 a 20 pulgadas

Impuesto ad-valorem de USD 73,11 c/u 5% del específico sobre el valor CIF de 21 a 32 pulgadas

Impuesto ad-valorem de 140,32 c/u 5% del específico sobre el valor CIF de 33 a 41 pulgadas

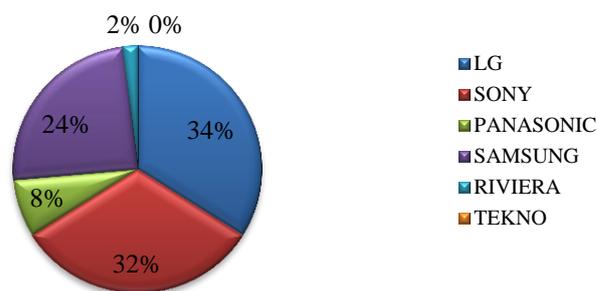
Impuesto ad-valorem de USD 158,14 c/u 5% del específico sobre el valor CIF de 42 o más pulgadas.

Esta información es tomada de acuerdo a los últimos informes que se presento en el Registro oficial 247 en donde la aduana establece los valores específicos en función del tamaño haciendo que los más afectados sean los televisores grandes.

3.1.8 Análisis de los televisores por marca más comercializados.

Figura 29. Televisor por marca más comercializada

MARCA DE TELEVISOR MAS COMERCIALIZADO



Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

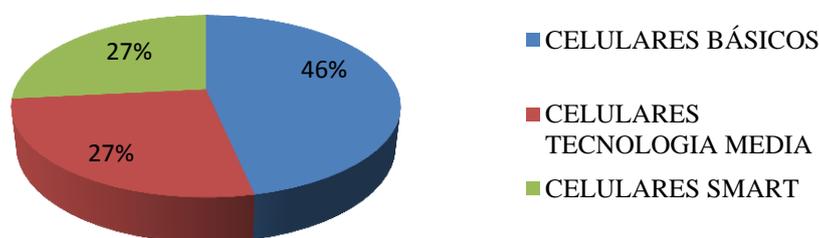
Vemos que el televisor más comercializado por preferencia dentro del mercado es la marca LG con un 34% de aceptación por los compradores seguido por el televisor de marca Sony el mismo que es de ensamble nacional con un 32% de aceptación, en este caso en particular lo que nos supieron explicar las empresas encuestadas es que dicha marca ha tenido trayectoria tanto por calidad así como tecnología y tiene buenas referencias, por otro lado actualmente su tecnología está compitiendo con muchos televisores importados creando de esta manera confiabilidad entre el mercado nacional, en tercer lugar tenemos a los televisores Samsung con un 24% de aceptación como podemos observar son 3 marcas que están acaparando el mercado mundial de televisores, finalmente tenemos a las marcas como Panasonic con un 8% de aceptación, esto es producido por que este televisor no es importado con regularidad dentro de las empresas encuestadas perdiendo la atención del cliente por la marca, otro aspecto negativo es que no existe un servicio técnico especializado para esta marca, en el caso de las marcas Riviera, Tekno, Prima vemos que no existe un nivel de confianza del 2% de aceptación para el consumidor ya que estas marcas

son nuevas y por aspectos de calidad y tecnología básicas no cumplen con las necesidades que tienen los clientes por este tipo de marcas.

De acuerdo a la opinión del mercado las marcas como Lg, Sony y Samsung son preferidas por su larga duración, tecnología y garantía que tienes estos equipos, por estas razones los compradores no escatiman en invertir al momento de adquirir estos bienes.

3.1.9 Análisis por tipo de celular afectado.

Figura 30. Tipo de celular afectado



Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Notamos en la figura anterior que la medida ha afectado a celulares principalmente básicos con un 46%, este efecto se da principalmente por la baja rentabilidad que ofrecen este tipo de equipos para las operadoras y mayoristas, en el caso operadoras les limita a ofrecer sus servicios de paquete de datos y en el caso de los mayoristas estos equipos tienen baja demanda en el mercado por su obsolescencia tecnológica.

Vemos que los de tecnología media se ven afectados en un 27%, en parte no se ven tan afectados debido a que se encuentra dentro del presupuesto promedio de ingresos de un ecuatoriano, además que sus características satisfacen parte de las necesidades de comunicación, ya que este tipo de equipo si tienen acceso básico a redes sociales mediante Wi-Fi, cámara de fotos y mp3.

El 27% de celulares Smart o de alta gama son afectados principalmente por su alto costo y por su escases en el mercado, lo positivo de estos equipos es que cumplen con todas las necesidades que desean obtener los compradores de celulares en la

ciudad de Quito y a nivel nacional, además de que estos equipos pueden promoverse principalmente por el crédito directo, tarjeta de crédito, lo que los hace más asequibles al consumidor.

Observamos en la figura que el celular que la gente rechaza son los básicos ya que estos teléfonos no satisfacen la funcionalidad que el cliente desea o espera obtener, de acuerdo a un estudio realizado por dos grandes empresas de telefonía celular como: Nokia y Mac un teléfono tiene una vida útil de seis meses, haciendo que después de este rango de tiempo los compradores compren uno nuevo con mejores características, resolución y que procese la información más rápido.

Dentro de la preferencia que tienen los consumidores al momento de comprar un celular son los de tecnología media y los smart ya que estos brindan facilidades de conexión a internet, resolución en cámara, mp3 por nombrar las más comunes, por otro lado los encuestados nos comentaron que el teléfono más vendido es el Samsung s4, seguido por el iphone.

3.1.10 Efecto económico de las medidas arancelarias y limitantes implantadas por el Gobierno Nacional, Aduana.

Efecto económico de la limitante en unidades de vehículos. Esta limitante en unidades ha provocado en el sector automotriz haya importado el 80% de vehículos con respecto al año 2010, es decir, hubo una reducción del 20% de unidades, por otro lado este no es el único efecto negativo ya que la demanda está creciendo y no puede ser satisfecha y el mercado automotriz no tiene variedad de modelos, esto reflejado en cifras de acuerdo a Clemente Ponce Presidente de la AEADE es que deja de importar unas 15000 a 20000 unidades anuales.

Esto está provocando que los precios de algunos vehículos sean aumentados para poder cubrir la falta de unidades presupuestadas para el año, para poder remediar esta medida se están reduciendo costos, unos de los principales de acuerdo a los encuestados es reducir el personal, quitar algunos beneficios a los empleados, reducir sus comisiones en ventas, todas estas medidas se han tomado con el fin de mermar de alguna u otra manera el costo de los vehículos y no se afecte el poder adquisitivo del comprador, en otros casos como es de la Peugeot se está sacrificando el 1% de la

rentabilidad que genera una unidad para remediar esta limitante implantada por el COMEX y la Aduana del Ecuador.

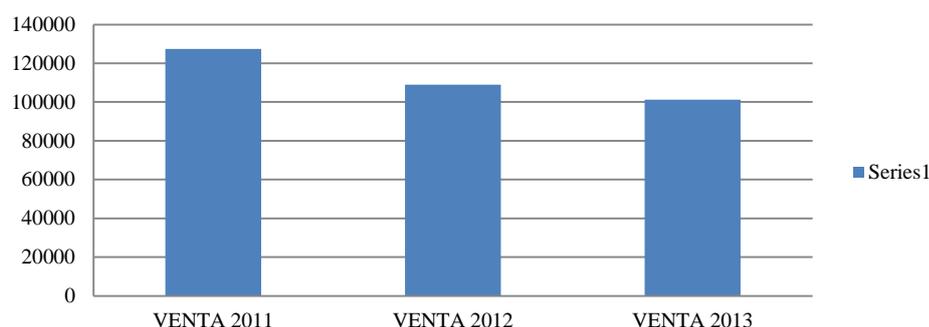
Tabla 38. Evolución del nivel de ventas de vehículos por año en unidades.

VENTA 2011	VENTA 2012	VENTA 2013
127444	109029	101285

Fuente: Encuesta Propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Figura 31. Venta de vehículos livianos



Fuente: AEADE

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Como vemos en la figura obtenido gracias a la información de la AEADE podemos ver únicamente como a afectado en los vehículos más comprados en la ciudad de Quito y a nivel nacional un decrecimiento real de 26159 unidades en lo que va del 2012 al 2013, lo que se traduce en una disminución de rentabilidad hablando en unidades para los importadores.

Efecto económico de la limitante en unidades teléfonos celulares. vemos que este grupo de mercado se ve afectado directamente por el contrabando pese a que el gobierno incremento el cupo para celulares los llamados Smartphones, esto no está ayudándoles ya que la demanda es tres veces mayor que la oferta, lo que significa que el aumento brindado por la Aduana y el Gobierno Nacional está entre 1.870.000 a 1.915.416 unidades y porcentualmente es 2.46% de incremento, esto crea un efecto negativo ya que el mercado informal está creciendo en función de la demanda insatisfecha por las operadoras nacionales, esto a su vez crea que las importaciones ilegales no estén pagando ni derechos ni aranceles en nuestro país, y promuevan a una competencia desleal porque sus precios están por debajo de la media y puede

ocasionar que empresas importadoras no les convenga traer teléfono y se dediquen a otra actividad.

El efecto positivo es que la producción nacional se incrementaría, pero la empresa nacional no cuenta aún con la capacidad de producir alta tecnología como un ejemplo es el caso de Audiolec la cual tiene una producción limitada y fabrica teléfonos básicos, lo que no estaría apoyando con el proyecto que tiene en agenda el Ministerio De Telecomunicaciones que es el de usar banda ancha para el desarrollo de la juventud en el área del uso de la tecnología y la información.

El efecto positivo de esta medida es que con esta limitante en la unidades las empresas nacionales están especializando en el ensamblaje de teléfono celulares haciendo que en especial; este sector no dependa al 100% del mercado exterior ya que sus modelos están en el rango de tecnología media, es decir que este tipo de equipos pueden acceder a redes, tomar fotos, escuchar música, solo la empresa Hipertronics ensambla 1000 teléfonos diario los modelos son Jenny, Jenny tv, y Dash este último modelo está destinado para la exportación a países como Colombia y Venezuela que son los proveedores más grandes que tiene las empresas Audioelectric e Hipertronics.

Efecto económico de la limitante arancelaria en televisores. en este sector la afectación es en función del precio pero como expuso Andrés Mata Director de la Asociación Almacenes de Electrodomésticos del Ecuador: “Para no perder clientela se tendrán que ajustar los precios y los costos”. Entre los costos afectados encontramos los costos de operación en Aduana, los de personal, publicidad, los mismos que tienen relación directa al momento de comercializar el electrodoméstico.

Esto causara que en últimos de los casos estos tengan que reducir sus utilidades para ajustarse de mejor manera y no perder la clientela. Pero como dicen las encuestas el aumento va desde 5% al 20% en casos en donde el manejo de técnicas y ofertas no son usadas adecuadamente por parte de los comercializadores, o únicamente se usan ofertas en fechas especiales como el día del padre, día de la madre y navidad en donde la frecuencia de compradores aumenta, y el único método de financiamiento es tarjeta de crédito.

Dentro de los efectos positivos que tenemos es el 80% de la producción se importa a Venezuela y Guatemala en especial las marcas Sony y Riviera las mismas que

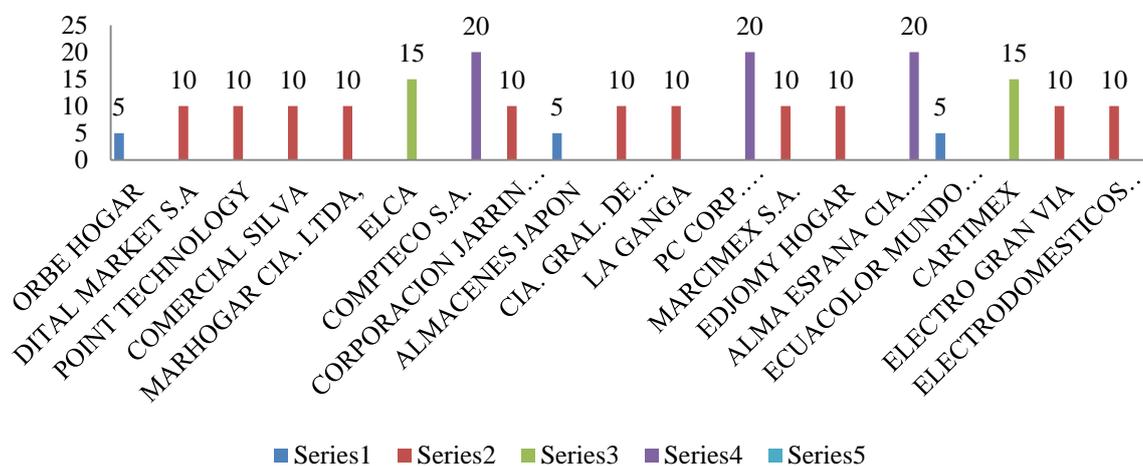
poseen características tecnológicas similares a la de los televisores extranjeros, otro aspecto importante que le empresa Audioelec prevé facturar 6 millones incluyendo las exportaciones, aspecto positivo ya que nuestra balanza comercial puede disminuir su negatividad, haciendo que también se generen fuentes de trabajo.

De acuerdo a datos tomados por el INEC nuestra ventas no petroleras dentro de la balanza comercial para el año 2012 fue de 10849 y para el 2013 fue de 15500, efecto positivo para la producción nacional ya que no estamos dependiendo del producto tradicional de exportación que es el petróleo sino que también la producción nacional se siente motivada y apoyada por el gobierno nacional para reducir las importaciones en nuestra Balanza Comercial.

3.2 Análisis de la variación del aumento de los aranceles para los televisores de pantalla plana.

3.2.1 Análisis de la disminución de las importaciones de televisores en la ciudad de Quito

Figura 32. Disminución de las importaciones de televisores en la ciudad de Quito



Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

En el presente figura vemos que el 58% de las empresas a disminuido el 10% de sus importaciones en periodo del 2012 acercándose al 15 % de lo que espera el Gobierno y el Comex, esto se debe a factores como: la población ecuatoriana prefiere comprar un televisor hecho en otro país especialmente de Brasil y Mexico de donde proviene

la marca Samsung y Lg, por otro lado la población tiene desconfianza con el producto nacional en especial en la calidad y garantía. En el aspecto tecnológico vemos en marcas como Tekno, Riviera y Prima que son de características primarias lo que provoca un efecto negativo al momento de comprar un electrodoméstico, esto no sucede en la marca Sony también ensamblada en el Ecuador, la misma que cuenta con características más avanzadas.

Vemos que apenas que el 11% de la importadoras del total del mercado ha reducido en un 15 % su importaciones resultado que está cubriendo con expectativas planteadas por el COMEX y Gobierno Nacional , dichos importadores están buscando nuevos artículos tecnológicos sustitutos como celulares o tablets que son más baratas con relación a un televisor, por otro lado, vemos que también algunas empresas que comercializan televisores de pantalla plana están considerando en comercializar las marcas ensambladas en el país, principalmente por aspectos de precio con el fin de brindar otra marca que sustituya a las extranjeras ya que brindan similares expectativas de entretenimiento que un importado.

Adicionalmente el 16% de los importadores ha reducido sus importaciones en un 20% cifra sobrepasa el cumplimiento de la expectativas para el periodo 2012 – 2013, esto se debe a que empresas importadoras ven como principal opción a los televisores ensamblados en país con el fin de cubrir la demanda del mercado, estas empresas se encuentran principalmente en el centro de la ciudad, nos comentaron que la gente prefiere comprar la marca Sony porque les brinda más confianza seguida de Riviera y Tekno, las últimas dos son los que más se ajustan al presupuesto familiar, sumando de esta manera que un 27% del total de la población esté cumpliendo con lo esperado por el gobierno que es reducir las importaciones entre un 15 y un 20% la importaciones para que de esta manera se pueda mejorar la balanza comercial, activando la industria nacional dedicada al ensamblaje de televisores y generando más plazas de trabajo.

Finalmente tenemos que el 16% de la población de importadores han reducido sus importaciones solo en un 5%, ya que su estrategia de ventas se enfoca en vender marcas más que tecnología, según su criterio la gente no compra por durabilidad o prestaciones, sino porque la marca genera un prestigio y dicho prestigio es sinónimo de calidad, además que puede estar de moda o a la vanguardia de la tecnología, como podemos observar este es un pequeño grupo de importadoras que se resiste a la

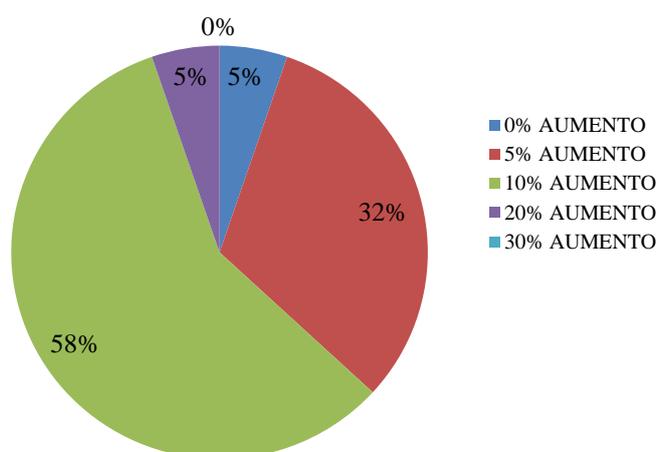
medida ya que estas son empresas que mantienen un exclusividad con las marcas razón por la cual estas dependen del 100% de la importaciones.

Debemos tomar en cuenta que a más de la medida limitante y a los aumentos de los aranceles para los televisores se encuentra también el contrabando por vías ilícitas situadas en la gran mayoría en la provincia del Carchi, este efecto es producido principalmente por los 627 productos regulados por la aduana a pagar aranceles, uno de los principales artefactos que transitan por esta vía son los televisores de plasma llegando a costar menos un 40 a 50% de acuerdo el modelo, haciendo que la competencia sea desleal en el grupo de importadores con precios que se encuentren por debajo de la media.

3.3 Análisis en la variación del precio para televisores de pantalla plana

3.3.1 Análisis del aumento del precio de los televisores de pantalla plana

Figura 33. Aumento del precio del televisor en Quito



Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

El 5% de empresas que se dedican a la comercialización de televisores no han elevado sus precios con la medida, por que usan técnicas de venta como el manejo adecuado de las promociones en función de la temporada en este caso podemos observar fechas especiales como son: el día de la madre o del padre y navidad, fechas en donde existe un alto índice de compra de televisores u otro tipo de electrodomésticos, otra técnica empleada es la del crédito directo método usado por su facilidad sin tanto papeleo como es el caso de la empresa encuestada Comandato, la misma que a más de ofrecer precios competitivos en sus electrodomésticos,

también brinda promociones y facilidades de pago, estas técnicas son usadas para incentivar la compra de televisores debido a esto las empresas antes mencionadas mantienen su margen de utilidad si afectar el precio final.

El 32% de las empresas que comercializan televisores han aumentado su precio en un 5% este porcentaje se debe a que no emplean promociones y combos, la única oferta es mejorar el precio con relación a la competencia para atraer clientes, para reducir el efecto del aumento del precio de los televisores algunas empresas brindan crédito directo y crédito por medio de tarjeta, las empresas que usan estas técnicas son: Digital Market, Mar Hogar, Ecuacolor Mundo Digital.

Con lo referente a empresas como: Orbe Hogar, Almacenes Japón, Marcimex se realizan promociones como la entrega de combos, pero en este tipo de empresas se trata de evitar el crédito directo excepto el crédito con tarjeta, esto se debe a lo riesgoso que puede ser otorgar este tipo de créditos, principalmente en épocas en donde la demanda es más alta que en otras fechas como son: día de la madre, día del padre y navidad.

El 58% de las empresas que importan televisores han aumentado el precio del televisor en un 10% estas empresas son: ICESA, Point Technology, Comercial Silva, ELCA, JAHHER, La Ganga, Pc. Corp. Importaciones, Edjomy Hogar, Almaespana Cía. Ltda., Cartimex, La Gran Vía, Electro San Pedro, estas empresas que se ven afectadas porque tienen mayor competencia, muchas de estas empresas para captar clientes tienen que sacrificar su margen de utilidad, en muchos de los casos hasta en 5% como es el caso de Almaespana Cía. Ltda. y Pc. Corp. Importaciones, otro fenómeno por el que se ven afectadas estas empresas es en el contrabando de Colombia y Venezuela, ya que por medio del contrabando una persona puede ahorrarse desde 200 dólares o más de acuerdo al modelo del televisor, este efecto negativo provoca que sea más atractivo comprar este tipo de electrodoméstico principalmente por el precio con relación al mercado formal. (Gerron, 2012)

El 5% de la empresa que importan este tipo de tecnología han aumentado su precio en un 20%, porque no brindan crédito directo, no entregan promociones ni tampoco entregan combos esto debido a que su rentabilidad es muy baja ya que al precio que importan no pueden tolerar brindar al cliente un descuento o entregar algún tipo de promoción o producto porque su obtendrían pérdida.

Pese a que el aumento del precio ha sido hasta de un 30%, en ciertos casos la demanda de este tipo de electrodomésticos no ha disminuido y más bien esta ha aumentado ya que a la gente no le importa el precio y son muchas veces llevados a comprar por un impulso consumista, por lo cual la gente quiere televisores de alta tecnología sin importarles el precio que deban pagar por ellos.

La vida útil de un televisor hace unas décadas era de 20 años, ahora se considera que tiene una vida útil no más allá de los cinco, por esta razón sumado al financiamiento que entregan las diferentes empresas comercializadoras e importadoras, se vuelve muy accesible al bolsillo del ecuatoriano este tipo de artículo, razón por la cual el Gobierno está tratando de reducir la capacidad de gasto que actualmente se ubica en el 77% del 100% de los ingresos de los ecuatorianos de acuerdo a datos preliminares del INEC.

3.3.2 Análisis del comportamiento de las ventas de televisores de pantalla plana

Figura 34. Comportamiento de las ventas de televisores con la medida restrictiva



Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

En esta figura como hemos visto en anteriores nos indica que el 58% de las empresas encuestadas que comercializan televisores dicen que sus ventas han caído, el principal problema es el aumento de los aranceles específicos traduciéndose así que aumente también el costo del televisor, pero este no es solo el problema, vemos que también no existe promoción, ofertas e incluso un crédito que sea beneficioso para el cliente de estas empresas. Hay varios factores que limita el poder adquisitivo del comprador los principales son:

- No existe una oferta que beneficie al consumidor para captar su atención.
- El presupuesto es limitado para ciertas familias que desean comprar un televisor y estas esperan ahorrar antes que comprar el televisor con crédito directo.
- No existe una empresa ensambladora de televisores que ofrezca un bien que entregue confiabilidad al consumidor excepto la marca Sony que funcionan bajo estándares de calidad internacional.
- No existe un marketing adecuado para los televisores de ensamble nacional ya que marcas como Riviera y Tekno son comercializados en canales equivocados donde los clientes buscan otro tipo de producto menos comprar un televisor.
- Muchos de los compradores de televisores al ver que su precio esta elevado buscan otro tipo de electrodoméstico sustituto dentro de la gama de bienes que sirven para entretener al público uno de los principales es el teléfono y las tablets.
- Con respecto al mercado informal, este ha estado creciendo en un 35% ofreciendo tecnología variada a menor precio que los de la competencia.

Con respecto al 32% de la empresas que se han mantenido es porque han aplicado técnicas de venta efectivas promocionando su producto con ofertas y combos atractivos para los clientes, ofreciendo crédito directo de hasta 24 meses en la compra de un televisor.

Finalmente lo que están haciendo muchas de las empresas para mantenerse dentro de los precio del mercado es que están sacrificando en hasta un 5% de su utilidad neta, técnica que se emplea para reducir el precio con el fin de captar una mayor proporción del mercado, haciendo que se fortalezca la empresa dentro del sector.

Únicamente el 10% de la empresas ha aumentado su nivel de ventas porque emplean adecuadamente técnicas de ventas, no reducen su presupuesto de publicidad ya que eso les hace que se acerquen mas a los compradores y se posicionan bien en el mercado, no reducen las comisiones de sus vendedores haciendo que se motiven mas en el trabajo que realizan, usan adecuadamente sus nichos de mercado haciendo que las necesidades de los consumidores sean complacidas.

Por otro lado sus promociones y ofertas son atractivas para los compradores creando así por medio de la publicidad una necesidad y satisfaciendo con diversidad tecnológica y precios en función de la capacidad económica de cada familia.

3.3.3 Efecto económico en la variación en el precio del televisor.

El efecto que provoca el aumento en los aranceles específicos no es solo que aumente el precio del televisor, sino que también provoca un aumento en el contrabando de este tipo de electrodomésticos, el cual está creciendo principalmente desde Colombia ya que los contrabandistas utilizan vías aledañas para proceder con el ingreso ilegal del bien al Ecuador, este tipo de importación ilegal es una competencia desleal ya que al adquirir un televisor de esta manera el comprador puede hasta ahorrar más de 200 dólares de acuerdo al modelo y tamaño del televisor. La reducción en sus niveles de ventas se ha visto afectadas a un 58% del total del mercado que vende televisores, en el siguiente cuadro podemos observar la afectación que ha provocado esta medida en cuanto a precio:

Tabla 39. Tabla comparativa de precios de televisores en el país.

DETALLE	FOB	TRANSP.	AD- VALOREM	ESPECIFICO	FODINFA	12%IVA	PR. ACTUAL	PR. ANTERIOR
TELEVISORES DE 22 A 32 PULGADAS	200	60	39,97	10	1,3	36,15	347,42	250,07
TELEVISORES DE 32 A 42 PULGADAS	450	135	143,42	22,5	2,93	87,76	841,61	600
TELEVISORES DE 42 A 52 PULGADAS	2.092,92	350	82,1	82,1	8,21	216,33	2.400,00	2.009,03
TELEVISORES DE 52 EN ADELANTE							2.831,66	2.000,00

Fuente: (Comercio exterior.com.ec, 2012)

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Finalmente el efecto del aumento de aranceles y el contrabando está provocando en muchas de las empresas que comercializan televisores tengan que ajustar su precio, como se comento anteriormente hasta llegar a afectar la rentabilidad que genera la

venta de un unidad hasta en un 5%, para no tener que traducir este costo al comprador, adicionalmente lo que muchas de la empresas están empleado técnicas de oferta, brindando facilidades de pago para tratar de esconder dicho aumento en el precio, en función del número de cuotas a la que va a diferirse el pago, esta es la única medida de camuflaje además de atraer la atención del cliente.

3.4 Análisis comparativo con ayuda del punto de equilibrio en las ventas de televisores de pantalla plana, vehículos y celulares con respecto al año 2012.

De acuerdo con nuestra investigación con lo referente a la obtención de una utilidad de un vehículo, televisor y un celular importado no obtuvimos información específica, para ser claros dicha información es más restringida a terceras personas, ya que es considerada como estratégica y cada una de la empresas dedicadas a este negocio la manejan de diferente manera de una a otra empresa dicha información está clasificada de la siguiente manera: Los costos fijos que son rubros que tiene relación a sueldos del personal, arriendo de los concesionarios, servicios básicos, servicios de mantenimiento del concesionario, licencias y permisos de funcionamiento por citar a los más importantes, por otro lado tenemos a los **costos variables** en los que podemos encontrar valores como: horas extras que realiza el personal, las comisiones, el material de oficina y finalmente el internet que es una herramienta básica de negociación, adicionalmente a esto otro efecto negativo que observamos que estos dos costos los fijos como variables deben ser obtenidos por cada uno de los concesionarios de cada marca para acercarse más a la realidad que queremos obtener como es la utilidad de los bienes antes mencionados,, otro efecto negativo dentro de nuestra investigación que las empresas encuestadas se negaban a entregar su nivel de ventas ya que como nos supieron indicar así como los costos fijos y variables son conjuntamente información estratégica al adicionar esta cifra a la ecuación de punto de equilibrio en venta podemos obtener la utilidad o margen de utilidad después de vender un numero “X” de unidades así como lo indica la siguiente fórmula:

Ventas en el punto de equilibrio = Costos fijos dividido por [1 - (Costos variables / Ventas reales)]

Es por esta razón que muchas de las empresas se niegan a entregar este tipo información pensando que por medio de esta información vamos a difundir técnicas empleadas por los importadores comprometiendo de esta manera su utilidad o característica específica que le brindan al comprador para que puedan obtener una utilidad más alta con el plagio de información estratégica específicamente en ventas y optimización de recursos en este caso los costos variables y fijos.

Finalmente viendo nuestra necesidad de establecer una rentabilidad de un vehículo, televisor y celular realizamos la siguiente simulación aplicando los diferentes impuestos y tasas nacionales aplicados a los bienes mencionados anteriormente, de igual manera en función de cálculo para obtener un FOB y determinando el CIF logramos acercarnos a la realidad que queremos probar los siguientes cuadros :

Tabla 40. Utilidad de los vehículos

TIPO DE VEHICULO	PVP	ADVALOREM	ISD	IMP. RENTA	PREFOB	FOB	KGS.	FLETE EN %	FLETEX KG	CIF	SEGURO	BASEIVA Y FODINFA	IVA	FODINFA	TOTAL	UTILIDAD
	2012	35%	2%	22%	1,59%	1,715			1,5		2%		12%	0,50%	COSTO	
COUPE	54256	9940,20	568,01	6248,12	34123,27	28400,56 0,00	1500,40	4,15	2250,60	30651,16	613,02	31264,18	3751,70	156,32	51928,53	2327,47
HATCHBACK	15655	2752,45	157,28	1730,11	9845,91	7864,15 0,00	960,00	9,20	1440,00	9304,15	186,08	9490,23	1138,83	47,45	15316,36	338,64
SEDAN	17675	3033,47	173,34	1906,75	11116,35	8667,05 0,00	1444,60	12,26	2166,90	10833,95	216,68	11050,62	1326,07	55,25	17545,51	129,49
STATION WAGON	20675	3644,09	208,23	2290,57	13003,14	10411,68 0,00	1223,33	8,88	1835,00	12246,67	244,93	12491,61	1498,99	62,46	20195,95	479,05
CAMIONETA CABINA SIMPLE	28477	5019,64	286,84	3155,20	17910,06	14341,82 0,00	1687,00	8,89	2530,50	16872,32	337,45	17209,76	2065,17	86,05	27822,66	654,34
CAMIONETA DOBLE CABINA	35144	6243,83	356,79	3924,69	22103,14	17839,50 0,00	1851,25	7,90	2776,88	20616,38	412,33	21028,71	2523,44	105,14	34182,60	961,40
AUTOS 4X4 5P	48395	8801,21	502,93	5532,19	30437,11	25146,32 0,00	1627,00	5,04	2440,50	27586,82	551,74	28138,56	3376,63	140,69	46492,21	1902,79
MINI VAN	15033	2647,32	151,28	1664,03	9454,72	7563,77 0,00	902,50	9,01	1353,75	8917,52	178,35	9095,87	1091,50	45,48	14695,48	337,52
VAN	33049	5773,30	329,90	3628,93	20785,53	16495,15	2206,00	10,01	3309,00	19804,15	396,08	20200,23	2424,03	101,00	32457,40	591,60

Fuente: Encuesta Propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Tabla 41. Utilidad en los teléfonos celulares

CELULARES MAS POPULARES	PRECIO PVP 2012	ADVALOREM 15	ISD 2	IMP. RENTA 22	PREFOB 1,39%	FOB 1,715	KGS.	FLETE EN %	FLETE X KG 1,5	CIF	SEGURO 2	BASE DE IVA Y FODINFA	IVA 12	FODINFA 0,5	TOTAL COSTO	UTILIDAD
SAMSUNG S3	699	65,86	8,78	96,60	502,88	439,08	0,15	0,03	0,23	439,31	8,79	448,10	53,77	2,24	675,35	23,65
BLACK BERRY 9320 CURVE	280	26,38	3,52	38,68	201,44	175,84	0,12	0,06	0,18	176,02	3,52	179,54	21,54	0,90	270,56	9,44
NOKIA 303 ASHA	334,8	31,54	4,21	46,26	240,86	210,25	0,12	0,05	0,18	210,43	4,21	214,64	25,76	1,07	323,47	11,33
SONY EXPERIA	349	32,87	4,38	48,21	251,08	219,13	0,18	0,08	0,27	219,40	4,39	223,79	26,85	1,12	337,22	11,78
APPLE IPHONE 4S	715	67,37	8,98	98,81	514,39	449,13	0,13	0,03	0,20	449,32	8,99	458,31	55,00	2,29	690,76	24,24
BLACK BERRY BOLD 9790	450	42,40	5,65	62,19	323,74	282,67	0,13	0,04	0,20	282,86	5,66	288,52	34,62	1,44	434,83	15,17
SAMSUNG GACE	274	25,82	3,44	37,87	197,12	172,11	0,13	0,07	0,20	172,31	3,45	175,76	21,09	0,88	264,85	9,15

Fuente: Encuesta Propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Tabla 42. Utilidad televisores de pantalla plana

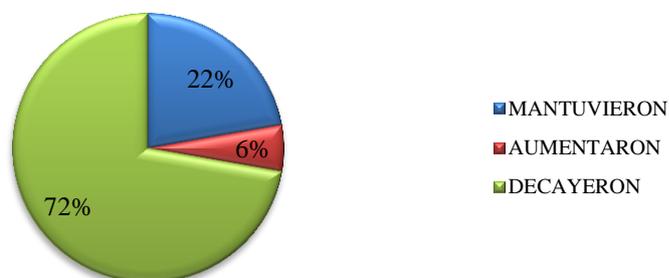
TELEVISORES MAS POPULARES	PVP	ARANCEL	ISD	IMP. RENTA	PREFOB	FOB	KGS.	FLETE EN %	FLETE X KG	CIF	SEGURO	BASE DE IVA Y	IVA	FODINFA	TOTAL	UTILIDAD
	2012	ESPECIFICO	2	22	1,44%	1,715			1,5		2	FODINFA	12	0,5	COSTO	
TELEVISOR DE 22 PULGADAS	450,00	14,42	5,77	63,46	348,84	288,46	15,00	5,00	22,50	310,96	6,22	317,18	38,06	1,59	440,48	9,52
TELEVISOR DE 23 A 32 PGAS.	700,00	22,93	9,17	100,90	542,64	458,66	17,00	3,64	25,50	484,16	9,68	493,84	59,26	2,47	688,58	11,42
TELEVISOR DE 33 A 42 PGAS.	1.200,00	39,22	15,69	172,56	930,23	784,34	32,00	4,00	48,00	832,34	16,65	848,99	101,88	4,24	1.182,58	17,42
TELEVISOR DE 42 PGAS EN ADELANTE	1.700,00	55,68	22,27	244,99	1.317,83	1.113,60	41,00	3,62	61,50	1.175,10	23,50	1.198,60	143,83	5,99	1.671,37	28,63
												-				

Fuente: Encuesta Propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

3.5 Análisis del comportamiento de la demanda de vehículos y celulares después de la medida tomada por la Aduana y Gobierno Nacional.

Figura 35. Comportamiento de las ventas en los vehículos



Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Vemos que la figura nos indica que un 72% del mercado se ha afectado con la medida limitante como hemos analizado en cuadros anteriores se debe a varios factores, entre los principales tenemos:

- El aumento del costo del vehículo.
- La falta del presupuesto familiar para la compra y entregar la entrada de un vehículo nuevo.
- La falta de variedad de los modelos existentes en el mercado.
- Las diferentes limitantes que existen en la otorgación del crédito bancario.
- El aumento en la demanda de vehículos usados.
- El aumento del precio de los repuestos para vehículos nuevos, en especial los vehículos europeos.
- El aumento en la comercialización de vehículos sustitutos como: vehículos provenientes de China, se están haciendo populares en el mercado nacional, hacen que muchas de las empresas importadoras se dediquen a la venta de los mismos para salvaguardar sus utilidades.

Todos estos factores han generado una disminución en las ventas de vehículos nuevos de las marcas tradicionales que ya existían en el mercado, haciendo que esto no solo afecte a las utilidades que se entrega a los empleados, llegando en último de

los caso a un despido del personal en especial los del departamento comercial, y en otros casos posponiendo proyectos de expansión en el mercado nacional.

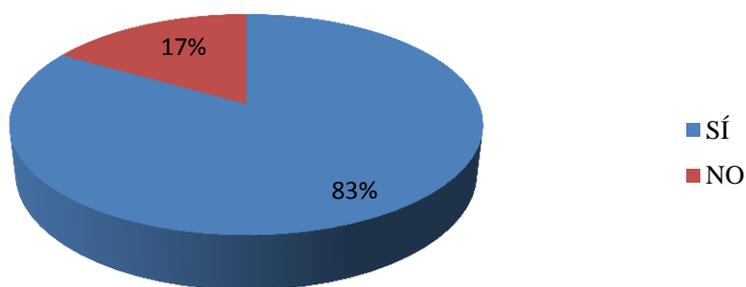
Por otro lado tenemos al 22% de empresas que se han mantenido a causa del control en el stock, es decir han podido abastecer el mercado hasta antes de hacer una nueva importación, una de las técnicas empleadas por las empresas importadoras es transferir los cupos al vehículo que sea más comercial y disminuir dicha cantidad a los vehículos semifull, full sin dejar de traerlos, esta técnica esta aplicada para ser más competitivos en el mercado con el fin de brindar variedad tanto en modelos y en precios.

Finalmente son pocas las empresas que sus ventas no se vieron afectadas con la medida y más bien aumentaron. Un 6% de las empresas encuestadas fueron las que utilizaron otra estrategia como la comercialización de vehículos usados y vehículos pesados, en el caso de vehículos usados tienen los siguientes beneficios:

- No existe una limitante de cupos porque estos ya están circulando en el país.
- El costo del vehículo usado es mucho menor en comparación al nuevo.
- Se está popularizando la compra de vehículos usados dentro de los compradores.
- Hay más variedad en la importación de autos como los domésticos porque estos son usados por familias y para trabajo.

En el caso de los vehículos pesados, estos no tienen limitante de cupo por aportar con un servicio a la comunidad sea para transporte de carga o de personas, o para la construcción de caminos, en este tipo de vehículos su nivel de ventas se ha visto aumentado por la razón que no hay restricción en unidades, en este caso excepcional ellos tienen más variedad tanto de modelos como de tipos y también existe una variedad de precios que están de acuerdo al presupuesto de cada comprador.

Figura 36. Afectación del nivel de ventas de celulares



Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Vemos que el 83% del mercado se ha visto afectado con la medida limitante, principalmente porque el nivel de unidades se ha visto reducido, la aparición de celulares de ensamble nacional como es el Verycool y Sanze teléfonos que sus precios son realmente bajos y finalmente las importaciones de manera ilegal por las fronteras de Colombia, aspectos que están afectando a la gran mayoría de importadores porque los precios están por debajo de la media, es por esta razón que tienen que ajustar sus costos de operación para poder competir en el mercado no solo de la ciudad de Quito sino a nivel nacional.

Únicamente el 17% del mercado no se ve afectado el principal aspecto que hay que tomar en cuenta es que este grupo son operadoras que dependen de la tecnología pero el servicio que ofrecen que es el plan de datos no pueden dejar de importar celulares de alta gama, otro aspecto es que empresas como ZTE que importa únicamente placas las mismas que son tomadas como repuesto se ven afectadas únicamente por los aranceles específicos, en el caso de Crevaltec que comercian con teléfonos celulares de producción nacional los mismo que no son afectadas únicamente como en el caso anterior a los aranceles específicos en CKD.

Un aspecto interesante de acuerdo al MIPRO es que las empresas ensambladoras desde el 2007 al 2012 en el Ecuador han crecido en un 96% cifra alentadora porque esto es señal que la población económicamente activa no solo en Quito sino en el Ecuador está aumentando, los niveles de exportación siguen mejorando especialmente en países como Venezuela y Colombia que son países que exportamos televisores y celulares.

3.5.1 Comportamiento económico de la demanda de celulares.

Antes la compra de celulares era más libre, actualmente con la medida los volúmenes de oferta de los mismos serán más limitados provocando un aumento en los precios para controlar el déficit de rentabilidad, dicho aumento de acuerdo a los encuestados esta entre el 5% y 30% y este porcentaje va en aumento de acuerdo al tipo de teléfono, efecto negativo porque ahuyenta a la demanda y ha provocado que los clientes estén buscando equipos sustitutos como tablets o teléfonos provenientes de china.

De acuerdo a las opiniones de los encuestados la demanda es tres veces mayor que la oferta causando una escases especialmente en los teléfonos Smart que son los más utilizados por los jóvenes y adultos en Quito y en el país, un aspecto importante es que actualmente dentro de la medida es que los cupos otorgados a los importadores y a la vez comercializadores son insuficientes lo que ha provocado un descontento en el sector ya que el gobierno espera reducir para lo que va del 2012 y 2013 es 142 millones de dólares que equivale a la mitad de lo que se importó en el 2008, cuando el crecimiento de líneas celulares es de 16 millones efectos que no solo se traduce en los importadores sino al consumidor también.

Finalmente el efecto económico positivo de la limitante es que la producción nacional se enriquezca de experiencias como en es: el ensamble electrónico, que se reduzca la tasa de desempleo en el Ecuador, vemos que la producción nacional cuenta con un nivel de exportación de 30 mil unidades las mismas que están a cargo de la marca Riviera estas serán comercializadas en su totalidad hasta antes de octubre del 2014 con precios que oscilan entre 30 a 150 dólares haciendo que nuestra balanza comercial se vea favorecida, principalmente porque no dependeremos al 100% de las importaciones acepto las empresas que manejen exclusividad de la marca.

3.5.2 Comportamiento económico de la demanda en automóviles.

El efecto es claro en la demanda con la limitante, la consecuencia de este efecto es que la mayoría de empresas importadoras van a tener que hacer un reajuste en los precios de las unidades que vendan con el fin de mermar de alguna manera la perdida, como vemos el aumento esta dado de acuerdo a los encuestados entre un 5% a 30%, en muchos de los casos muchas marcas y modelos se tendrán que dejar de importar, esto se ve reflejado básicamente en la unidades que van a dejar de venderse

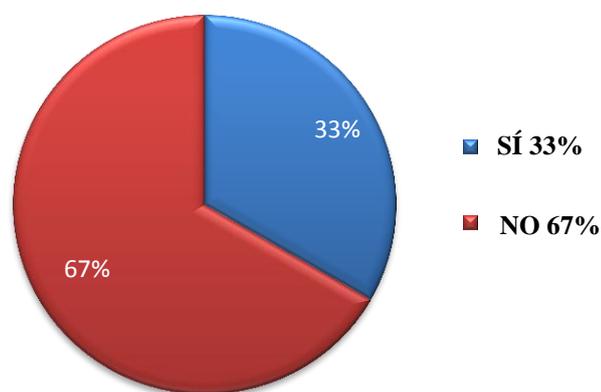
que son alrededor de 28 mil autos en el país provocando que sea una pérdida de 242 millones de dólares hasta llegar a los 300 millones de dólares que es lo que espera con esta medida el Gobierno nacional.

El efecto positivo de la medida es que se va a reactivar la producción industrial de ensamble de vehículos, además la importación de partes en CKD provoca que no se importe un vehículo armado en su totalidad, sino que se fabrique uno en el país generando de esta manera plazas de trabajo en el área automotriz se calcula que esta dado en 14 mil entre directo e indirecto, además la producción nacional ya no depende de la importación del 100% de partes en CKD, actualmente el país está fabricando el 20% de partes lo que es beneficiosos para nuestra Balanza Comercial y para nuestra Población Económicamente Activa.

3.6 Análisis del comportamiento de la oferta de los vehículos, televisores y celulares ensamblados en el país.

3.6.1 Análisis del comportamiento de la venta de vehículos ensamblados en el país.

Figura 37. Percepción del incremento de ventas de vehículos ensamblados en el país.



Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Vemos que esta figura nos indica que el 67% de las empresas que comercializan vehículos son empresas que se dedican únicamente a la importación, estas empresas son: Toyota, Mitsubishi, Volkswagen, Chinamotors, Hiunday, Renault, Nissan, Peugeot, Chinasscar, por ende estas no aumentaron sus ventas, estas más bien se redujeron, los principales efectos negativos que tuvieron estas empresas fueron:

De acuerdo a una media armónica de las empresas encuestadas el 83.33% de estas han reducido sus ventas por el aumento del precio de los vehículos, cabe anotar que en este porcentaje se encuentran también los importadores de camiones que también dependen del comercio exterior para realizar sus actividades como Daihatsu y Mercedes Benz, pero el efecto de la medida este tipo de vehículos no tienen limitación de unidades.

Por otro lado tenemos que el 33% de autos ensamblados en el país han aumentado sus ventas en especial Chevrolet y Mazda, esto a provocado un efecto beneficioso para el país, ya que de acuerdo al Gobierno nacional le interesa subir la producción local y bajar las importaciones en un 30%, efecto que se está cumpliendo en la mayoría de empresas encuestadas.

Finalmente 12.750 unidades se están enviando al exterior en especial a Venezuela de la marca Chevrolet, este efecto está ayudando a mantener equilibrada nuestra población económicamente activa, mejorando nuestra balanza de pagos y generando más puestos de trabajo en el área industrial. (Padilla, 2012)

3.6.2 Efecto económico sobre la percepción del aumento de los vehículos ensamblados en el país.

Pese a que el efecto sea negativo en función de la figura el mercado de autos ensamblado a crecido desde el año 2008 y actualmente en el año 2012 aún mas ya que de acuerdo a estudios realizados por la Asociación de Empresas Automotrices el aumento de los vehículos ensamblados fue un 3.60% con referencial al año anterior.

En el siguiente cuadro podemos observar el número de unidades vendidas a nivel nacional desde e 2001 hasta el 2012 en donde inicio la medida limitante como podremos observar las ventas y la preferencia de vehículos de ensamble nacional crece con referente al año anterior de la siguiente manera:

Tabla 43. Composición de las ventas en unidades

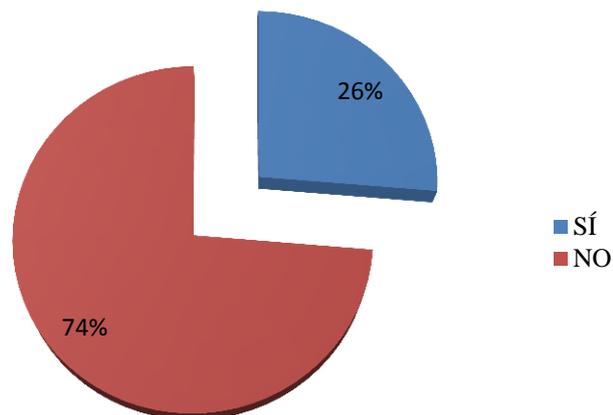
AÑO	ENSAMBLE LOCAL
2001	20.316
2002	21.047
2003	22.768
2004	22.23
2005	29.528
2006	31.496
2007	32.591
2008	46.782
2009	43.077
2010	55.683
2011	62.053
2012	56.395

Fuente: AEADE

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

3.6.3 Análisis del comportamiento de la venta de televisores ensamblados en el país.

Figura 38. Percepción del incremento de las ventas de televisores de ensamble nacional



Fuente: Encuesta Propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

En esta figura podemos observar que el 74% de los consumidores prefiere comprar televisores extranjeros especialmente los que provienen de Brasil y México, esto se da porque la tecnología es más avanzada, por ejemplo algunos de estos televisores tienen características como 3D, cámara fotográfica, puertos GBVA, acceso a internet, características que los hace especiales y más cotizados dentro del mercado de compradores, esto no sucede con los ensamblados en Ecuador ya que su tecnología es muy limitada y su calidad no puede competir con los televisores importados.

Otro aspecto que les afecta a los televisores nacionales es la falta de publicidad para poder captar más la atención de los clientes, esta técnica puede ser empleada con el fin de que dichas marcas se den a conocer más a nivel nacional con el efecto de producto sustituto principalmente por su precio, otro aspecto negativo es que este tipo de electrodomésticos tienen un marketing obsoleto ya que este se vende en supermercados de abarrotes cuando el efecto de compra en un consumidor son víveres y no el de comprar un electrodoméstico, este caso sucede en marcas como RIVIERA y TEKNO.

El 26% de la población de empresas importadoras de televisores prefieren el producto ensamblado en el Ecuador ya que estas empresas comercializan la marca SONY y de acuerdo con sus experiencias los compradores aun solicitan la marca sea por su calidad, garantía y tecnología y no tienen inconvenientes con la competencia de los televisores importados.

Uno de los principales efectos positivos en el mercado nacional de acuerdo a las empresas encuestadas son que estos televisores poseen menor costo que un importado como es el caso de RIVIERA y TEKNO, estas marcas se han convertido en electrodomésticos sustitutos de las marcas extranjeras por su bajo precio, ya que los de ensamble nacional están más al alcance de una familia en donde su presupuesto es limitado.

De acuerdo a nuestro estudio de campo vemos los televisores de ensamble nacional se comercializan mas en el sector informal como el Ipiales, en este sector vemos que las marcas SONY, TEKNO, y RIVIERA son las más preferidas por los compradores esto es positivo para nuestro PIB ya que lo fortalece y de esta manera evitamos las importaciones.

3.6.4 Efecto económico sobre la percepción del aumento de los televisores ensamblados en el país.

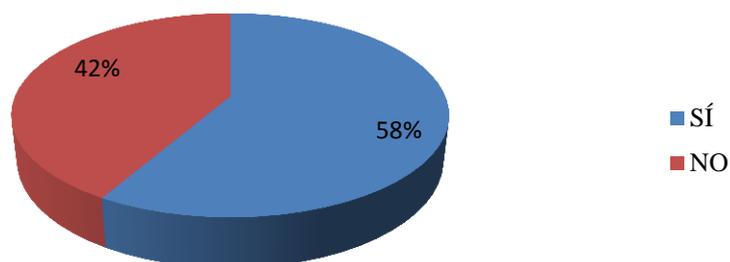
Pese que el aumento de televisores no sea notable dentro de la figura de acuerdo al Gerente de Sony Ecuador comenta que el crecimiento de televisores armados en el país en especial el Sony Bravía está aumentando especialmente porque su costo es menor al importado entre un 10% a un 15% de acuerdo al tamaño, otro aspecto positivo es este producto cumple con todos los estándares de fabricación y por esta razón dicho televisor está siendo exportado a Venezuela principal comprador de nuestra producción.

Vemos que con la medida las empresas dedicadas al ensamble de televisores también se ve afectado principalmente por los aranceles implantados por el COMEX ya que si este grupo arma tvs con más elementos y partes importadas pagaran mas aranceles, por esta razón la mayoría de empresas de acuerdo a un estudio de productividad implantado por el MIPRO establece que el 80% de las partes provienen del extranjero es únicamente 20% se fabrica en el Ecuador.

Finalmente a esta razón le sumamos el aumento del contrabando en el país cifra que ascendió a los 18 millones de dólares entre los que se incluía televisores, teléfonos celulares, telas, licores, cigarrillos productos y bienes que se usa con regularidad y generan una competencia desleal haciendo que no solo afecte a los importadores sino que también dañe a la empresa nacional de ensambles.

3.6.5 Análisis del comportamiento de la venta de teléfonos ensamblados en el país.

Figura 39. Percepción del aumento de la producción nacional de teléfonos celulares



Fuente: Encuesta Propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

En el 58% de la población encuestada existe una percepción que aumentara la producción nacional de teléfonos debido a la toma de la medida, en el mercado actual ya se comercializan teléfonos ensamblados en el país como son Zanze, Verycool, Blu aunque teléfonos de tecnología básica y media, estos equipos se han introducido de buena forma en el mercado debido a su bajo precio, estos son adquiridos principalmente por personas que realmente necesitan comunicarse y por jóvenes los cuales necesitan conectarse en redes sociales, actualmente el mercado de ensamble nacional gracias a las empresas Audioelectric e Hipertronics tenemos más variedad en teléfono táctiles existen 6 modelos interesantes para usuarios más avanzados que ofrecen conexión a internet, redes sociales, cámara con más megapíxeles atrayendo más la atención de compradores disminuyendo la adquisición de equipos importados, que es uno de los objetivos base con los que se elaboró la medida de limitación en unidades.

En contraparte a esta percepción tenemos que un 42% de la población cree que no aumentara la producción nacional debido a que las industrias ensambladoras tienen tecnología limitada para ensamblar un teléfono, en este caso tenemos teléfonos básicos y de tecnología media, efecto que produce en el consumidor un descontento ya que con el boom de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación como

es Whatsup , Line y Pin, el teléfono de producción nacional no puede satisfacer esa necesidad creada por la información produciendo de esta manera un stand by en el avance tecnológico de la población pese a que la idea central de Gobierno nacional sea la de proteger a la industria.

3.6.6 Efecto económico sobre la percepción del aumento de los celulares ensamblados en el país.

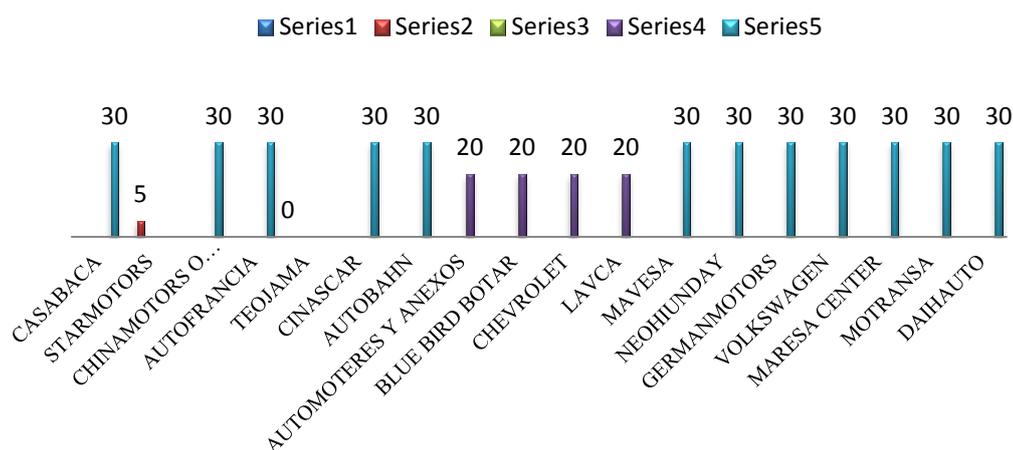
Observamos en la figura un efecto positivo en el crecimiento de teléfonos celulares ensamblados en nuestro país hablando porcentualmente cifra que ha alcanzado un 58%, lo que significa que en varias empresas comercializadoras de estos artículos o equipos electrónicos también tienen un stock de producto nacional principalmente por mantener mercadería variada en precios y modelos. Vemos que este porcentaje se traduce en que la producción nacional específicamente en el área abarca más de la mitad del mercado lo que se traduce que las empresas importadoras y comercializadoras de cada 10 celulares que vendan 5 son nacionales, las empresas que están promoviendo al aumento de este porcentaje son Hipertronics que se dedica al ensamble de la marca BLU que son equipos de tecnología media y básica y de igual manera la empresa Audioelec con la marca Zanze y Riviera estos tipo de equipos son populares principalmente por su bajo costo y porque tecnología está casi a la par con el servicio que brindan las operadoras como es el plan de internet móvil y redes sociales.

Adicionalmente los precios de los celulares de ensamble nacional oscilaran entre 28 a 160 dólares aspecto que será tomado en cuenta principalmente por los compradores con relación a los teléfonos importados cuando su valor oscila entre los 100 a 450 dólares, todos estos efectos positivos están beneficiando a nuestra población económicamente activa ya que promueve a que se disminuya el porcentaje de desempleo en el país y cada vez necesitemos que importar menos ayudando de esta manera también a que nuestra balanza comercial sea positiva y no dependa nuestra economía del crudo.

3.7 Análisis en la variación del aumento de los aranceles para vehículos y celulares.

3.7.1 Análisis de la disminución de las importaciones de vehículos en la ciudad de Quito.

Figura 40. Disminución de importaciones de vehículos



Fuente: Encuesta Propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

En este cuadro se refleja que el 67% de las empresas importadoras de vehículos se vean afectadas en un 30% en la disminución de sus importaciones ya que estas empresas ofrecen en gran mayoría vehículos importados y de esto también depende su economía, excepto en la caso de Automotores y Anexos empresa en la que se comercializa la marca NISSAN la que disminuyo sus importaciones solo en un 20%, dicha empresa nos comentó que a ellos la medida no les había afectado en gran magnitud ya que estos tenían en bodega las suficientes unidades para poder satisfacer la demanda de su marca, a mas de armar estrategias directamente con la marca para que este aumento no sea traducido en gran parte al comprador, este aumento se da básicamente por la escasez de modelos y la falta de variedad en precios, aumento de aranceles fijos y variables tanto a vehículos armados como a partes de vehículos.

Por otro lado las empresas de producción nacional como son Chevrolet y Blue Bird Botar solo se ven disminuidas sus importaciones en un 20%, estas no se ven afectadas de igual manera que las demás marca porque ellos tienen empresas ensambladoras,

las mismas que pueden controlar la demanda ofreciendo autos domésticos y busetas sin necesidad de importarlos completos sino por medio del CKD, además estas son unas de las empresas que ofrecen vehículos que son más asequibles al presupuesto que tiene una familia o una persona que necesita un vehículo de trabajo.

Finalmente tenemos a Starmotors y Daihatsu que son empresas que se dedica a vender camiones los mismos que no tienen restricción en unidades pero como es el caso de los camiones Mercedes Benz tienen ciertos aditamentos que los hacen especiales y más caros, es por esta razón que muchas de las empresas importadoras traen vehículos básicos y pocas unidades de vehículos full para no perder la demanda de vehículos.

3.7.2 Efecto económico de la disminución en las importaciones de vehículos.

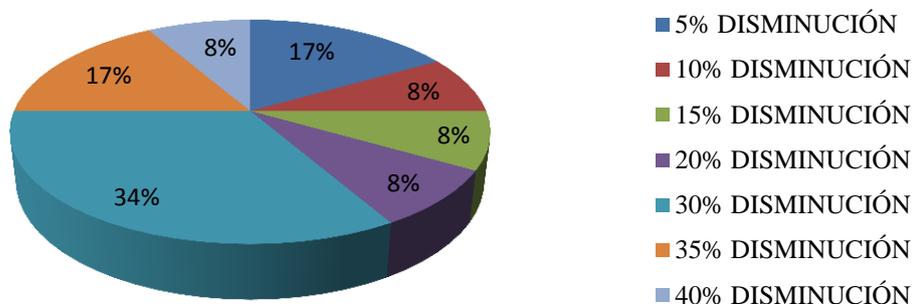
Vemos en la figura de acuerdo a la población encuestada que el 67% de las empresas importadoras se ve afectada con la medida limitante, esto es provocado principalmente por el aumento del valor de los aranceles fijos y variables, la disminución en la rentabilidad es ocasionada por el déficit de unidades provocan en los importadores compense ese porcentaje negativo a la rentabilidad de los vehículos, lo que espera el gobierno es reducir en un 30% las importaciones con el fin de reducir la brecha que existe en nuestra Balanza Comercial y a la vez promover al ensamble de vehículos.

Para este año se repartió 48.179 unidades repartido entre 38 importadores a nivel nacional, de este rubro se repartió entre las principales marcas de la siguiente manera: Chevrolet 6511 vehículos, Neohyundai 10766 unidades y Aekia 4.373 unidades, estas son las marcas de vehículos más usadas en el Ecuador con relación al 2011 que de 49.687.

De acuerdo a Gloria Navas Presidenta de la AEADE esta disminución lo que ocasionará es que se detengan las presentaciones de nuevos modelos, se reduzcan los espacios publicitarios, incluso se reduzca personal con el fin de mermar este déficit de unidades y no se vea traducido el costo en el consumidor final. (El universo, 2013)

3.7.3 Análisis de la disminución de las importaciones de celulares en la ciudad de Quito.

Figura 41. Disminución del nivel de importación de teléfonos celulares



Fuente: Encuestas propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

En el cuadro podemos observar el 17% del mercado han reducido sus importaciones en un 5% en las empresas Comsatel y Zte Corporation porque son empresas que importan teléfono chinos los mismos que están perdiendo parte del mercado desde que existe en el país ensambladoras de equipos, razón por la cual estas dos empresas están cediendo parte de sus cupos a operadoras grandes como el caso de Comsatel que entrega parte de su cupo operadoras como CONECEL.

Como vemos en la figura anterior el 8% del mercado ha reducido sus importaciones en un 10%, este es el caso de Otecel, vemos que su reducción es mínima ya que esta empresa depende de la comercialización de marcas reconocidas razón por la cual no puede darse el lujo de perder su clientela por falta su falta de variedad en teléfonos de gama media y alta, además de que esta es una de las tres operadoras más grandes que importa equipos celulares de alta tecnología, por el aspecto de que venden más que el bien el servicio en los que ellos pueden camuflar de alguna u otra manera el aumento en función de las técnicas de comercialización y financiamiento con las que operan dentro del mercado.

En el caso de Point technologies también a reducido sus importaciones en un 15% y en participación en el mercado abarca el 8% del total en Quito, la reducción es más alta con relación a las anteriores empresas esta eventualidad se produce porque su

negocio no depende en su gran mayoría de la importación de celulares, más bien su negocio es proveer de mercadería tecnológica de bienes como: equipos de cómputo, televisores, Tablets, el objetivo principal es mantener un stock de mercadería variada sin dejar de tener los equipos necesarios para satisfacer las necesidades de los clientes.

Notamos que el 8% de importadores han reducido en un 20% sus importaciones esto significa que también dependen de la tecnología importada como es el caso de CNT principalmente por el servicio que ofertan a la población dicha empresa necesita de celulares de alta y media gama para que el servicio que ofertan al territorio nacional sea aprovechado por los compradores de mejor manera como es el caso de : redes sociales, uso de internet móvil que son servicios que únicamente son compatibles con marcas reconocidas a nivel mundial no solo por su calidad sino por la tecnología que se emplean en los mismos.

Vemos que el 34% de las empresas importadoras han reducido sus importaciones en un 30% este efecto es provocado principalmente porque estas empresas operan independientemente y se dedican únicamente a la comercialización de celulares, su negocio depende de las importaciones con esta reducción en las unidades importadas estas empresas no podrán cubrir con la demanda actual existente en el mercado ya que de acuerdo a Intcomex la demanda ha crecido 3 veces que su oferta, el aumento de los aranceles específicos también es otro aspecto por el cual afecta a las importaciones ya que esto ha creado en el mercado una escasez mínima de celulares smart y un aumento en el precio de los mismos que en algunos casos el presupuesto del comprador no es suficiente para adquirir uno de estos equipos.

Observamos que el 17% de empresas importadoras han reducido en su nivel de importaciones en un 35%, este es provocado de acuerdo a Crevaltec principalmente por el contrabando ya que existe en el país zonas permeables en el Ecuador principalmente desde el Carchi dichas importaciones ilegales generan una competencia desleal, razón por la cual han dejado de importar teléfonos de gamas altas con el fin de no verse perjudicados y únicamente traen teléfono que son mas comercializados como es el caso de Black Berry, Nokia que son marcas que están dentro del presupuesto de un comprador a más de la compatibilidad en las funciones que brinda al usuario en función de las operadoras que existe en el Ecuador.

Finalmente, vemos que el 8% de las empresas importadoras se ha visto afecta con el 45% de la reducción de la importaciones como es el caso Huawei empresa que se dedicaba a la venta de modem, partes de equipos de computo, esta empresa es la más afecta principalmente porque lleva alrededor de 3 años y medio importando equipos móviles de acuerdo a este encuestado su principal problema es que su teléfono no tiene acceso a todo el grupo de compradores existentes en el mercado, su falta de publicidad y conocimiento a llevado a reducir su importaciones, además que la gran parte de sus teléfonos son smart se ven afectados principalmente por el alto costo que tienen, y la limitante que no les ha permitido crecer como marca en el país son aspectos de su alta reducción.

3.7.4 Efecto económico disminución de importaciones de celulares.

El efecto económico de la disminución de las importaciones lo debemos ver desde varias aristas, en forma macroeconómica y de recaudación tributaria no afecta directamente a las cuentas fiscales la disminución de impuestos ya que si bien la Administración tributaria deja de percibir ingresos por impuestos que dejan de generar las empresas que importan y venden tanto celulares, vehículos y electrodomésticos esto se ve compensado por una mejora en las cuentas nacionales como la mejora en la balanza comercial.

También ha podido recaudar la Administración fiscal mayores ingresos de las empresas que están aprovechando la oportunidad y han aumentado considerablemente sus ingresos, estas son empresas como Audiolec que según informaciones de prensa (cito la fuente Revista Lideres de El Comercio) han crecido en 50%, otras como la cuencana HIPERTRONICS S.A.

Así lo muestran también los datos obtenidos de la página del SRI donde existe un crecimiento gradual y sostenido en el pago de impuestos por salida de divisas debido a su gran aumento en la producción por lo cual deben importar mayores cantidades de partes en CKD para poder ensamblar sus productos:

Tabla 44. Análisis del ISD por años

Año Fiscal	Razón Social	Salida de divisas
2013	AUDIOVISION ELECTRÓNICA AUDIOELEC S.A.	\$1.451.002,03
2012	AUDIOVISION ELECTRÓNICA AUDIOELEC S.A.	\$ 767.879,27
2011	AUDIOVISION ELECTRÓNICA AUDIOELEC S.A.	\$ 313.459,15
2013	HIPERTRÓNICS S.A.	\$66.563,01
2012	HIPERTRÓNICS S.A.	\$ 0,00
2011	HIPERTRÓNICS S.A.	\$ 0,00

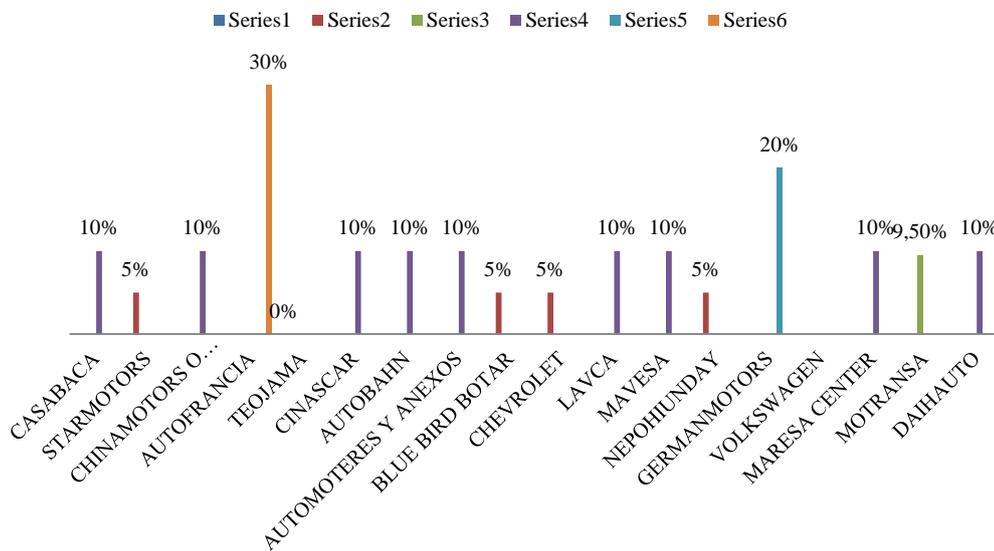
Fuente: SRI

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Pero el efecto no ha sido todo positivo datos proporcionados por la Asociación de Empresas Telefónicas Asetel nos señala que han disminuido personal en un 10%, esto también esta ratificado por la Asociación de Empresas Automotrices donde el impacto se ve en el mismo porcentaje. (Internas, 2013)

3.7.5 Análisis en la variación del precio para vehículos con la medida restrictiva.

Figura 42. Aumento del costo de un vehículo.



Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

De acuerdo a la figura que existe un aumento en el precio de los vehículos que provienen de Europa como es el caso de German motors con Audi, esta marca aumento un 20%, este aumento es básicamente por el lugar que provienen este tipo de vehículos, los complementos con los que esta ensamblado, normas y características que los hace especiales con relación a los vehículos domésticos adicionalmente a todos estos aspectos vemos que su mantenimientos es mucho más costoso principalmente en lo que son repuestos ya que los mismos son fabricados de Europa por lo que los costos de importación y desaduanización los hace elevar sus precios con relación a las marcas existentes en el mercado como Toyota, Mitsubishi, Volkswagen, Hyundai, Mazda y Renault.

En el caso de Autofrancia con Peugeot nos pusieron un ejemplo en un repuesto que es el plato, el disco y el ruliman que es el KIT de la caja de cambios para un Peugeot 405 cuesta alrededor de 450 dólares y el mismo KIT de embrague para un Chevrolet Aveo cuesta alrededor de 140 dólares, este es uno de los aspectos que marca mucho la diferencia al momento de tomar una decisión a la hora de comprar, es por esta razón que este tipo de vehículos como son los Peugeot hayan aumentado en un 30% haciéndolos más costosos dentro del mercado nacional.

Con lo referente la marca Chevrolet vemos que la medida le afecta con un aumento del 5% más en el valor del vehículo, pese a que la marca tiene una fabrica ensambladora en el país existe un incremento en el valor de la importación de autos que provienen del extranjero en especial de Venezuela y EEUU. por otro lado como nos supo comentar el departamento de importaciones que el 80% de las partes provienen del extranjero por CKD el valor de dichos componentes también influyo en el aumento del valor del vehículos de fabricación nacional.

Con lo referente al resto de marcas vemos en la presente figura tiene un aumento del 10% en el valor del vehículo, este tipo de fenómeno se da en marcas como: Toyota, Mitsubishi, Volkswagen, Daihatsu, Hiunday, Renault y Nissan, ya que empresas importadoras por un lado no tienen una fábrica ensambladora y dependen de las importaciones provoca que no exista variedad de vehículos por la limitación de unidades, que escaseen ciertos modelos de vehículos y por ende suba su el valor del mismo, que los vehículos de lujo se importen menos a causa de limitación, finalmente esto causa en el comprador tenga desinterés en la marca y opte por comprar vehículos usados.

Con respecto a los camiones como es el caso Daihatsu no le afecto la medida porque de acuerdo a la resolución No.65 del COMEX nos indica que no existe ningún tipo de restricción para vehículos de tipo pesado y caminero , pero en la importadora de vehículos Starmotors aparece con un aumento del 5% es por que vende camiones y volquetas clase A las mismas que tienen ciertas características que les hacen más caros como es el zoom roof, aire acondicionado, asientos eléctricos , estos entre otros detalles que los hace aumentar su precio original.

Finalmente tenemos a los vehículos chinos como son Cinasscar y China Motors mantiene un aumento del 10% en el valor, pese a que estos vehículos son nuevos su aumento no es tan considerable, lo que provoca esta técnica es que el cliente se sienta atraído por la marca, adicionalmente a esto tenemos los financiamientos directos, lo que facilitara al comprador a adquirir uno con mayor facilidad sin que intervenga el banco, lo negativo de este tipo de créditos es que las cuotas son más altas que las del banco, de acuerdo al departamento de ventas China Motors 2 de cada 3 personas prefieren el financiamiento directo en la compra de un auto.

Pese a todas estas técnicas de comercialización el consumidor no se siente garantizado por los vehículos chinos principalmente por la marca, esta no tiene trayectoria en el mercado automotriz, su garantía en algunos vehículos chinos es deficiente, parte de repuestos y piezas son escasos y finalmente a esto como nos comentaron en el departamento comercial de China Motors del 100% de unidades de autos chinos que ingresan al país únicamente 96% vienen sin ningún problema y el 4% presenta fallas de ensamblado.

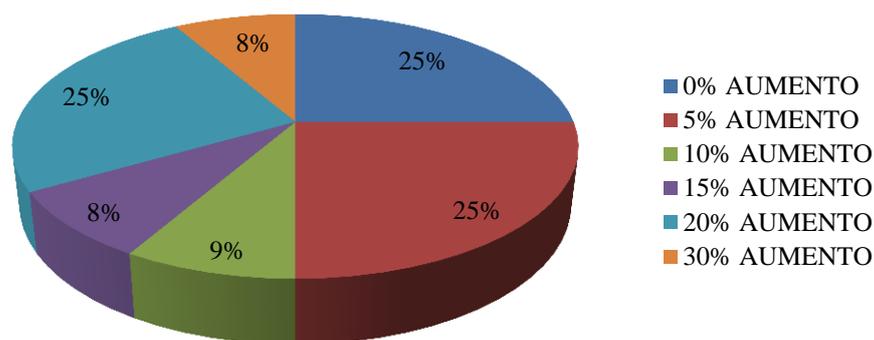
3.7.6 Efecto económico del aumento del precio de los vehículos.

Vemos que principalmente por el aumento arancelario sobre el CIF en vehículos desde 1900 cc se detallaba de la siguiente manera su aumento estuvo dado entre el 30 al 35%, también el incremento al impuesto a la salida de divisas ISD del 2 al 5%, más el 1% de otros impuestos, estos aspectos han hecho que estos impuestos hayan hecho subir el precio del vehículos además que existe en quito un escases de automóviles full equipo, ya que los importadores prefieren pasar los cupos a vehículos más comerciales sin que se deje de importar autos full versión, gti, semi full, adicionalmente a esto vemos que los vehículos así como también los CKD

provenientes de países como Tokio que sufrió un desastre natural influyo también en el precio en el Ecuador.

3.7.7 Análisis del aumento del precio en celulares después de la medida restrictiva.

Figura 43. Aumento del precio de un celular.



Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

El 25% de la población de importadores como el caso de Movistar, Htm, Compteco, no se han visto afectados sus precios con la medida limitante en el primer caso tenemos a Movistar empresa que debido a su gran participación en el mercado con el servicio que ofrece le conviene vender un equipo sea de la gama que sea junto al servicio post-pago comprometiendo al cliente que adquiera un teléfono de gama media y alta con la cual acceda a todos sus servicios que internet móvil ocultando de esta manera el aumento por medio de cuotas en las que paga el servicio y el equipo. En el Caso de HTM esta empresa no se ve afectada con la limitante en unidades ya que esta empresa se encarga de la importación de placa de teléfono de gama media y gama alta, para realizar reparaciones de teléfonos celulares que se venden a nivel nacional indistintamente de la empresa operadora que provenga, el negocio de esta empresa se basa principalmente de la comercialización de partes importadas en CKD sobre la cual no tiene efecto la medida. En el Caso de Compteco el precio de los celulares no se han visto afectados, ya que ellos importan en pequeña escala únicamente para satisfacer las necesidades particulares de clientes específicos de la firma Compteco.

Vemos que el 25% tuvo que ajustar sus precios en un 5%, en el caso de CNT empresa del Estado Ecuatoriano tiene un caso particular no han aumentado más su precio porque su participación en unidades en el mercado no ha cambiado, más bien la cobertura de servicio se ha visto aumentada y esta no está ligada a un teléfono nuevo, este efecto limitante está provocando que no exista las suficientes unidades para cubrir la demanda razón por la cual deben ajustar sus precio para no obtener una pérdida en gran magnitud. En el caso de Comsatel esta empresa se dedica únicamente a la venta de teléfonos satelitales, su mercado es restringido a empresas Petroleras y Empresas Pesqueras, aquí la medida pierde su efecto ya que el alcance de esta es direccionada a teléfonos celulares uso convencional de todas maneras su precio con relación al 2012 si se vio afectada en el 5%. En el caso de ZTE Corp. Solo se dedica a la venta de teléfonos chinos que tienen un bajo costo, además de comercializar su cupo otorgado por la Aduana del Ecuador con Operadoras grandes a cambio de una comisión.

Observamos que el 9% de los importadores tiene a aumentar su precio en un 10% aquí tenemos el caso de Virt. Corp. Esta es una empresa mayorista que no comercializa con operadoras grandes, se caracteriza porque sus importaciones son en menor escala y van direccionadas empresas comercializadoras de electrodomésticos de target popular como la Gran Vía y empresas ubicadas en el sector centro de la Ciudad, la tecnología que importa esta empresa son equipos de media gama y baja gama que es lo que más vende en sectores populares de la ciudad de Quito.

El otro 8% de importadores ha afectado su precio en un 15% como es el caso de Huawei, el Gobierno está limitando su expansión y su excursión en el mercado con nuevos productos como es el caso celulares, razón por la cual se han visto en la necesidad de ajustar sus precios por el déficit en la importaciones haciendo que sus equipos sean escasos y más costosos de acuerdo a un estudio realizado de cada 5 ecuatorianos 1 o menos de uno tiene un Huawei de acuerdo a la provincia.

Finalmente, el 25% del mercado aumentado el valor del celular en un 20% básicamente por aspectos como:

Las importaciones se han visto reducidas en empresas como Intcomex, Crevaltec, Barlogic porque no importan la misma cantidad de celulares que importaban en el 2012, además lo que les caracteriza a estas tres empresas es que no traen celulares en grandes cantidades como lo hacen las operadoras, su negocio radica en traer partes

de celulares en CKD en especial las placas, pantallas techados, micrófonos entre otras partes.

El 8% de los importadores ha tenido que aumentar su precio en sus celulares en un 30% esto se produce principalmente porque no pueden ocultar sus precios con servicios celulares u ofrecer crédito personal, sus ventas son principalmente se basan en el efectivo o en tarjeta de crédito, su negocio radica básicamente en la venta de electrodomésticos y los celulares son parte de su variedad este es el caso de Point Technologies.

3.7.8 Efecto económico del aumento del precio de los celulares.

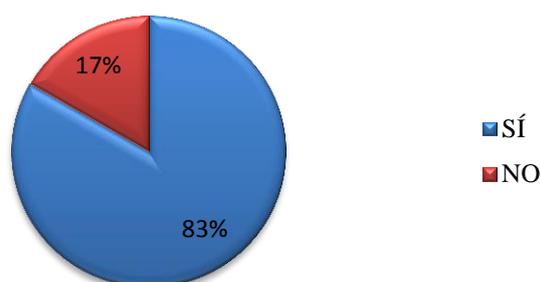
Vemos que apenas el 25% de la población de importadores que comercializan celulares no tiene dentro de sus stock teléfonos de ensamblaje nacional lo que significa que en el 75% de esta población tienen en manera proporcional estos equipos nacionales, como se ha mencionado en anteriores ocasiones este tipo de celulares tienen menor costo con relación a los importados y que casi están a la par en tecnología, sus precios como estableció la empresa Audioelec está entre los 28 dólares el teléfono básico y 160 dólares el teléfono de tecnología media, estos precios son atractivos en los compradores principalmente porque están dentro de su presupuesto y cumplen con sus necesidades básicas de comunicación y entretenimiento.

Por otro lado en el mercado el precio promedio de un teléfono de tecnología media está entre 250 y un Smart en 575, vemos un ahorro de casi un 36% en el teléfono de tecnología media, aspecto que se suma a los beneficios del teléfono nacional, además de esto vemos que la campaña que implemento el Gobierno Nacional a preferir lo que se produce en el país está produciendo resultados positivos además de hacer una concientización de que lo que produce el país tiene calidad de exportación.

3.8 Impacto de las medidas restrictivas en relación del poder adquisitivo del consumidor.

3.8.1 Análisis del poder adquisitivo del consumidor de vehículos.

Figura 44. Afectación del poder adquisitivo en vehículos



Fuente: Encuesta Propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Vemos que nuevamente el 83% de las empresas encuestadas se ven afectadas ya que el presupuesto familiar como el individual no les alcanza ya que en la gran mayoría no completan la entrada para empezar a pagar y necesitan de un crédito bancario para completar en algunos de los casos la entrada, de esta manera el endeudamiento sería el doble en muchos de los casos, por esta razón los compradores prefieren tomar otro tipo de medidas como es la de comprar autos usados en lugar un vehículo nuevo. En 2009, la cartera fue de \$180,7 millones y creció a más \$190,2 millones en el año 2013 de acuerdo a datos obtenidos por la Superintendencia de Bancos, este tipo de endeudamiento sea por dinero plástico, créditos directos con el banco están afectando la economía de los ecuatorianos sobre endeudándose.

Con respecto al 17% son compradores que tienen un nivel económico alto y más que todo estable, que no le importa el precio del vehículo sino lo más bien la calidad, el lujo y las características específicas que tienen este tipo de autos.

De acuerdo a los registros que mantiene el INEC la clase media se ha robustecido ya que solo el en el 2013 aumento a un 35% con referencia en el 2013 que fue del 14%, efecto positivo para este mercado automotriz ya que pueden comercializar más vehículos sean ensamblados o importados, expandiéndose más el mercado en la clase

media haciendo que sea mucho más fácil comprar un vehículo en la clase alta y media.

3.8.2 Efecto económico del poder adquisitivo del consumidor.

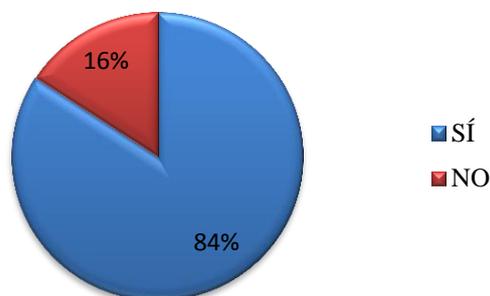
Se ve afectado el poder adquisitivo por que los aranceles, los impuestos siguen subiendo sumando a todo esto también la escases de vehículos propicios a que especulen con el precio haciendo que un vehículo se salga fuera del presupuesto de una familia.

Lo que está tratando de hacer el gobierno es controlar de alguna manera los precios y que los consumidores puedan ver como una opción a los vehículos de ensamble nacional, por otro lado como no tenemos una política económica monetaria, la única opción es emplear limitantes, aumentar aranceles e impuestos a los bienes provenientes del extranjero para poder controlar nuestra Balanza Comercial.

Este efecto es el que principalmente afecta a los importadores ya que estos tendrán que disminuir sus utilidades en las ventas de vehículos para que no se transfiera al consumidor final, o emplear técnicas crediticias para que puedan ocultar el aumento del precio.

3.8.3 Análisis del poder adquisitivo del consumidor de televisores.

Figura 45. Afectación del poder adquisitivo en los televisores



Fuente: Encuesta Propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

En esta figura vemos reflejado que el 84% de las empresas que importan y comercializan televisores de pantalla plana se ven afectados en aspectos como:

1. Falta de presupuesto familiar.
2. Televisores tecnológicos caros.
3. Falta de garantías con lo referente a televisores armados en el país para que puedan competir en el mercado nacional.
4. Actualmente se no existe un programa de financiamiento que beneficie al comprador ya que si se adquiere por medio de compra directa el valor del televisor aumentaría entre el 20% al 30% de acuerdo al tamaño, esto hace que el consumidor posponga la compra y prefiera comprar un producto sustituto (celulares).
5. Vemos que el poder adquisitivo se ve afectado principalmente por el costo ya que los importadores han tratado de ver maneras de tratar de ocultar el costo brindando créditos directos, técnica empleada para captar la atención del cliente y haciendo que llegue a endeudarse en el electrodoméstico para que su poder adquisitivo no se vea afectado directamente.

El 16% de la población de empresas importadoras de televisores ve que sus clientes no han visto disminuido su capacidad de compra pese a que haya subido el precio de los televisores, esto se debe en parte a la estabilidad económica que mantiene el país,

debido a lo cual las personas pueden adquirir estos productos pese a que sus precios se hayan elevado.

Otro aspecto a tomar en cuenta a más de la estabilidad salarial y económica que se ha venido manejando dentro de los últimos años en el Ecuador ha provocado que también los ciudadanos traten de concientizar en el adecuado manejo sus obligaciones sin caer en el sobreendeudamiento, aspecto que el gobierno nacional quiere mejorar y controlar las compras impulsivas dentro de la población y fomentar el ahorro y la utilización adecuada de los recursos sin verse obligados a aumentar las necesidades básicas.

Finalmente tenemos que mencionar es que algunos tipos de televisores van dirigidos a un cierto segmento del mercado el cual no se ha visto afectado por el precio que se maneja en el mercado, dicho grupo de personas o sociedades compran este electrodoméstico sin importar cuál sea su precio ya que su presupuesto económico no se ve afectado sino que más bien ellos lo toman como una satisfacción de necesidad de entretenimiento más que de la compra de un bien.

Cifras publicadas a finales del 2012 por el INEC reflejan que el ecuatoriano tenía una recuperación en el poder adquisitivo respecto a la canasta básica, estas cifras también justifican por qué en el 20% de las empresas es poder adquisitivo de sus clientes no se ha visto disminuido pese al alza de los aranceles.

3.8.4 Efecto económico del poder adquisitivo que tienen los compradores sobre los televisores LED y LCD.

Pese a que el poder adquisitivo aumento desde el 2011 a 83,81% con relación al 2012 a 91,54% vemos que el mercado a disminuido en un 84% su poder de compra especialmente porqué el presupuesto que destinan muchas familias a la compra de bienes para el entretenimiento.

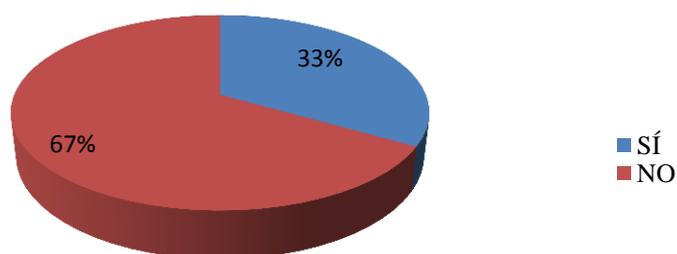
Vemos que para la venta de este tipo de bien el proveedor está implementando nuevas técnicas para que el poder de compra no sea ve afectado, entre estas tenemos ocultar los altos precios entregando el llamado combo, otorgando facilidades de pago y otras para que el comprador llegue en ultimo d los casos a sobre endeudarse.

Finalmente el principal objetivo que tiene el Gobierno es reducir en un 30% las importaciones, proteger a la producción nacional, controlar los precios de los bienes y finalmente que el ingreso familiar sea adecuadamente empleado para necesidades básicas y no necesidades creadas por el mercado o el marketing.

Por otro lado vemos que el 16% del total de compradores no se ve afectado, principalmente porque tiene capacidad económica para llegar a un endeudamiento o a pago completo el cual cubre su presupuesto sin ningún problema, vemos que también la estabilidad económica juega un papel fundamental en cierto grupo de personas a las que no le importa el precio sino la satisfacción de la necesidad.

3.8.5 Análisis del poder adquisitivo del consumidor de celulares.

Figura 46. Afectación del poder adquisitivo del comprador de celulares



Fuente: Encuesta Propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Vemos en la figura anterior nos revela que el 67% poder adquisitivo de los compradores en la ciudad de Quito no se ve afectado, en este caso en particular es porque el mercado ha creado una necesidad la que es de comunicarse, aparte ha generado la necesidad de globalizar la información por medio del internet, es por esta razón que muchos de compradores no ven el precio del celular sino las bondades que ofrece, adicionalmente a esto los servicios prepago y las facilidades de financiamiento ayudan a adquirir un celular de alta gama con más facilidad.

El 36% de los compradores se ve afectado al momento de adquirir un celular principalmente porque el presupuesto de algunas familias o personas no son lo suficientemente flexibles, la falta de abastecimiento de celulares tecnológicos que

cumplan con las necesidades que quieren satisfacer los compradores, y los celulares que están introducidos en el mercado tienen precios altos.

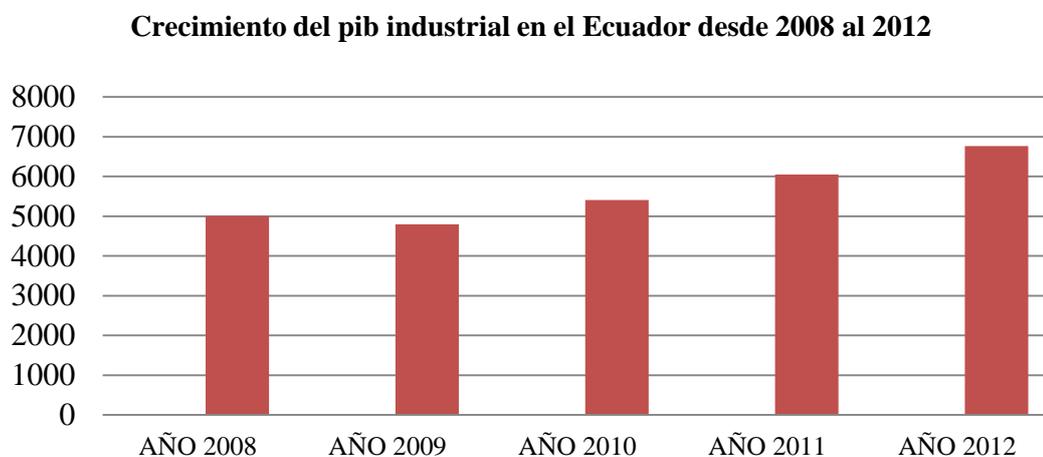
3.8.6 Efecto económico del poder adquisitivo que tienen los compradores al momento de adquirir un teléfono celular.

Como podemos apreciar en la figura anterior el poder adquisitivo no se ha visto afectado en un 67% del total de importadores, de acuerdo a los encuestados nos supieron indicar que este bien es calificado como bien de uso cotidiano y necesario tanto para realizar negocios como para divertirse, adicionalmente vemos que en algunos casos de acuerdo a los encuestados no les importa destinar parte de su presupuesto para compra un celular de gama media y gama alta, estos efectos se dan básicamente por la facilidad de pago que emplean para captar clientes en las principales operadoras y en empresa que se dedican a la venta de equipos de manera independiente .

Por otro lado con el ensamble nacional de teléfono celulares por parte de Hipertronics y Audioelec están promoviendo a que los consumidores no pierdan su capacidad ya que su precios son accesibles además que su tecnología es apropiada en función de su precio, actualmente otra empresa que antes se dedicaba a la importación de celulares provenientes de china ahora ha invertido 300.000 millones para la creación de una planta ensambladora aquí en el país aspecto muy beneficioso ya que no necesitaríamos importar en gran magnitud como en años anteriores ofreciendo teléfonos de bajo por debajo de la media haciendo que la población prefiera los ensamblados en el país, se reduzcan mas las importaciones e impulsando a la exportación de producto nacional a Venezuela y Perú que son países que están en la mira por estas tres empresa.

3.9 Análisis de comportamiento del PIB.

Figura 47. Análisis del comportamiento del PIB



Datos: INEN

Autores: Andrés Mora y Jorge Villamarín

En la figura anterior podemos observar que el PIB industrial ha aumentado con respecto al año 2011 en 6.052 y para el 2012 en 6.769 millones de dólares provocando una diferencia positiva de 717 millones de dólares lo que nos indica que existió un crecimiento en la producción en el área industrial, ese fue el principal resultado que esperaba el Gobierno Nacional y la Aduana con la implantación de las medidas restrictivas tanto en unidades como en el aumento de las tasas y aranceles para los productos provenientes del exterior.

Este efecto limitante en el comercio exterior ha provocado que la industria nacional como es el caso de nuestra investigación el mercado automotriz, de equipos celulares y televisores puedan desarrollarse en el Ecuador ofertando dichos productos a menor precio y sustituyendo estos bienes a los de marcas internacionales .

Finalmente, el crecimiento del PIB no petrolero a aumentado en un 7% lo que es una cifra alentadora, esto ha provocado que podamos comercializar más productos hechos en el país sin que intervenga el mercado internacional, como es el caso de los vehículos ensamblados en el país que se exportan 24815 unidades anuales de acuerdo a las estadísticas de la AEADE, de igual manera Audiolec que es la empresa que

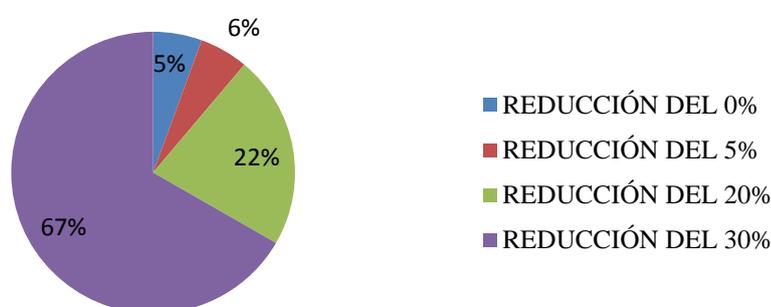
ensambla televisores de pantalla plana de marca SONY y exporta 40.000 unidades anualmente en especial a Venezuela. (Productividad, 2012)

Esto efecto ha producido que se haya reducido nuestro niveles de desempleo dicho porcentaje fue para el año 2011 de 5.07% del total de la población y para el 2012 a fue de 5.00% y para el 2013 4.89% lo que es beneficioso para el país, estas medidas limitantes aparte de proteger a la industria nacional también puede generar fuentes de trabajo, a más de que estamos siendo competitivos en el mercado exterior ofreciendo nuestro bienes fabricados en el país. (Banco Central del Ecuador, 2013)

3.10 Confrontación de los resultados reales frente con los que esperaba la Aduana y el Gobierno Nacional.

3.10.1 Empresas importadoras de vehículos que están cumpliendo con la limitación y reduciendo sus importaciones en el país.

Figura 48. Porcentaje de empresas que están cumpliendo con la medida restrictiva en el mercado automotriz



Fuente: Encuesta Propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

En la presente figura vemos que el 67% de la empresas importadoras de vehículos en la ciudad de quito están dentro de los resultados que espera el gobierno que es reducir el 30% de la importaciones en el mercado automotriz hasta el 2014, este resultado se ha obtenido desde el 26 de junio del 2012 hasta el presente año lo que indica que más de la mitad de las empresas le ha afectado la medida y tendrán que plantear nuevas estrategias para abastecer la demanda de vehículos en la provincia de

Quito, por otro lado tenemos que el 22% restante de empresas está dentro del 20% de empresas que ha reducido su importaciones esto se debe a que estas empresas dependen de una marca y a un tipo de compradores son fieles a la marca sea por su calidad, estética o tecnología esto hace que se resistan a la medida para satisfacer las necesidades del mercado y cumplir con la demanda del mismo.

Por otro lado tenemos que el 5% de la empresas importadoras dependen del 110% de la marca que comercializan estas empresas no pueden dejar de vender sus vehículos por que desaparecerían del mercado como es el caso de Mercedes Benz, BMW, Volvo, Porsche, Peugeot estas marcas son exclusivas y están direccionadas a un sector de compradores específicos, para ellos la medida no está siendo cumplida a cabalidad por que estas empresas tienen beneficios y una utilidad onerosa con relación a las otras marcas que se comercializan en Quito y en el País.

Al tener altos costos y mayor exclusividad estas marcas no sienten tanto el golpe de la restricción debido a que con los cupos que tienen asignados pueden abastecer a su exclusivo mercado

Finalmente vemos que el 6% del mercado de importadores no se ha visto afectadas con la medida ya que estas empresas se dedican a la importación de vehículos pesados es decir camiones, buses y camiones, de acuerdo con la medidas dichos vehículos no están previstos dentro del alcance de la medida limitante de unidades.

3.10.2 Efecto económico de la medida restrictiva en el mercado automotriz.

Como podemos observar en el comportamiento de la figura el 60% de los importadores se ve afectado con la medida solo en el 2011 el mercado automotriz vendió 139.893 unidades, pero en el año 2012 vendió 121.446 tomando en cuenta esta cifra con el ensamble nacional, este efecto se produjo desde que la medida entro en vigencia en junio del año pasado haciendo que se reduzca el nivel de ventas en 13.18%, esta reducción es provocada por la limitante de cupos en unidades haciendo que el mercado automotriz este en retroceso ya que el principal objetivo del Gobierno Nacional es Reducir en un 30% el nivel de importaciones.

Figura 49. Efecto de la medida limitante en las unidades vendidas de autos en el Ecuador

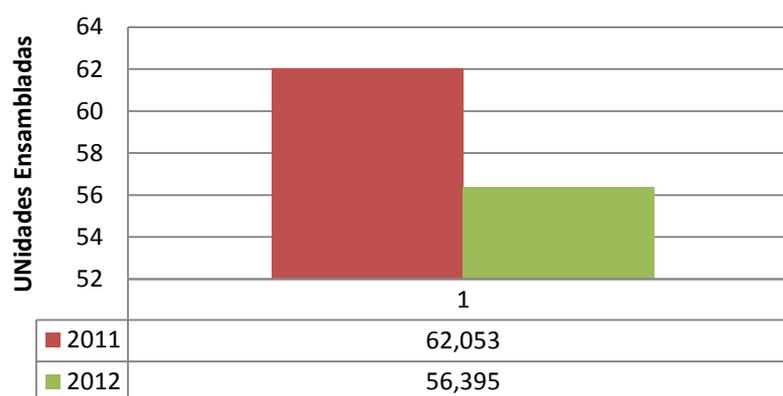


Fuente: AEADE

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Por otro lado tenemos al ensamble local para el año 2011 tenemos 62.053 unidades ensambladas pero para el año 2012 tenemos 56395 unidades ensambladas, esta reducción es provocada principalmente por el aumento en el costo de las partes provenientes en CKD entre el 5% al 18% produciéndose un efecto negativo en la producción nacional.

Figura 50. Unidades ensambladas en el Ecuador



Fuente: AEADE

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

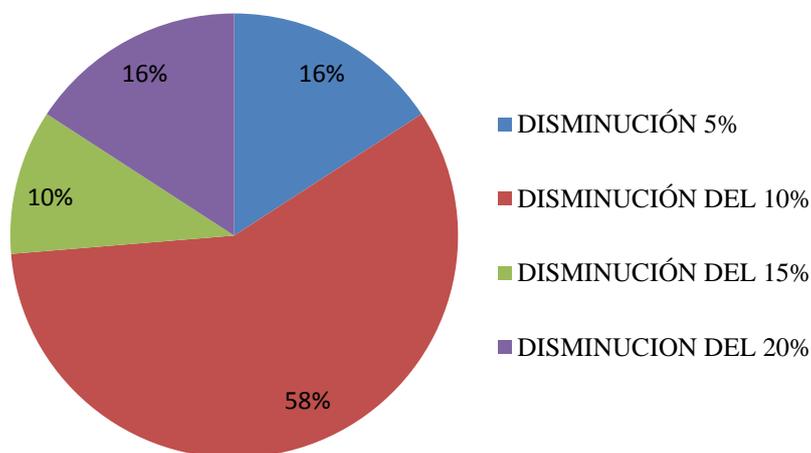
Todos estos efectos han provocado que el aumento del precio en el vehículo importado al igual que el ensamblado en el país se radical y que la medida limitante

se está haciendo notar en el sector automotriz, la única solución para estas medidas es afectar costos relacionados con la venta e incluso con la producción del mismo entre los principales tenemos: sueldos, comisiones, costos de operación en la importación, detener la expansión de la marca, limitar el número de la presentaciones de nuevos vehículos.

Con respecto al consumidor también esta limitante se traduce pero en menos proporción ya que mucho de los compradores prefieren comprar un vehículo usado a comprar uno nuevo, esto se da porque el presupuesto familiar no es flexible para la compra de un nuevo vemos que la preferencia de los vehículos usados a aumentado entre un 5 al 10% de acuerdo al grupo de encuestado desde el 2012 al 2013.

3.10.3 Empresas importadoras de televisores que están cumpliendo con la limitación y reduciendo sus importaciones en el país.

Figura 51. Porcentaje de empresas que están cumpliendo con la medida restrictiva en el mercado de televisores



Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

En la presente figura vemos que el 16% del mercado de importadores ha reducido sus importaciones en un 20% en el presente año debido a que muchas de estas empresas manejan la exclusividad de las marcas Samsung y Lg razón por la cual se torna más difícil comercializar este tipo de bien principalmente por el costo elevado

en función de los aranceles específico implantados, efecto que provoca en el mercado una escasez generando una especulación sobre este bien por la exclusividad que mantiene el mismo.

Vemos que el 16% de empresas importadoras ha reducido en 20% esto se debe estos dependen en gran parte del empresa nacional es decir SONY, LG, TEKNO y RIVIERA, marcas que han sobresalido en el mercado principalmente por su precio, además que se han tornado en un bien sustitutivo y que está al alcance de todo presupuesto.

Observamos que el otro 10% de la población de importadores de televisores ha reducido sus importaciones en un 15% esto se debe a su exclusividad en marcas no les permite trabajar con otro tipo de producto en el caso de ELCA y CARTIMEX empresas que importan Samsung.

El 58% de la población de importadores ha reducido sus importaciones en un 10% esto es provocado a que en el mercado de televisores se encuentra surtido de televisores nacionales y extranjeros, específicamente este sector se encuentra ayudado por los créditos directos lo que hace que sus televisores o su producto se mueva más rápido dentro del mercado por las facilidades de pago que brindan haciendo que esta población se resista a la medida.

3.10.4 Efecto económico de la medida restrictiva en el mercado de televisores LED.

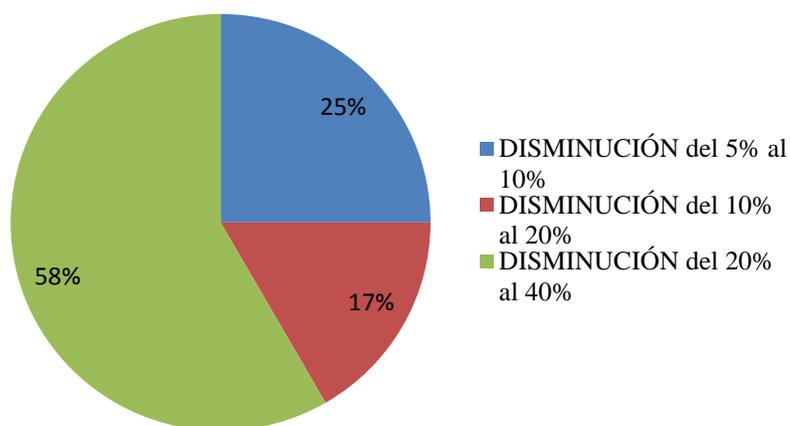
Vemos que el principal objetivo de la medida implanta en junio del año pasado es proteger a la producción nacional es decir empresas como Audioelec puedan expandirse en el exterior con bienes ensamblados en el país, los principales países que está dentro de las negociaciones es Venezuela y Perú. Por otro lado vemos que la participación en el mercado nacional de televisores LED la tiene la marca SONY con un 30% la misma que actualmente es ensamblada en el país efecto positivo para los que comercializan al por mayor este tipo de electrodoméstico porque tendrán que reducir su nivel de importaciones y gastaran menos en costos de operación en aduana, reducción de costos de comercialización, otro aspecto positivo de esto es que

estos televisores su precio es menor entre el 10% y 15% aspecto que atraerá a mas clientes especialmente por su presupuesto frente a los costos televisores provenientes de México, Brasil en donde se encuentra la maquila de SONY de acuerdo a Rodolfo Moreira Gerente General de SONY en Ecuador.

Otro aspecto positivo de esto es que la empresa Audiolec es que se fabricaran 1500 unidades de televisores Sony Bravia para exportar, lo que provoca que nuestro aparato productivo crezca y nuestra balanza comercial pueda mantenerse positiva, ya que actualmente nuestro proceso productivo de bienes primarios alcanza el 71% en los que se encuentra los equipos electrónicos. (Productividad, 2012)

3.10.5 Empresas importadoras de celulares que están cumpliendo con la limitación y reduciendo sus importaciones en el país.

Figura 52. Porcentaje de empresas que están cumpliendo con la medida restrictiva en el mercado de celulares.



Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Observamos en la figura que el 58% de importadores ha reducido entre un 30% al 40% en este caso el efecto limitante ha cumplido con los resultados esperados por la Comex y Gobierno Nacional, este efecto se da principalmente porque dentro de este grupo existen empresas que manejan exclusividad de marcas especialmente como es Huawei, Barlogic que comercializa con Nokia, Crevaltec, Compteco que comercializan con Samsung, Lg y Nokia para este grupo el efecto es más grande

porque ellos no comercializan con teléfonos ensamblados en el país principalmente porque carecen de garantía, su tecnología es básica además de que los consumidores no se sienten satisfechos con las características de los mismo porque no satisfacen sus necesidades de comunicación.

Vemos que el 15% de la población de importadores ha reducido sus importaciones entre 15% al 20% este efecto principalmente a afectado a una de las operadoras más grandes del país como es CNT porque ellos dependen mucho de equipos de alta y media gama importados por el servicio que ofrecen ya que su negocio depende del post pago de servicio celular, adicionalmente esta empresa no considera hacer negocio con empresas que ensamblan teléfonos nacionales porque no les genera rentabilidad y los equipos son muy riesgosos ya que no tienen un garantía que pese dentro del mercado además que su calidad y tecnología no son óptimas.

Únicamente el 25% del mercado ha reducido entre un 5% al 10% principalmente otecel otra de las empresas que el impacto de la medida no le afectó principalmente por el servicio de plan de internet móvil y el servicio post pago que es en lo que radica su negocio, esto hace que la venta de un celular del tipo que sea para esta empresa sea más fácil y a la vez asequible para los compradores ya que por medio del pago del servicio se incluye también el valor del celular , de esta manera el ajuste en el precio es imperceptible para usuario del servicio en esta operadora, para las otras empresas dependen de la exclusividad de las marcas ya que no les conviene reducir su nivel de importaciones porque perderían participación en el mercado como es el caso Zte, Comsatel.

3.10.6 Efecto económico sobre la reducción del nivel de importaciones.

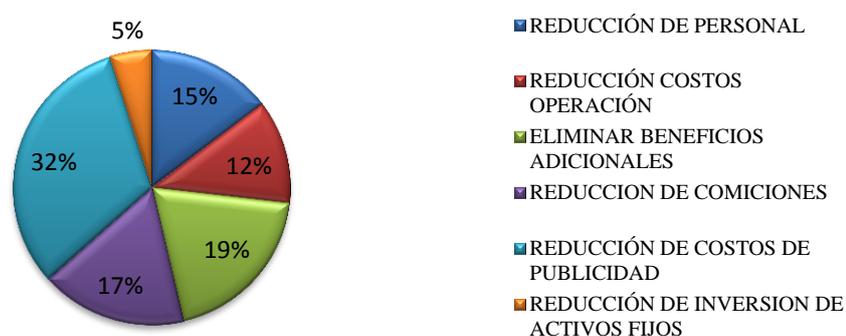
Notamos que en la figura anterior que el 58% de importadores de celulares ha reducido entre el 30y 40% su importaciones este es un efecto positivo para nuestra balanza comercial por que dejamos de usar los cupos a más de abaratar los costo de importación de estos bienes, adicionalmente este resultado positivo para el Comex ya que reduciríamos el consumo anual de 2.500.000 teléfonos, efecto positivo para empresas como Audioelec la misma que tiene planeado producir 50.000 unidades entre teléfono básicos y de tecnología media además de buscar nuevos mercado en especial Venezuela y Perú. Adicionalmente a esto observamos que un efecto

negativo para los importadores de teléfonos celulares es que las fronteras en el país son permeables las mismas que están afectan más a sus negocios ya que el su precios es menor con relación al grupo de comerciantes, el número de teléfono que han sido retenidos en lo que termino el 2012 fue 2400 unidades monto que ha sido valorado en 800.000 dólares, este efecto limita más a las empresas que se dedican a la importación de este tipo de bienes.

3.11 Análisis de los costos afectados en la comercialización de vehículos, televisores y celulares.

3.11.1 Análisis de los costos afectados en el sector automotriz

Figura 53. Costos empresariales afectados en la comercialización de autos



Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

En la figura podemos observar que la medida está afectando no solo al costo de los vehículos sino que también a los costos de operación que están incluidos en el valor de comercialización del bien entre los principales tenemos:

Reducción de los costos de publicidad.- El 32% de las empresas encuestadas indicaron que redujeron la inversión en publicidad y promoción, los importadores encuestados nos indicaban que habían reducido en casi un 50% el presupuesto para eventos, los mismos que se realizaban para promocionar nuevos modelos sean estos familiares, versiones full y de trabajo, al verse afectada esta técnica de mercadeo existe desinformación no solo en la variedad de modelos sino también en los tipos de financiamiento y promociones que brindaba la marca al consumidor.

Otro tipo de efecto negativo en la publicidad y promoción nos comentó el gerente comercial de Chevrolet, que antes la empresa pagaba por emitir en televisión unas 10 cuñas diarias, ahora solo se enviara 5 únicamente en espacios de hora pico en donde la mayoría de personas económicamente estables llegan de sus labores a descansar, es decir que por un lado optimizaron sus cuñas pero de todas maneras existen márgenes de tiempo en donde la publicidad no puede ser visualizada ni aprovechada, esto provoca que mucha gente desconozca sus promociones, o lo que quieran tratar de informar.

Reducción de beneficios adicionales. dentro de la figura tenemos que el 19% de las empresas encuestadas decidieron que los beneficios adicionales al empleado se vean afectados, dentro de estos están: comisariato, transporte, seguros de vida privados, restricción de tiempo en la telefonía celular como se mencionó en la primera medida es una técnica utilizada para mermar de una u otra manera el costo del vehículo evitando inflar el gasto, esta técnica no es muy empleada por este tipo de empresas por que el rubro de sueldos y beneficios al empleado se dispararía haciendo que la mano de obra se más costosa lo que de alguna u otra manera se traduciría en los costos operativos de la empresa.

Reducción de comisiones. El 17% de la empresas encuestadas se ha visto abocada a reducir las comisiones, esta es una de las medidas que causa mayor descontento en los empleados que laboran en el departamento comercial, como nos mencionaba el Gerente Comercial de DIVESA, las comisiones en su empresa se han reducido a la mitad, esta medida se tomó con el único fin de no despedir al empleado, que por un lado es bueno, así no aumenta la tasa de desempleo en el país, pero por el otro lado es negativo para el ingreso personal de cada vendedor.

La reducción del personal. El 15% de las empresas encuestadas con la medida implantada por el COMEX y la Aduana, se ven en la obligación de reducir el personal en especial en el departamento comercial ya que para ellos de acuerdo a las entrevistas tomadas de campo no es conveniente inflar los gastos, como es el de sueldo y salarios, por un lado es conveniente para la empresa para estabilizar el costo de los vehículos, pero por otro lado es negativo porque aumenta nuestra tasa de desempleo y notamos que la medida no está afectando a los consumidores sino que también a los empleados de la importadoras, de acuerdo a datos preliminares la

reducción que se dio en este sector para el 2012 y 2013 en un 10% de la nómina en las empresas importadoras. (El comercio, 2012)

Reducción de los costos de operación. El 12% de las empresas encuestadas han reducido los costos de operación en importaciones, un ejemplo de esto es la contratación de menos agentes de aduana, reducción en seguridad en el transporte de las mercaderías importadas, menos días de bodegaje para salvaguardar los bienes, tratar de optimizar el espacio en los contenedores, reducir la contratación de seguridad armada es decir escoltas, todos estos aspectos están siendo reducidos pero no eliminados ya que todos son aspectos importantes pero que hacen que la mercadería este segura

Reducción de inversión de Activos Fijos. finalmente vemos que con las medidas restrictivas también es afectada la compra de activos fijos en especial los equipos de cómputo y los bienes inmuebles, el 5% de las empresas encuestadas han tomado esta medida, entre los bienes afectados tenemos la construcción de nueva infraestructura (concesionarios) o adecuarlos con nueva tecnología, por que el presupuesto destinado para la creación de este tipo de proyectos se ve aplazado a causa de la limitación del ingreso de unidades, esto provoca que se dificulte el acceso a nuevos mercados en potencia, en donde los estudios de mercado que se realizan anualmente señalan que existe nuevos sectores de compradores, como nos comentaban el Gerente Comercial de Chevrolet: que tenían planeado instalar un nuevo concesionario en Santo Domingo de los Tsachilas en donde iban a comercializar los Camiones Chevrolet, proyecto que no se pudo concluir por falta de presupuesto.

3.11.2 Efecto económico de los costos afectados en las empresas importadoras de vehículos y consumidores.

Notamos que para poder mantener controlados los precios de las empresas importadoras de vehículos tuvieron que afectar sus costos de operación entre estos están los sueldos y las comisiones a los empleados de ventas las mismas que se han reducido al 50% con el fin de no traducir el aumento del precio de los vehículos, en otros casos las empresas han reducido su personal en un 10% de acuerdo a las empresas encuestadas.

De acuerdo a datos proporcionados por la AEADE son más de 14.000 las personas que trabajan en el sector automotriz, cuya reducción estimada del 10% estaría afectando a más de 1.400 personas que se estarían quedando sin trabajo debido a la toma de la medida por parte del gobierno.

Otras empresas han decidido reducir su publicidad en casi el 50% , efectos que es negativo ya que provoca que el mercado no se encuentre estimulado a comprar un vehículo nuevo, la demanda se ve reducida por falta de información de los modelos que tiene la marca, y no dan a conocer las promociones y financiamientos.

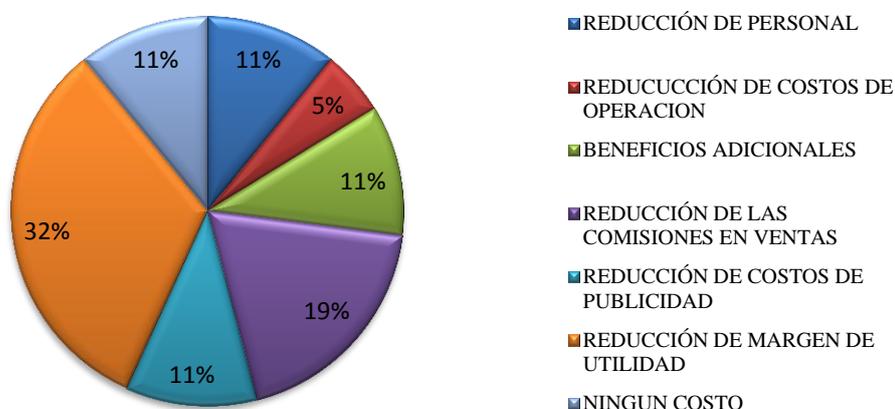
Finalmente, vemos que los proyectos de construcción de nuevos concesionarios y mejoras en los activos fijos se han tenido que detener por el hecho de que estos incrementan el gasto de la empresas importadoras, actualmente lo que desean es tratar de optimizar los recursos para que no sea vea afectado el precio final al comprador, efecto negativo para estas empresas ya que el Gobierno Nacional está limitando su crecimiento y su capacidad de comercializar su bien de consumo en el Ecuador.

Todo esto conlleva a una disminución en el dinamismo de la economía ya que afecta a diferentes sectores de la misma, haciendo que se redujo el circulante que es el motor de la economía de un país, lo cual produce un efecto domino en muchos sectores

El efecto positivo es que la empresas importadoras están protegiendo de alguna manera sus precios para que no se traduzcan en el comprador, promoviendo campanas limitadas pero eficaces para captar la atención del cliente, mejorando sus métodos de financiamiento, realizando promociones con el fin de que la medida no tenga tanto impacto en el mercado nacional.

3.11.3 Análisis de los costos afectados en el sector de televisores

Figura 54. Costos afectados con la medida restrictiva en los televisores



Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

De acuerdo a nuestra figura podemos observar que el 11% de las empresas que comercializan televisores han tenido que reducir costos de personal, este costo según lo investigado se ha afectado principalmente en las comisiones que ganan los vendedores y en ciertos casos han llegado a reducir al personal, esto se ha realizado con el fin de mermar el aumento de los aranceles específicos, haciendo que esto cause un efecto negativo en nuestra población económicamente activa ocupada.

El 5% de las empresas han reducido costos de operación en las importaciones como son: seguridad privada desde el puerto a destino, reducir al máximo los días de almacenaje, contratar menos afianzadores de aduana, no contratar candados satelitales, optimizar el servicio de transporte en especial los espacios ociosos.

El 11% de las empresas se han visto en la necesidad de reducir los beneficios adicionales como eliminar el servicio de alimentación, suprimir el servicio de transporte con el fin de no inflar los gastos en la empresa, y mantener los gastos controlados para que no se traduzca en un aumento del precio del televisor.

El 19% de las empresas encuestadas se han visto en la necesidad de reducir las comisiones en su grupo de empleados, con el fin de no despedir personal y poder

mantener controlado los gastos por concepto de sueldos, haciendo que no se aumenten los gastos sin necesidad que se pierda fuerza laboral.

El 11% de la empresas encuestadas está reduciendo sus gastos de publicidad sin dejar de hacerla, es decir ya no se bombardea a la televisión nacional continuamente con propagandas de promociones y ofertas sino que más bien buscan horarios específicos en donde se capta más la atención del cliente este periodo se encuentra dentro de las 5 de la tarde en adelante, reduciendo así las propagandas en la mañana para de alguna manera reducir el presupuesto destinado para este proceso sin tener que afectar el precio de un televisor.

Por otro lado un efecto negativo dentro de los importadores minoristas es que dan pie para que otras empresas más grandes se posicionen mejor en el mercado como es el caso de Comandato, Jaher, Almacenes Japón que son empresas en donde la publicidad es lo más importante para poder comercializar un producto.

Como vemos en la figura el 32% de la empresas opta como una solución afectar su margen de utilidad como muchas de las empresas nos comentaron, es preferible afectar la utilidad que perder clientela, haciendo de esta manera que las medidas restrictivas planteadas por el COMEX no afecten al consumidor final y pueda adquirir un electrodoméstico en este caso un televisor, adicionalmente esto produce un efecto en cadena que hace que las utilidades se reduzcan a fin de año no solo para la compañía sino también para la proporción que está destinada a los empleados

Finalmente el 11% de la empresas que comercializan televisores no han afectado a ninguno de sus costos o gastos con la medida, estas emplean programas de atracción de clientes por medio de los créditos directos los mismos que hacen que los compradores aumenten su posibilidad de comprar un televisor sin necesidad de pagar en efectivo, entregan combos junto a la compra de dicho artefacto, crean promociones sin que esto afecte sus utilidades y hacer publicidad inteligente la misma que ayuda a posicionarlos en el mercado y captar más la atención al cliente.

3.11.4 Efecto económico de los costos afectados en las empresas importadoras de televisores LED y LCD y consumidores.

De acuerdo a la información que obtuvimos con las encuestas el valor se ha incrementado hasta en un 30% lo que provoca que muchas de las familias busquen otro tipo de electrodomésticos sustitutos para poder entretenerse, en muchos de los casos el presupuesto familiar no abastece el aumento del costo hasta en 200 dólares, otro efecto negativo por el que está atravesando los importadores de televisores en Ecuador es el contrabando, este provoca que el importador formal no pueda competir en el mercado ya que su precio se encuentra por debajo de la media del valor que se comercializa este bien en el mercado.

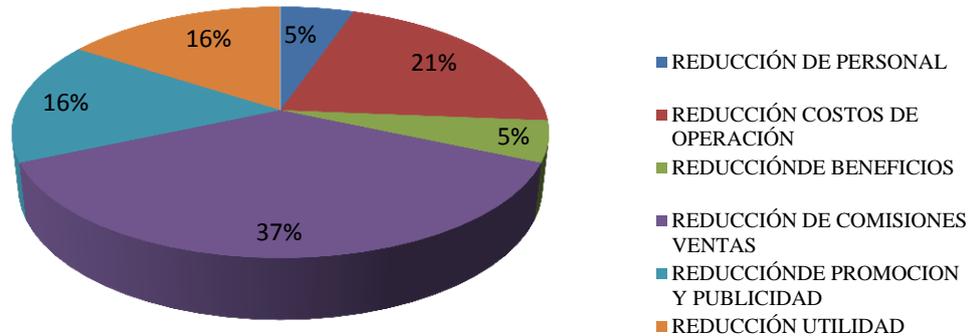
Vemos que el contrabando en el Ecuador ha aumentado hasta en un porcentaje que alcanza el 60% con respecto a lo importado en los años pasados, que significa 60 millones de dólares de mercadería entre estos televisores, ingresan de manera ilegal al país, este valor se ve propiciado por el aumento de los aranceles en los televisores y licores principalmente de acuerdo a la revista arancelaria Comunidad Comercio Exterior.

El efecto positivo que de la medida es que los televisores de ensamble nacional está siendo el electrodoméstico sustituto aquí en el país principalmente la marca SONY la misma que tiene trayectoria en el mercado gracias a la empresa Transelectric que ya cuenta con personal capacitado para brindar tecnología en los electrodomésticos que ensamblan, esto es un efecto positivo ya que este tipo de empresas están reduciendo los niveles de desempleo además de mejorar nuestra balanza comercial.

Dentro de nuestra investigación de campo donde más se comercializan los televisores de ensamble nacional y el que más se vende es en el centro de la ciudad en el sector llamado Ipiales de acuerdo con los encuestados los televisores más vendidos son los Sony, Prima y Tekno efecto positivo porque vemos que ese mercado no está dependiendo en su totalidad del comercio exterior.

3.11.5 Análisis de los costos afectados en el sector de celulares

Figura 55. Afectación de costo de operación en el sector de celulares



Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

En la figura podemos observar que el 5% de las empresas importadoras han decidido reducir su personal en especial Huawei por que necesitan optimizar recursos para no inflar los costos de comercialización y no traducir la pérdida por la rentabilidad por la falta de unidades en los celulares.

Notamos que el 21% la población de importadores de celulares a optado por reducir los costos de operación principalmente en las importaciones, como en casos anteriores presentados por los importadores de bienes como televisores y vehículos, vemos que los costos de operación más afectados son los días de almacenaje, seguridad de hombres armados, fletes del puerto a la fabrica, candado satelitales.

El 5% de los importadores han optado por eliminar los beneficios adicionales en especial los de comisariato, transporte usados por los empleados ya que para no llegar a un despido de personal prefieren reducir gastos.

El 37% de las empresas han reducido el porcentaje de comisiones en ventas esto provoca que el personal comercial se sienta desmotivado de acuerdo a Edjomy Hogar y La gran Via en las encuestas aplicadas, este tema es importante en el aspecto motivación como vemos aquí no solo los compradores sienten este efecto sino también lo empleados de las firmas importadoras en la ciudad de Quito.

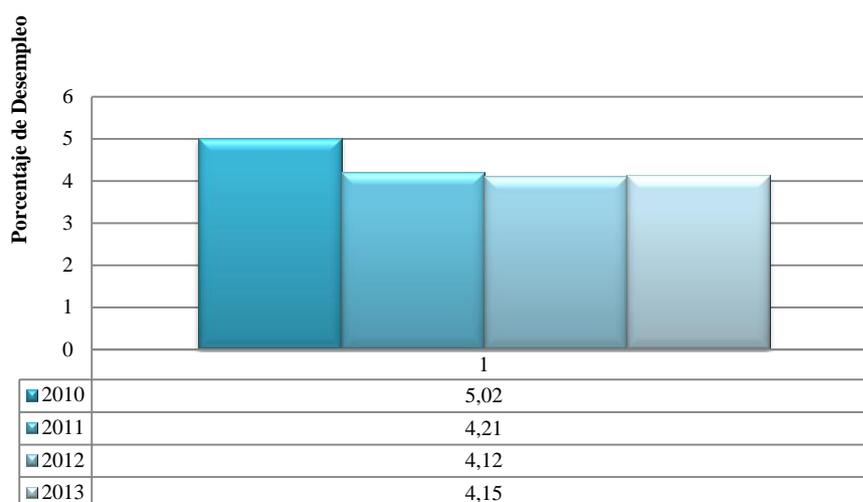
El efecto de la publicidad en el grupo de encuestados ha reducido en un 16% efecto negativo en una parte porque no están llegando a promocionar los diferentes tipos de celulares, caso contrario sucede en las importadoras – comercializadoras y operadoras grandes que operan en el país, ha este tipo de empresas les conviene promocionar sus servicios celulares ya que en función de estos el comprador decide los teléfonos que puede aplicar, las operadoras no han dejado de publicitar sino ha reducido el impacto para ubicarse en horas pico es decir han optimizado mas su publicidad.

Otras empresas han optado por reducir su rentabilidad por unidad vendida este grupo conforma el 16% de la población de importadores, esta medida ha sido adoptada con el fin de regular de alguna manera el precio final del celular sin dejar de obtener ganancia en el mismo y sobre todo tomando en cuenta el no ahuyentar a los compradores que desean comprar teléfonos de gama media y alta.

3.11.6 Efecto económico de los costos afectados en las empresas importadoras de teléfonos celulares.

El efecto económico lo vemos desde los diferentes aspectos en que las empresas han sido afectadas y las medidas que están tomando. Así la reducción de personal fue una de las primeras medidas tomadas por algunos empresarios, esta ha tenido algunas limitantes originadas por las altas indemnizaciones que significa el despedir a ciertos empleados, pero también vemos que han reducido su personal en hasta un 10% causando una disminución en el porcentaje de ocupación de la población económicamente activa, lo que significa un incremento en indicadores económicos y sociales como es el desempleo, como veremos en la figura la evolución del desempleo nacional está planteado de la siguiente manera:

Figura 56. Tasa de desempleo desde el 2010 al 2013 en el Ecuador



Fuente: INEN

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

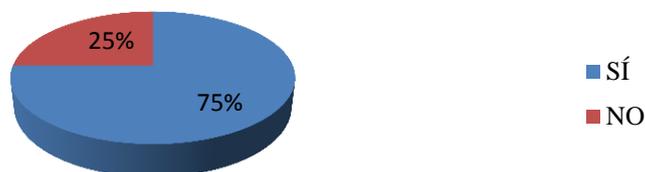
El 21% de los importadores encuestados decidieron rebajar sus costos de importación y el efecto económico casi es el mismo que el anterior ya que al bajar los costos de operación empresas como encargadas de trámites de aduanas y seguridad dejan de tener ingresos lo que produce un efecto domino y estas son las obligadas a reducir su personal para poder cubrir sus costos operativos con los ingresos.

Otros factores afectados son los beneficios de los empleados y las comisiones los cuales son reducidos y que conllevan a precarizar la forma de vida de los empleados algo que está en contra de la política de estado del buen vivir.

También se han visto obligados a reducir su margen de utilidad lo que conlleva a una disminución de las recaudaciones de impuestos debido a que estas empresas generan menos impuesto a la renta.

3.12 Análisis de la propuesta de un plan de reciclaje de celulares.

Figura 57. Existencia de un plan de reciclaje de celulares



Fuente: Encuesta propia

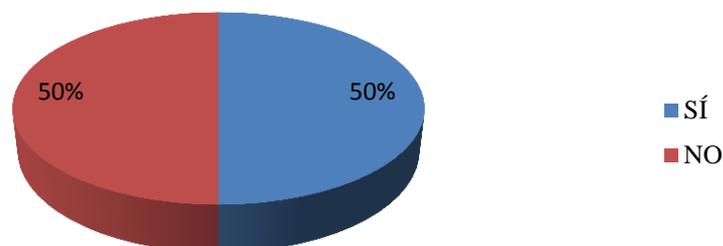
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Observamos que el 75% de importadores ya cuenta con un plan de reciclaje, esta medida es obligatoria dichas empresa ya que están ayudando que el medio ambiente no solo de la ciudad de Quito sino en todo el territorio nacional según el Ministerio del medio Ambiente dicta que por cada dos y medio celulares podrán importar uno nuevo este es un mecanismo de motivación para los importadores para que generen ideas con las que puedan recolectar celulares que no usan los ecuatorianos en diferentes regiones, esta normativa es con el fin de reducir la basura electrónica que se genera anualmente, lo que espera el ministerio es recoger por lo menos unas 300 toneladas de celulares hasta el fin de la medida.

El 25% de la población está en proceso de empezar un plan de reciclaje, otros no, ya que carecen de fondos para elaborar una campaña para incentivar a la población al reciclaje, porque de acuerdo a las opiniones obtenidas la población siempre tiene que recibir algo a cambio como lo que está haciendo movistar en el país.

3.13 Análisis del de la motivación al reciclaje en función de la limitación de ingreso de unidades de celulares.

Figura 58. Motivación en la población al reciclaje



Fuente: Encuesta propia

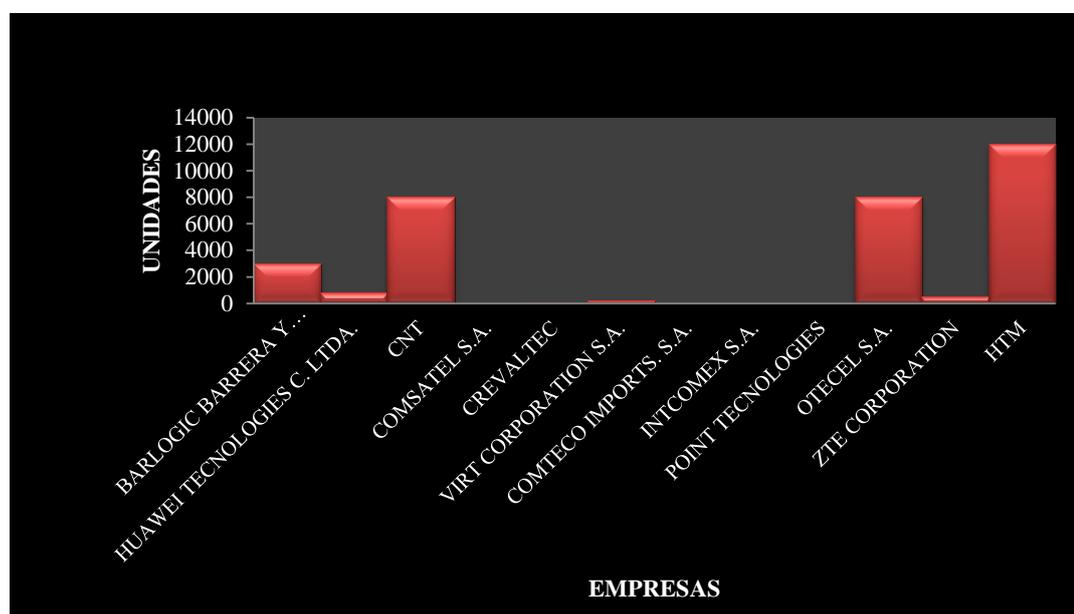
Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

Notamos en la figura que del total de los encuestados opino que el 50% de los compradores esta incentivado para tomar medidas ecológicas que es la de hacer planes de reciclaje de celulares a nivel nacional, estas campañas las han tomado operadoras como Movistar, es la única empresa que está ofreciendo algo a cambio que es la de regalar tiempo aire a cambio de un celular usado, esta medida ha llamado la atención de la población al reciclaje y de esta manera se obtendrá reducir el impacto negativo de la basura electrónica que genera no solo Quito sino también el Ecuador.

El 50% de la empresas opina que no están incentivadas a reciclar celulares usados, porque ellos opinan que la gente necesita incentivos como: tiempo aire, recibir celulares usados como parte de pago par un celular nuevo, estas opciones son las únicas que promoverán en gran escala a que la población se interese por el reciclaje mientras no ofrezcan algo a cambio tendrán sus celulares guardados en casa.

3.14 Análisis del número de celulares que se han reciclado con la medida.

Figura 59. Número de unidades recicladas por empresa



Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

El 33% de las empresas no cuentan con un plan de reciclaje principalmente porque las campañas tienen que ofrecer un incentivo a la población y estas empresas que se encuentran en este porcentaje venden teléfonos independientes, es decir estos pueden ser activados de manera indistinta en cualquier operadora que ofrezca servicio de telefonía celular. Mientras que el 67% ya ha iniciado una campaña ya que les conviene reciclar para importar celulares nuevos.

Aquí tenemos una cifra preliminar del número de celulares que se están dentro del plan de reciclaje que tiene previsto el Ministerio del Medio Ambiente.

Tabla 45. Número de unidades de celulares recicladas en el país.

EMPRESAS	NÚMERO
BARLOGIC BARRERA Y ASOCIADOS S.A	3000
HUAWEI TECHNOLOGIES C. LTDA.	800
CNT	8000
COMSATEL S.A.	0
CREVALTEC	30
VIRT CORPORATION S.A.	210
COMTECO IMPORTS. S.A.	0
INTCOMEX S.A.	0
POINT TECHNOLOGIES	0
OTECEL S.A.	8000
ZTE CORPORATION	500
HTM	12000
TOTAL	32540

Fuente: Encuesta propia

Elaborado por: Andrés Mora y Jorge Villamarín

CONCLUSIONES

Conclusiones de la investigación.

Autos

Este efecto es lo que se estaba esperando durante el primer año con la medida limitante el COMEX, Aduana del Ecuador y El Gobierno Nacional el de reducir por lo menos que el 50% de la empresas reduzcan sus importaciones pero como vemos en lo que va el 2013 se ha reducido el 63% de la importaciones en un 30%, pudimos observar que el poder adquisitivo de los compradores también se afectó con la medida ya que sus presupuestos no son flexibles para comprar un auto sea este básico o de lujo principalmente por su precio, esto definitivamente es el objetivo que esperaba el Gobierno Nacional y la Aduana que es el de reducir el nivel de endeudamiento de los Ecuatorianos, proteger al ensamblador nacional y principalmente que las importaciones se reduzcan con la medida en el caso de televisores, celulares y vehículos 300.000 millones de dólares hasta el fin de la medida que es junio del 2014.

Dentro del mercado vemos que la posibilidad está creciendo en la participación en el mercado de vehículos ensamblados en país de marcas reconocidas como Chevrolet y Mazda y Kia gracias a estas 3 empresas el nivel de importaciones está mejorando solo para este año se venderán a Venezuela que es nuestro principal comprador 12700 unidades, esto es muy beneficioso para nuestra economía ya que es el sexto producto que se exporta a otros países después del petróleo, lo que significa que lo que durara la medida se importa menos vehículo, por ende nuestro país comprar más autos ensamblados en el Ecuador y se exportarán menos autos de extranjero lo que significa que ahorraremos desde costos de operación tanto en el exterior como en el interior impuestos, aranceles sin que empresas emblemáticas como Volvo, Mercedes, Bmw entro otros autos lujosos no desaparezcan para tener variedad en el país.

Por otro lado tenemos que muchas de las estrategias que están tomando las empresas importadoras para que su nivel de ventas mejore son: realizar negociaciones con los productores como es el caso de la marcas Nissan para que de alguna manera los costos de fabrica de estos vehículos sean más bajos con relación a años anteriores

para compensar de alguna manera la pérdida por unidades que podrá generar mientras dure la medida en el país, traer vehículos de otro tipo como son los exonerados con el fin de poder captar nuevos mercados como son los del gremio del taxismo, y el grupo de fletes de carga facilitándoles tanto los tramites de chatarrización con el Ministerio de Movilidad, para que de esta manera el cambio de sus unidades sea ágil, promover autos chinos dentro del mercado como vimos en cuadros anteriores estos vehículos han aumentado su nivel de ventas principalmente por su costo y por sus características de trabajo que poseen, el traslado de cupos que se está haciendo principalmente a vehículos domésticos y populares y reduciendo a los vehículos de lujo con el fin de captar la atención de los clientes esto es lo que sucede en marcas como Volkswagen están reduciendo las unidades de la Camioneta Tuareg para traer más vehículos del modelo Gol y Golf.

Finalmente lo que desea también el Gobierno es reducir los niveles de endeudamiento en la población, con el fin de que deje de comprar innecesariamente vehículos cuando vemos por ejemplo que en una familia de 5 existe 3 autos, esto se da porque actualmente una de las técnicas de atracción de clientes es el financiamiento ya por medio de esto muchos de los de los importadores pueden ocultar el aumento del precio disimuladamente por medio del aumento en la cuotas, esto ha provocado que 3 de cada 2 ecuatorianos tenga una deuda de este tipo.

En conclusión lo que se quiere desarrollar con esta medida es la protección de la industria nacional haciendo que el producto nacional también mejore por medio de incentivos en el productor, una de las medidas tomadas por el gobierno es limitar el cupo de unidades permitidas de ingreso para que los compradores empiecen a adoptar dentro del mercado a los bienes ensamblados o producidos en el país, un efecto negativo de esto es que también debemos mejorar o tratar de desarrollar más repuestos o accesorios ya que actualmente el Ecuador únicamente fabrica el 20% de lo que necesita para ensamblar un auto, es decir que el 80% viene por CKD, otro efecto positivo de nuestra investigación es que nuestros niveles de desempleo ha bajado actualmente se encuentra en 4.15 de acuerdo al INEC cifra alentadora que los en el 2010 teníamos un índice de 5.02 es decir que gracias a la industria de ensamblaje nacional mucho ecuatorianos no están desempleados.

Celulares.

Vemos que actualmente el celular es una necesidad creada por el mercado ya actualmente se ha vuelto una herramienta de estatus, adicionalmente a esto podemos observar que este es uno de los mercados más afectados con la medida limitante en unidades ya que el 58% de importadores ha reducido entre 30% y 40% sus importaciones haciendo que cada vez más empresas hagan reajustes continuos en el precio de sus equipos principalmente por la escasez que existe actualmente en el Ecuador.

Otro aspecto que está reduciendo más a este mercado es el contrabando desde el 2012 al 2013 se han incautado 2400 unidades lo que significa que en cifras es alrededor 800 mil dólares de lo que se va contabilizando la Aduana en el Carchi, por otro lado vemos que esta cifra va en aumento ya que del 60% de importaciones que provienen de Colombia 40 son traídas de manera ilegal, esto provoca que los comercializadores, operadoras no puedan competir con los precios ya que estos están por debajo de la media que se comercializa en el país.

Uno de los principales problemas que están atravesando las empresas operadoras es el reajuste de sus precios ya que no existe medio que pueda controlar la demanda, actualmente la misma es tres veces más grande que la oferta efecto que provoca un desabastecimiento de equipos, actualmente lo que están haciendo operadoras como CNT y Movistar es comprar parte de los cupos a ciertas importadoras para poder suplir dicha demanda, con respecto a los reajustes al precio lo realizan por medio de la venta del servicio el mismo que trata en ofrecer minutos aire, mensajes y paquete de internet, de esta manera las operadoras pueden ocultar el aumento del precio de los equipos con el servicio además de ofrecer un crédito de más de 12 meses de acuerdo al tipo de celular.

El efecto positivo de esto es que nuestra producción nacional de teléfonos se ve beneficiada con la medida ya que actualmente se están ensamblando teléfonos de gama media y baja, las empresas encargadas de este proyecto son Audioelec e Hipertronics, esto provoca que personas con un presupuesto limitado puedan tener un equipo con el que pueda navegar en la red y también cumplan con las funciones básicas del celular, este evento actualmente está atrayendo a mas compradores ya que este equipo se vuelve un bien sustituto de los equipos internacionales, llegando ahorrarse un comprador es 34% con relación únicamente a los de gama media que

son los más comprados en el mercado porque tienen acceso a redes sociales y a internet de una manera simple menor a la de los Smart.

Finalmente vemos que esta reducción en las importaciones está propiciando a que nuestras empresas ensambladoras promueva a que nuestra balanza comercial se mantenga lo más estable posible ya que no solo exportamos petróleo sino que también ensamblamos bienes de calidad de exportación a países como Venezuela y Perú , estos resultados son positivos para cuando exista un déficit en nuestro producto estrella que es el crudo, y nuestras industrias puedan obtener dinero de otros bienes como autos, televisores, flores entre otros para poder controlar de mejor manera un déficit.

La consecuencia de todas estas razones en el sector de importación de celulares ha provocado que el 58% de la empresas reduzcan sus importaciones y estas a la vez lleguen hasta en un 40% lo que provoca un desabastecimiento del bien en la sociedad ya que su demanda actualmente es tres veces mayor a la que ofrecen las importadoras, por lo tanto con nuestra investigación pudimos palpar que con la medida limitante planteada por la Aduana y el Gobierno se cumple a la perfección ya que sobrepasa el estimativo planteado del 30% de reducción, por ende esto ha provocado que las empresas ensambladoras puedan captar mercado tanto nacional como internacional entre esto Venezuela y Perú que son los que nos están comprando la producción de equipos celulares gracias a las empresas Audioelec e Hipertronics están fomentando el desarrollo en las exportaciones en el Ecuador, solo para el 2013 se fabricarán 50.000 unidades mensuales las mismas que comercializarán tanto en el Ecuador y se exportaran, este tipo de evento es positivo para nuestro país ya que a más de brindar empleo a la población dejaremos de depender de las importaciones ya que actualmente es solo el 60% efecto que se ha llegado en dos años de lo que va la medida.

Televisores

El efecto económico del aumento en los aranceles en el caso de los televisores se debe tomar desde varias aristas:

Desde el punto de vista de la demanda de los productos; esta no ha bajado ya que los clientes siguen comprando el producto pese a haber elevado sus precios, la demanda se mantiene todavía debido a las facilidades de pago que brindan los comerciantes,

muchas estrategias han aparecido para que el cliente pueda acceder a este tipo de productos, desde cuotas semanales mediante las cuales el cliente puede comprar su LCD o Plasma, debido a esta razón la demanda no ha disminuido sino más bien ha aumentado.

Desde el punto de vista del consumidor este sí ha visto afectado su capacidad de compra ya que el producto sí se ha visto encarecido por el alza de aranceles, claro que debido a la posibilidad de poder endeudarse accede al bien, por otro lado el impulso consumista del cliente no se ha visto disminuido y más bien ha aumentado en este último año, claro que en muchos casos el consumidor ha decidido acudir a mercados más informales donde prolifera el contrabando con el fin de poder tener un mejor precio.

Empresas ensambladoras Nacionales como Audioelec han visto esta alza como una oportunidad, ya que no existe alza de aranceles en las partes de televisores que ingresan al país en forma de CKD, estas han aumentado su personal operativo en un 50%, el efecto de aumento todavía no se ha visto reflejado en sus cifras declaradas a la renta según el SRI pero se prevé que la compañía crecerá en este año en función del 50% como nos indicaron personeros de la misma.

Desde el punto de vista tributario también ha aumentado los tributos en las empresas que han aumentado sus ventas y en las importadoras con los aranceles más altos, la baja de importaciones que esperaba el gobierno no se ha producido ya que la demanda del electrodoméstico se ha mantenido constante y las empresas importadoras han seguido importando e incluso han aumentado sus importaciones para poder satisfacer la demanda.

LISTA DE REFERENCIAS

- Ardila, R. M. (2004). *Fundamentos de Estadística para Investigadores*. Bogota: ECOE, Ediciones.
- Banco Central del Ecuador. (22 de 09 de 2013). *ESTADÍSTICAS*. Recuperado el 2013 de 09 de 2013, de http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=desempleo
- Caicedo, A. Y. (2002). *Economía Internacional*. Bogota: Tecnopress cia. Ltda.
- caicedo, a. y. (2002). *Economía Internacional*. Bogota: Tecnopress cia. Ltda.
- Chacholiades, M. (1996). *Economía Internacional*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Comercio exterior.com.ec. (16 de Agosto de 2012). *Nuevo arancel para importación de televisores..* Recuperado el 22 de 01 de 2013, de <http://comercioexterior.com.ec/qs/content/inf-1137-nuevo-arancel-para-importaci%C3%B3n-de-televisoresfuente-ccg>:
<http://comercioexterior.com.ec/qs/content/inf-1137-nuevo-arancel-para-importaci%C3%B3n-de-televisoresfuente-ccg>
- Diario El Universo. (16 de 06 de 2012). *Comex impone cupos para importar carros y celulares*. Recuperado el 15 de 04 de 2013, de *Comex impone cupos para importar carros y celulares*:
<http://www.eluniverso.com/2012/06/16/1/1356/comex-impone-cupos-importar-carros-celulares.html>
- Diario Extra. (13 de 01 de 2013). *Por cada cinco celulares reciclados, se puede importar 2*. Recuperado el 22 de 01 de 1013, de <http://www.extra.ec/ediciones/2013/01/17/cronica/por-cada-cinco--celulares-reciclados--se-puede-importar-2/>
- Diario Hoy. (08 de 04 de 2012). *HOY.COM.EC*. Recuperado el 22 de 01 de 2013, de *HOY.COM.EC*: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/tv-dinamica-nuevo-concepto-made-in-ecuador-541788.html>

Diario Hoy. (19 de Junio de 2012). <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/prohibido-importar-celulares-551793.html>. Recuperado el 5 de 12 de 2012, de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/prohibido-importar-celulares-551793.html>: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/prohibido-importar-celulares-551793.html>

Diario La Hora. (22 de Junio de 2012). *Nuevos aranceles provocan cambios de estrategias*. Recuperado el 10 de 01 de 2013, de Nuevos aranceles provocan cambios de estrategias: <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101349792/->.

Diario Hoy. (08 de 04 de 2012). *HOY.COM.EC*. Recuperado el 22 de 01 de 2013, de HOY.COM.EC: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/tv-dinamica-nuevo-concepto-made-in-ecuador-541788.html>

Doctor Tecno. (26 de 09 de 2012). *Bravia de Sony, ahora ensamblado en Ecuador*. Recuperado el 1 de 02 de 2012, de Bravia de Sony, ahora ensamblado en Ecuador: <http://www.doctortecno.com/noticia/bravia-sony-ahora-ensamblado-ecuador>

El Comercio. (7 de JULIO de 2012). *Mayores costos para TV de 21 y 22 pulgadas*. Recuperado el 15 de ENERO de 2013, de Mayores costos para TV de 21 y 22 pulgadas: http://www.elcomercio.com/negocios/Mayores-costos-TV-pulgadas_0_739726186.html

El Comercio. (05 de 07 de 2012). *NEGOCIOS*. Recuperado el 01 de 05 de 2013, de IMPORTACIONES: http://www.elcomercio.com/negocios/Cupos-alteran-mercado-celulares_0_730727105.html

El Comercio. (09 de 05 de 2012). *SECCION DE NEGOCIOS*. Recuperado el 30 de 06 de 2013, de EL COMERCIO: http://www.elcomercio.com.ec/negocios/Cupos-importacion-golpean-sectores_0_767923374.html

El Telegrafo. (23 de 07 de 2013). *SOCIEDAD*. Recuperado el 15 de 10 de 2013, de En el Ecuador hay 11 millones de telefonos celulares en desuso:

<http://www.telegrafo.com.ec/sociedad/item/en-ecuador-hay-11-millones-de-telefonos-celulares-en-desuso.html>

El Universo. (21 de 12 de 2009). <http://www.eluniverso.com/2009/12/21/1/1356/tres-marcas-televisores-ensamblan-guayaquil.html>. Recuperado el 22 de 01 de 2013, de <http://www.eluniverso.com/2009/12/21/1/1356/tres-marcas-televisores-ensamblan-guayaquil.html>:
<http://www.eluniverso.com/2009/12/21/1/1356/tres-marcas-televisores-ensamblan-guayaquil.html>

El Universo. (21 de 12 de 2009). <http://www.eluniverso.com/2009/12/21/1/1356/tres-marcas-televisores-ensamblan-guayaquil.html>. Recuperado el 22 de 01 de 2013, de <http://www.eluniverso.com/2009/12/21/1/1356/tres-marcas-televisores-ensamblan-guayaquil.html>:
<http://www.eluniverso.com/2009/12/21/1/1356/tres-marcas-televisores-ensamblan-guayaquil.html>

El universo. (11 de 01 de 2013). *NOTICIAS ECONOMICAS*. Recuperado el 30 de 08 de 2013, de <http://www.eluniverso.com/2013/01/11/1/1356/importacion-vehiculos-sera-356-2010.html>

Gerron, G. (10 de Diciembre de 2012). *ANDES*. Recuperado el 1 de 06 de 2013, de <http://www.andes.info.ec/es/judicial/7595.html>

Guillermo, L. (1998). *COMERCIO EXTERIO*. Colombia: Ediciones Libreria Profesional.

Hoy Noticias. (09 de 26 de 2012). *Sony ensambla televisores en Ecuador*. Recuperado el 30 de 06 de 2013, de Sony ensambla televisores en Ecuador: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/sony-ensambla-televisores-en-ecuador-562400.html>

Internas, S. d. (11 de 11 de 2013). *SERVICIO DE CONSULTAS*. Recuperado el 11 de 11 de 2013, de Consulta de Impuesto a la Renta y Salida de Divisas: <https://declaraciones.sri.gob.ec/consultas-renta-internet/consultaJuridico.jsf>

Mochon, F. (2006). *Principios de Ecionomia*. Barcelona España: Mc GRaw Hill .

- Noticias del Ecuador. (21 de Septiembre de 2011). *AUTOS EN EL ECUADOR SUBEN DE PRECIO*. Recuperado el 2013 de 01 de 01, de NOTICIAS DEL ECUADOR: <http://ecuadorecuadoriano.blogspot.com/2011/09/autos-usados-en-ecuador-suben-de-precio.html>
- Osorio, A. C. (2011). *Diccionario de Comercio Internacional*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Padilla, L. (01 de Octubre de 2012). *Venezuela aumenta el cupo de exportación a Ecuador para 12.700 vehiculos*. Recuperado el 2013 de 02 de 01, de ANDES: <http://www.andes.info.ec/es/econom%3%ADa/7113.html>
- Página de comercio exterior del Ecuador. (18 de AGOSTO de 2012). *INF-1137--NUEVO ARANCEL PARA IMPORTACIÓN DE TELEVISORES..<Fuente: CCG>*. Recuperado el 16 de ENERO de 2013, de INF-1137--NUEVO ARANCEL PARA IMPORTACIÓN DE TELEVISORES..<Fuente: CCG>: <http://comercioexterior.com.ec/qs/content/inf-1137-nuevo-arancel-para-importaci%C3%B3n-de-televisoresfuente-ccg>
- Poderes. (4 de 12 de 2012). *PODERES*. Recuperado el 15 de 12 de 2012, de Cupos de importación de automóviles se podrán traspasar.
- Productividad, M. d. (11 de 2012). *PAIS PRODUCTIVO*. Recuperado el 13 de 07 de 2013, de http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/pais_productivo2.pdf
- Ricardo, F. D. (2000). *Comercio Internacional , Politicas de Desarrollo*. Mexico, Df: DECOMO.
- Webster, A. L. (1998). *ESTADISTICA APLICADA A LA EMPRESA Y ECONOMIA*. Santa Fe de Bogota: MC GRAW HILL IRWIN.

ANEXOS

Anexo N° 1 Encuesta realizada a importadores de vehículos

Anexo N° 2 Encuesta realizada a importadores de televisores

Anexo N° 3 Encuesta realizada a importadores de teléfonos celulares