



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
Extensión Santo Domingo

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS
CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y
ADUANAS

Tesis de grado previo a la obtención del título de:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANAS

“IMPACTO ECONÓMICO EN LAS PYMES COMERCIALIZADORAS DE
TELEVISORES POR LA APLICACIÓN DE LAS REFORMAS EN LA POLÍTICA
NACIONAL ARANCELARIA EN LA SUBPARTIDA 8528.72.00.90, SANTO
DOMINGO 2012”

Estudiante:

JOHANA MARICELA ARROBO MAZA

Director de Tesis:

ECO. RAÚL LUNA MSC

Santo Domingo – Ecuador

Octubre, 2013

**IMPACTO ECONÓMICO EN LAS PYMES COMERCIALIZADORAS DE
TELEVISORES POR LA APLICACIÓN DE LAS REFORMAS EN LA POLÍTICA
NACIONAL ARANCELARIA EN LA SUBPARTIDA 8528.72.00.90, SANTO
DOMINGO 2012.**

Eco. Raúl Luna Msc.
DIRECTOR DE TESIS

APROBADO

Ing. Katusca Rosero Msc.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PhD. Fernando Uset Ruiz
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Lcda. Luly Tapia
MIEMBRO DEL TRIBUNAL

Santo Domingo _____ de _____ del 2013

Autor: JOHANA MARICELA ARROBO MAZA

Institución: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

**Título de Tesis: IMPACTO ECONÓMICO EN LAS PYMES
COMERCIALIZADORAS DE TELEVISORES
POR LA APLICACIÓN DE LAS REFORMAS EN
LA POLÍTICA NACIONAL ARANCELARIA EN
LA SUBPARTIDA 8528.72.00.90, SANTO
DOMINGO 2012**

Fecha: Octubre, 2013

El contenido del presente trabajo, está bajo la responsabilidad del autor/a.

JOHANA MARICELA ARROBO MAZA

CI. 1717036063

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
Extensión Santo Domingo

INFORME DEL DIRECTOR DE TESIS

Ing. Katusca Rosero Msc.

DIRECTORA ACADÉMICA

Estimado Directora

Mediante la presente tengo a bien informar que el trabajo investigativo realizado por la señorita **JOHANA MARICELA ARROBO MAZA**, cuyo tema es: “**IMPACTO ECONÓMICO EN LAS PYMES COMERCIALIZADORAS DE TELEVISORES POR LA APLICACIÓN DE LAS REFORMAS EN LA POLÍTICA NACIONAL ARANCELARIA EN LA SUBPARTIDA 8528.72.00.90, SANTO DOMINGO 2012**”, ha sido elaborado bajo mi supervisión y revisado en todas sus partes, por lo cual autorizo su respectiva presentación.

Particular que informo para fines pertinentes

Santo Domingo _____ de _____ del 2013

Atentamente,

Eco. Raúl Luna Msc
DIRECTOR DE TESIS

DEDICATORIA

Para mi Sra. Madre

Mi Sr. Padre y

Hermanos

AGRADECIMIENTO

A Dios por cada una de las bendiciones recibidas a lo largo de mi vida ya que gracias a su voluntad, estoy culminando una etapa muy importante para mí carrera como profesional, por permitirme también ser parte de una familia maravillosa como la que tengo, por bendecirme con mis amados padres Ezequiel y María que sin su gran apoyo sobre todo moral no estuviera culminando esta etapa de mi vida, los amo papis adorados.

A Nyla mi querida hermana y comadre que aunque este lejos, en cada momento de mi vida está siempre apoyándome con un consejo, ánimo y fuerza para no desmayar en cada tropiezo, a Jenny mi hermana mayor, por ser un ejemplo de valentía y fortaleza, por ser parte especial en mi vida por su firmeza y orden que siempre ha inculcado en mí, a mi amado hermano Alex mi compañero fiel que a pesar de nuestras diferencias somos el mejor dúo de hermanos con quien he compartido los mejores y peores momentos de mi vida, estoy muy orgullosa que seas mi hermano, gracias por estar en mi vida y por todo el apoyo que me has brindado en todos los aspectos, Los amo hermanos queridos.

A Naomi mi primera sobrina por su apoyo emocional por la experiencia que me ha permitido adquirir junto a ella por esos momentos vividos que son únicos e inolvidables, a Arantxa por

contagiarme con sus ocurrencias por su dulzura que trasmite en cada cosa que hace, por su cariño y amor que me lo demuestra en cada cariño que me hace, a Jastín mi primer sobrino varón y ahijado que a pesar de no tenerlo a mi lado me llena de alegría su existencia y los recuerdos de los pocos momentos juntos que llenaron de agrado mi vida, a Mery Eliana mi ahijada hermosa que tiene poco tiempo en nuestras vidas pero ya es parte muy importante en nuestra familia, pero sobre todo porque es un espejo de mi infancia, gracias mi princesa por traerme tantos recuerdos hermosos a mi vida, son mi mayor tesoro sobrinos bellos.

A Diego quien ha estado junto a mí todos estos años de carrera universitaria compartiendo alegrías y tristezas, su apoyo incondicional me llena de fortaleza y soporte en cada meta trazada, el amor que me brindas ha sido gratificante y un empuje significativo para mis logros TE AMO.

A mi querida prima Verónica que ha sido como una hermana que a pesar de la distancia el amor de primas nunca se desvaneció, gracias por esos bellos momentos compartidos e inolvidables.

Al Ing. César Miñaca por tantos conocimientos compartidos en las aulas de clases, por su apoyo como docente en cada duda académica, también como amigo con cada consejo dado para forjarme como profesional, al Eco. Raúl Luna por aceptar ser mi director de tesis,

por su ayuda como profesional pero sobre todo su apoyo incondicional en cada una de mis dudas por el recorrido del desarrollo de mi tesis.

A los señores de las microempresas comercializadoras que no dudaron en facilitarme la información para mi investigación.

A mis queridas compañeras Andrea P., Jacqueline M., Andrea T., Yessenia C., Gloria S., Johana P., Gaby S., Silvia C., Jesy B., por tanto tiempo que compartimos en las aulas, por su amistad y por todos aquellos momentos inolvidables que nos enseñaron a madurar, las quiero.

A la Universidad Técnica Equinoccial y todo su cuerpo docente por abrirme las puertas y hacerme parte de esta noble institución.

A todas las personas que de una u otra forma aportaron al desarrollo de mis conocimientos y experiencia como persona u profesional, gracias por formar parte de este logro.

Johana Arrobo

ÍNDICE DE CONTENIDO

Tema	Pág.
PORTADA	I
SUSTENTACIÓN Y APROBACIÓN DE LOS INTEGRANTES DEL TRIBUNAL	II
RESPONSABILIDAD DEL AUTOR	III
APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
ÍNDICE	IX
RESUMEN EJECUTIVO	XX
EXECUTIVE SUMMARY	XXI

CAPÍTULO I

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

1. Antecedentes.....	1
1.2. Planteamiento del Problema	1
1.2.1. Diagnostico.....	1
1.2.2. Pronóstico	2
1.2.3. Control del Pronóstico	3
1.2.4. Formulación del Problema.....	4
1.2.5. Sistematización.....	4
1.3. Justificación	5
1.3.1. Justificación Teórica.....	5
1.3.2. Justificación Metodológica.....	6
1.3.3. Justificación Práctica	6
1.4. Objetivos.....	7
1.4.1. Objetivo General.....	7
1.4.2. Objetivos Específicos	7
1.5. Hipótesis	8

CAPITULO II

MARCO DE REFERENCIA

2.1. Marco Teórico	9
2.1.1. Organización Mundial del Comercio (OMC).....	10
2.1.1.1. Antecedentes.....	10
2.1.1.2. ¿Qué es la OMC?.....	11
2.1.1.3. Actividades principales de la OMC.....	12
2.1.1.4. Principios de la OMC	13
2.1.1.5. Excepciones Generales	14
2.1.2. La Organización Mundial de Aduanas	14
2.1.2.1. Antecedentes.....	15
2.1.2.2. ¿Qué es la OMA?	15
2.1.2.3. Misión de la Organización Mundial de Aduanas	16
2.1.2.4. Actividades principales de la OMA	16
2.1.2.5. Objetivos de la OMA.....	18
2.1.3. Acuerdo de Cartagena	18
2.1.3.1. Decisión 563 de la comisión del acuerdo de Cartagena	19
2.1.4. Tratado de Montevideo.....	20
2.1.5. El código orgánico de la producción comercio e inversiones (COPCI).....	20
2.2. Marco Conceptual.....	22
2.2.1. Determinación de términos conceptuales	22
2.2.2. Tipos de Arancel.....	25
2.2.3. Definición de términos operacionales	26
2.3. Marco Temporal/Espacial	28
2.4. Marco Legal.....	28
2.4.1. Resolución N° 63	29
2.4.2. Evolución de las reformas de la subpartida 8528.72.00.90	29

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Industria de electrodomésticos	34
3.1.1. Tipos de electrodomésticos	34
3.1.1.1. Línea marrón.....	34
3.1.1.2. Línea blanca.....	35
3.1.1.3. Pequeñas aplicaciones de electrodomésticos (PAE)	35
3.1.2. Televisores.....	36
3.1.2.1. Tipos de televisores	37
3.1.2.2. FODA de los televisores.....	40
3.1.3. Situación del sector industrial de los Electrodomésticos a nivel mundial.....	41
3.1.3.1. Análisis del sector industrial de los electrodomésticos	41
3.1.4. El sector industrial de los Electrodomésticos en el Ecuador	44
3.1.4.1. Industria de los Electrodomésticos en el Ecuador	44
3.1.4.1.1. La línea Marrón en el Ecuador	45
3.1.4.1.2. Ensambladoras de televisores en Ecuador.....	45
3.1.4.2. Asociación de almacenes de electrodomésticos del Ecuador. (ASADELEC) ...	47
3.1.5. Producción Nacional.....	48
3.1.5.1. Importaciones de la partida 8528.72.00.10.....	49
3.1.6. PYMES comercializadoras de televisores	50
3.1.6.1. ¿Que son las PYMES?.....	50
3.1.6.1.1. Importancia de las PYMES	50
3.1.6.1.2. Fortalezas de las PYMES	51
3.1.6.1.3. Debilidades de las PYMES	51
3.1.6.1.4. Características de las PYMES	51
3.1.6.1.5. Participación de las PYMES en generación de empleo.....	52
3.1.6.1.6. Sector importador PYMES	52
3.1.6.1.7. PYMES comercializadoras de televisores en el Ecuador	52
3.2. Operacionalización de la Hipótesis	54
3.2.1. Variables	54
3.2.2. Indicadores	54

3.3. Estrategia de Metodología.....	54
3.3.1. Diseño de la Investigación.....	54
3.3.2. Tipos de Investigación.....	55
3.3.2.1. Analítica	55
3.3.3. Unidad de Análisis del Estudio	55
3.3.4. Métodos de Investigación.....	55
3.3.4.1. Método Observacional.....	55
3.3.4.2. Método de Análisis.....	56
3.3.5. Fuentes y Técnicas para la recolección de información	56
3.3.5.1. Fuentes Primarias	56
3.3.5.1.1. Encuestas	56
3.3.5.1.2. Entrevistas	56
3.3.5.2. Fuentes Secundarias	57
3.3.5.2.1. Revisión de Literatura	57
3.3.5.2.2. Internet.....	57
3.3.6. Tratamiento y Análisis de la información	57
3.4. Unidad de Análisis	57
3.4.1. Población y Muestras	57

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. La Encuesta.....	60
4.1.1. Procesamiento de la Información	60
4.2. Tabulación y análisis de las encuestas.....	60
4.2.1. Análisis de las encuestas dirigidas a los Gerentes-Encargados de las PYMES comercializadoras de televisores.	60
4.2.2. Resumen de las encuestas aplicadas a las PYMES comercializadoras de televisores	69
4.3. Resultados de las entrevistas a los Gerentes-Encargados de las PYMES comercializadoras de televisores.	70
4.4. Margen legal.....	74

4.4.1. ¿Qué es importación?	74
4.4.1.1. Importación a consumo	75
4.4.2. Resolución N° 17 y 24 del Comex.....	79
4.4.2.1. Evolución de bienes sujetos a licencia	80
4.5. Variación de las importaciones de las supartida arancelaria 8528.72.00.90	81
4.6. Variación de las importaciones de la subpartida arancelaria 8528.72.00.10, CKD	82
4.7. Variación de las exportaciones de las supartida arancelaria 8528.72.00.90.....	85

CAPITULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones.....	88
5.2. Recomendaciones	90
6.3. BIBLIOGRAFÍA.....	92
6.4. ANEXOS	95

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 01 Partida Arancelaria de televisores, partida arancelaria Reformada a Mixta Según el Decreto Ejecutivo N°447	30
Tabla N° 02 Reforma arancelaria de la partida 8528.72.00 .90 Según resolución N°63, Artículo 2	31
Tabla N° 03 Reforma de la resolución N°63 Resolución N°68	32
Tabla N° 04 Reforma Arancelaria de la partida 8528.72.00.90 Resolución N° 70	33
Tabla N°5 Arancel de importación de CKD de televisores clasificados en la subpartida 8528.72.00.10 Resolución N°64, Sustituida Resolución N°87	48
Tabla N°6 Importación de los últimos años de la partida arancelaria 8528.72.00.10	49
Tabla N°7 Generación de empleo de las PYMES	52
Tabla N° 08 PYMES Comercializadoras de Televisores en el Ecuador	53
Tabla N° 09 Tamaño de la muestra	58
Tabla N° 10 PYMES importadoras bajo la subpartida 8528.72.00.90	61
Tabla N° 11 Tiempo de Importación	62

Tabla N° 12	
País de procedencia	63
Tabla N° 13	
Volumen de Importación	64
Tabla N° 14	
Comportamiento como Importador	65
Tabla N° 15	
Modelos de televisores con mayor demanda	66
Tabla N° 16	
Frecuencia de Importación	67
Tabla N° 17	
Estrategias de competitividad	68
Tabla N° 18	
Evolución de bienes sujetos a licencias (CIF – USD miles)	80
Tabla N° 19	
Variación de las importaciones de la subpartida 8528.72.00.90	81
Tabla N° 20	
Variación de las importaciones de la subpartida 8528.72.00.10, CKD	83
Tabla N° 21	
Variación de las exportaciones de la subpartida 8528.72.00.90	85

INDICÉ DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 01 Exportaciones mundiales de electrodomésticos	41
GRÁFICO N° 02 Exportaciones mundiales por tipo de electrodomésticos en % - año 2009 – total \$28.422	44
GRÁFICO N° 03 Crecimiento de las importaciones bajo la partida 8528.72.00.10	49
GRÁFICO N° 04 ¿Su empresa importa televisores bajo la partida 8528.72.00.90?	61
GRÁFICO N° 05 ¿Cuántos años su empresa ha importado bajo la partida 8528.72.00.90?	62
GRÁFICO N° 06 ¿Cuál es el país de origen de los televisores importado bajo la partida 8528.72.00.90?	63
GRÁFICO N° 07 ¿Cuál es volumen de importación anual de televisores bajo la partida 8528.72.00.90 de su empresa?	64
GRÁFICO N° 08 Por la aplicación en las reformas en la importación de televisores bajo la partida 8528.72.00.90 ¿Cuál ha sido su comportamiento como importador?	65
GRÁFICO N° 09 ¿Cuál de los siguientes modelos de televisores tienen mayor demanda?	66
GRÁFICO N° 10 ¿Con que frecuencia realiza sus importaciones de televisores bajo la partida 8528.72.00.90?	67
GRÁFICO N° 11 ¿Cuál de las siguientes estrategias de competitividad uso su empresa ante las reformas a la partida de los televisores 8528.72.00.90?	68

GRÁFICO N°12 Importaciones por año de la subpartida arancelaria 8528.72.00.90_(FOB
– MILES DE DÓLARES) **82**

GRÁFICO N°13 Importaciones por año de la subpartida arancelaria 8528.72.00.10_(FOB
– MILES DE DÓLARES) **84**

GRÁFICO N°14 Exportaciones por año de la subpartida arancelaria 8528.72.00.90_(FOB
– MILES DE DÓLARES) **86**

INDICÉ DE FOTOS

FOTO N° 01

Electrodomésticos de línea marrón **34**

FOTO N° 02

Electrodomésticos de línea blanca **35**

FOTO N° 03

Televisores de tubo **37**

FOTO N° 04

Televisores LCD **38**

FOTO N° 05

Televisores Plasma **39**

FOTO N° 06

Televisores LED **39**

FOTO N° 07

Fabricantes de televisores en el mundo **42**

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO I. Decreto ejecutivo n° 447, publicado en el registro oficial No. 257	96
ANEXO II. Resolución N°63, Artículo 2	98
ANEXO III.- Resolución N° 68	103
ANEXO IV.- Resolución N° 70	107
ANEXO V.- Empresas ensambladoras del ecuador registradas en	111
ANEXO VI.- Resolución No. 64	112
ANEXO VII.- Resolución No. 87	116
ANEXO VIII. La eficiencia de la pequeña y mediana empresa	118
ANEXO IX.- Resolución N°17	122
ANEXO X.- Descripción de la partida 8528720090	127
ANEXO XI.- Importaciones totales por años, artículos tecnológicos son parte del mayor número de importaciones	128
ANEXO XII.- Comparación de tabla de aranceles, reformas arancelarias	129
ANEXO XIII.- Esquema de entrevista aplicada a los gerentes-encargados y propietarios de las pymes comercializadoras de televisores	130
ANEXO XIV.- Encuesta aplicada a las pymes comercializadoras de televisores del ecuador	134

RESUMEN EJECUTIVO

La información contenida en el presente documento, es una investigación de beneficio que se obtiene en la subpartida 8528.72.00.90 por la aplicación de las reformas de en la política nacional arancelaria, y cuál ha sido el impacto económico por las restricciones colocadas a los televisores en las PYMES comercializadoras de este producto.

Con la finalidad de facilitar el entendimiento de este trabajo, en el capítulo 2 se realizó un resumen sobre las organizaciones que rigen el comercio internacional como lo son la OMC y la OMA, además de otros acuerdos que influyen en la importación del producto que comprende la subpartida en estudio.

Con la realización de un estudio en el sector de electrodomésticos, se presenta información del mismo, realizando un análisis del sector a nivel mundial, así como en el Ecuador.

En el país se realizaron encuestas a las PYMES comercializadoras de televisores para poder determinar el impacto económico que las mismas han tenido con la aplicación de las nuevas políticas en la subpartida 8528.72.00.9, así como también conocer cuáles son los países del que se importan los televisores, y la cantidad que se importa .

Finalmente consta un análisis del impacto económico en las pymes comercializadoras de televisores por la aplicación de las reformas en la política nacional arancelaria en la subpartida 8528.72.00.90.

La información que hemos podido obtener y analizar mediante esta investigación, hace que esta sea productiva porque hemos logrado demostrar la importancia en la economía ecuatoriana y en la sociedad la comercialización de los televisores a nivel mundial

EXECUTIVE SUMMARY

The information contained in this document is a research of benefit obtained under subheading 8528.72.00.90 of the implementation of reforms in the national tariff policy, and what has been the economic impact of the restrictions placed on the TVs in SME marketing of this product.

In order to facilitate the understanding of this work, in Chapter 2 were synthesized about organizations that govern international trade such as the OMC and the OMA, and other agreements affecting the importation of the product comprising this subheading under study.

With the completion of a study in the field of home appliances, information is presented the same, analyzing global sector as well as in Ecuador.

In the country were made surveys to the PYMES distributors televisions in order to determine the economic impact they have had with the implementation of new policies in subheading 8528.72.00.9, as well as know what countries are imported televisions, and the amount that is imported.

Finally comprises an analysis of the economic impact of television marketing SMEs for the implementation of national policy reforms tariff subheading 8528.72.00.90.

The information we have obtained and analyzed in this research, makes this is productive because we have demonstrated the importance of merchandising TVs in the Ecuadorian economy and society worldwide.

CAPÍTULO I

TITULO DE LA INVESTIGACIÓN

1. Antecedentes

Las reformas arancelarias que ha ido introduciendo en el marco de la política comercial del Ecuador y que han afectado a la partida 8528.72.00.90, se han producido, entre otras causas, con el fin de buscar un equilibrio en la balanza comercial de nuestro país, por cuanto, tradicionalmente el Ecuador ha padecido de un desequilibrio crónico en la estructura de la Balanza Comercial. De allí que se han buscado diferentes formas de corregir estos desequilibrios, por lo que el gobierno con nuevas ideas y con el argumento de un desarrollo para el país, ha introducido algunas modificaciones en varias subpartidas arancelarias, entre las que figura la subpartida 8528.72.00.90 que corresponde a los televisores.

Las reformas arancelarias que se ha hecho a esta subpartida consisten en la aplicación de un arancel mixto o arancel común, en el cual corresponde pagar un impuesto Ad-Valorem del 5% más un valor específico en dólares \$, el mismo que varía según el tamaño en pulgadas del televisor a importar; conforme lo establece el Decreto Ejecutivo N° 447, publicado en el Registro Oficial No. 257, de 16/08/2010.

1.2. Planteamiento del Problema

1.2.1. Diagnostico

El sector de las PYMES, tiene un papel preponderante dentro de la economía de un país. Ya que son generadores de fuentes de empleo, ayudan de manera directa a sostenibilidad de los hogares, y por ende a la economía del Ecuador.

(Anónimo, 2009, p. 60) Se engloba a las PYMES ecuatorianas como cualquier empresa proveedora de servicios y productos o insumos para otras empresas de amplia cobertura

de mercado. Entonces, una organización PYME, es un ente productivo o de servicios, que genera empleo y productividad en el país y permite abastecer la demanda de productos y servicios de empresas nacionales, multinacionales e industrias que mueven al Ecuador

Desde épocas antiguas el televisor era catalogado un bien suntuario o de lujo, la justificación era por sus elevados precios referente al tiempo, puesto que la tecnológica apenas empezaba a desarrollar mediante estudios científicos. En la medida que los avances tecnológicos crecían el televisor se constituyó un bien de consumo de alta demanda, convirtiéndose en un artefacto tecnológico general común en la sociedad, hoy en día la adquisición de los artefactos tecnológicos son significativos, en base a esto se justifican para, según la resolución N° 63. Establecer medidas de apoyo a la inversión productiva en el sector exportador del país.

Según la empresa Deloitte la demanda por tecnología de consumo avanza con cifras récord para venta de smartphones y tabletas. Para finales del 2012 cerca de 500 millones de smartphones de bajo costo estarán en funcionamiento. El aumento en la adquisición de aparatos tecnológicos por individuo, una necesidad de mayor conectividad, especialización y calidad en los productos ofrecidos, cambios en sistemas de almacenamiento de datos, son algunas de las principales tendencias que dominarán el mercado de las Telecomunicaciones, Medios y Tecnología para el año 2012. Así se desprende de la undécima edición global sobre Predicciones para el 2012 en Tecnología, Medios y Telecomunicaciones (TMT).

1.2.2. Pronóstico

El sector de las pequeñas y medianas empresas en Ecuador, al igual que en muchos países latinoamericanos, es el motor de la economía del país. (Comercio Electrónico, 2010), indica que en términos de PIB producen alrededor del 80 %, en tanto que emplea al 70% de la fuerza laboral. Puesto que permiten dinamizar y promover el empleo de factores productivos y de capital, de acuerdo a las condiciones de mercado y a los

cambios en la demanda, al tiempo que incentivan la industria nacional y disminuyen el índice de desempleo.

Las características de las Pequeñas y Medianas Empresas están determinadas por ciertas variables y conceptos (toma de decisiones y procesos productivos cuidadosamente aplicados) que las definen, las mismas que nos permitirán conocer las Pymes más a fondo, identificando las medidas que las empresas PYMES aplican a un cambio gubernamental . Cabe recalcar que las PYMES comercializadoras de televisores están alarmados porque El Comité de Comercio Exterior aprobó, reformar íntegramente el Arancel Nacional de Importaciones, mediante Resolución N° 59 del COMEX

Las medidas adoptadas consisten en adaptar un arancel mixto en varias subpartidas, principalmente en artículos tecnológicos, con el objetivo de impulsar la producción nacional mediante la disminución de las importaciones, y apoyar a la inversión productiva en el sector exportador del país, Denominando a estos artículos como baja tecnología, Es decir que Ecuador tiene la capacidad de producir los artículos tecnológicos a los que se está afectando con la reforma arancelaria, Con ello se lograría además la estabilización de la balanza comercial.

1.2.3. Control del Pronóstico

A través de los avances tecnológicos y la innovación en el diseño, accesorios y aplicaciones que ofrecen los televisores, las empresas comercializadoras de televisores importados están renovando las estrategias de comercialización del sector, aprovechando que estos artículos cada vez ofrecen facilitar la vida cotidiana de los clientes.

Aunque reconocen que la medida adoptada por el COMEX, de reformar el arancel de algunas subpartidas entre ellas la 8528.72.00.90 que es de lo televisores, varían según las pulgadas, están perjudicando el volumen de ventas de los televisores, como también en aspectos internos de cada comercializadora, las empresas planifican sus ventas con

meses de anterioridad, lo que significa que es un impacto para las PYMES comercializadoras de televisores porque tienen que reformar sus estrategias de venta, mediante toma de decisiones, al verse afectadas, afecta a la economía del país por la influencia económica que tienen las PYMES en el Ecuador.

Por otro lado cabe recalcar que esta medida favorece a la industria nacional productiva de los televisores, puesto que empresas multinacionales fabricantes de televisores han optado por la incorporación de materiales fabricados en Ecuador en los procesos de ensamblaje, sustituyéndolos en los CKD importados, con el fin de reducir aranceles, ya que el gobierno reduce el arancel mientras, se utilice mayor materia prima ecuatoriana, lo que significa mayor productividad nacional y apertura de fuentes de trabajo.

1.2.4. Formulación del Problema

¿Cómo identificar el impacto económico en las PYMES comercializadoras de televisores por la aplicación de las reformas en la política nacional arancelaria en la subpartida 8528.72.00.90, Santo Domingo 2012?

Causa: Aplicación de las reformas en la política nacional arancelaria de la partida 8528.72.00.90.

Efecto: Impacto económico en las PYMES comercializadoras de televisores

1.2.5. Sistematización

- ¿Qué estrategias han tomado las PYMES comercializadoras de televisores desde que se ha aplicado las reformas arancelarias?
- ¿Cuál ha sido el incremento en el pago de impuestos por parte de los importadores de televisores?

- ¿Qué beneficio obtiene Ecuador con las reformas arancelarias en los televisores?
- ¿Qué efecto está causando las reformas arancelarias de los televisores a las pequeñas empresas comercializadoras?
- ¿Qué efectos tiene la balanza comercial con las reformas arancelarias de televisores?
- ¿Cuáles son los televisores más demandados en nuestro país?

1.3. Justificación

1.3.1. Justificación Teórica

Mediante la aplicación de los distintos conocimientos adquiridos durante todo el trayecto estudiantil en las diferentes materias de mi especialidad, identificaremos el efecto en las PYMES comercializadoras de televisores, debido a las reformas arancelarias, aplicadas para favorecer la producción nacional.

Las pequeñas y medianas empresas en Ecuador son el motor de la economía nacional, ya que dan movimiento económico, dinamizando y promoviendo el empleo de factores productivos y de capital, de acuerdo a las condiciones de mercado y a los cambios en la demanda, al tiempo que incentivan la industria nacional y disminuyen el índice de desempleo, las comercializadoras de televisores forman parte significativa de dicho aporte económico porque los artefactos tecnológicos, se encuentran en auge.

Por otro lado la finalidad de la investigación es identificar alternativas beneficiarias tanto para el sector comercial como para el sector productor de la industria de televisores, de tal manera que la economía nacional no se vea afectada, y se pueda ofertar los televisores ensamblados en Ecuador con tecnología importada.

1.3.2. Justificación Metodológica

El cumplimiento de los objetivos propuestos en la investigación, se logrará acudiendo a la utilización de las técnicas de investigación que más se ajusten al tema, sujetos a análisis, se debe realizar una investigación de campo, mediante herramientas como son, entrevistas con los gerentes de las PYMES comercializadoras de televisores, también una respectiva encuesta la cual nos permita obtener información confiables que nos facilite cuantificar los resultados investigados, observación indirecta de los procesos de importación de televisores, la investigación de datos estadísticos que permitan cuantificar el volumen de importaciones los cuales ayudaran a describir los problemas presentados con la reforma arancelaria en la subpartida 8528.72.00.90., con ello nos permitirá dar a conocer alternativas para, el efecto en las PYMES comercialización de los televisores.

Cabe recalcar que para analizar y verificar la confiabilidad de la información que obtenga para mi investigación, tendré que utilizar páginas web principales del gobierno, como también tendré que buscar boletines actualizados sobre las últimas reformas en el comercio exterior y constatar que la información que estoy utilizando es veraz y sobre todo actualizada.

1.3.3. Justificación Práctica

Con la investigación propuesta identificaremos el impacto en las PYMES comercializadoras de televisores debido a las restricciones arancelarias, con el fin de encontrar alternativas para los comercializadores de televisores, mediante una investigación profunda de la industria productiva de televisores nacionales.

Cabe recalcar que es primordial apoyar de una forma clara y precisa a un crecimiento con el desarrollo de estudios existentes y validos que sirven de base para la toma de decisiones de las unidades productivas y comercializadoras de nuestro país.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo General

Establecer el impacto económico en las PYMES comercializadoras de televisores por la aplicación de las reformas en la política nacional arancelaria de la subpartida 8528.72.00.90, Santo Domingo 2012.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Identificar cuál es el marco legal que en la actualidad rige en el Ecuador para importar televisores.
- Determinar la variación de importaciones con la nueva reforma arancelaria en la subpartida 8528.72.00.90.
- Determinar la variación de importación de de la subpartida 8528.72.00.10 CKD, y sus efectos.
- Determinar cuáles son las estrategias que han implementado las PYMES comercializadoras de televisores con las reformas arancelarias.
- Identificar los efectos que causan las reformas arancelarias de los televisores en las PYMES comercializadoras de este producto.

1.5. Hipótesis

La presente investigación realizada está enfocada al análisis de impacto económico en las PYMES comercializadoras de televisores por la reforma arancelaria en la subpartida 8528.72.00.90, servirá para conocer, los efectos de las PYMES comercializadoras de televisores, e identificar alternativas satisfactorias, de esta manera desarrollar la actividad económica del país.

CAPITULO II

MARCO DE REFERENCIA

2.1. Marco Teórico

Nuestro marco teórico hace referencia a los instrumentos y herramientas de comercio internacional, como es el caso de las importaciones, las reformas arancelarias, las empresas comercializadoras de televisores, para citar los más importantes.

El Comercio Internacional ha sido objeto de variadas definiciones; sin embargo, para el presente análisis nos regimos por el Diccionario de Comercio Exterior donde se refleja que es el Intercambio de bienes o servicios entre personas de distintos países. La diferencia esencial entre el comercio dentro de las fronteras nacionales y el comercio internacional es que, este último, se efectúa utilizando monedas iguales o diferentes, que está sujeto a regulaciones adicionales que son impuestas por los gobiernos nacionales como aranceles, cuotas y otras barreras aduaneras, utilizadas, en su mayoría, para proteger las industrias nacionales y fomentar las exportaciones y dar un nivel igual a la balanza comercial de un país.

En el comercio internacional se benefician tanto la nación que vende, o exporta, como la que compra, o importa; ello sucede, al igual que en el comercio interno, porque cada una posee ventajas comparativas particulares que se traducen en costos comparativos diferentes.

La importación es el transporte legítimo de bienes y servicios nacionales exportados por un país, pretendidos para el uso o consumo interno de otro país. Las importaciones pueden ser cualquier producto o servicio recibido dentro de la frontera de un Estado con propósitos comerciales. Las importaciones son generalmente llevadas a cabo bajo

condiciones específicas y una ley específica, donde cada país elige por cual proceso se llevan a cabo.

Las importaciones permiten a los ciudadanos adquirir productos que en su país no se producen, o más baratos o de mejor calidad, beneficiándolos como consumidores. Al realizarse importaciones de productos más económicos, automáticamente se está librando dinero para que los ciudadanos ahorren, inviertan o gasten en nuevos productos, aumentando las herramientas para la producción y la riqueza de la población.

Las importaciones son regidas bajo aranceles que son impuestos por los gobiernos. En el caso ecuatoriano, esa tarea le corresponde a un cuerpo colegiado llamado Comité de Comercio Exterior. Las importaciones pueden ser sujetas a reformas arancelarias las veces que sean necesarias según disponga el gobierno, las mismas que muchas veces benefician o perjudican a los importadores y exportadores de cada país, lo que ocasiona una afectación a la balanza de pagos. Estas reformas pueden adoptar la figura de salvaguardias arancelarias o no arancelarias o también puede ser un aumento del arancel o reducción, según convenga; también se puede reformar adoptando un arancel mixto.

2.1.1. Organización Mundial del Comercio (OMC)

La Organización Mundial del Comercio (OMC) es el único organismo internacional que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países. Su principal propósito es asegurar que las normas comerciales marchen con la máxima facilidad, previsibilidad y libertad posible.

2.1.1.1. Antecedentes

La mayor parte de de la historia del comercio mundial nace en el año 40, a partir de la necesidad de crear reglas aplicables para establecer uniformidad entre los países interesados en desarrollar un comercio justo, mediante la integración y participación en organismos internacionales se crea en Ginebra un Acuerdo General sobre Aranceles

Aduaneros y Comercio conocido por su siglas en inglés como GATT (“General Agreement on Tariffs and Trade”). El GATT tuvo vigor desde 1948 hasta 1995 cuando por fin tuvo lugar el nacimiento de la Organización Mundial del Comercio.

La Ronda Uruguay fue el resultado de una reforma del sistema multilateral del GATT, que dio origen a la mayor reforma del sistema mundial de comercio desde la creación del GATT. El 15 de abril de 1994, los Ministros de la mayoría de los 125 gobiernos participantes firmaron el Acuerdo en una reunión llevada a cabo en Marrakech (Marruecos). Al finalizar la Ronda de Uruguay se firma en Marrakech el acuerdo que da origen a la Organización Mundial del Comercio (OMC) que tiene sede en la ciudad de Ginebra, Suiza.

La Organización Mundial del Comercio funciona mediante rondas de negociación. Luego de la celebración de la ronda fundacional de la Organización Mundial de Comercio, la Ronda Uruguay (1986-1993), se desarrollaron una serie de rondas en las que se realizaron acuerdos acerca de temas relacionados al comercio de productos, de tecnología de la información y comercio electrónico.

2.1.1.2. ¿Qué es la OMC?

Es un foro de discusión en el cual los países acuden para resolver sus diferencias en factores comerciales. De dichas discusiones surgen los Acuerdos de la Organización Mundial de Comercio, que rigen el comercio entre los países adherentes. Esos Acuerdos son contratos que obligan a los gobiernos a mantener sus políticas comerciales dentro de los límites convenidos. El principal objetivo de la Organización Mundial de Comercio es “eliminar obstáculos del comercio para que las corrientes comerciales circulen con la máxima libertad posible”. La Organización Mundial de Comercio también cumple la tarea de solucionar las diferencias que pudieran surgir de la interpretación de los contratos y los acuerdos celebrados.

2.1.1.3. Actividades principales de la OMC

La OMC está regida por los gobiernos de sus Miembros. Todas las decisiones importantes son patrocinadas por la totalidad de los Miembros, ya sea por sus Ministros (que se reúnen por lo menos una vez cada dos años) o por sus embajadores o delegados (que se reúnen regularmente en Ginebra).

Los Acuerdos de la OMC abarcan las mercancías, los servicios y la propiedad intelectual. En ellos se establecen los principios de la liberalización, así como las excepciones permitidas. Incluyen los compromisos contraídos por los distintos países de reducir los aranceles aduaneros y otros obstáculos al comercio y de abrir y mantener abiertos los mercados de servicios. Establecen procedimientos para la solución de diferencias. Esos Acuerdos no son estáticos; son de vez en cuando objeto de nuevas negociaciones, y pueden añadirse al conjunto nuevos acuerdos.

Los Acuerdos de la OMC son el respaldo para obligar a los gobiernos a garantizar la transparencia de sus políticas comerciales, notificando a la OMC las leyes en vigor y las medidas adoptadas. El consejo y comités de la OMC tratan de cerciorarse de que esas prescripciones se respeten y de que los Acuerdos de la OMC sean aplicados debidamente. Los Miembros de la OMC están sujetos a un examen constante de sus políticas y prácticas comerciales, y cada uno de esos exámenes contiene informes del país interesado y de la Secretaría de la OMC.

Los Acuerdos de la OMC contienen disposiciones especiales para los países en desarrollo, incluyendo plazos más extensos para emplear los Acuerdos y los compromisos y de medidas para extender sus oportunidades comerciales, con el objeto de ayudarles a crear capacidad comercial, solucionar diferencias y aplicar normas técnicas. La OMC organiza anualmente cientos de misiones de cooperación técnica a países en desarrollo. También organiza cada año en Ginebra numerosos cursos para funcionarios gubernamentales. La Ayuda para el Comercio tiene por objeto ayudar a los

países en desarrollo a crear la capacidad técnica y la infraestructura que necesitan para aumentar su comercio.

La OMC mantiene un diálogo regular con organizaciones no gubernamentales, parlamentarios, otras organizaciones internacionales, los medios de comunicación y el público en general sobre diversos aspectos de la Organización con el propósito de aumentar la cooperación y mejorar el conocimiento de las actividades de la OMC.

2.1.1.4. Principios de la OMC

Los Acuerdos de la Organización Mundial del Comercio son amplios y confusos, y se relacionan temas tan variados que van desde la agricultura a la propiedad intelectual, pasando por servicios bancarios y financieros, contratación pública y medidas de defensa comercial, entre muchos otros. A pesar de la variedad de temas, todos los documentos que emite la Organización Mundial de Comercio están infundidos en diversos principios simples y primordiales que constituyen el marco dentro del cual se maneja el sistema multilateral de comercio.

Esos principios son:

- Comercio sin discriminaciones
- Comercio más libre: de manera gradual, mediante negociaciones
- Previsibilidad: mediante consolidación y transparencia
- Fomento de una competencia leal
- Promoción del desarrollo y la reforma económica

2.1.1.5. Excepciones Generales

En el artículo XX del acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de la OMC, figuran las Excepciones Generales, que se constituyen en un punto básico en la presente investigación; sobre todo lo estipulado en el literal b) ya que el gobierno ecuatoriano se basa en esa disposición para sustentar las reformas arancelarias vigentes en estos últimos periodos, que afectan a los televisores, entre otros productos.

Según el Acuerdo general sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de la OMC, Artículo XX, Literal b). A reserva de que no se apliquen las medidas enumeradas a continuación en forma que constituyan un medio de discriminación arbitrario o injustificable entre los países que prevalezcan las mismas condiciones, o una restricción encubierta al comercio internacional, ninguna disposición del presente acuerdo será interpretada en el sentido de impedir que toda parte contratante adopte o aplique las medidas. b) necesarias para proteger la salud y la vida de las personas y de los animales o para preservar los vegetales.

El artículo estipulado faculta a los países miembros, que puedan regirse bajo este literal para modificar los aranceles de sus productos, lo que precisamente ha hecho el gobierno ecuatoriano, ya que según asegura, los televisores son catalogados de tecnología baja; es decir que nuestro país tiene toda la capacidad de producir estos artículos, pero sobre todo para protección del medio ambiente, ya que son productos que por su cambio tecnológico constante, rápidamente son desechados; por otro lado porque quieren inculcar una cultura con poca televisión e incrementar otras formas de ocupar el tiempo; es decir, en fomentar productividad en la vida social de nuestro país.

2.1.2. La Organización Mundial de Aduanas

La OMA es una entidad única a nivel internacional enfocada en temas aduaneros, que busca principalmente que las aduanas de los distintos países tengan un enfoque correcto,

que cada procedimiento se maneje de una manera cuidadosa y correcta pero sobre todo, constantemente brinda apoyo en asistencia técnica, para el manejo logístico de cada aduana, mediante una vigilancia continua.

2.1.2.1. Antecedentes

La Organización Mundial de Aduanas (OMA), fue establecida en 1952, en la capital de Bélgica, se inauguró el 26 de enero de 1953 con 17 miembros (Austria, Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Holanda, Noruega, Portugal, España, Suecia, Suiza, Turquía y el Reino Unido). Esa es la razón por la cual el Día Internacional de Aduanas, se celebra el 26 de enero de cada año. En 1994, el Consejo de Cooperación Aduanera adoptó el nombre de trabajo informal de “Organización Mundial de Aduanas” (OMA), para dar una clara indicación de la naturaleza y del alcance mundial de la organización. Actualmente cuenta como miembros 171 administraciones aduaneras, que en la actualidad administran el 98% del comercio mundial.

Es la única organización intergubernamental con capacidad exclusiva en materia de aduanas; está compuesta por un órgano superior que es el Consejo de Cooperación Aduanera, conformado por los Directores de Aduana de los más de 160 países miembros, tiene el apoyo de dos Comités uno de Política y el otro de Finanzas, también cuenta con una Secretaria General que es responsable de la gestión cotidiana y de brindar asistencia a los Comités Técnicos y los de Política y Finanzas.

2.1.2.2. ¿Qué es la OMA?

La **Organización Mundial de Aduanas (OMA)** es un organismo intergubernamental autónomo, que tiene como tarea aportar para el desarrollo de normas consensuadas en procedimientos aduaneros, así como facilitar apoyo y proponer los servicios de las aduanas.

2.1.2.3. Misión de la Organización Mundial de Aduanas

Incrementar la eficiencia y confianza de las administraciones de aduanas, asistiendo al bienestar económico y a la protección social de sus Miembros, ayudando de esta forma un medio aduanero honesto, transparente y previsible. Esto permite el progreso del comercio internacional lícito y lucha eficaz contra las actividades ilegales.

Establecer, aplicar, apoyar y promover instrumentos internacionales para la armonización e implementación uniforme de las tácticas y sistemas aduaneros simplificados y eficaces, que mandan el movimiento de mercancías, personas y medios de transporte a través de las fronteras aduaneras.

Fortalecer los esfuerzos desplegados por los Miembros para asegurar el acatamiento de su legislación, tratando de maximizar el nivel de cooperación entre ellos y con otras organizaciones internacionales con el propósito de luchar contra las infracciones aduaneras y otros delitos cometidos a nivel internacional.

Ayudar a los Miembros a afrontar los desafíos del actual ambiente de negocios y a adaptarse a los nuevos sucesos, sembrando la comunicación y la cooperación entre ellos y con las demás organizaciones internacionales, así como también, beneficiar la probidad aduanera, el impulso de recursos humanos, la transparencia, el mejoramiento de los técnicas de trabajo y de gestión de las administraciones de aduanas y el intercambio de mejores prácticas.

2.1.2.4. Actividades principales de la OMA

Trabaja principalmente por medio de Comités Técnicos de los cuales los principales son:

- Comité del Sistema Armonizado conformado por dos subcomités de Revisión y Científico.
- Comité Técnico sobre Valoración en Aduana
- Comité Técnico de Normas de Origen
- Comité Técnico Permanente
- Comité de Lucha contra el Fraude, con un Subcomité de Información Gerencial.

Promueve el perfeccionamiento e introducción del Sistema de Codificación y Descripción del Sistema Armonizado, que es utilizado en todo el mundo como base para la clasificación de las mercancías, aprobado mediante el Convenio Internacional del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, el cual fue puesto en aplicación por parte de Bolivia mediante Ley de la República N ° 2452 el 21 de abril de 2003.

Dirige los Acuerdos de Valoración de la OMC y últimamente ha desarrollado la propuesta para la Armonización de las Normas de Origen.

En 1999 la versión examinada del Convenio de Simplificación y Armonización de los Procedimientos Aduaneros (Convención de Kyoto) fue admitida por el Consejo de Cooperación Aduanera en respuesta al gradual tránsito internacional de mercancías, al perfeccionamiento en la tecnología de la información y al alto nivel de competitividad en los negocios internacionales basado en la calidad del servicio.

El trabajo que desarrolla la OMA, para reducir y armonizar los procedimientos aduaneros tiene como objetivo la renovación de las aduanas; y, para lograr esto se ha dedicado a tomar medidas y difundir un código de conducta para los funcionarios de aduana, para que estos se dirijan según las reglas de integridad y lleven a cabo sus actividades eficazmente.

Funciones:

- Promocionar la armonización y la uniformidad.
- Desarrollar procedimientos aduanales simplificados.
- Elaborar recomendaciones a fin de resolver disputas referentes a la interpretación y aplicación de convenciones.
- Suministrar a los gobiernos interesados, información o asesoría en materia aduanera.
- Asesorar a Gobiernos.
- Cooperar con otras organizaciones.

2.1.2.5. Objetivos de la OMA

- Facilitar el comercio internacional;
- Facilitar el registro, comparación y análisis de las estadísticas;
- Evitar gastos – correlaciones;
- Designar avances tecnológicos;
- Contar con desagregados;
- Usar un lenguaje común.

2.1.3. Acuerdo de Cartagena

El Acuerdo de Cartagena, es un instrumento jurídico internacional con el que se puso en expedición el proceso de integración andina; fue registrado el 26 de mayo de 1969 en Bogotá, en el Palacio de San Carlos, entonces sede de la Presidencia de la República de Colombia.

El Acuerdo de Cartagena fue cambiado diversas veces mediante protocolos modificatorios. Mediante el Protocolo Modificador de Trujillo (marzo 1996) se implantó reformas institucionales, se creó la Comunidad Andina y se estableció el Sistema Andino de Integración; se transformó la Junta del Acuerdo de Cartagena en

Secretaría General de la CAN, se extendió la competencia normativa al Consejo Andino de Ministros de Relaciones Exteriores, entre otros avances.

El Acuerdo de Cartagena se ha planteado varios objetivos que, por su importancia, vale la pena destacarlos:

- Promover el desarrollo equilibrado y armónico de los Países Miembros (Perú, Colombia, Ecuador, Bolivia) en condiciones de equidad, mediante la integración y la cooperación económica y social.
- Acelerar su crecimiento y la generación de ocupación.
- Facilitar su participación en el proceso de integración regional, con miras a la formación gradual de un mercado común latinoamericano.
- Disminuir la vulnerabilidad externa y mejorar la posición de los Países Miembros en el contexto económico internacional.
- Fortalecer la solidaridad subregional y reducir las diferencias de desarrollo existentes entre los Países Miembros.

2.1.3.1. Decisión 563 de la comisión del acuerdo de Cartagena

Es muy importante destacar sobre la Decisión 563 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, ya que este instrumento contiene la Codificación del Acuerdo de Cartagena; y, en el Capítulo VI Programa de Liberación, artículo 73, segundo inciso, se basa el gobierno para tomar la decisión de reformar las diferentes partidas arancelarias.

“Se entenderá por “restricciones de todo orden” de cualquier medida de carácter administrativo, financiero o cambiario, mediante el cual un país Miembro impida o dificulte las importaciones por decisión unilateral. No quedaran comprendidas en este concepto la adopción y el cumplimiento de medidas destinadas a la: d) Protección de la vida y salud de las personas, los animales y vegetales; (SICE)

El Gobierno ecuatoriano asegura que las restricciones arancelarias que está implementando, constituyen una acción para proteger vida social de nuestro país, para un mejor estilo de vida y sobre todo la protección ambiental, ya que es el mayor tesoro del Ecuador.

2.1.4. Tratado de Montevideo

El Tratado de Montevideo fue creado al percibir la necesidad de favorecer a la obtención de un nuevo esquema de cooperación horizontal entre países en vías de desarrollo y sus áreas de integración infundido en los principios del derecho internacional en materia de desarrollo, y consciente de que es necesario asegurar un tratamiento especial para los países de menor desarrollo económico relativo. En este Tratado se encuentra un artículo muy importante y referente para nuestra investigación como lo es el Artículo 50 donde estipula:

Tratado de ALADI, indica que, ninguna disposición del presente Tratado será interpretada como impedimento para la adopción y el cumplimiento de medidas destinadas a la: d) Protección de la vida y salud de las personas, los animales y los vegetales.

Se trata, entonces, de un instrumento que, según el señalado artículo, sustenta las decisiones del gobierno ecuatoriano, el mismo que asegura que las restricciones que se han implementado se las ha hecho no únicamente para la protección de nuestra sociedad y su bienestar, sino sobre todo para proteger el ecosistema que Ecuador tiene como su mayor riqueza. Cabe precisar que por lo general los países en desarrollo son los únicos que tienen aún dicha riqueza

2.1.5. El código orgánico de la producción comercio e inversiones (COPCI)

La Asamblea Nacional, con la aprobación y atribuciones que le confiere la Constitución de la República del Ecuador y la Ley Orgánica de la Función Legislativa, después de

discutir cada uno de los aspectos importantes para el comercio e inversión, aprobó el Proyecto de Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones propuesto por el Ejecutivo.

En esta normativa se rigen todas las personas naturales y jurídicas y demás formas asociativas que desarrollen una actividad productiva, en cualquier parte del territorio nacional.

Por otro lado es importante recalcar que el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, creó el Comité de Comercio Exterior (COMEX), como el órgano encargado de aprobar las políticas públicas nacionales en materia de política comercial, el mismo que de acuerdo al artículo 72, literales e, l y p, del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, es facultad del Comité de Comercio Exterior (COMEX):

Regular, Facilitar o restringir la exportación, importación, circulación y tránsito de mercancías no nacionales ni nacionalizadas, en los casos previstos en este código y en los acuerdos internacionales debidamente ratificados por el estado ecuatoriano”; “Aprobar contingentes de importación o medidas restrictivas a las operaciones de comercio exterior”; “Aprobar la normativa que, en materia de política comercial, se requiera para fomentar el comercio de productos con estándares de responsabilidad ambiental. (Resolución N° 68).

Es por ello que con la facultad que le confiere la ley, el Comité de Comercio Exterior (COMEX), puede establecer las reformas arancelarias que considere necesarias para lograr un mejoramiento en el desarrollo social de nuestro país, pero sobre todo para buscar un equilibrio a la balanza comercial, la cual refleja que las importaciones sobrepasan a las exportaciones notablemente, lo que perjudica a la economía ecuatoriana.

2.2. Marco Conceptual

2.2.1. Determinación de términos conceptuales

Mercado:

El mercado es, también, el ambiente social (o virtual) que propicia las condiciones para el intercambio. En otras palabras, debe interpretarse como la institución u organización social a través de la cual los ofertantes (productores y vendedores) y demandantes (consumidores o compradores) de un determinado bien o servicio, entran en estrecha relación comercial a fin de realizar abundantes transacciones comerciales. (Wikipedia, 2013.).

Oferta:

La oferta como aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender a los distintos precios de mercado. (Wikipedia, 2013.).

Demanda:

La demanda es la cantidad, calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado. (Wikipedia, 2013.).

Balanza Comercial

“Diferencia entre las Exportaciones y las Importaciones. La Balanza Comercial es favorable o activa cuando las exportaciones, en un período dado, superan a las importaciones; del mismo modo, cuando existen saldos negativos, se habla de una balanza comercial desfavorable o pasiva. Inventaron este instrumento los mercantilistas,

quienes propiciaron la Necesidad de mantener un saldo favorable de la balanza comercial. (Diccionario de Finanzas, 2008)

Exportación

Una exportación es cualquier bien o servicio enviado a otra parte del mundo, con propósitos comerciales. La exportación es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios nacionales de un país pretendidos para su uso o consumo en el extranjero. Las exportaciones pueden ser cualquier producto enviado fuera de la frontera de un Estado. (Wikipedia, 2013.).

Importación.

La importación es el transporte legítimo de bienes y servicios nacionales exportados por un país, pretendidos para el uso o consumo interno de otro país. Las importaciones pueden ser cualquier producto o servicio recibido dentro de la frontera de un Estado con propósitos comerciales. (Wikipedia, 2013.).

Logística

La logística es definida como el conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización de una empresa, o de un servicio, especialmente de distribución. (Wikipedia, 2013.).

Impuesto

El impuesto es una clase de tributo (obligaciones generalmente pecuniarias en favor del acreedor tributario) regido por derecho público. Se caracteriza por no requerir una contraprestación directa o determinada por parte de la administración hacendaria (acreedor tributario). (Wikipedia, 2013.).

Tasas

Es la contraprestación en dinero que pagan los particulares, el estado u otros entes de derecho público en retribución de un servicio público determinado y divisible. (Monografías, 2011.).

Calidad: la calidad es una serie de cuestionamientos hacia una mejora continua, satisfaciendo plenamente las necesidades del cliente.

Comercialización: Poner en venta un producto; Darle el carácter comercial a una actividad; Desarrollar una estrategia para vender un producto.

Empresa: la empresa es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer bienes o servicios que, al ser vendidos, producirán una rentabilidad.

Eficiencia: Capacidad para lograr un fin empleando los mejores medios posibles.

Estudio de Mercado: es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los **clientes**, competidores y el mercado.

Investigación de mercados: La investigación de mercados es el proceso de recopilación, procesamiento y análisis de información, respecto a temas relacionados con la mercadotecnia, como: Clientes, Competidores y el Mercado.

Logística: es el proceso de administrar estratégicamente el flujo y almacenamiento eficiente de las materias primas, de las existencias en proceso y de los bienes terminados del producto de origen al de consumo.

Marketing Internacional: Se refiere a marketing ejecutado por empresas transatlánticas o a través de las fronteras nacionales. Esta estrategia utiliza una ampliación de las técnicas utilizadas en el país principal de la empresa.

Planificación estratégica: la planificación estratégica es un proceso que mantiene unido al equipo directivo para traducir la misión, visión y estrategia en resultados tangibles, reduce los conflictos, fomenta la participación y el compromiso a todos los niveles de la organización con los esfuerzos requeridos para hacer realidad el futuro que se desea.

Mercancía: Para efectos aduaneros, se entiende por mercancía a todos los bienes muebles de naturaleza corporal que se puede ofrecer a un mercado para satisfacer un deseo o una necesidad.

Producción: Es crear utilidad, entendiéndose ésta como la capacidad de generar satisfacción ya sea a través de un producto, un bien económico o un servicio mediante distintos modos de producción.

Rentabilidad: Es la obtención de beneficios o ganancias provenientes de una inversión o actividad económica.

2.2.2. Tipos de Arancel

Ad Valorem: un porcentaje fijo sobre el valor del bien. Puede o no incluir los costos de transporte. Se adaptan a las variaciones de los precios internacionales. No son tan fáciles de controlar. Ej. 10% sobre el precio de compra

Específico: cantidad fija de dinero por unidad física o atributo físico del producto. No considera el precio del producto. Ej. \$2 por Tn de producto

Compuesto: combinación de un arancel ad valorem y un arancel específico, impuestos de manera simultánea Ej. 5% sobre el Precio+2\$ por peso

De Renta: designados a recaudar fondos fiscales

Anti-Dumping: aplicados a las importaciones de productos que ingresan a precios inferiores a los que se venden como valor normal en el país de origen, de modo que el valor de exportación está por debajo del costo de producción.

Salvaguardias: Son medidas de carácter temporal que, de manera excepcional se aplican a las importaciones de un determinado producto, cuando éstas aumentan en cantidades tales que causan o amenazan causar un daño grave a la rama de producción nacional, que produce productos similares o directamente competidores

2.2.3. Definición de términos operacionales

Aforo: Operación de reconocer las mercancías, verificar su naturaleza y valor, establecer su peso, cuenta o medida, clasificarlas en la nomenclatura arancelaria, determinando los aranceles e impuestos que les son aplicables.

Acuerdos comerciales: Contratos entre dos o más países, mediante los cuales se regulan materias estrictamente comerciales.

Arancel: Impuesto a satisfacer para poder trasladar una mercancía de un país a otro, recogidas en las tablas arancelarias de cada país.

Arancel específico: Arancel que se impone en términos de cargas o cobros monetarios específicos por unidad o cantidad de mercancía importada.

Ad-valorem: Un arancel que se impone en términos de porcentaje sobre el valor de la mercancía.

Barreras Arancelarias: Derechos de aduana que gravan la importación de mercancías procedentes de países extranjeros.

Barreras no Arancelarias: Se entiende por barreras no arancelarias las leyes, regulaciones, políticas o prácticas de un país que restringen el acceso de productos importados a su mercado.

Derechos arancelarios: Gravámenes que deben soportar las mercancías cuando, siendo objeto de comercio entre dos países, atraviesan la frontera. Los derechos arancelarios se establecen para proteger a los productos nacionales de la competencia exterior. Son de tres tipos: 1. Ad-valorem, 2. específicos; 2. compuestos o mixtos.

Desestiba: Transporte marítimo. Tomar cargamento de la bodega o cubierta de carga hasta colocarlo al alcance del gancho de la grúa del buque, elevarlo y trasladarlo hasta la vertical del costado del buque.

Estiba: Se define como estiba el arte de colocar la carga a bordo para ser transportada con un máximo de seguridad para el buque y su tripulación, ocupando el mínimo espacio posible y reduciendo al mínimo las demoras en el puerto de descarga.

Incoterms: Conjunto de reglas internacionales, regidos por la Cámara de Comercio Internacional, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional.

Partida arancelaria: Unidades en que se divide la Nomenclatura del Sistema Armonizado en donde se clasifican grupos de mercancías y que se identifican por 4 dígitos a nivel internacional y, 10 dígitos, a nivel nacional.

Reexportación: Exportación de mercancías importadas con anterioridad, de forma temporal.

Reimportación: Importación de mercancías, exportadas con anterioridad de manera temporal.

Transporte internacional: Operación de tránsito aduanero mediante el cual se efectúa el transporte de mercancías o personas de un país otro; es decir, el transporte que se efectúa entre varias naciones, y que son sometidos a varias actividades materiales y legales (controles aduaneros).

Transbordo: Traslado de mercancías de un medio de transporte a otro.

Valor en aduana: Valor real estimado de las mercancías a despachar, sobre el que se aplican los derechos arancelarios en la importación.

2.3. Marco Temporal/Espacial

El siguiente análisis del impacto económico por las reformas arancelarias de televisores, se lo realizara en Santo Domingo en el año 2012.

2.4. Marco Legal

Para la presente investigación se hace necesario acudir a varias fuentes de información; consecuentemente, se requerirá la consulta de diferentes marcos legales, cuyo alcance es de vital importancia, sobre todo porque el estudio comprende el análisis y las consecuencias que se derivan de las reformas arancelarias aplicadas a las importaciones de televisores, sus ventajas y desventajas. El marco legal, por tanto, estará centrado en los siguientes instrumentos:

- Primero se requerirá acudir al “Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones”, por cuanto es el marco legal que establece la facultad que le corresponde al Servicio Nacional de Aduanas, como ente encargado de ejecutar la política aduanera y expedir las normas para su aplicación.
- Igualmente, se deberá revisar periódicamente las Resoluciones del Comex y estar al tanto de sus respectivas actualizaciones.

2.4.1. Resolución N° 63

El Comité de Comercio Exterior (Comex) aplicó una reforma arancelaria que afecta a cerca de 83 partidas de bienes como televisores, tintes, papel y otros. Esto se encuentra en la resolución 63 del Comex, Mientras que en la reforma de aranceles se incluyó a los televisores. Estos pagarán, según la pulgada, un arancel Ad-valorem que va del 5% al 20%. Adicional cancelarán un rubro específico que va desde \$ 73,11 a más de \$ 150. Los cambios varían de acuerdo al producto.

2.4.2. Evolución de las reformas de la subpartida 8528.72.00.90

Considerando que las políticas económicas, tributaria, aduanera, arancelaria, de comercio exterior, entre otras, son competencias exclusivas del gobierno central, y que el arancel de importaciones se constituye en un factor importante de la política comercial para promover el desarrollo de las actividades productivas del país junto con el programa económico del Gobierno nacional, el gobierno ha hecho diferentes modificaciones en la subpartida 8528.72.00.90, es por ello que a través del tiempo ha ido evolucionan de diferentes formas hasta llegar al estado en que se encuentra ahora.

El 16 de Agosto del 2010 mediante el Decreto Ejecutivo No. 447, Registro Oficial No. 257, y basándose en el artículo 76 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, que indica que las tarifas arancelarias se podrán expresar en mecanismos tales como términos porcentuales de valor en la aduana de la mercancía (ad-valorem),

en términos monetarios por unidad de medida (específicos), o como una combinación de ambos, se aplicó un arancel mixto a la subpartida 8528.72.00.90, para lo cual, se determinaron varios niveles de acuerdo a la categoría o pulgadas de televisores, conforme se detalla en la siguiente tabla:

Tabla N° 01
Partida Arancelaria de televisores, partida arancelaria Reformada a Mixta
Según el Decreto Ejecutivo N°447

NANDINA	TNAN código suplementario	Detalle	U.Fis.	Aranc. espec.	AdVal	Observaciones
8528.72.00.90	0	--- Los demás	U	USD 39,97 c/u	5%	De 14 a 20 pulgadas
8528.72.00.90	1	--- Los demás	U	USD 73,11 c/u	5%	De 21 a 32 pulgadas
8528.72.00.90	2	--- Los demás	U	USD 140,32 c/u	5%	De 33 a 41 pulgadas
8528.72.00.90	3	--- Los demás	U	USD 158,14 c/u	5%	De 42 o más pulgadas
8528.72.00.90	4	--- Los demás	U	-	20%	Menor de 14 pulgadas

Fuente: <http://www.ecomint.com.ec/historial.htm>

Elaborado: Johana Arrobo

Posteriormente, el Comité de Comercio Exterior, COMEX, en sesión celebrada el 11 de junio 2012 aprobó el Informe Técnico de la Secretaria Técnica del Comité de Comercio Exterior, COMEX, el cual sugirió reformar el arancel Nacional Vigente hasta la señalada fecha; para lo cual, y mediante la resolución N°63, resuelve en el Artículo 2.- Reformar el Arancel Nacional, conforme se detalla en la siguiente tabla:

Tabla N° 02
Reforma arancelaria de la partida 8528.72.00 .90
Según resolución N°63, Artículo 2

NANDINA	Subp. ARIAN	Detalle	U.Fis	Aranc. espec.	AdVal	Observaciones
8528.72.00	.90	--- Los demás	U	0	5%	Menos de 22 pulgadas
8528.72.00	.90	--- Los demás	U	USD 73,11 c/u	5%	De 23 a menos de 32 pulgadas
8528.72.00	.90	--- Los demás	U	USD 140,32 c/u	5%	De 33 a menos de 41 pulgadas
8528.72.00	.90	--- Los demás	U	USD 158,14 c/u	5%	De 42 o menos de 50 pulgadas
8528.72.00	.90	--- Los demás	U	-	20%	Mayores de 50 pulgadas

Fuente: Resolución N°63

Elaborado: Johana Arrobo

El 18 de junio del 2012 el Comité de Comercio Exterior, COMEX, reformó la Resolución 63, mediante la Resolución 68, publicada en el suplemento al registro oficial N° 725 de 15 de junio de 2012, a través de la cual se reforman varias subpartidas arancelarias y se aclara el cuadro anterior, recalcando las características de las pulgadas de los televisores, como consta en la siguiente tabla:

Tabla N° 03
Reforma de la resolución N°63
Resolución N°68

NANDINA	Subp. ARIAN	Detalle	U.Fis	Aranc. espec.	AdVal	Observaciones
8528.72.00	.90	--- Los demás	U	0	5%	Menor o igual a 22 pulgadas
8528.72.00	.90	--- Los demás	U	USD 73,11 c/u	5%	Mayor a 22 pero menor o igual a 32 pulgadas
8528.72.00	.90	--- Los demás	U	USD 140,32 c/u	5%	Mayor a 32 pero menor o igual a 41 pulgadas
8528.72.00	.90	--- Los demás	U	USD 158,14 c/u	5%	Mayor 41 pero menor o igual a 50 pulgadas
8528.72.00	.90	--- Los demás	U	-	20%	Mayores a 50 pulgadas

Fuente: Resolución N°68

Elaborado: Johana Arrobo

Finalmente el Comité de Comercio Exterior, COMEX, mediante la Resolución 70, resuelve en el Artículo 1, reformar el Anexo II de la Resolución N°63, en los siguientes términos:

Tabla N° 04
Reforma Arancelaria de la partida 8528.72.00.90
Resolución N° 70

NANDINA	Subp. ARIAN	Detalle	U.Fis	Aranc. espec.	AdVal	Observaciones
8528.72.00	.90	--- Los demás	u	USD 39,97 c/u	5%	Menor o igual a 20 pulgadas
8528.72.00	.90	--- Los demás	u	USD 73,11 c/u	5%	Mayor a 20 pero menor o igual a 32 pulgadas
8528.72.00	.90	--- Los demás	u	USD 140,32 c/u	5%	Mayor a 32 pero menor o igual a 41 pulgadas
8528.72.00	.90	--- Los demás	u	USD 158,14 c/u	5%	Mayor a 41 pero menor o igual a 50 pulgadas
8528.72.00	.90	--- Los demás	u	-	20%	Mayor a 50 pulgadas

Fuente: Resolución N°70

Elaborado: Johana Arrobo

CAPITULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Industria de electrodomésticos

3.1.1. Tipos de electrodomésticos

Los electrodomésticos son aquellos que facilitan las tareas cotidianas del hogar estos están clasificados en:

3.1.1.1. Línea marrón

Comprende un conjunto de electrodomésticos de audio y vídeo. Esta categoría incluye: televisores / televisiones, reproductor de audio, reproductor de vídeo, cadena de música, reproductor de DVD, home cinema y celulares.

Foto N° 01
Electrodomésticos de Línea Marrón



Fuente: <http://www.artefacta.com.ec/>
Elaborado por: Johana Arrobo

3.1.1.2. Línea blanca

Los principales electrodomésticos vinculados a la cocina y limpieza del hogar; dentro de estos se encuentran las estufas domésticas, hornos, lavadora / lavarropas, lavaplatos / lavavajillas, refrigeradoras / neveras / heladeras y congeladores), armario bodega / armario climatizado para vino, campana extractora / campana, secadoras / secarropas, calentadores / boiler, calefactores, aire acondicionado, y bodega climatizada.

Foto N° 02
Electrodomésticos de Línea Blanca



Fuente: <http://www.artefacta.com.ec/>
Elaborado por: Johana Arrobo

3.1.1.3. Pequeñas aplicaciones de electrodomésticos (PAE)

- a) Se divide en tres categorías: Mantenimiento de la casa.- Plancha, aspiradora, abrillantadora o brilladora, estufa y ventilador.
- b) Preparación alimentaria.- Microondas, licuadora, cafetera, tostadora, freidora, batidora, multiprocesadora / robot de cocina.
- c) Higiene y belleza.- Depiladora, afeitadora o máquina / maquinilla de afeitar, secador de pelo, moldeador y cepillo eléctrico.

3.1.2. Televisores

La televisión es un sistema para transmitir y receptor imágenes en movimiento y sonido a distancia que emplea un mecanismo de difusión. “La palabra televisión es un híbrido de la voz griega τῆλε (tēle, «lejos») y la latina visiōnem (acusativo de visiō «visión»). (Wikipedia, 2012.). El término televisión se refiere a todos los aspectos de transmisión y programación de televisión. A veces se abrevia como TV. La televisión es el medio de comunicación de masas por excelencia, de manera que la reflexión filosófica sobre ellos, se aplica a ésta.

El Día Mundial de la Televisión se celebra el 21 de noviembre en conmemoración de la fecha en que se celebró en 1996 el primer Foro Mundial de Televisión en las Naciones Unidas.

Los primeros dispositivos realmente satisfactorios para captar imágenes fueron el iconoscopio, que fue inventado por el físico estadounidense de origen ruso Vladimir Kosma Zworykin en 1923. El 26 de Enero de 1926 fue la primera vez que la pantalla chica mostró imágenes en movimiento. El responsable de tan magnífica hazaña fue John Logie Baird.

La televisión, como la había imaginado John Logie Baird, no duró mucho tiempo más. Pronto, el afán por sacar cada vez más beneficios económicos de su invento dejó de lado el televisor mecánico y lo reemplazó por el eléctrico, y mientras la pantalla chica se convertía en un medio de comunicación por derecho propio el nombre de su creador era exiliado a las menos consultadas páginas de las enciclopedias.

Con el pasar de los tiempos el televisor se ha convertido en un elemento indispensable en las vidas de nuestra sociedad, porque lo se ha denominado un producto básico en cada familia del mundo, en base a ello podemos deducir esta información, que va de la mano con la innovación nos revela la importancia de los televisores en la económica a nivel mundial.

3.1.2.1. Tipos de televisores

Dentro de los televisores podemos distinguir entre LCD, televisor de plasma o televisor tradicional, con su tubo de rayo catódico (CRT o 'tubo').

- **TUBO.-** Los televisores de tubo tradicionales pueden venir con una pantalla curva estándar o una pantalla plana que proporciona un área de visión más grande. Los televisores de tubo tienen un precio de base más bajo que los paneles planos, pero siempre serán más pesados y más profundos. Si el tamaño de la pantalla aumenta, el peso aumenta. Algunos incluso vienen con HD-Ready y tienen un aspecto rectangular en vez de una pantalla casi cuadrada de la vieja escuela.

Foto N° 03
Televisores de tubo



Fuente: <http://www.artefacta.com.ec/>
Elaborado por: Johana Arrobo

- **LCD.-** La principal ventaja de la tecnología LCD respecto de la tecnología CRT o televisores de tubo tradicionales, es que proporciona una imagen más nítida y estable. Permite conseguir la calidad de imagen óptima sea cual sea la luz de la habitación. Es ideal para reproducir contenidos en soporte de alta definición, especialmente los soportes digitales. La tecnología LCD se basa en una fuente luminosa proyectada a través de cristales líquidos. Un impulso eléctrico modifica, en función de las diferentes necesidades, el resultado obtenido por estos cristales líquidos. Esta tecnología te

permite tener dispositivos que no miden más de 8 cm. de grosor. Estos televisores pueden colgarse en una pared o colocarse sobre una balda para conseguir ahorrar mucho más espacio que con un equipo convencional. Se puede utilizar el televisor LCD como monitor para el ordenador. Su elevada resolución permite una nitidez plena de los textos y los objetos gráficos. Por ello, suelen tener conexiones compuestas S-Vídeo y una toma periférica RVB.

Foto N° 04
Televisores LCD



Fuente: <http://www.artefacta.com.ec/>

Elaborado por: Johana Arrobo

- **Plasma.-** La principal ventaja de una TV de plasma son el gran tamaño de las pantallas (hasta 60') y el poco espesor de los soportes, lo que permite instalarla en lugares donde antes no se podía poner una televisión. La tecnología del plasma se basa en una emisión de luz provocada al alterar un gas compuesto por argón y xenón. Este gas se encuentra dentro de las células que componen los píxeles y a las que se dirigen unos electrodos que permiten alterar el gas de las células. Al modular la corriente aplicada entre los electrodos y la frecuencia con la que se altera el gas, es posible definir hasta 256 valores de intensidad luminosa. En consecuencia, el gas produce luz ultravioleta. Esta luz ultravioleta se convierte en luz visible y permite obtener hasta 16 millones de colores.

Foto N° 05
Televisores Plasma



Fuente: <http://www.artefacta.com.ec/>
Elaborado por: Johana Arrobo

- **LED.-** Los televisores LED son básicamente un televisor LCD, estos usan una fuente luminosa trasera, y las moléculas de cristal líquido lo que hacen es dejar o no pasar la luz, y darle el color correspondiente. Las principales ventajas son su extrema delgadez, comparadas con las LCD convencionales y el plasma; además de que consumen una cantidad menor de electricidad, y permite mayor contraste y nitidez en los colores.

Foto N° 06
Televisores LED



Fuente: <http://www.artefacta.com.ec/>
Elaborado por: Johana Arrobo

3.1.2.2. FODA de los televisores

Fortalezas

- Expansión de los créditos de consumo.
- Desarrollo de nuevo canales de comercialización.
- Importante nivel de inversión publicitaria, debido a la competencia.
- Sostenido incremento del consumo en provincias.

Oportunidades

- Menor tiempo de renovación de electrodomésticos.
- Migración a productos con tecnología analógica a digital (televisores LCD y LED).

Debilidades

- Márgenes reducidos de utilidad, por la competencia.
- Alta sensibilidad de las ventas a los ciclos económicos.
- Lento nivel de renovación de electrodomésticos.
- Comportamiento estacional de las ventas: Día de la Madre, Día del Padre, y Navidad.
- Presencia del contrabando.

Amenazas

- Alza en el costo de alquiler de locales, tanto en centros comerciales como en locales individuales.
- Incremento de los precios de los televisores por las restricciones de importación dadas por el gobierno.
- Trafico de bienes tecnológicos desde nuestros países vecinos.

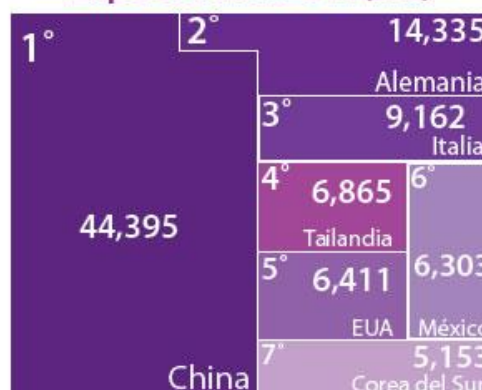
3.1.3. Situación del sector industrial de los Electrodomésticos a nivel mundial

3.1.3.1. Análisis del sector industrial de los electrodomésticos

La industria de aparatos electrodomésticos generó ingresos por 435,492 millones de dólares (md) en 2011 y crecerá a una tasa promedio anual del 9.6% en el periodo 2011-2020.

Los principales países exportadores de electrodomésticos son China, Alemania e Italia. México también destaca entre los primeros exportadores de electrodomésticos en el mundo.

Grafico N° 01
Exportaciones Mundiales de Electrodomésticos
Exportaciones 2011 (md)



Fuente: Global Trade Atlas

Elaborado por: Johana Arrobo

“El sector de electrodomésticos en el mundo se ha mantenido dinámico gracias a la innovación, a las nuevas ofertas en términos energéticos, ambientales y tecnológicos, y cada vez a menores precios. Aumentando considerablemente la demanda de estos productos para mejorar y facilitar la vida de las personas.

Este sector está compuesto por: fabricantes, importadores y comercializadores, siendo los primeros los que a través de los años y con la apertura de la economía se vieron

obligados a mejorar su productividad y lograr productos que deben ser competitivos alrededor del mundo y que les permitan mantenerse en un mercado caracterizado por la innovación tecnológica constante y por la producción de economías de escala.

Estos han variado en la medida en que los tiempos han cambiado, modificándose con la moda y las tendencias estéticas. Los electrodomésticos gracias a la conectividad cada vez mayor entre artefactos y a la innovación tecnológica constante, hace que los países gastan fuertemente en investigación y desarrollo, creando cada vez ofertas más atractivas de alto valor agregado.

Los fabricantes son cada vez más conscientes en que un buen precio debe ir acompañado de la mejor calidad, prestaciones atractivas, innovación y diseño, que generan recuerdo en el consumidor, factores que son indispensables para competir a nivel mundial. En cuanto a los comercializadores, estos representan el 65% de las ventas mundiales del sector. La compañías más grandes del sector son: Electrolux, Panasonic, Mabe, Daewoo, Samsung, Lg, Electronics, Black & Decker, Honeywell y Whirlpool.



Fuente: www.ajlas.org/v2006/paper/2002vol15no101.pdf

Elaborado por: Johana Arrobo

Estados Unidos es uno de los mayores fabricantes de electrodomésticos en el mundo, por medio de su marca líder Whirlpool en varios mercados. China cuya magnitud manufacturera de variados aparatos electrodomésticos ha logrado un continuo crecimiento, se ha convertido en el mayor centro productor del mundo. Ahora en China,

la producción anual de refrigeradores y de televisores son de 14 millones de unidades, mientras que la de aparatos de aire acondicionado asciende a 20 millones, lo que representa un 20% y un 50% de la producción mundial, respectivamente. Al mismo tiempo, la fabricación de pequeños electrodomésticos también ha cobrado un rápido desarrollo. Según información estadística proporcionada por Análisis Start, los electrodomésticos se han convertido en el principal renglón de exportación de China, cuyo valor total por concepto de exportación, ha totalizado más de 3 mil millones de dólares norteamericanos en años anteriores.

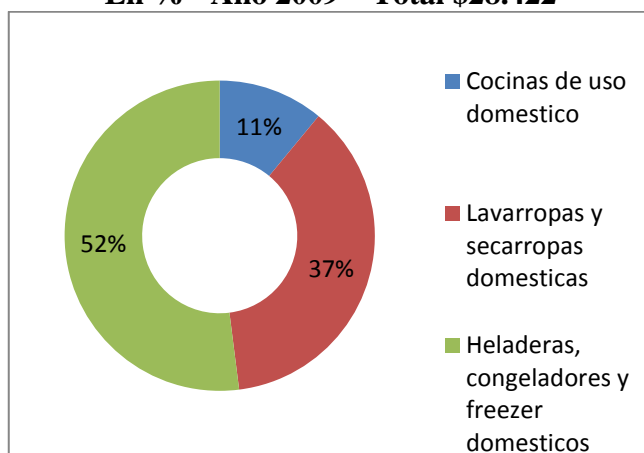
Japón cuenta con el 15% de la economía mundial, y con el 25% para productos de alta tecnología entre ellos los electrodomésticos. Se considera como la segunda economía más grande del mundo. (Anónimo, 2008.)

El mercado mundial de electrodomésticos de línea blanca es de aproximadamente 360 millones de unidades. Se estima que la demanda mundial crecerá a 390 millones de unidades en 2009. En el mercado de América Latina los 4 mayores fabricantes concentran aproximadamente el 70% de la producción. Whirlpool es el líder en la región, con fuerte posición en los 3 mercados de mayor tamaño (México, Brasil y Argentina).

Los electrodomésticos se han convertido en aparatos indispensables para las tareas del hogar, en un mundo cambiante de nuevas tecnologías encontramos que cada hogar tiene un electrodomésticos que sirva de soporte para las tareas del hogar. Por lo cual indistintamente de la etnia, cultura o región todos los países están inmersos en el uso de los electrodomésticos, la línea blanca ha evolucionado de tal forma que por lo menos un artefacto existe en cada hogar.

El comercio internacional de electrodomésticos de línea blanca crece al 20% anual y está concentrado en aparatos de refrigeración y lavado.

Gráfico N° 02
Exportaciones Mundiales por tipo de Electrodomésticos
En % - Año 2009 – Total \$28.422



Fuente: ANALISIS START
Elaborado por: Johana Arrobo

Las exportaciones mundiales por tipo de electrodomesticos estan distribuidas con el 52% que corresponde a las heladeras con un total de \$14.779,44 millones de dolares para el año 2009, mientras que para el mercado de las lavarropas o lavadoras tiene una participación del 37% representando \$10516,14 asi mismo encontramos a las cocinas con el 11% lo que corresponde a \$3.126,42 .

3.1.4. El sector industrial de los Electrodomésticos en el Ecuador

3.1.4.1. Industria de los Electrodomésticos en el Ecuador

La industria de los electrodomésticos tiene aproximadamente 60 años en el Ecuador con el apareamiento de la fábrica Ecasa, localizada en la provincia de Pichincha, en la ciudad de Quito, este sector no cuenta con suficientes proveedores de insumos partes y componentes para la fabricación de electrodomésticos, debido al retraso tecnológico. La importación de electrodomésticos en especial producidos en Asia comercializados a bajos precios afecta la industria ecuatoriana. Cabe destacar que Ecuador tiene industria de electrodomésticos que se dedica en su mayoría a ensamblar.

3.1.4.1.1. La línea Marrón en el Ecuador

La falta de inversión en tecnología y los altos costos de los mismo, son uno de los principales factores que determinen la ausencia de industria productora de línea marrón en Ecuador, pero sin embargo en base al apoyo por parte del gobierno, con el fin de incentivar la productividad nacional y las exportaciones se han aplicado reformas arancelarias en ciertos productos tecnológicos con el fin, de que estos productos sean ensamblados en el Ecuador y aportar con la economía nacional.

3.1.4.1.2. Ensambladoras de televisores en Ecuador

Desde la publicación del Acuerdo Ministerial 12 392 en la Subsecretaría de Desarrollo Industrial, se encuentran vigentes 26 registros de ensamblaje, En nuestro país contamos con tres empresas dedicadas a ensamblar televisores, ubicadas en diferentes sectores del país. (MIPRO).

AUDIOVISIÓN ELECTRÓNICA AUDIOELEC S.A

RUC: 0992559829001 Telf. 042 115 113042 102 135

Dirección: Guayas - Guayaquil Km 11 ½ vía a Daule, Lotización Inmaconsa, Calle B y Gama, 2º callejón, Mz. 37, solares 4 y 5.

Representante Legal: Antonio Arturo Haz Villagrán

Email: operativa@audioelec.com.ec gerencia@audioelec.com.ec

Nº de registro: 021-2010, fecha de registro:30/12/2010

Producción: televisores, plasmas, LCD, DVD y teléfonos móviles (celulares).

COMPAÑÍA MUNDO DIGITAL S.A. COMPADIG

RUC: 0992360666001 Telf.: 042 532 261 042 102 401

Dirección: Guayas - Guayaquil Av. Nueve de Octubre 827 y Rumichaca

Representante Legal: Seung IL Yeo Chung

Email: sunilyeo@hotmail.com

Nº de registro: 012-2010, Fecha de registro 13/12/2010

Productos que ensambla: televisores, DVD y hornos microondas.

OXITANE GLOBAL CIA. LTDA

RUC1792254728001, Telf. 022 478 423

Dirección: Pichincha – Quito, Calle de los Cipreses N65-31 y Manuel Ambrosi

Representante Legal: Ing. Gabriel Francisco Garcés Carrillo

Email: ggarces@oxitaneglobal.com elopez@oxitane.com

Nº de Registro en el MIPRO - 008-2010 Fecha de registro: 02/12/2010

Productos que ensambla: TV, radios, parlantes y pitos

Es necesario hacer énfasis en identificar una de las principales ensambladoras, **Audiovisión Electrónica Audioelec S.A**, debido a que se encarga de ensamblar dos marcas importantes como son Riviera y la mundialmente famosa SONY.

La empresa Audioelec es la encargada de producir el televisor (LCD y LED), que estará en el mercado local, la línea de televisores Sony Ecuador, detalla que la producción empezará con el televisor LCD de 32 pulgadas, y el próximo año se sumará la versión LED de 40 pulgadas.

Estas características son: dos entradas HMI, puerto USB, sintonizador ISDV (para el canal digital en Ecuador), modo de portarretrato digital, Picture&Picture (pantalla dividida en dos), entre otras.

Sony invirtió \$7 millones para iniciar el ensamblaje en el país, asegurando que los técnicos de Audioelec fueron capacitados en Malasia, donde la firma internacional tiene su centro de producción. El 80% de las partes del televisor serán importadas, y el 20% fabricadas en Ecuador, aproximadamente.

En octubre del año 2012 salió al mercado las primeras 1.000 unidades. Audioelec, que ahora se convierte en la octava ensambladora de Sony en el mundo y la cuarta en la región, está en capacidad de producir 1.500 televisores al día, con lo que intentarán cubrir parte de la demanda en el país (de 200 a 300 mil de televisores al año) y posteriormente exportar. (Audioelec, 2012).

3.1.4.2. Asociación de almacenes de electrodomésticos del Ecuador. (ASADELEC)

ASADELEC está compuesta por cadenas, marcas y fabricantes nacionales dedicados a la importación y comercialización de electrodomésticos. Uno de sus principales objetivos es fomentar el comercio formal, mediante el apoyo a los organismos de control. Esta asociación es creada sin fines de lucro, las empresas comercializadoras de electrodomésticos no son obligadas a pertenecer a la misma, pero los socios que están pagan una cuota de afiliación.

Según la Asociación de Almacenes de Electrodomésticos (Asadelec), en el segmento de los electrodomésticos, por ejemplo, las ventas se concentran en diciembre, por la Navidad, y en mayo, por el Día de la Madre; de los USD 700 millones anuales que mueve el sector de electrodomésticos, el 65% se centra en diciembre y en mayo.(Lideres, 2012)

Las empresas que pertenecen a esta asociación son reguladas por la Superintendencia de Compañías; los beneficios que obtienen a través de ASADELEC deben estar reflejados en el bienestar del consumidor final al obtener productos 100% garantizados;

ASADELEC es regulada únicamente por Ministerio de Industrias y Productividad del Ecuador (MIPRO), y para que ASADELEC sea regulada debe cumplir lo siguiente:

- Llenar una solicitud con información requerida por el MIPRO.
- Esperar la respuesta del MIPRO.
- Cumplir con las disposiciones por medio de resoluciones

3.1.5. Producción Nacional

El Gobierno Central mediante la Resolución N° 64, sostiene como uno de los objetivos principales en materia económica es: incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistemática, es por ello que mediante el Comité de Comercio Exterior que es el encargado de crear, modificar o suprimir las tarifas arancelarias, resuelven modificar el arancel nacional en las mercancías clasificadas como CKD, las mismas que han sido modificadas en busca de mayor productividad en la industria de televisores de nuestro país.

En la Resolución N° 87, del COMEX, Artículo 1.- Sustituir el cuadro del Anexo I de la Resolución N° 64, publicada en el Suplemento del Registro Oficial N° 730 de 22 de junio de 2012, referente a CKD de televisores clasificados en la subpartida 8528720010, en los siguientes términos.

TABLA N°5
Arancel de importación de CKD de televisores clasificados en la subpartida
8528.72.00.10
Resolución N°64, Sustituida Resolución N°87

% de Producto Ecuatoriano Incorporado	Arancel a pagar Ad valorem	Observaciones
<5	20.00%	
5	10.00%	
6	8.50%	
7	7.00%	
8	5.50%	
9	4.00%	
10 o superior	2.50%	Arancel mínimo

Fuente: Resolución N° 70

Elaborado: Johana Arrobo

3.1.5.1. Importaciones de la partida 8528.72.00.10

La partida arancelaria bajo la que importan las ensambladoras en nuestro país es 8528.72.00.10, CKD, tenemos que tomar en cuenta la productividad que se ha generado durante el transcurso de estos años y la participación económica que ha producido, la partida arancelaria antes mencionada

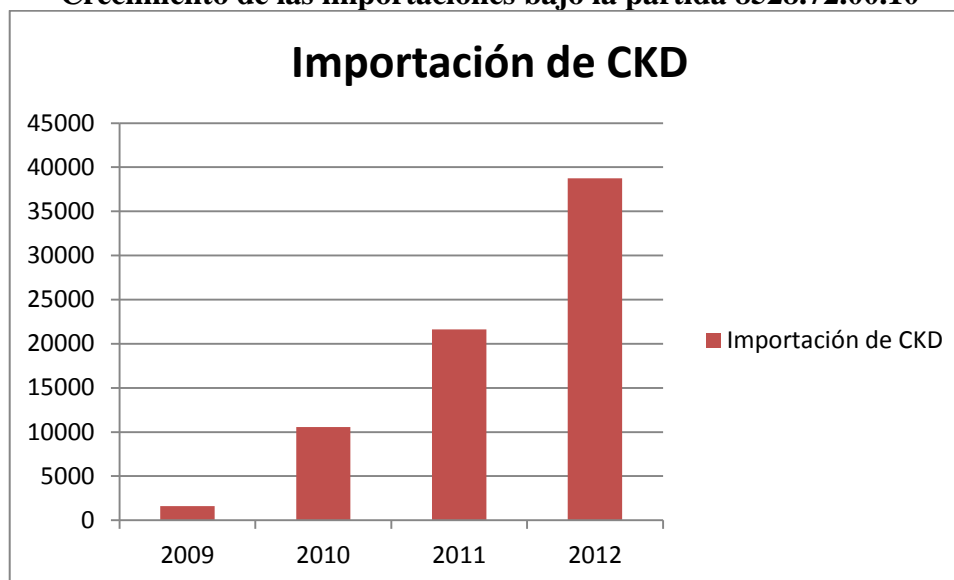
Tabla N°6
Importación de los últimos años de la partida arancelaria
8528.72.00.10

Años	Importación de CKD
2009	1619,27
2010	10566,2
2011	21611,26
2012	38734,23

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado Por: Johana Arrobo

Gráfico N°3
Crecimiento de las importaciones bajo la partida 8528.72.00.10



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado Por: Johana Arrobo

3.1.6. PYMES comercializadoras de televisores

3.1.6.1. ¿Que son las PYMES?

Es el conjunto de pequeñas y medianas empresas independientes con una alta predominancia en el mercado de comercio que de acuerdo a su solidez de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas, pero quedando fuera del mercado industrial debido a la falta de grandes inversiones, Por todo ello una pyme nunca podrá superar ciertas ventas anuales o una cantidad de personal. Por lo general en Ecuador las pequeñas y medianas empresas realizan diferentes tipos de actividades económicas entre las que destacamos las siguientes.(Revista de Negocios EKO, 2013)

- Comercio al por mayor y al por menor.
- Agricultura, silvicultura y pesca.
- Industrias manufactureras.
- Construcción.
- Transporte, almacenamiento, y comunicaciones.
- Bienes inmuebles y servicios prestados a las empresas.
- Servicios comunales, sociales y personales.

3.1.6.1.1. Importancia de las PYMES

Las PYMES en nuestro país se encuentran en particular en la producción de bienes y servicios, como también en la comercialización, siendo la base del desarrollo social del país tanto produciendo, demandando y comprando productos o añadiendo valor agregado, por lo que se constituyen en un actor fundamental en la generación de riqueza y empleo, he ahí la importancia de las PYMES en nuestro país, sobre todo el círculo económico que juega en la sociedad ecuatoriana.

3.1.6.1.2. Fortalezas de las PYMES

- Representan el 95% de las unidades productivas.
- Generan el 60% del empleo.
- Participan el 50% de la producción Amplio potencial de distribución.
- Capacidad de generación de empleo.
- Amplia capacidad de adaptación.
- Flexibilidad frente a los cambios.
- Estructuras empresariales Horizontales.

3.1.6.1.3. Debilidades de las PYMES

- Insuficiente tecnología y maquinaria para la fabricación de productos.
- Insuficiente capacitación de talento humano.
- Insuficiente cantidad productiva.
- Inadecuación de la maquinaria y procedimientos propios a las normativas de calidad exigidas en otros países.

3.1.6.1.4. Características de las PYMES

Al ser una empresa en desarrollo sus principales características consisten:

- Requieren de exigencias técnicas, de calidad y legales.
- Escasa capacidad de negociación.
- Inexistencia de estrategias globales de internacionalización.
- Débiles encadenamientos productivos-materias primas.
- Costos elevados por desperdicios de materia prima.
- Insuficiente cantidad productiva para exportar.
- Inadecuación de la maquinaria y procedimientos propios a las normativas de calidad exigidas en empresas grandes.

3.1.6.1.5. Participación de las PYMES en generación de empleo

El número de empresas y su participación en la generación de empleo se resume así:

Tabla N°7
Generación de empleo de las PYMES

Sector	NUMERO DE EMPRESAS	PROMEDIO EMPLEADOS POR EMPRESA	TOTAL TRABAJADORES
PYMES	15.000	22	330.000
Artesanías	200.000	3	600.000
Microempresas	252.000	3	756.000
TOTAL	467.000		1'686.000

Fuente: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1442/5/Capitulo%202.pdf>

Realizado por: Johana Arrobo

3.1.6.1.6. Sector importador PYMES

Según los datos adquiridos en la publicación de la revista Ekosnegocios, en los últimos cuatro años, los sectores más dinámicos de las pymes fueron: construcción y metalmecánica; textil y calzado; y tecnologías de la información y comunicación (TIC), impulsados por la inversión pública y las medidas de protección gubernamental. Pese a ello, el mercado de las pymes aún se concentra en el ámbito nacional, apenas un 6,6% de pymes ecuatorianas exporta, según el último informe de coyuntura del Observatorio de la pyme (segundo cuatrimestre del 2012).

3.1.6.1.7. PYMES comercializadoras de televisores en el Ecuador

En el Ecuador se encuentra registrados 35 PYMES comercializadoras de televisores. Destacándose de entre todas las siguientes: Créditos Económicos, Artefacta, Comandato, Almacenes Juan Eljuri y Almacenes Jaher, dichas empresas la encontramos en Santo Domingo. En la tabla N° 05 se detalla la razón social y RUC de cada empresa.

Tabla N° 08
PYMES Comercializadoras de Televisores en el Ecuador

PYMES COMERCIALIZADORAS DE TELEVISORES		
N°	RUC	RAZÓN SOCIAL
1	0190001490001	MARCIMEX S. A.
2	0990008604001	CRÉDITOS ECONÓMICOS CREDICOSA S. A.
3	1790895548001	ARTEFACTOS ECUATORIANOS PARA EL HOGAR S. A. ARTEFACTA
4	0990043027001	ICESA S .A.
5	0990009732001	COMPAÑÍA GENERAL DE COMERCIO Y MANDATO S. A.
6	0992559829001	AUDIOVISIÓN ELECTRÓNICA AUDIOELEC S. A.
7	1790016919001	CORPORACIÓN FAVORITA C. A.
8	0190007510001	ALMACENES JUAN ELJURI CÍA. LTDA.
9	0190168190001	IMPOCOMJAHER CÍA. LTDA.
10	1791816439001	SOLUCIONES DIGITALES GLOBALES COMPUTACIÓN RIOFRÍO VILLEGAS R. V. CÍA. LTDA.
11	0991400427001	CARTIMEX S. A.
12	0190159663001	COMERCIALIZADORA JUAN CARLOS ESPINOSA VINTIMILLA CÍA. LTDA.
13	0190003701001	IMPORTADORA TOMBAMBA S. A.
14	1790979016001	COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO DE LOS SERVIDORES PÚBLICOS DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CULTURA
15	1790896544001	TELEVISIÓN Y VENTAS TELEVENT S. A.
16	1791743148001	INTCOMEX DEL ECUADOR S. A.
17	0992372249001	LUCKYSTAR S. A.
18	0992144467001	MACOSER S. A.
19	0990621691001	DEMACO, DISTRIBUIDORA DE EQUIPOS Y MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN GÓMEZ C. LTDA.
20	1791998502001	ETRADEV ECUADORIAN TRADE DEVELOPMENT CÍA. LTDA.
21	0190345963001	TECNODIGI CÍA. LTDA.
22	1791966740001	GRUMANHER S. A.
23	0992655615001	DIGITALCITY S. A.
24	1791284321001	CIRKWITOS S. A.
25	0992414065001	OPTIKLY S. A.
26	0992309458001	INMOCORI S. A.
27	0791716373001	IMPORTADORA QUEAZAR C. LTDA.
28	0992533641001	IMVEMAV S. A.
29	0990600147001	COFEKA C. LTDA.
30	1791810651001	LINE COL CARD TELECOMUNICACIONES S. A.
31	0992371870001	QUILAY S. A.
32	1791408381001	MEGAFRÍO S. A.
33	1792109191001	STARTRONICS S. A.
34	0591707159001	SANSUR IMPORTACIONES Y COMPAÑÍA
35	0190167488001	SOLUCIONES PARA HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA EQUINDECA CÍA. LTDA.

Fuente: www.aduana.gob.ec/archivos/comex/IT-EmpresasconRegistrodeImportador050911-2.pdf

Elaborado por: Johana Arrobo

3.2. Operacionalización de la Hipótesis

3.2.1. Variables

Dependiente: Las importaciones de Televisores, la comercialización de televisores.

Independiente: Reformas Arancelarias de televisores (Arancel Mixto)

3.2.2. Indicadores

- Volumen de importaciones
- Tributos
- Demanda
- Oferta
- Precio
- Rentabilidad

3.3. Estrategia de Metodología

3.3.1. Diseño de la Investigación

El diseño de investigación es la estrategia general que se adopta para responder el problema planteado, el presente trabajo fue investigado en las PYMES comercializadoras de televisores en Santo Domingo, y en la base de datos y estadísticos del Banco Central del Ecuador, es una investigación de carácter no experimental.

3.3.2. Tipos de Investigación

3.3.2.1. Analítica

En el análisis del impacto en las PYMES comercializadoras de televisores por la aplicación de las reformas arancelarias en la subpartida 8528.72.00.90, se utilizará la investigación Analítica, la misma que consiste principalmente en establecer los efectos que causa la reforma en las PYMES comercializadoras de televisores, e identificar la variación de las importaciones de televisores a consumo y en CKD, mediante una profunda indagación y manipulación de la información consecuente al tema.

3.3.3. Unidad de Análisis del Estudio

En la presente investigación la unidad de análisis del estudio serán las PYMES comercializadoras de televisores de Santo Domingo, así como también, los datos estadísticos anuales de las importaciones de televisores y las importaciones del sector productivo de televisores nacionales.

3.3.4. Métodos de Investigación

En la presente investigación el método a utilizar será el método observacional y el método de análisis.

3.3.4.1. Método Observacional

Se utilizará este método ya que por medio de éste podremos realizar encuestas o entrevistas a las PYMES comercializadoras de televisores de Santo Domingo para conocer los efectos a las reformas arancelarias de la subpartida 8528.72.00.90.

3.3.4.2. Método de Análisis

Se utilizará este método ya que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en partículas. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia, este método nos permite conocer más del objeto de estudio, con lo cual se puede explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento y establecer nuevas teorías; es decir que por medio de este método se puede deducir todos los panoramas de la investigación.

3.3.5. Fuentes y Técnicas para la recolección de información

3.3.5.1. Fuentes Primarias

3.3.5.1.1. Encuestas

Se realizó encuestas a las PYMES comercializadoras de televisores de Santo Domingo.

3.3.5.1.2. Entrevistas

Se realizó entrevistas a los Gerentes-Encargados, encargados de la publicidad y encargados del marketing de las PYMES comercializadoras de televisores de Santo Domingo.

3.3.5.2. Fuentes Secundarias

3.3.5.2.1. Revisión de Literatura

Esta técnica se la aplico porque se reviso libros, revistas, periódicos, folletos y diccionarios, como son el diccionario aduanero, Arancel Nacional del Ecuador, Revistas los Líderes, los mismos que ayudaron en el desarrollo de la investigación.

3.3.5.2.2. Internet

Se utilizó para buscar información actualizada que sustente la investigación, así como también para obtener imágenes para poder ilustrar de mejor manera el estudio, datos estadísticos y tablas de información indispensables para cumplir con los objetivos de estudio.

3.3.6. Tratamiento y Análisis de la información

Para analizar y verificar la autenticidad de la información obtenida para la presente investigación, se utilizarán los principales portales electrónicos del Gobierno, como también se considerarán los boletines actualizados sobre las últimas reformas en el comercio exterior y constatar que la información que se está utilizando es veraz y sobre todo actualizada.

3.4. Unidad de Análisis

3.4.1. Población y Muestras

La población en estudio corresponde a un total de 35 pymes comercializadora de electrodomésticos (Ver tabla N° 05), por lo que para realizar la investigación de mercado se procederá a determinar el tamaño de la muestra, la misma que será calculada empleando la fórmula de poblaciones finitas. Las pymes que conformarán la

muestra representativa serán seleccionados a través de un muestreo aleatorio simple, mismas que se les aplicará una encuesta, que permitirá obtener información de tipo cuantitativa sobre: las preferencias de marcas, modelos, país de importación, frecuencia de importación, entre otras, en la tabla N° 07 se presenta el tamaño de la muestra y a continuación la aplicación de la fórmula correspondiente.

Tabla N° 09
Tamaño de la muestra

TOTAL DE PYMES COMERCIALIZADORAS	TAMAÑO DE LA MUESTRA
35	32
TOTAL	32

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Johana Arrobo

Formula:

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

N = Tamaño de la población

n = Tamaño de la muestra 32 pymes

Z = Referencia estandarizada dado un nivel de confianza del 95%

E = Error máximo permisible

P = Es igual al 50%

Q = Es igual al 50%

$$n = \frac{1,96^2 * 35 * 0,50 * 0,50}{0,0005 * (35 - 1) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50} = 32$$

La aplicación de la fórmula nos demuestra que para realizar la investigación del mercado, se debe de aplicar unas 32 encuestas a las pymes comercializadoras de televisores del país, para obtener información que permita cumplir con los objetivos de la investigación.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. La Encuesta

Según Stanton, Etzel y Walker, una encuesta consiste en reunir datos entrevistando a personas u organizaciones. La encuesta se aplicara a las pymes comercializadoras de electrodomésticos del país, el mismo que será elaborado con preguntas abiertas, cerradas para obtener la información necesaria para la investigación. Con la aplicación de estas preguntas, se pretende alcanzar los objetivos específicos de la presente investigación. (Ver anexo XIV).

4.1.1. Procesamiento de la Información

La recolección de la indagación se la obtendrá a través de fuentes necesarias que faciliten la obtención de información fuentes como:

- Encuesta a Pymes que se dedican a importar televisores bajo la partida 8528.72.00.90

La información recogida se encuentra tabulada, en cuanto a la información que nos han facilitado las personas encargadas de las PYMES comercializadoras de televisores.

4.2. Tabulación y análisis de las encuestas

4.2.1. Análisis de las encuestas dirigidas a los Gerentes-Encargados de las PYMES comercializadoras de televisores.

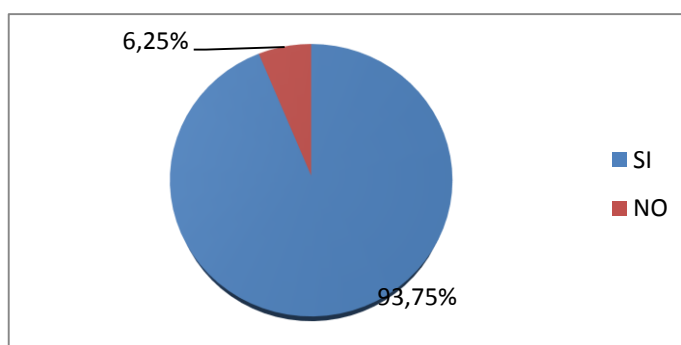
- 1. ¿Su empresa importa televisores bajo la partida 8528.72.00.90?**

Tabla N° 10
PYMES importadoras bajo la subpartida 8528.72.00.90

Alternativas	PYMES	Porcentaje
SI	30	93,75%
NO	2	6,25%
Total	32	100%

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Johana Arrobo/2012

Grafico N° 04
Pregunta 1



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Johana Arrobo/2012

Es importante en nuestro estudio conocer el porcentajes de PYMES comercializadoras de televisores que importan bajo la subpartida 8528.72.00.90, porque podemos identificar si están siendo afectadas directamente por las reformas arancelarias en los televisores, Es decir que el 93,75% de las Pymes encuestadas se dedican a importar televisores bajo la subpartida 8528.72.00.90, las mismas que se ven en la necesidad de acogerse a las reformas arancelarias, mientras que el 6.25% de las PYMES restantes, se dedican solo a comercializar.

De los resultados podemos notar que es necesario analizar el sector de las PYMES comercializadoras porque la mayoría de ellas, tiene que acogerse a la reforma arancelaria de la subpartida 8528.72.00.90.

2. ¿Cuántos años su empresa ha importado bajo la Partida 8528.72.00.90?

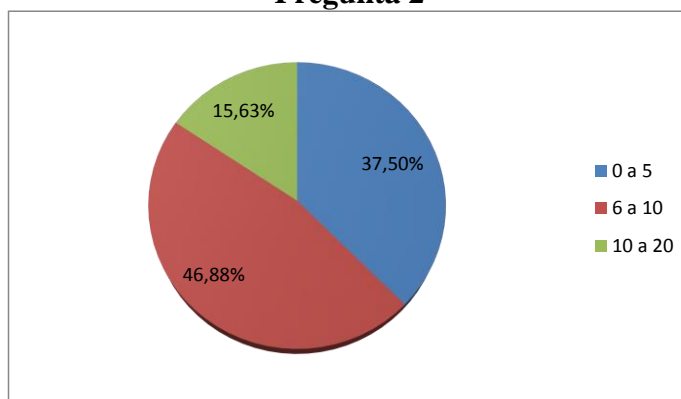
Tabla N° 11
Tiempo de Importación

Alternativas	PYMES	Porcentaje
0 a 5	12	37,50%
6 a 10	15	46,88%
10 a 20	5	15,63%
Total	32	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Johana Arrobo/2012

Gráfico N° 05
Pregunta 2



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Johana Arrobo/2012

La trayectoria empresarial es relevante para una empresa, porque en base a su experiencia le permite, buscar alternativas en caso de presentarse algún cambio gubernamental, que afecte la actividad económica en la cual se dedica una empresa, Como podemos notar el 46,88% de las PYMES comercializadoras están entre 6 y 10 años dedicados a la importación de televisores lo que significa que en base a su experiencia tomaran decisiones positivas ante la reforma arancelaria que les está afectando, buscando alternativas de solución, mientras que el 37.50% de las mismas, lo llevan realizando por 5 años, Estas se podrían ver afectadas por llevar poco tiempo en el mercado, ya que aun no se encuentran económicamente estables y cualquier cambio inesperado les puede causar una variación significativa económica dentro de la empresa, por otro lado el 15063% restante que tienen entre 10 a 20 años, podrían tener un nivel

de afectación menor debido a que se encuentran económicamente estables debido a la trayectoria empresarial.

3. ¿Cuál es el país de origen de los televisores importado bajo la partida 8528.72.00.90?

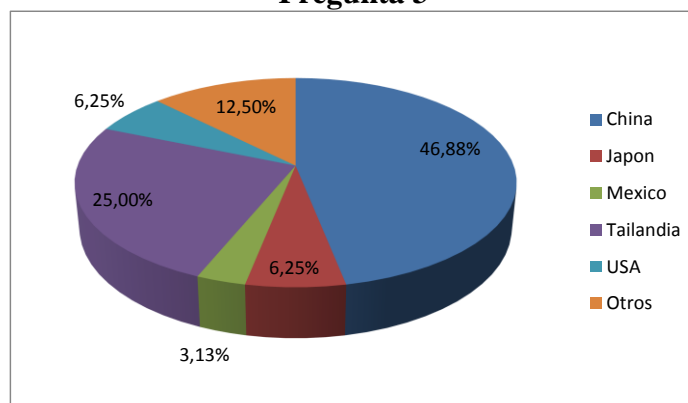
Tabla N° 12
País de procedencia

Alternativas	PYMES	Porcentaje
China	15	46,88%
Japon	2	6,25%
Mexico	1	3,13%
Tailandia	8	25,00%
USA	2	6,25%
Otros	4	12,50%
Total	32	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Johana Arrobo/ 2012

Gráfico N° 06
Pregunta 3



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Johana Arrobo/2012

Es sustancial conocer el país de procedencia de los televisores ya que este dato nos indica, las preferencias de la demanda nacional y también de los importadores, como podemos observar, el 46.88% de las PYMES comercializadoras de televisores prefiere importar de China, eso significa que la mayor demanda en el mercado de televisores se enfoca por televisores provenientes de china, por consiguiente con un 25% se encuentra Tailandia, esto se debe a que las grandes industria de la tecnología se encuentran en los

países asiáticos, en especial China que se considera el gigante asiático, Japón y EEUU se encuentran con 6.25% de preferencia de importación, mientras que México es el más bajo con 3.13% y un 12.50% correspondiente a otros países.

4. ¿Cuál es volumen de Importación anual de televisores bajo la Partida 8528.72.00.90 de su empresa?

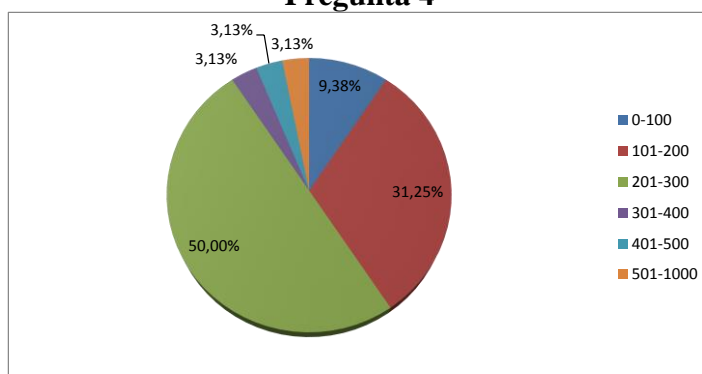
Tabla N° 13
Volumen de Importación

Unidades	PYMES	Porcentaje
0-100	3	9,38%
101-200	10	31,25%
201-300	16	50,00%
301-400	1	3,13%
401-500	1	3,13%
501-1000	1	3,13%
Total	32	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Johana Arrobo/2012

Gráfico N° 07
Pregunta 4



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Johana Arrobo/2012

Identificar volumen de importación de televisores de las PYMES comercializadoras de televisores, es importante para nuestro estudio ya que es una principal variable de incidencia económica, debido a las reformas arancelarias en las importaciones de televisores puesto que el 50% de las pymes importan entre 201-300 unidades de televisores, mientras que existen el 31.25% de PYMES significativo que expresan que

sus compras son entre los 101-200 televisores, esto podría darse porque estas empresas tienen poca trayectoria económica y poca fluidez de efectivo; Establecemos un volumen promedio de 200 unidades.

5. Por la aplicación en las reformas en la importación de televisores bajo la partida 8528.72.00.90 ¿Cuál ha sido su comportamiento como importador?

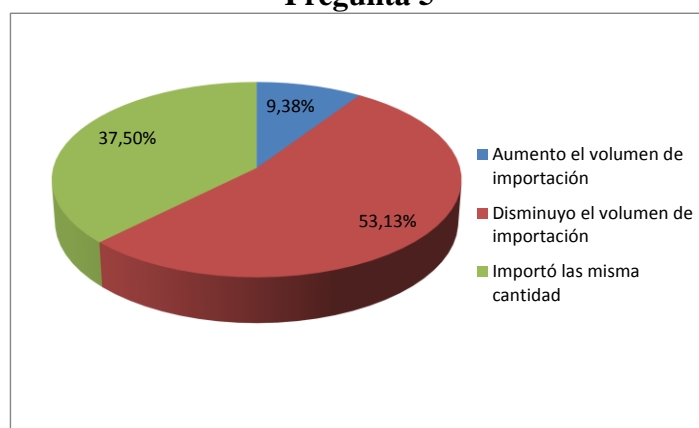
Tabla N° 14
Comportamiento como Importador

Alternativas	PYMES	Porcentaje
Aumento el volumen de importación	3	9,38%
Disminuyó el volumen de importación	17	53,13%
Importó las misma cantidad	12	37,50%
Total	32	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Johana Arrobo/2012

Gráfico N° 08
Pregunta 5



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Johana Arrobo/2012

Parte fundamental de la investigación es conocer el comportamiento de los importadores, ante las reformas arancelarias en la subpartida 8528.72.00.90, en este caso podemos apreciar el 53.13% de las Pymes comercializadoras de televisores se vieron afectadas en cuanto a las reformas arancelarias ya que redujeron el volumen de importación, podría ser porque no cuentan con trayectoria económica y fluidez de efectivo, pero por otro lado el 37,50% , mismo que es significativo se mantuvo en su

volumen de importación, podría ser por un buen manejo de estrategias de venta o fluidez económica de la empresa, cabe recalcar que existe un porcentaje de 9.38% que ha aumentado el volumen de importación, esto se podría dar debido a la potencialidad que tiene la empresa en el mercado y buen manejo de estrategias de oferta de productos.

6. ¿Cuál de los siguientes modelos de televisores tienen mayor demanda?

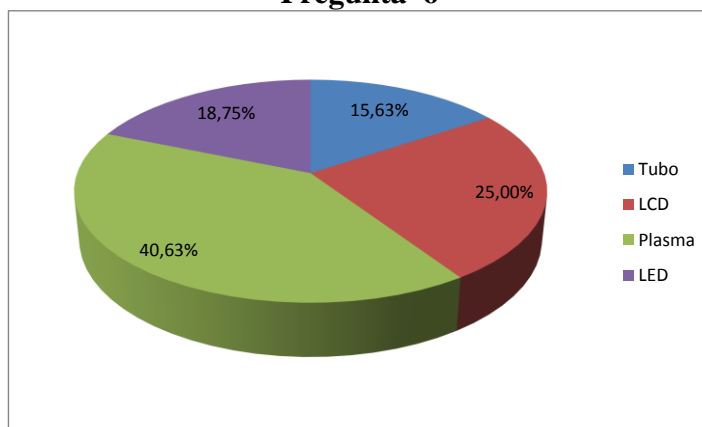
Tabla N° 15
Modelos de televisores con mayor demanda

Alternativas	PYMES	Porcentaje
Tubo	5	15,63%
LCD	8	25,00%
Plasma	13	40,63%
LED	6	18,75%
Total	32	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Johana Arrobo/2012

Gráfico N° 09
Pregunta 6



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Johana Arrobo/2012

Uno de los datos de mayor relevancia en esta investigación son los modelos de televisores con mayor demanda ya que nos indican la preferencia del mercado, como también los gustos, en cuanto a la tecnología, en base al costo del televisor, podemos analizar que el modelo de mayor demanda por parte de los consumidores son los plasmas con un 40,63%, que en precio es relativamente más económico en comparación

a los otros modelos, por consiguiente los LCD tienen 25.00% de preferencia en el mercado nacional, el precio es mayor al plasma, por otro lado el modelo LED que es lo último en tecnología y por ende su precio es elevado, tiene un porcentaje de preferencia de 18,75% que es significativo en el mercado.

7. ¿Con que frecuencia realiza sus importaciones de televisores bajo la partida 8528.72.00.90?

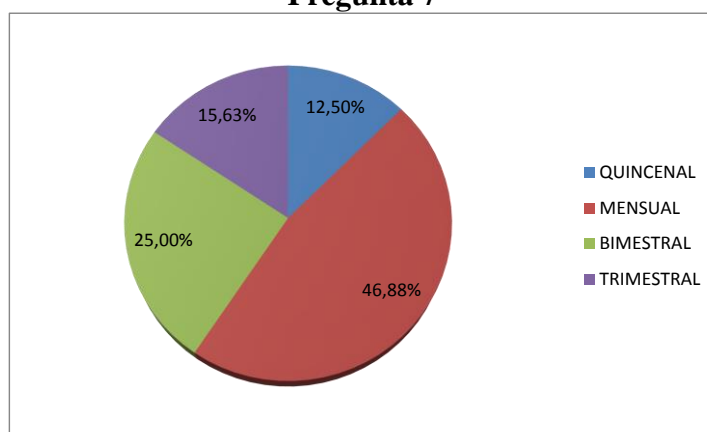
Tabla N° 16
Frecuencia de Importación

Frecuencia de Importaciones	PYMES	Porcentaje
QUINCENAL	4	12,50%
MENSUAL	15	46,88%
BIMESTRAL	8	25,00%
TRIMESTRAL	5	15,63%
TOTAL	32	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Johana Arrobo/2012

Gráfico N° 10
Pregunta 7



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Johana Arrobo/2012

Los siguientes datos los podemos relacionar con el volumen de importación de televisores de las Pymes comercializadoras de televisores, no obstante podemos deducir que el 46,88% de las PYMES comercializadoras de televisores importan mensualmente un promedio de 200 unidades, por otro lado un 25% lo realiza bimestral, esto se debe a diferentes factores como avance de tecnología y rotación de inventarios.

8. ¿Cuál de las siguientes estrategias de competitividad uso su empresa ante las reformas a la partida de los televisores 8528.72.00.90?

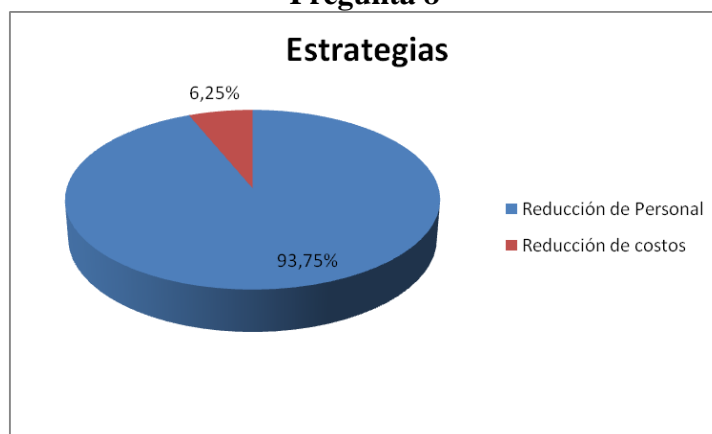
Tabla N° 17
Estrategias de competitividad

Alternativas	PYMES	Porcentaje
Reducción de Personal	30	93,75%
Reducción de costos	2	6,25%
TOTAL	32	100%

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Johana Arrobo

Gráfico N° 11
Pregunta 8



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Johana Arrobo

La actuación de los importadores en base a la reforma arancelaria de la subpartida 8528.72.00.90 es importante, tomando en cuenta que afecta a una de las mayores aportadoras en la economía del Ecuador como son las PYMES, y más aún cuando las encuestas revelan que los importadores como parte estratégico de competitividad ha tomado la decisión de reducir el personal en el 93.75% y apenas un 6.25% redujo sus costos, dando como resultado el aumento del desempleo en el Ecuador por las medidas arancelarias adoptadas al sector importador.

4.2.2. Resumen de las encuestas aplicadas a las PYMES comercializadoras de televisores

En base a las encuestas aplicadas a las PYMES comercializadoras de televisores, encontramos que el 93,75%, de dichas empresas importan bajo la subpartida arancelaria 8528.72.00.90, lo que significa que se ven afectadas directamente por la reforma arancelaria hacia los televisores, esto conlleva a modificar sus estrategias de ventas, reestablecer el presupuesto de las empresas.

Cabe recalcar que la mayoría de las PYMES comercializadoras de televisores no tiene mucho tiempo en la actividad económica de la importación, lo que es una debilidad empresas comercializadoras, y dan paso a tomar medidas drásticamente afectado la economía ecuatoriana, tomando en cuenta que las PYMES aportan en gran parte a la economía del país.

Un efecto importante que se dio en la mayoría de las PYMES comercializadoras de televisores debido a las reformas arancelarias en las subpartida 8528.72.00.90, es la disminución importaciones de los televisores, sin embargo, según las encuestas casi la mitad de las PYMES comercializadoras de televisores importan mensualmente un promedio de 200 unidades.

Cabe recalcar que la parte más relevante de las encuestas se radican en las estrategias, que las respectivas PYMES comercializadoras de televisores han tomado en base a las reformas arancelarias de la subpartida por la que importan, puesto que haciendo hincapié, en que esta industria aporta con un gran porcentaje de empleos a nivel nacional, y tomando en cuenta que el 93.75% de las PYMES comercializadoras de televisores optan como principal estrategia la reducción de personal, deducimos que las restricciones arancelarias en la subpartida 8528.72.00.90 ha producido un impacto económico de desempleo en las PYMES comercializadoras de televisores.

4.3. Resultados de las entrevistas a los Gerentes-Encargados de las PYMES comercializadoras de televisores.

Pregunta 1: ¿Tiene conocimiento de cuáles son las reformas arancelarias que ha expuestos el Comex para la subpartida 5828.72.00.90 de los televisores?

Efectivamente ya que esta medida, tiene alarmados a todos los importadores y comercializadores de televisores y más artículos tecnológicos, ya que el Gobierno mediante el COMEX con el fin de frenar las importaciones dio paso a la reforma de aranceles donde se encuentran diferentes artículos tecnológicos como por ejemplo: los televisores el cual consiste en pagar, según la pulgada, un arancel Ad-valorem que va del 5% al 20%. Adicional cancelarán un rubro específico que va desde \$ 73,11 a más de \$ 150. Los cambios varían de acuerdo al producto.

Como también, los teléfonos celulares mediante imposición de cupos, y cámaras fotográficas incrementado el arancel, artículos que también comercializan, las empresas PYMES entrevistadas, es decir que son afectadas significativamente debido a q las reformas arancelarias porque casi todas las subpartidas que se reformaron son importadas y comercializadas, eso quiere decir que entre un producto y otro los costos para las PYMES comercializadoras han incrementado notablemente

Pregunta 2: ¿Qué piensa sobre la aplicación de las reformas arancelarias en la subpartida 8528.72.00.90?

Los administradores o gerentes de las PYMES comercializadoras nos supieron manifestar que las medidas del Comex están afectando sus negocios, el cual también comercializa celulares y cámaras de fotos, que también tienen restricciones a la importación.

Según las comercializadoras de televisores en nuestro país, a causa de dichas restricciones, piensan que el aumento de los aranceles se trasladará directamente a los consumidores. En el caso de una televisión de 32 pulgadas, que son las que más se

venden en el mercado, el precio puede aumentar entre USD 100 y USD 150, ya que según el acuerdo a la Resolución del Comex, los monitores de computadores y televisores que tienen entre 23 y 32 pulgadas pagarán un valor fijo de USD 73,11 por unidad y un arancel del 5%.

Pregunta 3: ¿Cuál ha sido el incremento en el precio de un televisor aproximadamente?

Las mayoría de las PYMES comercializadoras compartieron que, los clientes tienen que desembolsar un aproximado del 30%, entre 100 y 150 dólares más por un televisor.

Pregunta 4: ¿Cómo se ha visto afectado su empresa debido a la aplicación de las reformas arancelarias en la subpartida 8528.72.00.90?

Los señores entrevistados, manifestaron que principalmente se han visto afectados en el pago de aranceles, puesto que se ha incrementado, la cantidad de pago de tributos, y es que el capital que cada comercializadora tenía destinado para la desaduanización de las mercancías importadas ahora ha incrementado, y se ven en la obligación de ajustar costo dentro de la empresa, muchas empresas también optan por apoyarse en la trayectoria económica para adquirir préstamos a corto plazo.

Por otro lado, están siendo afectadas las estrategias de ventas de cada comercializadora, ya que para la formación de ofertas, combos entre otros tipos de estrategias se basaron en los precios anteriores, y con los nuevos precios, ya no se puede lanzar las ofertas prevista, lo que significa un cambio total de las ofertas promocionales que tenían planeado las empresas comercializadoras.

Pregunta 5: ¿Cuáles son las estrategias que han tomado en base a la aplicación de las reformas arancelarias de la subpartida 8528.72.00.90?

Podemos constatar en los diferentes almacenes las desemejantes medidas que están tomando en cuanto a las restricciones arancelarias de los televisores como es, el de compartir gastos un porcentaje para los consumidores y otro porcentaje lo asumirían los importadores, claro está que para ello se debe hacer algunas reducciones en cuanto a seguridad limpieza, con la finalidad de no afectar totalmente al consumidor a la competencia pero sobre todo, no quedarse con la mercadería acumulada en bodega.

Por otro lado, incrementar la publicidad, dando a conocer principalmente los beneficios que da alta tecnología en televisores que se está importando y comercializando actualmente en el mercado nacional, debido que un gran porcentaje de las ventas se da por los gustos y preferencias de los clientes, viéndose la necesidad como algo poco relevante al momento de adquirir un televisor.

Pregunta 6: ¿Qué opción piensa Ud. que sería la mejor para cubrir los costos que se han incrementado bajo las reformas arancelarias de la subpartida 8528.72.00.90?

Esta es una de las principales preguntas, puesto que lamentablemente la mayoría de las PYMES comercializadoras de televisores, toma como estrategia principal, la reducción de personal, un promedio de 2 o 3 personas por almacén serán despedidas, incrementado las horas de trabajo de las personas que se queden laborando en las empresas.

Pregunta 7: ¿Piensa Ud. que las reformas arancelarias en la subpartida 5828.72.00.90 generen contrabando, Si o No. Por Qué?

Según nuestra encuestas los Gerentes de las empresas piensan que esta medida generará contrabando de mercancía en el Ecuador, ya que las cámaras de video, de fotos, celulares y televisores por ejemplo, ingresarán al país para ser comercializadas pero de manera ilegal", puesto que en la actualidad existe un nivel elevado de estas mercancías

en contrabando, con el aumento de aranceles, claramente aumentarían, aprovechando que tenemos frontera con Colombia país donde se consigue el mismo televisor con precios sumamente bajos, primero por su moneda seguido por las preferencias arancelarias de este país con países como desarrollados.

Pregunta 8: ¿Del total de su inventario de televisores, cual es el porcentaje de televisores ensamblados en Ecuador?

Es importante recalcar que algunas comercializadoras de televisores no tienen dentro de su stock, televisores ensamblados en Ecuador, basándose que la preferencia de los consumidores se inclina por los artículos importados, netamente hechos en el país de origen.

Pero en su mayoría, las PYMES comercializadoras, tiene mercancía ensamblada en el país entre un 20% y 40%, aunque algunos gerentes propietarios, manifestaron que están tomando medidas para incentivar la compra de productos ensamblados en Ecuador, debido a que el precio es significativo, relativamente al precio de los televisores importados.

Pregunta 9: ¿Cuál es la actividad en ventas de los televisores ensamblados en el Ecuador?

La actividad de venta de televisores ensamblados en Ecuador, no es muy fluida, debido que la mayoría de los clientes, se inclinan por los productos importados, pero sin embargo en cierto porcentaje no muy bajo, están siendo requeridos debido al cambio significativo de precios, por ejemplo en el día venden alrededor de 3 televisores y por lo menos 1 es ensamblado en el país, es por ello que están optando por incentivar la compra de televisores ensamblados en el país.

Pregunta 10: ¿La diferencia de precios entre un televisor importado y uno ensamblado en el país?

Según las PYMES entrevistadas se denomina que tiene un porcentaje menor en un 10% y 15% frente al mercado, es decir al producto importado.

Pregunta 11: ¿Aplican estrategias especiales para vender el producto ensamblado en Ecuador?

Tomando en cuenta la aceptación que se está dando en el mercado, de los televisores ensamblados en Ecuador, han implementado un sin número de alternativas, para aumentar la oferta de televisores ensamblados en el país.

Publicidad donde prevalezca la aceptación de la producción nacional, “Prefiere a tu país” dando a conocer los beneficios que ofrece el producto de ensamblado nacional, como también la tecnología y facilidades por medio de la misma que beneficia a un cliente con la compra de dichos televisores.

Por otro lado dentro de las políticas de las empresas, están incrementando estrategias para una mejor aceptación del producto nacional, como por ejemplo, aprovechando que los precios tienen variación, implementar incentivos, para su compra, mediante ofertas especiales o regalos de artefactos como ollas, vajillas entre otros.

4.4. Margen legal

4.4.1. ¿Qué es importación?

Es la operación de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo de cuál sea el régimen de importación al que se haya sido declarado. Entre los regímenes de importación son:

- Importación para el Consumo (Art. 147 COPCI)
- Admisión Temporal para Reexportación en el mismo estado (Art. 148 COPCI)
- Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo (Art. 149 COPCI)
- Reposición de Mercancías con Franquicia Arancelaria (Art. 150 COPCI)
- Transformación bajo control Aduanero (Art. 151 COPCI)
- Depósito Aduanero (Art. 152 COPCI)
- Reimportación en el mismo estado (Art. 152 COPCI)

Las Personas que pueden importan son las naturales o jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país que hayan sido registrados como importador en el sistema ECUAPASS y aprobado por la Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

4.4.1.1. Importación a consumo

Requisitos para las importaciones una importación a consumo es la nacionalización de mercancías extranjeras ingresadas al país para su libre disposición uso o consumo definitivo, una vez realizado el pago respectivo de los tributos al comercio exterior, pueden importar todas las personas naturales o jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país. (Aduana del Ecuador).

Antes de importar debe realizar los siguientes pasos:

1. Obtenga el Registro Único de Contribuyente (RUC) que expide el Servicio de Rentas Internas (SRI).

Para lo cual debe adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

- Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>
- Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

2. Obtener el Registro de Importador.

Debe registrarse en el portal de ECUAPASS:(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>) aquí se podrá:

- Actualizar base de datos
- Crear usuario y contraseña
- Aceptar las políticas de uso
- Registrar firma electrónica

Una vez realizados los pasos anteriores, ya se encuentra habilitado para realizar una importación; sin embargo, es necesario determinar que el tipo de producto esté habilitado para ser importado, por lo cual es necesario visitar la página del organismo regulador de Comercio Exterior en el Ecuador COMEX www.comex.gob.ec, examinar las resoluciones (182, 183, 184, 364, 450, entre otras) en las cuales se disponen las restricciones y requisitos para la importación de cada producto. Luego que cumple los requisitos y restricciones del producto importado podrá realizar el trámite de desaduanización de la mercancía.

Para realizar los trámites de desaduanización de mercancías es necesario la asesoría y servicio de un Agente Acreditado por el SENA E.

La declaración aduanera de Importación (DAI) será presentada de manera electrónica, y física en los casos en que determine la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. En los casos de que la declaración aduanera se le asigne aforo físico o documental, esta deberá completarse el mismo día con la transmisión digital de los documentos de acompañamiento y de soporte, que no se puedan presentar en formato electrónico. Cuando no se cumpliera con el envío de los documentos indicados en el presente artículo dentro del término de los treinta días calendario, contados a partir

de la fecha de arribo de la mercancía, acarreará su abandono tácito según lo establecido en el art. 142 del COPCI sin perjuicio de la imposición de la respectiva multa por falta reglamentaria de acuerdo a lo establecido en el literal d) del art. 193 del COPCI. (Art. 67 Reg. COPCI).

Los documentos digitales que acompañan a la DAI a través del ECUAPASS son documentos de acompañamiento y de soporte, constituyen documentos de acompañamiento aquellos que son de control previo, deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía. Deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la Declaración Aduanera, cuando estos sean exigidos. (Art. 72 Reg. COPCI).

Entre los documentos de soporte se constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley. (Art. 73 Reg. COPCI).

- Factura Comercial
- Certificado de Origen (cuando proceda)
- Conocimiento de embarque, guía área, carta de porte
- Documentos que el SENA E o el organismo regulador de Comercio Exterior considere necesarios.

Transmitida la Declaración Aduanera, el Sistema le otorgará un número de validación (Refrendo) y el canal de aforo que corresponda. Entre los canales de aforo que existen son:

- Canal de Aforo Automático (Art. 80 RCOPCI)

- Canal de Aforo electrónico (Art. 81 RCOPCI)
- Canal de Aforo documental (Art. 82 RCOPCI)
- Canal de Aforo Físico Intrusivo (Art. 83 RCOPCI)
- Canal de Aforo físico No Intrusivo (Art. 83 RCOPCI)

Previo al pago de los tributos al comercio exterior, ejecutado el aforo asignado y de no existir novedades la Aduana dispondrá el levante o retiro de las mercancías, los tributos al comercio son:

La base imponible de los derechos arancelarios es el valor en aduana de las mercancías importadas. El valor en aduana de las mercancías será el valor de transacción de las mismas más los costos del transporte y seguro, determinado según lo establezcan las disposiciones que rijan la valoración aduanera. El costo del seguro formará parte del valor en aduana pero la póliza de seguro no será documento obligatorio de soporte exigible a la declaración aduanera.

Cuando la base imponible de los derechos arancelarios no pueda determinarse, conforme al valor de transacción de las mercancías importadas, se determinará de acuerdo a los métodos secundarios de valoración previstos en las normas que regulen el valor en aduana de mercancías. Para el cálculo de la base imponible, los valores expresados en moneda extranjera, serán convertidos a la moneda de uso legal, al tipo de cambio vigente a la fecha de la presentación de la declaración aduanera. (Art. 110 del Código orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones).

Para el cálculo de los impuestos comprende la suma de los siguientes valores.

- Precio FOB* (Valor soportado con facturas)
- Flete (Valor del transporte internacional)
- Seguro (Valor de la prima)

- Más otros ajustes determinados por el artículo 8 del acuerdo sobre valoración de la OMC.

Una vez obtenido el valor, podrá hacer el cálculo de los siguientes impuestos:

- AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías) Impuesto administrado por la Aduana del Ecuador. El porcentaje es variable sobre el valor en aduana de las mercancías importadas, según el tipo de mercancía.
- FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia) impuesto que administra el INFA. 0.5% del valor CIF.
- ICE (Impuesto a los Consumos Especiales) administrado por el SRI el porcentaje variable según los bienes que se importen.
- Salvaguardia por balanza de pagos son de 3 tipos: (Recargo Ad-Valorem, Recargo Arancelario Especial adicional al arancel vigente, y Restricción Cuantitativa de Valor - cupos) impuesto que administra la Aduana del Ecuador, restricciones que se aplican solamente a cierto productos importados.
- IVA (Impuesto al Valor Agregado) administrado por el SRI, el 12% del resultado de la suma de: Valor en Aduana + Advalorem + FODINFA + ICE + Salvaguardia.
- Impuesto de Salida de Divisas impuesto que se administra el SRI 5% del valor en aduanas.

El valor total a cancelar por el importador es la suma de los impuestos antes mencionados.

4.4.2. Resolución N° 17 y 24 del Comex

Según la Organización Mundial del comercio reconoce que los gobiernos de los países en desarrollo pueden aplicar sistemas de licencias de importación teniendo en cuenta sus necesidades especiales en lo que respecta a su comercio, desarrollo y finanzas, para lo cual se ha adoptado el acuerdo sobre procedimientos para el trámite de licencias de importación.

Debido a esta resolución, emitida por el Comex, el país receptor de la mercancía posterga el ingreso de productos que puede considerar perjudiciales para algún sector productivo en particular, el país mediante estas licencias identificara las estadísticas exactas de importación de las subpartidas que están sujetas a las licencias.

4.4.2.1. Evolución de bienes sujetos a licencia

Mediante las resoluciones 17 y 24 del COMEX se estableció un régimen de licencias previas a las importaciones de bienes a 42 subpartidas arancelarias correspondientes a los siguientes 5 capítulos:

Tabla N° 18
Evolución de bienes sujetos a licencias
(CIF – USD miles)

Cap.	Descripción	Total CIF USD miles	
		2010	2011
40	Caucho y sus manufacturas	190,049	196,102
72	Fundición, hierro y acero	109,36	10,947
84	Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; y partes	91,379	109,697
85	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de imagen, sonido.	360,2	381,39
87	Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres; sus partes y accesorios	1.525,71	1.215,71
Importaciones Totales		2.277	1.914

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Johana Arrobo

Algunos de los capítulos con sub-partidas sujetas a licencias de importación han incrementado sus importaciones con relación al año 2010, con lo que respecta al capítulo 85 de las subpartidas arancelarias sujetas a la licencia de importación tiene una variación del 0.01% correspondiente entre el año 2012 y 2011.

4.5. Variación de las importaciones de las subpartida arancelaria 8528.72.00.90

En la subpartida arancelaria 8528.72.00.90 se encuentran clasificados los televisores, que es considerado un bien de consumo de alta demanda en el mercado ecuatoriano, es por ello, se ve la necesidad de identificar los cambios correspondientes de cada año en las importaciones de este producto especialmente desde la aplicación de las reformas arancelarias en los televisores.

Tabla N° 19
Variación de las importaciones de la subpartida 8528.72.00.90

Variación en la importación de la subpartida arancelaria 8528.72.00.90						
(Miles/ USD)						
	2009	2010	2011	2012	Variación 2010-2011	Variación 2011-2012
FOB	23.686,84	164.374,60	165.152,47	197.117,70	4,70%	19,40%
CIF	24.380,22	169.334,74	167.572,26	200.261,19	-1,04%	19,51%

Fuente: Banco Central del Ecuador

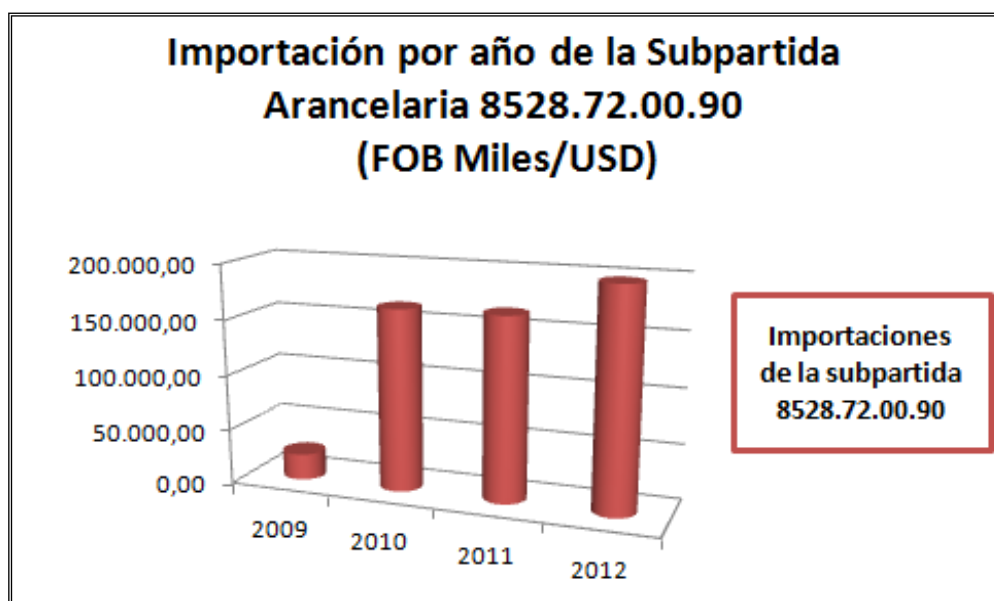
Elaborado por: Johana Arrobo

Durante los primeros años las importaciones correspondientes a esta mercancía no fueron muy frecuentes, en el año 2009 que registró un valor de USD 23.686,84 millones FOB, bajo, relativamente para el año 2010, puesto que en este año las importaciones incrementaron USD 140.687,76 millones FOB, debido la nueva tecnología implementada en estos artículos, por lo que los consumidores empezaron a renovar sus artículos tecnológicos que corresponde a esta partida, es por ello que para el mismo año “el gobierno con el fin de proteger la industria nacional y calificando de baja tecnología a estos artículos decide reformar la partida arancelaria de la subpartida 5828.72.00.90.

Para el 2011 estas medidas tributarias según el análisis correspondiente en las importaciones de la subpartida arancelaria 5828.72.00.90 no afectaron hasta cierto punto al sector de los televisores, ya que en este período se registró un total de USD 165.152,47 millones es decir un incremento del 4.70%, que el año 2010 es decir más USD 777,87 millones FOB, lo que significa que lograron reducir significativamente el incremento de importaciones pero aun así las importaciones se mantienen estables positivamente, cabe mencionar que de la misma manera en el año 2012 se registró un

incremento del 19.40%, mayor al año anterior, que corresponden al valor de USD 31.965,23 millones, el total de las importaciones registradas en este año fueron de USD 197.117,70 millones, es importante mencionar que para este año se introduce en el mercado ecuatoriano la tecnología LED.

Gráfico N°12
Importaciones por año de la Subpartida Arancelaria 8528.72.00.90
(FOB – Miles de Dólares)



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado Por: Johana Arrobo

Por lo tanto al hacer un análisis de las variaciones que se ha dado durante los últimos cuatro años en las importaciones arancelarias de la subpartida 8528.72.00.90, podemos establecer que las variaciones no han sido significativas, las reformas arancelarias no ha afectado negativamente a las importaciones.

4.6. Variación de las importaciones de la subpartida arancelaria 8528.72.00.10, CKD

En esta subpartida arancelaria 8528.72.00.10 se encuentran clasificados los televisores en CKD, en partes, estos son importados para ser ensamblados en el país y comercializar o exportar a otros países, las medidas que tomo el gobierno reformando la

partida arancelaria 8528.72.00.90, es para incentivar estas importaciones, proteger la producción nacional e incrementar la exportaciones, es por ello, que se ve la necesidad de identificar los cambios correspondientes de cada año en las importaciones de este producto especialmente desde la aplicación de las reformas arancelarias en los televisores.

Tabla N° 20
Variación de las importaciones de la subpartida 8528.72.00.10, CKD

Variación en la importación de la subpartida arancelaria 8528.72.00.10, En CKD						
(Miles/ USD)						
	2009	2010	2011	2012	Variación 2010-2011	Variación 2011-2012
FOB	1.619,27	10.566,20	21.611,26	38.734,23	104,53%	79,20%
CIF	1.731,14	11.053,53	22.368,83	40.034,36	102,37%	78,97%

Fuente: Banco Central del Ecuador

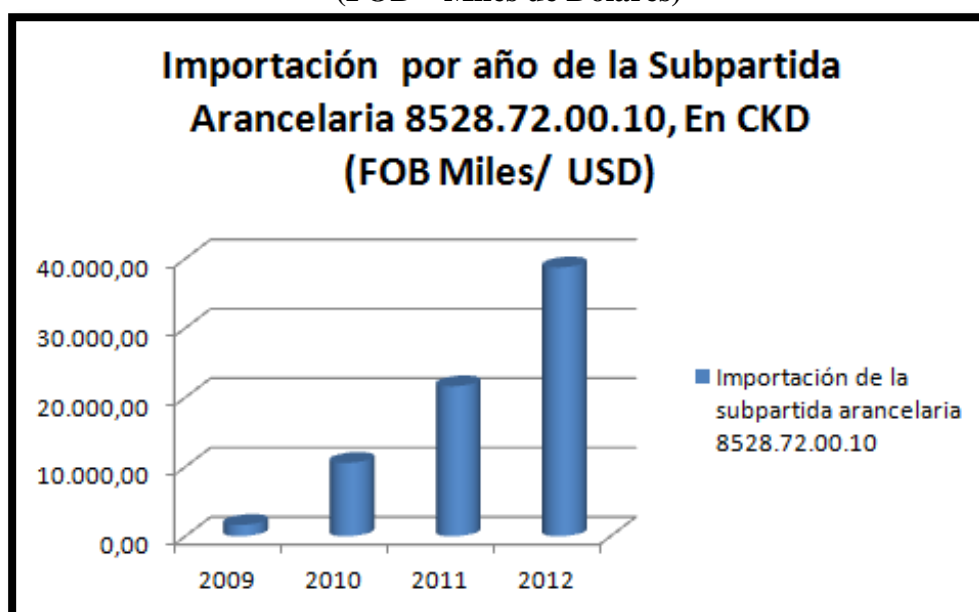
Elaborado por: Johana Arrobo

Las importaciones correspondientes a la subpartida 8528.72.00.10, CKD, durante estos primeros años han variado notable, puesto que en el año 2009 que registró un valor de USD 1.619,27 millones FOB, esta cantidad es baja, relativamente para el año 2010, ya que en este año las importaciones incrementaron USD 10.566,20 millones FOB, esto se debe a que el gobierno empezó a incentivar la producción nacional dando facilidades a las empresas inversionistas y reduciendo los aranceles en productos que le incorporen producto nacional, por otro lado, en base a ello, el gobierno con el fin de proteger la industria nacional y calificando de baja tecnología a estos artículos decide reformar la partida arancelaria de la subpartida 5828.72.00.90.

Podemos notar que para el año 2011 estas medidas tributarias según el análisis correspondiente en las importaciones de la subpartida arancelaria 5828.72.00.10 ha afectado positivamente en el sector de la producción de televisores, ya que en este período se registró un total de USD 21.611,26 millones es decir un incremento del 104.53%, que el año 2010 es decir aumento USD 11.045,56 millones FOB, lo que significa mayor inversión en la producción nacional, dentro de ello tenemos incremento de tasa de empleo, cabe recalcar que a pesar de ello las importaciones de los televisores

bajo la partida arancelaria 8528.72.00.90, se mantienen estables positivamente, cabe mencionar que de la misma manera en el año 2012 se registró un incremento del 79.20%, que corresponden al valor de USD 17.122,97 millones, el total de las importaciones registradas en este año fueron de USD 38.734,23 millones, lo que nos indica que está dando buen resultado las medidas adoptadas por el gobierno, y la producción nacional de televisores está dando buenos frutos, y aportando a la economía nacional.

Gráfico N°13
Importaciones por año de la Subpartida Arancelaria 8528.72.00.10
(FOB – Miles de Dólares)



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaborado por: Johana Arrobo

Por consiguiente al hacer un análisis de las variaciones que se ha dado durante los últimos cuatro años en las importaciones arancelarias de la subpartida 8528.72.00.10, CKD, podemos deducir que las variaciones han sido significativas, en el aspecto positivo, ya que se ha logrado incrementar la producción nacional de televisores, es decir las reformas arancelarias han cumplido con el fin para lo cual fueron adoptadas, de tal manera el país se ha visto beneficiado, porque eso significa incremento de producción, dentro de ella mayor utilización de materia prima ecuatoriana, y mano de obra ecuatoriana.

4.7. Variación de las exportaciones de las subpartida arancelaria 8528.72.00.90

En la subpartida arancelaria 8528.72.00.90 se encuentran clasificados los televisores, mismos que son exportados, bajo esta partida se acogen las ensambladoras de televisores del Ecuador, estas han sido incentivadas para producir estos artículos tecnológicos con el fin de incrementar las exportaciones nacionales del país y mejorar la balanza comercial, es por ello, que se ve la necesidad de identificar los cambios correspondientes de cada año en las exportaciones de este producto especialmente desde la aplicación de las reformas arancelarias en los televisores.

Tabla N° 21
Variación de las exportaciones de la subpartida 8528.72.00.90

Variación en las exportaciones de la subpartida arancelaria 8528.72.00.90						
(Miles/ USD)						
	2009	2010	2011	2012	Variación 2010-2011	Variación 2011-2012
FOB	5,99	12,32	2.036,87	9,17	16433,00%	-99,50%

Fuente: Banco Central del Ecuador

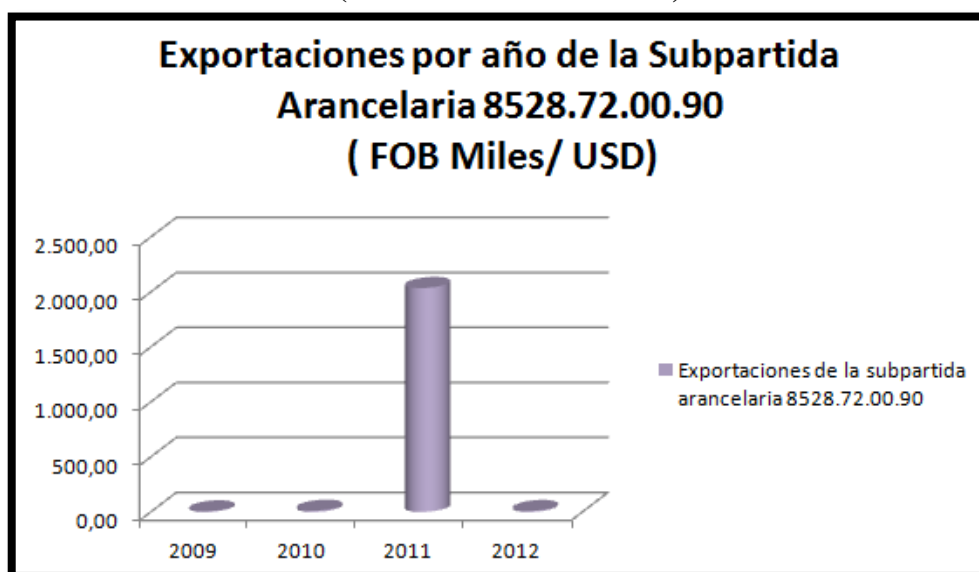
Elaborado por: Johana Arrobo

Las exportaciones correspondientes a la subpartida 8528.72.00.90, durante estos primeros años han variado considerable, puesto que en el año 2009 que registró un valor de USD 5,99 millones, esta cantidad es baja, relativamente para el año 2010, ya que para este año las exportaciones incrementaron con un total de exportaciones de USD 12,32 millones, por otro lado cabe recalcar que para este año el gobierno empezó a incentivar la producción nacional para que Ecuador exporte, dando facilidades a las empresas inversionistas y reduciendo los aranceles en productos, en este caso de los televisores, para que le incorporen producto nacional, por otro lado, en base a ello, también el gobierno con el fin de proteger la industria nacional y calificando de baja tecnología a estos artículos decide reformar la partida arancelaria de la subpartida 5828.72.00.90, en las importaciones de la subpartida arancelaria 8528.72.00.90.

No obstante para el año 2011 estas medidas tributarias según el análisis correspondiente en las exportaciones de la subpartida arancelaria 5828.72.00.90 ha

afectado positivamente en el sector de la producción de televisores, ya que en este período se registro un total de USD 2.036,87 millones es decir un incremento del 16433,00%, que el año 2010 es decir aumento USD 2.024,55 millones, lo que significa mayor ingresos de de dinero para la economía ecuatoriana, un impacto positivo en la producción nacional de televisores, dentro de ello tenemos incremento de tasa de empleo, cabe recalcar que a pesar de ello las importaciones de los televisores bajo la partida arancelaria 8528.72.00.90, se mantienen estables positivamente, por otro lado en el año 2012 se registró un decremento significativo del -99,50%, que corresponden al valor de USD -2.027,70 millones, el total de las importaciones registradas en este año fueron de USD 9,17 millones.

Gráfico N°14
Exportaciones por año de la Subpartida Arancelaria 8528.72.00.90
(FOB – Miles de Dólares)



Fuente: Banco Central del Ecuador.

Elaborado por: Johana Arrobo

Consecuentemente al hacer un análisis de las variaciones que se ha dado durante los últimos cuatro años en las exportaciones arancelarias de la subpartida 8528.72.00.90, podemos inducir que las variaciones han sido significativas, en el aspecto positivo, ya que se ha logrado incrementar la producción nacional de televisores y las exportaciones de esta producción, sobre todo para el año 2011, que tuvo un incremento del más del 100%, es decir las reformas arancelarias han cumplido con el fin para lo cual fueron

adoptadas, de tal manera el país se ha visto beneficiado, porque eso significa mayor actividad económica para el país, ingreso de inversión.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Las PYMES comercializadoras de televisores han tenido que tomar medidas debido a las restricciones arancelarias, que no precisamente son las mismas en todos los casos, por ejemplo algunos comercializadores han optados por compartir los costos, la mitad lo asume el consumidor y la otra mitad el comercializador; por otro lado, otros comercializadores reducen costos en gastos básicos como limpieza y seguridad para asumir el costo de los aranceles.
- Un efecto significativo que se ha dado en las pymes comercializadoras de televisores es la reducción de personal, incremento del trabajo a otros empleados, con el fin de disminuir cotos para cubrir con una parte el incremento de arancel y que el consumidor no se vea afectado, con el cambio de precios.
- Las PYMES comercializadoras de televisores han visto necesario, la introducción de artículos tecnológicos ensamblados en el país, dentro de su inventario de ventas, debido a que el costo está entre 10% y 15%, menor para el cliente, es por ello que han tomado medidas para ofertar, y llamar la atención de sus clientes, aprovechando que el costo de estos artículos es menor, de esta manera obtener mayor ventas, rentabilidad en la empresa y aportar con la producción nacional y la economía del país.
- Las importaciones de televisores del año 2010 al 2011 tuvo una variación del 4.70%, tomando en cuenta que en el año 2010 se aplicó la reforma arancelaria en la subpartida arancelaria de los televisores, por otro lado entre el año 2011 y 2012 la variación de las importaciones fue de 19.40% lo que representa un incremento, sin embargo cabe recalcar, que las importaciones de de la subpartida 8528.72.00.10,

televisores en CKD, para ser ensamblados en el país, han tenido una variación positiva a base de la reformas arancelarias ya que del año 2010 al 2011 tuvo un incremento excelente de 104.53%, beneficiando la producción nacional, así como también, entre el año 2011 y 2012 la variación de las importaciones es de un 79.20%, lo que significa que el gobierno logra satisfactoriamente cumplir con el objetivo principal de aplicar las reformas arancelarias.

- Por ende las exportaciones de la subpartida arancelaria de los televisores se vieron afectadas ya que entre el año 2010 y 2011 las variación de exportaciones es del 16433% un incremento satisfactorio, pero sin embargo para el periodo 2011- 2012 las exportaciones decrecieron en un -99.50%, lo que nos permite llegar a una sola conclusión la producción nacional se está quedando en el mercado nacional, teniendo grande aceptación en el mercado, basado en que las importaciones de la subpartida arancelaria 8528.72.00.10, CKD, para este periodo incremento en 79.20%, en las entrevistas a los gerentes de las PYMES comercializadoras de televisores que están inclinándose por incentivar mediante ofertas la producción nacional.

5.2. Recomendaciones

- Aplicar una estrategia por parte de las pymes comercializadores de televisores, que consista en compartir gastos; es decir que la mitad del incremento se le aplique al precio de venta al público y mitad restante lo cubra el comercializador, con ello no será notable el aumento de precios en estos artefactos.
- Incrementar la cartera de negocios, es decir los vendedores que trabajaban en ventas en un local, pueden salir a buscar nuevos clientes, con el fin de conseguir agrandar el nivel de ventas de tal forma que las ganancias se mantengan mediante la venta de artefactos por volumen.
- Incrementar la publicidad por parte del gobierno, dando a conocer la buena calidad de los artículos tecnológicos ensamblados en el país, como también incentivando a los ecuatorianos la preferencia por la producción nacional, por otro lado por parte de las PYMES comercializadoras de televisores complemente la publicidad antes dicha, por medio de sus publicidades constantes que tiene en la empresa, creando ofertas especiales con los artículos nacionales, aprovechando que tienen un costo menor al importado.
- Apoyo a las industrias nacionales ensambladoras de artículos tecnológicos, por medio seminarios y talleres de aprendizaje, convenios para enviar a ecuatorianos a otros países a informarse empapándose de todos los métodos necesarios ha utilizarse en la actualidad en la construcción de aparatos tecnológicos, para que lo trasmita y lo aplique en el Ecuador, de tal forma que la importación de la subpartida arancelaria CKD, incrementen, ya que las importaciones d televisores totalmente armados no han sido afectadas, mismas que tienen una cantidad significativa, lo que podría dar como resultado mayor inversión en la industria nacional.

- Apoyar a las PYMES comercializadores de televisores, por medio de préstamos, crédito e incentivos económicos, para que inviertan en mercadería de artículos tecnológicos ensamblados en el país, y lo comercialicen, dando a conocer el producto, aprovechando la aceptación del mercado, ya que en el año 2012 la mayoría de la producción nacional de televisores se que en el mercado nacional, esta cantidad puede incrementarse y satisfacer la economía ecuatoriana.

6.3. BIBLIOGRAFÍA

1. Lerma K. A., Márquez C. E., (2010) Comercio y Marketing Internacional, (4ta ed.). Cengage Learning .
2. Diccionario de Comercio Exterior (2000). España.
3. Osorio C., A. (2000). Diccionario de Comercio Internacional. España.
4. Estrada L., (2008) ¿Cómo hacer importaciones?. Ecuador. Estrada Heredia, Luis Patricio
5. Isabel G. L., Ana I. M. S., Ma. Carmen O. N., Encarnación G. V., (2009) Gestión del Comercio Exterior,(2da ed.).
6. Stanton, (2004) Fundamentos de Marketing, (13a. ed). Stanton, Etzel y Walker, McGraw Hill.

NETGRAFÍA

7. Ecuador. Ministerio de Comercio Exterior (1994) Acuerdo general sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de la OMC, Artículo XX, Literal b). Obtenida el 5 de enero del 2013 de
http://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0CCkQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.wto.org%2Fspanish%2Fdocs_s%2Flegal_s%2F20-val.doc&ei=xQJfUp-fKojU8wS2noCABg&usg=AFQjCNFiCckoq46jc90SZUkPxntjvfwfqw&bvm=bv.54176721,d.eWU
8. Economin, (2011) Reforma Arancelaria N° 114 CKD Arancel Diferenciado. Obtenida el 10 de enero del 2013, de <http://www.ecomint.com.ec/historial.htm>
9. Aspers, P., (2011) Mercado, sus competencias y Marketing. Obtenida el 15 de febrero del 2013, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Mercado>
10. Mankiw, N Gregory, (2011) Oferta de un producto. Obtenido el 18 de febrero del 2013, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Oferta>
11. Aspers, P, (2013) Economía, Demanda. Obtenido el 15 de Junio del 2013 de [http://es.wikipedia.org/wiki/Demanda_\(econom%C3%ADa\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Demanda_(econom%C3%ADa))

12. Ecuador. Banco Central del Ecuador (2012) Balanza Comercial. Obtenida el 10 de marzo del 2013 de http://www.eco-finanzas.com/diccionario/B/BALANZA_COMERCIAL.htm
13. John D. Daniels, L. H. (2004) Exportaciones. Obtenido el 10 de mayo del 2013 de <http://es.wikipedia.org/wiki/Exportaci%C3%B3n>
14. John D. Daniels, L. H. (2004) Importaciones. Obtenido el 10 de mayo del 2013 de <http://es.wikipedia.org/wiki/Importaci%C3%B3n>
15. Ballou, Ronald H. (2004). Logística. Obtenida el 10 de abril del 2013 de http://es.wikipedia.org/wiki/Log%C3%ADstica#Log.C3.ADstica_empresarial:_definiciones
16. Albi Ibáñez, Emilio (2008). Impuestos y sus principios. Obtenido el 10 de Junio del 2013 de <http://es.wikipedia.org/wiki/Impuesto>
17. Monografías. Obtenido el 12 de junio del 2013 de <http://www.monografias.com/trabajos7/tasa/tasa.shtml#defi>
18. Estados Unidos. Sistema de Información de Comercio Exterior. Decisión N° 563. Obtenido el 19 de julio del 2013 de <http://www.sice.oas.org/trade/junac/decisiones/dec563s.asp>
19. Asociación Latinoamericana de Integración. Tratado de Montevideo 1980. Obtenido el 29 de julio del 2013 de <http://www.aladi.org/nsfaladi/juridica.nsf/tratadoweb/tm80>
20. Ecuador. Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad. Exportadores Ecuatorianos. Obtenido el 20 de mayo del 2013 de <http://www.produccion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2012/09/RESOLUCION-N%C2%B0-68-o.pdf>
21. Wikipedia. Televisores. Obtenido el 20 de mayo del 2013 de <http://es.wikipedia.org/wiki/Televisi%C3%B3n>
22. Sector industrial de Electrodomésticos. Industria de Electrodomésticos. Obtenido el 2 de marzo del 2013 de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Sector-Industrial-De-Electrodomesticos/2619365.html>
23. Lideres (20 de Noviembre de 2012). Pequeñas y Medianas Empresas. Obtenido el 2 de enero del 2013 de

<http://www.revistalideres.ec/2010-12->

[13/Informe/LD101213P13INFORME1.aspx](http://www.revistalideres.ec/2010-12-13/Informe/LD101213P13INFORME1.aspx)

24. Ecuador. Aduana del Ecuador. Estadísticas y Archivos de Importaciones y Exportaciones. Obtenido el 15 de abril del 2013 de www.aduana.gob.ec/archivos/comex/IT-EmpresasconRegistroidelImportador050911-2.pdf
25. Ecuador. Aduana del Ecuador. SICE. Obtenido el 19 de agosto del 2013 de <http://sice1.aduana.gob.ec/ied/arancel/index.jsp>
26. Ecuador. Comité de Comercio Exterior. Resolución N° 70. Obtenido el 19 de junio del 2013 de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/Resolucion-N-70.pdf>
27. Ecuador. Comité de Comercio Exterior. Resolución N° 63. Obtenido el 19 de junio del 2013 de <http://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2012/RESOLUCION-63.pdf>
28. Ecuador. Comité de Comercio Exterior. Resolución N° 68. Obtenido el 19 de junio del 2013 de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/RESOLUCION-N°-68-o.pdf>
29. Qualitysoft. Boletín N° 1141-2010 Decreto Ejecutivo 447. Arancel Mixto para televisores. Obtenido el 19 de julio del 2013 de <http://comercioexterior.com.ec/qs/sites/default/files/INF-1141--Decreto%20Ejecutivo%20447,%20Arancel%20Mixto%20para%20televisores.pdf>
30. El Comercio. (Viernes 22 de julio del 2012) Más Aranceles para televisores y monitores de computadoras. Obtenido el 5 de enero del 2013 de http://www.elcomercio.ec/negocios/Arancel-monitores-computadoras-pulgadas-comex-importaciones_0_723527662.html

ANEXOS

Anexo I. Decreto Ejecutivo N° 447, publicado en el Registro Oficial No. 257

BOLETÍN N° 1141 -2010

Tema: Decreto Ejecutivo 447, Arancel mixto para televisores.

Se comunica a los Operadores de Comercio Exterior y a la Dirección de Despacho de los Distritos del País, que de conformidad con el Decreto Ejecutivo 447, publicado en el Registro Oficial N. 257 del 16 de agosto de 2010, se reforma el Anexo-1 del Decreto Ejecutivo No.592 , publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 191 de 15 de octubre del 2007, que contiene el Arancel Nacional de Importaciones, habiéndose implementado en el SICE en los siguientes términos:

SUBPARTIDA NANDINA	TNAN código suplementario	Descripción arancelaria	Un. Fisica	Arancel Especifico por unidad fisica	% Advalorem	Observaciones
8528.72.00.90	0000	Los demás	u	USD 39.97 c/u	5	De 14 a 20 pulgadas
8528.72.00.90	0001	Los demás	u	USD 73.11 c/u	5	De 21 a 32 pulgadas
8528.72.00.90	0002	Los demás	u	USD 140.32 c/u	5	De 33 a 41 pulgadas
8528.72.00.90	0003	Los demás	u	USD 158.14 c/u	5	De 42 o mas pulgadas
8528.72.00.90	0004	Los demás	u	-	20	Menor de 14 pulgadas

Para Equipaje de Viajeros, TNANs creados para Televisores que no estén exentos de pago de tributos:

9801.00.00.20	0009		u	-	20	TV Menor de 14 pulgadas
9801.00.00.20	0010		u	USD 39.97 c/u	5	TV de 14 a 20 pulgadas
9801.00.00.20	0011		u	USD 73.11 c/u	5	TV de 21 a 32 pulgadas
9801.00.00.20	0012		u	USD 140.32 c/u	5	TV de 33 a 41 pulgadas
9801.00.00.20	0013		u	USD 158.14 c/u	5	TV de 42 o mas pulgadas

TRÁFICO POSTAL INTERNACIONAL Y CORREOS RAPIDOS - CATEGORIA C:
TNANs creados solo para Televisores que cumplan

9807.00.00.20	0009		u	-	20	TV Menor de 14 pulgadas
9807.00.00.20	0010		u	USD 39.97 c/u	5	TV de 14 a 20 pulgadas
9807.00.00.20	0011		u	USD 73.11 c/u	5	TV de 21 a 32 pulgadas
9807.00.00.20	0012		u	USD 140.32 c/u	5	TV de 33 a 41 pulgadas
9807.00.00.20	0013		u	USD 158.14 c/u	5	TV de 42 o mas pulgadas

Se deja sin efecto el Boletín 146, del 19 de agosto del presente año. La vigencia de la medida arancelaria es a partir de las declaraciones aduaneras aceptadas desde el 17 de agosto de 2010, día siguiente a la publicación en el Registro Oficial conforme al Código Tributario. Se comunica para los fines pertinentes QUALITYSOFT... Es su socio estratégico que le brindará la solución que necesita.

Quito

Telfs.: (593-2) 22383, 224-6829, 224-7259, 243-6270, 244-5096 Móvil: (09) 648-7370

Guayaquil

Telfs.: (593-4) 239-4728, 239-4743, 228-2524, Móvil: (09) 956-6220

Anexo II. Resolución N°63, Artículo 2



RESOLUCION No. 63

COMITÉ DE COMERCIO EXTERIOR

CONSIDERANDO:

Que de conformidad con el numeral 5 del artículo 261 de la Constitución de la República del Ecuador, las políticas: económica, tributaria, aduanera, arancelaria, de comercio exterior, entre otras, son competencias exclusivas del Estado Central;

Que el artículo 305 de la Constitución de la República del Ecuador, establece que: "La creación de aranceles y fijación de sus niveles son competencia exclusiva de la Función Ejecutiva";

Que el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 351 de 29 de diciembre de 2010, creó el Comité de Comercio Exterior (COMEX) como el órgano encargado de aprobar las políticas públicas nacionales en materia de política comercial;

Que de acuerdo al artículo 72, literal c, del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, es facultad del Comité de Comercio Exterior (COMEX), "Crear, modificar o suprimir las tarifas arancelarias";

Que el artículo 76 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones determina que: "las tarifas arancelarias se podrán expresar en mecanismos tales como términos porcentuales del valor en aduana de la mercancía (ad-valorem), en términos monetarios por unidad de medida (específicos), o como una combinación de ambos. Se reconocerán también otras modalidades que se acuerden en los tratados comerciales internacionales, debidamente ratificados por Ecuador";

Que mediante Decreto Ejecutivo N° 592, publicado en el Suplemento al Registro Oficial N° 191 de 15 de octubre de 2007, en su Anexo I, se puso en vigencia el Arancel Nacional de Importaciones;

Que el Comité de Comercio Exterior aprobó reformar integralmente el Arancel Nacional de Importaciones, mediante Resolución N° 59 del COMEX, que entrará en vigencia a partir del 1 de octubre de 2012, y se denominará Arancel del Ecuador;

Que el Arancel Nacional de Importaciones constituye un instrumento de política comercial que debe promover el desarrollo de las actividades productivas en el país y establecer medidas de apoyo a la inversión productiva en el sector exportador del país;

Que el Comité de Comercio Exterior, COMEX, en sesión llevada a cabo el 11 de junio de 2012, conoció y aprobó el Informe Técnico de la Secretaría Técnica del Comité de Comercio Exterior, COMEX, que sugiere reformar el Arancel Nacional vigente;

En ejercicio de las facultades que le confiere la ley,

RESUELVE:

Artículo 1.- Adoptar un arancel compuesto para la importación de bebidas alcohólicas clasificadas en las subpartidas detalladas en el Anexo I de la presente Resolución.

Artículo 2.- Reformar el Arancel Nacional en los términos detallados en el Anexo II de la presente Resolución.

DISPOSICION FINAL.- Lo establecido en la presente Resolución se aplicará sin perjuicio de la vigencia de la Resolución N° 59 del COMEX.

Esta Resolución fue adoptada en sesión llevada a cabo el 11 de junio de 2012 y entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.


Econ. Santiago León Abad
PRESIDENTE


Dr. Rubén Morán Castro
SECRETARIO

ANEXO I

Código NANDINA	Subp. ARIAN	Designación de los Mercancia	Adv. %	Específico
2203.00.00	00	- CERVEZA DE MALTA	1	0.25 GAL
2204.10.00	00	-VINO ESPUMOSO	1	0.25 GAL
2204.21.00	00	-- EN RECIPIENTES CON CAPACIDAD INFERIOR O IGUAL A 2 L.	1	0.25 GAL
2205.10.00	00	- EN RECIPIENTES CON CAPACIDAD INFERIOR O IGUAL A 2 L.	1	0.25 GAL
2206.00.00	00	LAS DEMAS BEBIDAS FERMENTADAS (POR EJEMPLO: SIDRA, PERADA, AGUAMIEL); MEZCLAS DE BEBIDAS FERMENTADAS Y MEZCLAS DE BEBIDAS FERMENTADAS Y BEBIDAS NO ALCOHOLICAS, NO EXPRESADAS NI COMPRENDIDAS EN OTRA PARTE.	1	0.25 GAL
2207.10.00	00	- ALCOHOL ETILICO SIN DESNATURALIZAR CON GRADO ALCOHOLICO VOLUMETRICO SUPERIOR O IGUAL AL 80% VOL.	1	0.25 GAL
2208.20.21	00	---Pisco	1	0.25 GAL
2208.20.29	90	--- LOS DEMAS	1	0.25 GAL
2208.20.30	00	-- DE ORUJO DE UVAS (<<GRAPPA>> Y SIMILARES)	1	0.25 GAL
2208.30.00	90	-- LOS DEMAS	1	0.25 GAL
2208.40.00	90	-- LOS DEMAS	1	0.25 GAL
2208.50.00	90	-- LOS DEMAS	1	0.25 GAL
2208.60.00	00	- VODKA	1	0.25 GAL
2208.70.10	00	-- DE ANIS	1	0.25 GAL
2208.70.20	00	-- CREMAS	1	0.25 GAL
2208.70.90	00	-- LOS DEMAS	1	0.25 GAL
2208.90.20	00	-- AGUARDIENTES DE AGAVES (TEQUILA Y SIMILARES)	1	0.25 GAL
2208.90.42	00	--- DE ANIS	1	0.25 GAL
2208.90.49	00	--- LOS DEMAS	1	0.25 GAL
2208.90.90	00	-- LOS DEMAS	1	0.25 GAL

ANEXO II

Código NANDINA	Subp. ARIAN	Detalle de la Mercancía	Un. Física	Arancel Especifico	Ad-valorem	Observaciones
8528.72.00	.90	--- Los demás	u	0	5%	Menos de 22 pulgadas
8528.72.00	.90	--- Los demás	u	USD 73,11 c/u	5%	De 23 a menos de 32 pulgadas
8528.72.00	.90	--- Los demás	u	USD 140,32 c/u	5%	De 33 a menos de 41 pulgadas
8528.72.00	.90	--- Los demás	u	USD 158,14 c/u	5%	De 42 a menos de 50 pulgadas
8528.72.00	.90	--- Los demás	u		20%	Mayores a 50 pulgadas

CÓDIGO NANDINA	SUBP. ARIAN	DETALLE DE LA MERCANCÍA	UN. FÍSICA	ARANCEL AD-VALOREM
10089019	00	---LOS DEMÁS	KG	25
11071000	00	-SIN TOSTAR	KG	36
11072000	00	-TOSTADA	KG	36
12099920	00	---SEMILLAS DE TABACO	KG	5
19023000	00	-LAS DEMAS PASTAS ALIMENTICIAS	KG	30
22043000	00	-LOS DEMÁS MOSTOS DE UVA	L	25
22082029	10	---EXTRACTOS Y CONCENTRADOS ALCOHÓLICOS PARA LA ELABORACIÓN DE BRANDY, EMBALADOS AL GRANEL, CON GRADO ALCOHÓLICO IGUAL O SUPERIOR A 50 GRADOS GAY LUSSAC (50 G.L.), NO APTOS PARA COMERCIALIZACIÓN DIRECTA AL CONSUMIDOR	L	20
22083000	10	--EXTRACTOS Y CONCENTRADOS ALCOHÓLICOS PARA LA ELABORACIÓN DE WHISKY, EMBALADOS AL GRANEL, CON GRADO ALCOHÓLICO IGUAL O SUPERIOR A 50 GRADOS GAY LUSSAC (50 G.L.), NO APTOS PARA COMERCIALIZACIÓN DIRECTA AL CONSUMIDOR	L	20
22084000	10	--EXTRACTOS Y CONCENTRADOS ALCOHÓLICOS PARA LA ELABORACIÓN DE RON, EMBALADOS AL GRANEL, CON GRADO ALCOHÓLICO IGUAL O SUPERIOR A 50 GRADOS GAY LUSSAC (50 G.L.), NO APTOS PARA COMERCIALIZACIÓN DIRECTA AL CONSUMIDOR	L	20
22085000	10	--EXTRACTOS Y CONCENTRADOS ALCOHÓLICOS PARA LA ELABORACIÓN DE <<GIN>> Y GINEBRA, EMBALADOS AL GRANEL, CON GRADO ALCOHÓLICO IGUAL O SUPERIOR A 50 GRADOS GAY LUSSAC (50 G.L.), NO APTOS PARA COMERCIALIZACIÓN DIRECTA AL CONSUMIDOR	L	30
24011010	00	--TABACO NEGRO	KG	20
24011020	00	--TABACO RUBIO	KG	20
24012010	00	--TABACO NEGRO	KG	25
24012020	00	--TABACO RUBIO	KG	25
24013000	00	-DESPERDICIOS DE TABACO	KG	20
32129020	00	--TINTES Y DEMÁS MATERIAS COLORANTES PRESENTADOS EN FORMAS O EN ENVASES PARA LA VENTA AL POR MENOR	KG	15
32139000	00	-LOS DEMAS	KG	15
33019020	00	--OLEORESINAS DE EXTRACCIÓN	KG	15
39235010	00	--TAPONES DE SILICONA	U	20
39235090	00	--LOS DEMÁS	U	20
39239000	00	-LOS DEMAS	U	20



Comité de Comercio Exterior

39269060	00	--PROTECTORES ANTIRRUIDOS	U	20
39269070	00	--MÁSCARAS ESPECIALES PARA LA PROTECCIÓN DE TRABAJADORES	U	20
39269090	00	--LOS DEMAS	U	20
40169300	00	--JUNTAS O EMPAQUETADURAS	U	25
40169400	00	--DEFENSAS, INCLUSO INFLABLES, PARA EL ATRAQUE DE LOS BARCOS	U	25
40169930	00	---TAPONES	U	25
40169990	00	---LAS DEMAS	U	30
42021290	00	---LOS DEMAS	U	30
48092000	00	-PAPEL AUTOCOPIA	KG	25
48099000	00	-LOS DEMAS	KG	25
48162000	00	-PAPEL AUTOCOPIA	KG	25
48169000	00	-LOS DEMAS	KG	25
48189000	00	-LOS DEMAS	KG	30
48232000	00	-PAPEL Y CARTÓN FILTRO	KG	30
48239020	00	--PAPELES PARA AISLAMIENTO ELECTRICO	KG	20
48239060	00	--PATRONES, MODELOS Y PLANTILLAS	KG	30
48239090	00	--LOS DEMÁS	KG	30
59061000	00	-CINTAS ADHESIVAS DE ANCHURA INFERIOR O IGUAL A 20 CM	KG	30
59069100	00	--DE PUNTO	M2	30
65061000	00	-CASCO DE SEGURIDAD	U	30
70099100	00	--SIN ENMARCAR	U	25
73219010	00	--QUEMADORES DE GAS PARA CALENTADORES DE PASO	U	30
73239120	00	---PARTES	U	30
73239220	00	---PARTES	U	30
73239320	00	---PARTES	U	30
73239490	00	---PARTES	U	30
73239990	00	---PARTES	U	30
82149010	00	--MAQUINAS DE CORTAR EL PELO O DE ESQUILAR	U	25
84502000	00	--MAQUINAS DE CAPACIDAD UNITARIA, EXPRESADA EN PESO DE ROPA SECA, SUPERIOR A 10 KG	U	25
84521010	90	---LAS DEMOS	U	25
84781010	00	--PARA LA APLICACION DE FILTROS EN CIGARRILLOS	U	20
84781090	00	--LOS DEMAS	U	20
84789000	00	-PARTES	U	20
85109010	00	--CABEZAS, PEINES, CONTRAPEINES, HOJAS Y CUCHILLAS PARA ESTAS MAQUINAS	U	20
85109090	00	--LAS DEMAS	U	20
85139000	00	-PARTES	U	20
85168000	00	-RESISTENCIAS CALENTADORAS	U	25
85169000	00	-PARTES	U	20
85229040	00	--MECANISMO REPRODUCTOR POR SISTEMA DE LECTURA ÓPTICA	U	20
85229050	00	--MECANISMO REPRODUCTOR DE CASSETES	U	20
85258020	00	--CÁMARAS FOTOGRÁFICAS DIGITALES Y VIDEOCÁMARAS	U	25
85393110	00	---TUBULARES RECTOS	U	30



Comité de Comercio Exterior

85393120	00	---TUBULARES CIRCULARES	U	30
85393130	00	---COMPACTOS INTEGRADOS Y NO INTEGRADOS	U	30
85393190	00	--LOS DEMÁS	U	30
85399010	00	--CASQUILLOS DE ROSCA	1000U	20
85399090	00	--LAS DEMAS	U	20
90049010	00	--GAFAS PROTECTORAS PARA EL TRABAJO	U	30
90051000	00	-BINOCULARES (INCLUIDOS LOS PRISMATICOS)	U	30
90214000	00	-AUDIFONOS, EXCEPTO SUS PARTES Y ACCESORIOS	U	20
94039000	00	-PARTES	U	25
94055010	00	--DE COMBUSTIBLE LIQUIDO A PRESIÓN	U	30
94055090	90	--LOS DEMÁS	U	30
94059200	00	--DE PLASTICO	U	25
94059900	00	--LAS DEMÁS	U	25
96034000	00	-PINCELES Y BROCHAS PARA PINTAR, ENLUCIR, BARNIZAR O SIMILARES (EXCEPTO LOS DE LA SUBPARTIDA 9603.30); ALMOHADILLAS O MUÑEQUILLAS Y RODILLOS, PARA PINTAR	U	30
96035000	00	-LOS DEMÁS CEPILLOS QUE CONSTITUYAN PARTES DE MAQUINAS, APARATOS O VEHICULOS	U	30
96121000	00	-CINTAS	U	25
96161000	00	-PULVERIZADORES DE TOCADOR, SUS MONTURAS Y CABEZAS DE MONTURAS	U	30
96180000	00	MANIQUÉS Y ARTICULOS SIMILARES; AUTÓMATAS Y ESCENAS ANIMADAS PARA ESCAPARATES.	U	25

Anexo III.- Resolución N° 68



RESOLUCIÓN No. 68

COMITÉ DE COMERCIO EXTERIOR

CONSIDERANDO:

Que la Constitución de la República del Ecuador en sus artículos 395, numeral 1, 396 y 397, numeral 3, señalan respectivamente lo siguiente: "El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo ambiental equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras"; "El Estado adoptará las políticas y medidas oportunas que eviten los impactos ambientales negativos, cuando exista certidumbre de daño." Adicionalmente, manifiesta: "en caso de duda sobre el impacto ambiental de alguna acción u omisión, aunque no exista evidencia científica de daño, el Estado adoptará medidas protectoras eficaces y oportunas"; y que el Estado se compromete a: "Regular la producción, importación, distribución, uso y disposición final de materiales tóxicos y peligrosos para las personas o el ambiente";

Que el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio de la OMC, en su artículo XX "Excepciones Generales" establece que: "A reserva de que no se apliquen las medidas enumeradas a continuación en forma que constituya un medio de discriminación arbitrario e injustificable entre los países en que prevalearan las mismas condiciones, o una restricción encubierta al comercio internacional, ninguna disposición del presente Acuerdo será interpretada en el sentido de impedir que toda parte contratante adopte o aplique las medidas: (...)b) necesarias para proteger la salud y la vida de las personas y de los animales o para preservar los vegetales";

Que la Decisión 563 de la Comisión del Acuerdo de Cartagena, publicada en la Gaceta Oficial No. 940 de 25 de junio del 2003, que contiene la Codificación del Acuerdo de Cartagena, en el Capítulo VI "Programa de Liberación", en el artículo 73, segundo inciso, estipula que: "Se entenderá por "restricciones de todo orden" cualquier medida de carácter administrativo, financiero o cambiario mediante la cual un País miembro impida o dificulte las importaciones, por decisión unilateral. No quedarán comprendidos en este concepto la adopción y el cumplimiento de medidas destinadas a la protección de la vida y salud de las personas, los animales y los vegetales";

Que el Tratado de Montevideo de 1980, en su Artículo 50, establece que: "ninguna disposición del presente Tratado será interpretada como impedimento para la adopción y el incumplimiento de medidas destinadas a la: (...)d) protección de la vida y salud de las personas, los animales y los vegetales";

Que el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPECI), publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 351 de 29 de diciembre de 2010, creó el Comité de Comercio Exterior (COMEX) como el órgano encargado de aprobar las políticas públicas nacionales en materia de política comercial;

Que de acuerdo al artículo 72, literales e, l y p del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, es facultad del Comité de Comercio Exterior (COMEX): "Regular, facilitar o restringir la exportación, importación, circulación y tránsito de mercancías no nacionales ni nacionalizadas, en los casos previstos en este Código y en los acuerdos internacionales debidamente ratificados por el Estado ecuatoriano"; "Aprobar contingentes de importación o medidas restrictivas a las operaciones de comercio exterior (...); y, "Aprobar la normativa que, en materia de política comercial, se requiera para fomentar el comercio de productos con estándares de responsabilidad ambiental";

Que en uso de sus facultades el Comité de Comercio Exterior, COMEX, expidió las Resoluciones Nros. 63, 66 y 67, publicadas en el Suplemento al Registro Oficial N° 725 de 15 de junio de 2012, relacionadas con: una reforma arancelaria a varias subpartidas; una restricción cuantitativa para la importación de vehículos; y una restricción cuantitativa para la importación de celulares, respectivamente;

Que el Comité de Comercio Exterior, COMEX, en sesión llevada a cabo el 18 de junio de 2012, conoció y resolvió el Informe Técnico de la Secretaría Técnica del Comité de Comercio Exterior, COMEX, referente a las medidas adoptadas mediante Resoluciones Nros. 63, 66 y 67 del COMEX;

En ejercicio de las facultades que le confiere la ley,

RESUELVE:

Artículo 1.- Para efectos de la aplicación del Anexo I de la Resolución N° 63 del COMEX, se aclara que GAL significa Grado Alcohólico por Litro. Por tanto, el arancel compuesto adoptado para las subpartidas mencionadas en el referido Anexo I de la Resolución N° 63, deberá calcularse sumando el 1% Ad valorem más USD. 0.25 por Grado Alcohólico por Litro de esas mercancías.

Artículo 2.- Se reforma el Anexo II de la Resolución N° 63 del COMEX en los términos del Anexo I de la presente Resolución.

El arancel establecido para estos productos deberá aplicarse aun cuando se declaren bajo el Capítulo 98.

Artículo 3.- Se incluye en el artículo 1 de la Resolución N° 66 del COMEX las subpartidas 8704.90.00.91 y 8704.90.00.99. Las cuotas de estas subpartidas serán analizadas por el Comité Ejecutivo del COMEX.

Artículo 4.- Se aclara que la medida contenida en la Resolución N° 66 del COMEX aplica a todos los regímenes aduaneros y la única excepción es la referida en el artículo 6 de la citada Resolución.

Artículo 5.- Para el control de los embarques de celulares, importados a través de Correos del Ecuador, mensajería rápida o courier, se permitirá la nacionalización de estos productos, siempre que hayan sido adquiridos hasta el 15 de junio de 2012. La fecha de adquisición se comprobará con la factura. Esta medida transitoria será válida hasta el 30 de junio de 2012.

A partir del 1 de julio de 2012 se aplicarán los parámetros establecidos en la Resolución N° 67 del COMEX, para Correos del Ecuador, mensajería rápida o Courier.

Esta Resolución fue adoptada en sesión llevada a cabo el 18 de junio de 2012 y entrará en vigencia a partir de la presente fecha, sin perjuicio de su publicación en el Registro Oficial.



Econ. Santiago León Abad
PRESIDENTE



Dr. Rubén Morán Castro
SECRETARIO

ANEXO I

Donde dice:

Código NANDINA	Subp. ARIAN	Detalle de la Mercancía	Un. Física	Arancel Específico	Ad-valorem	Observaciones
8528.72.00	.90	--- Los demás	u	0	5%	Menos de 22 pulgadas
8528.72.00	.90	--- Los demás	u	USD 73,11 c/u	5%	De 23 a menos de 32 pulgadas
8528.72.00	.90	--- Los demás	u	USD 140,32 c/u	5%	De 33 a menos de 41 pulgadas
8528.72.00	.90	--- Los demás	u	USD 158,14 c/u	5%	De 42 a menos de 50 pulgadas
8528.72.00	.90	--- Los demás	u		20%	Mayores a 50 pulgadas

Debe decir:

Código NANDINA	Subp. ARIAN	Detalle de la Mercancía	Un. Física	Arancel Específico	Ad-Valorem	Observaciones
85287200	90	--- Los demás	u	0	5%	Menor o igual a 22 pulgadas
85287200	90	--- Los demás	u	USD 73,11 c/u	5%	Mayor a 22 pero menor o igual a 32 pulgadas
85287200	90	--- Los demás	u	USD 140,32 c/u	5%	Mayor a 32 pero menor o igual a 41 pulgadas
85287200	90	--- Los demás	u	USD 158,14 c/u	5%	Mayor a 41 pero menor o igual a 50 pulgadas
85287200	90	--- Los demás	u		20%	Mayores a 50 pulgadas

Código NANDINA	Subp. ARIAN	Detalle de la Mercancía	Un. Física	Arancel Específico	Ad-Valorem	Observaciones
85284100	00	-- De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u	0	5%	Menor o igual a 22 pulgadas
85284100	00	-- De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u	USD 73,11 c/u	5%	Mayor a 22 pero menor o igual a 32 pulgadas
85284100	00	-- De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u	USD 140,32 c/u	5%	Mayor a 32 pero menor o igual a 41 pulgadas
85284100	00	-- De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u	USD 158,14 c/u	5%	Mayor a 41 pero menor o igual a 50 pulgadas
85284100	00	-- De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u		20%	Mayores a 50 pulgadas

Código NANDINA	Subp. ARIAN	Detalle de la Mercancía	Un. Física	Arancel Especifico	Ad-Valorem	Observaciones
85284900	00	-- Los demás	u	0	5%	Menor o igual a 22 pulgadas
85284900	00	-- Los demás	u	USD 73,11 c/u	5%	Mayor a 22 pero menor o igual a 32 pulgadas
85284900	00	-- Los demás	u	USD 140,32 c/u	5%	Mayor a 32 pero menor o igual a 41 pulgadas
85284900	00	-- Los demás	u	USD 158,14 c/u	5%	Mayor a 41 pero menor o igual a 50 pulgadas
85284900	00	-- Los demás	u		20%	Mayores a 50 pulgadas

Código NANDINA	Subp. ARIAN	Detalle de la Mercancía	Un. Física	Arancel Especifico	Ad-Valorem	Observaciones
85285100	00	-- De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u	0	5%	Menor o igual a 22 pulgadas
85285100	00	-- De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u	USD 73,11 c/u	5%	Mayor a 22 pero menor o igual a 32 pulgadas
85285100	00	-- De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u	USD 140,32 c/u	5%	Mayor a 32 pero menor o igual a 41 pulgadas
85285100	00	-- De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u	USD 158,14 c/u	5%	Mayor a 41 pero menor o igual a 50 pulgadas
85285100	00	-- De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u		20%	Mayores a 50 pulgadas

Código NANDINA	Subp. ARIAN	Detalle de la Mercancía	Un. Física	Arancel Especifico	Ad-Valorem	Observaciones
85285900	00	-- Los demás	u	0	5%	Menor o igual a 22 pulgadas
85285900	00	-- Los demás	u	USD 73,11 c/u	5%	Mayor a 22 pero menor o igual a 32 pulgadas
85285900	00	-- Los demás	u	USD 140,32 c/u	5%	Mayor a 32 pero menor o igual a 41 pulgadas
85285900	00	-- Los demás	u	USD 158,14 c/u	5%	Mayor a 41 pero menor o igual a 50 pulgadas
85285900	00	-- Los demás	u		20%	Mayores a 50 pulgadas

Anexo IV.- Resolución N° 70



RESOLUCION No. 70

COMITÉ DE COMERCIO EXTERIOR

CONSIDERANDO:

Que de conformidad con el numeral 5 del artículo 261 de la Constitución de la República del Ecuador, las políticas: económica, tributaria, aduanera, arancelaria, de comercio exterior, entre otras, son competencias exclusivas del Estado Central;

Que el artículo 305 de la Constitución de la República del Ecuador establece que: "La creación de aranceles y fijación de sus niveles son competencia exclusiva de la Función Ejecutiva";

Que el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI), publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 351 de 29 de diciembre de 2010, creó el Comité de Comercio Exterior (COMEX) como el órgano encargado de aprobar las políticas públicas nacionales en materia de política comercial;

Que de acuerdo al artículo 72, literal c, del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, es facultad del Comité de Comercio Exterior (COMEX), "Crear, modificar o suprimir las tarifas arancelarias";

Que el artículo 76 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones determina que: "las tarifas arancelarias se podrán expresar en mecanismos tales como términos porcentuales del valor en aduana de la mercancía (ad-valorem), en términos monetarios por unidad de medida (específicos), o como una combinación de ambos. Se reconocerán también otras modalidades que se acuerden en los tratados comerciales internacionales, debidamente ratificados por Ecuador";

Que mediante Decreto Ejecutivo N° 592, publicado en el Suplemento al Registro Oficial N° 191 de 15 de octubre de 2007, en su Anexo I, se puso en vigencia el Arancel Nacional de Importaciones;

Que el Comité de Comercio Exterior estableció una nueva tarifa arancelaria para televisores, mediante Resolución N° 63 publicada en el Suplemento al Registro Oficial N° 725 de 15 de junio de 2012, reformada mediante Resolución N° 68 publicada en el Suplemento al Registro Oficial N° 730 de 22 de junio de 2012;

Que el Arancel Nacional de Importaciones constituye un instrumento de política comercial que debe promover el desarrollo de las actividades productivas en el país y establecer medidas de apoyo a la inversión productiva en el sector exportador del país;

Que mediante Acuerdo N° MCPEC-2012-051 de 11 de julio de 2012, se delegó al Dr. Rubén Morán Castro, Secretario Técnico del Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad, para presidir la Sesión de Pleno del Comité de Comercio Exterior, COMEX, de 11 de julio de 2012;

Que el Comité de Comercio Exterior en sesión llevada a cabo el 11 de julio de 2012, conoció y aprobó el Informe Técnico de la Secretaría Técnica del COMEX, que sugiere se reforme la tarifa arancelaria a la subpartida 8528.72.00.90;

En ejercicio de las facultades que le confiere la ley,

RESUELVE:

Artículo 1.- Se reforma el Anexo II de la Resolución N° 63 del COMEX, publicada en el Suplemento al Registro Oficial N° 725 de 15 de junio de 2012, en los siguientes términos:



Comité de Comercio Exterior

Donde dice:

Código NANDINA	Subp. ARIAN	Detalle de la Mercancía	Un. Física	Arancel Especifico	Ad-Valorem	Observaciones
85287200	90	-- Los demás	u	USD 39,97 c/u	5%	Menor o igual a 22 pulgadas
85287200	90	-- Los demás	u	USD 73,11 c/u	5%	Mayor a 22 pero menor o igual a 32 pulgadas
85287200	90	-- Los demás	u	USD 140,32 c/u	5%	Mayor a 32 pero menor o igual a 41 pulgadas
85287200	90	-- Los demás	u	USD 158,14 c/u	5%	Mayor a 41 pero menor o igual a 50 pulgadas
85287200	90	-- Los demás	u		20%	Mayores a 50 pulgadas

Código NANDINA	Subp. ARIAN	Detalle de la Mercancía	Un. Física	Arancel Especifico	Ad-Valorem	Observaciones
85284100	00	-- De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u	0	5%	Menor o igual a 22 pulgadas
85284100	00	-- De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u	USD 73,11 c/u	5%	Mayor a 22 pero menor o igual a 32 pulgadas
85284100	00	-- De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u	USD 140,32 c/u	5%	Mayor a 32 pero menor o igual a 41 pulgadas
85284100	00	-- De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u	USD 158,14 c/u	5%	Mayor a 41 pero menor o igual a 50 pulgadas
85284100	00	-- De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u		20%	Mayores a 50 pulgadas

Código NANDINA	Subp. ARIAN	Detalle de la Mercancía	Un. Física	Arancel Especifico	Ad-Valorem	Observaciones
85284900	00	-- Los demás	u	0	5%	Menor o igual a 22 pulgadas
85284900	00	-- Los demás	u	USD 73,11 c/u	5%	Mayor a 22 pero menor o igual a 32 pulgadas
85284900	00	-- Los demás	u	USD 140,32 c/u	5%	Mayor a 32 pero menor o igual a 41 pulgadas
85284900	00	-- Los demás	u	USD 158,14 c/u	5%	Mayor a 41 pero menor o igual a 50 pulgadas
85284900	00	-- Los demás	u		20%	Mayores a 50 pulgadas

Código NANDINA	Subp. ARIAN	Detalle de la Mercancía	Un. Física	Arancel Especifico	Ad-Valorem	Observaciones
85285100	00	-- De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u	0	5%	Menor o igual a 22 pulgadas
85285100	00	-- De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u	USD 73,11 c/u	5%	Mayor a 22 pero menor o igual a 32 pulgadas
85285100	00	-- De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u	USD 140,32 c/u	5%	Mayor a 32 pero menor o igual a 41 pulgadas
85285100	00	-- De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u	USD 158,14 c/u	5%	Mayor a 41 pero menor o igual a 50 pulgadas
85285100	00	-- De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u		20%	Mayores a 50 pulgadas



Comité de Comercio Exterior

Código NANDINA	Subp. ARIAN	Detalle de la Mercancía	Un. Física	Arancel Especifico	Ad-Valorem	Observaciones
85285900	00	-- Los demás	u	0	5%	Menor o igual a 22 pulgadas
85285900	00	-- Los demás	u	USD 73,11 c/u	5%	Mayor a 22 pero menor o igual a 32 pulgadas
85285900	00	-- Los demás	u	USD 140,32 c/u	5%	Mayor a 32 pero menor o igual a 41 pulgadas
85285900	00	-- Los demás	u	USD 158,14 c/u	5%	Mayor a 41 pero menor o igual a 50 pulgadas
85285900	00	-- Los demás	u		20%	Mayores a 50 pulgadas

Debe decir:

Código NANDINA	Subp. ARIAN	Detalle de la Mercancía	Un. Física	Arancel Especifico	Ad-Valorem	Observaciones
85287200	90	-- Los demás	u	USD 39,97 c/u	5%	Menor o igual a 20 pulgadas
85287200	90	-- Los demás	u	USD 73,11 c/u	5%	Mayor a 20 pero menor o igual a 32 pulgadas
85287200	90	-- Los demás	u	USD 140,32 c/u	5%	Mayor a 32 pero menor o igual a 41 pulgadas
85287200	90	-- Los demás	u	USD 158,14 c/u	5%	Mayor a 41 pero menor o igual a 50 pulgadas
85287200	90	-- Los demás	u		20%	Mayor a 50 pulgadas

Código NANDINA	Subp. ARIAN	Detalle de la Mercancía	Un. Física	Arancel Especifico	Ad-Valorem	Observaciones
85284100	00	-- De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u	0	5%	Menor o igual a 20 pulgadas
85284100	00	-- De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u	USD 73,11 c/u	5%	Mayor a 20 pero menor o igual a 32 pulgadas
85284100	00	-- De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u	USD 140,32 c/u	5%	Mayor a 32 pero menor o igual a 41 pulgadas
85284100	00	-- De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u	USD 158,14 c/u	5%	Mayor a 41 pero menor o igual a 50 pulgadas
85284100	00	-- De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u		20%	Mayor a 50 pulgadas

Código NANDINA	Subp. ARIAN	Detalle de la Mercancía	Un. Física	Arancel Especifico	Ad-Valorem	Observaciones
85284900	00	-- Los demás	u	0	5%	Menor o igual a 20 pulgadas
85284900	00	-- Los demás	u	USD 73,11 c/u	5%	Mayor a 20 pero menor o igual a 32 pulgadas
85284900	00	-- Los demás	u	USD 140,32 c/u	5%	Mayor a 32 pero menor o igual a 41 pulgadas
85284900	00	-- Los demás	u	USD 158,14 c/u	5%	Mayor a 41 pero menor o igual a 50 pulgadas
85284900	00	-- Los demás	u		20%	Mayor a 50 pulgadas



Comité de Comercio Exterior

Código NANDINA	Subp. ARIAN	Detalle de la Mercancía	Un. Física	Arancel Específico	Ad- Valorem	Observaciones
85285100	00	– De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u	0	5%	Menor o igual a 20 pulgadas
85285100	00	– De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u	USD 73,11 c/u	5%	Mayor a 20 pero menor o igual a 32 pulgadas
85285100	00	– De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u	USD 140,32 c/u	5%	Mayor a 32 pero menor o igual a 41 pulgadas
85285100	00	– De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u	USD 158,14 c/u	5%	Mayor a 41 pero menor o igual a 50 pulgadas
85285100	00	– De los tipos utilizados exclusiva o principalmente con máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos de la partida 84.71	u		20%	Mayor a 50 pulgadas

Código NANDINA	Subp. ARIAN	Detalle de la Mercancía	Un. Física	Arancel Específico	Ad- Valorem	Observaciones
85285900	00	– Los demás	u	0	5%	Menor o igual a 20 pulgadas
85285900	00	– Los demás	u	USD 73,11 c/u	5%	Mayor a 20 pero menor o igual a 32 pulgadas
85285900	00	– Los demás	u	USD 140,32 c/u	5%	Mayor a 32 pero menor o igual a 41 pulgadas
85285900	00	– Los demás	u	USD 158,14 c/u	5%	Mayor a 41 pero menor o igual a 50 pulgadas
85285900	00	– Los demás	u		20%	Mayor a 50 pulgadas

Esta Resolución fue adoptada en sesión llevada a cabo el 11 de julio de 2012 y entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.


Dr. Rubén Morán Castro
PRESIDENTE (E)


Ing. Jaime Albuja
SECRETARIO AD HOC

Anexo V.- Empresas ensambladoras del Ecuador registradas en MIPRO

Propiedades * No hay selección		Ministerio de Industrias y Productividad		REGISTRO DE EMPRESAS ENSAMBLADORAS MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD ACUERDO 10 484				
EMPRESA	RUC	Teléfono	Dirección	Representante Legal	e-mail	No. Registro	Fecha	Productos
PRINTER Productos Internacionales S.A.	:1782086785001	062800182 062841658 068184283	Provincia: Imbabura Ciudad: Ibarra Av. Cristóbal de Troya 9-54 y Av. Fray Vasas Galindo	Patrio Hidrobo Estrada	fsalazar@pointere.com	001-2010	11/11/2010	motocicletas, motonetas, cuadrones y tricómos
IMPORTADORA DE VEHÍCULOS Y REPUESTOS S.A. INVERESA	:0882338411001	042 382 711 042 385 914 042 385 839	Provincia: Guayas Ciudad: Guayaquil Av. Francisco de Orellana y calle 13. Ciudadela Kennedy Norte. (Guayaquil)	Tanya Elizabeth López Quezada	apertas@inveresa.com achica@inveresa.com mmartinez@femar.com.ec	007-2010	29/11/2010	motocicletas
OXITANE GLOBAL CIA. LTDA	:1792254738001	022 478 423	Provincia: Pichincha Ciudad: Quito Calle de los Cipreses N85-31 y Manuel Ambrosi	Ing. Gabriel Francisco Garcés Camilo	ggarcés@ovitaneglobal.com elopez@ovitane.com	008-2010	02/12/2010	TV, radios, parlantes y pibos
COMPANÍA MUNDO DIGITAL S.A. COMPADIG	:0882380668001	042 532 261 042 102 401	Provincia: Guayas Ciudad: Guayaquil Av. Nueve de Octubre 827 y Rumbahaca	Seung IL Yeo Chung	sunlyeo@hotmail.com	012-2010	13/12/2010	televisores, DVD y hornos microondas.
CAR SOUNDIVISION CIA. LTDA	:0180348694001	072 810 228 072 888 484	Provincia: Azuay Ciudad: Cuenca Autopista Cuenca - Azogues SIN y Camino a Tun	Bruno Camera Gómez	brunocamera@mp3caraudio.net cristianorespo@mp3caraudio.net	016-2010	15/12/2010	radios para vehículos.
GALLARDO CARCELÉN CARLOS AUGUSTO (MOTOIMPORT)	:1704882814001	022 564 487 022 564 509	Provincia: Pichincha Ciudad: Quito Av. 6 de diciembre N24-314 y Baquerizo Moreno	Gallardo Carcelén Carlos Augusto	motogale@andinanet.net	017-2010	18/12/2010	motocicletas, cuadrones, tricars y gokarts.
ASSEMBLYMOTOS S.A.	0180353576001	072 883 388 072 801 309 072 871220	Provincia: Azuay Ciudad: Cuenca Parque Industrial: Miguel Navárez y Carlos Tosi (esq.)	Juan Carlos Espinoza Vintimilla	subgerencia@comjoev.com	019-2010	23/12/2010	motocicletas, motonetas, cuadrones y tricómos.
VEHÍCULOS Y COMERCIO ASTUDILLO VYCAST CIA. LTDA	:0180312358001	072 871865 072 883 635 072 886 873	Provincia: Azuay Ciudad: Cuenca Av. España 17-97 y Ávila Esq.	Víctor Hugo Astudillo Astudillo	info@vycast.com importaciones@vycast.com motos@vycast.com	020-2010	29/12/2010	motocicletas, cuadrones, scooter, tricómos, tricar, mototaxi, motonetas y taximotos.
AUDIOVISIÓN ELECTRÓNICA AUDIOBLEC S.A.	:0882558230001	042 115 113 042 102 135	Provincia: Guayas Ciudad: Guayaquil Km 11 1/2 vía a Daule, Lotización Inmaculada, Calle B y Gama, 2º callejón, Mz. 37, solares 4 y 5.	Antonio Arturo Haz Villagrán	operativa@audioblec.com.ec gerencia@audioblec.com.ec	021-2010	30/12/2010	televisores, plasmas, LCD, DVD y teléfonos móviles (celulares).
MOTOCICLETAS Y ENSAMBLAJES S.A. MYESA.	:0180357848001	072 862 111	Provincia: Azuay Ciudad: Cuenca Calle Vieja SIN y Silbán, Pampaquia El vecino	Cuenca	Eco. Esteban Díaz Heredia	001-2011	18/01/2011	motocicletas
RIUZ & NOBOA REPRESENTACIONES CIA. LTDA.	:1782328435001	022 528 774 087 079 800	Provincia: Imbabura Ciudad: Ibarra Calle José Guerrero N86-110 y Lizardo Ruiz, Oficina Planta Baja	Edwin Santiago Ruiz Espinoza	sruez@norom.com mnoboa@norom.com	012-2011	01/09/2011	motocicletas

Anexo VI.- Resolución No. 64



RESOLUCION No. 64

COMITÉ DE COMERCIO EXTERIOR

CONSIDERANDO:

Que de conformidad con el artículo 261, numeral 5, de la Constitución de la República del Ecuador, es competencia exclusiva del Estado central la adopción de políticas: económicas, tributarias, aduaneras, arancelarias, de comercio exterior, entre otras;

Que el artículo 284, numeral 2, de la Constitución de la República del Ecuador, establece como uno de los objetivos principales que tiene el Gobierno Central en materia económica: "incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistemática(...)";

Que de acuerdo a lo establecido en el artículo 304 de la Constitución de la República del Ecuador, la política comercial tiene como objetivo principal desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos, a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo;

Que de acuerdo con el artículo 71 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, el Comité de Comercio Exterior es el órgano encargado de aprobar las políticas públicas nacionales en materia de política comercial;

Que el artículo 72 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones establece la facultad que tiene el Comité de Comercio Exterior COMEX para crear, modificar o suprimir las tarifas arancelarias;

Que el Comité de Comercio Exterior, COMEX, en sesión llevada a cabo el 11 de junio de 2012, conoció y aprobó el Informe Técnico de la Secretaría Técnica del Comité de Comercio Exterior, que sugiere establecer una política nacional arancelaria para los CKD de radios, celulares, DVD, televisores y motos;

En ejercicio de las facultades que le confiere la ley.

RESUELVE:

Artículo 1.- Modificar el Arancel Nacional a las mercancías clasificadas como CKD, descritas en las subpartidas siguientes:

- CKD radio: 8527210010.
- CKD motocicletas: 8711200010, 8711300010, 8711400010, 8711500010, 8711900010.
- CKD televisores: 8528720010.
- CKD celulares: 8517120010.
- CKD reproductor de DVD: 8521909010.

Artículo 2.- La regla general para determinar los aranceles aplicables a los CKD detallados en la cláusula anterior, será la siguiente:

Los CKD importados pagarán el 100% de arancel consolidado correspondiente al bien final. Este porcentaje podrá disminuir, en la medida en que el porcentaje de producto ecuatoriano incorporado al bien ensamblado sea mayor, de acuerdo a las tablas descritas en el Anexo I de esta resolución.

No obstante lo determinado en el párrafo anterior, todas las importaciones de CKD deberán pagar un arancel mínimo aplicado, independientemente del porcentaje del producto ecuatoriano incorporado.

Artículo 3.- En el plazo de 15 días, contados a partir de la publicación de esta resolución en el Registro Oficial, el COMEX aprobará la metodología de cálculo del porcentaje de producto ecuatoriano



incorporado, que será elaborada por el Ministerio de Industrias y Productividad. Esta metodología deberá ser concordante con la política nacional de ensamblaje.

La metodología deberá contener un mecanismo de monitoreo que implique el aumento de la tarifa arancelaria, siempre que el ensamblador no incremente el porcentaje de producto ecuatoriano incorporado en un período determinado.

Artículo 4.- Lo establecido en la presente Resolución se aplicará sin perjuicio de la vigencia de la Resolución N° 59 del COMEX.

DISPOSICION TRANSITORIA

Hasta que el COMEX apruebe la metodología de cálculo del porcentaje de producto ecuatoriano incorporado, todas las importaciones de CKD descritas en esta Resolución deberán pagar el arancel mínimo aplicado, que se detalla en cada tabla del Anexo I.

Esta Resolución fue adoptada en sesión llevada a cabo el 11 de junio de 2012 y entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.



Econ. Santiago León Abad
PRESIDENTE



Dr. Rubén Morán Castro
SECRETARIO

Anexo I

CKD de Radio clasificados en la subpartida 8527210010

% de Producto Ecuatoriano Incorporado	Arancel a pagar Ad valorem	Observaciones
<5	30.00%	
5	15.00%	
6	13.50%	
7	12.00%	
8	10.50%	
9	9.00%	
10	7.50%	
11	6.00%	
12 o superior	4.50%	Arancel mínimo

CKD de celulares clasificados en la subpartida 8517120010

% de Producto Ecuatoriano Incorporado	Arancel a pagar Ad valorem	Observaciones
<5	15.00%	
5	7.50%	
6	6.60%	
7	5.70%	
8	4.80%	
9	3.90%	
10 o superior	3.00%	Arancel mínimo

CKD de reproductores de DVD clasificados en la subpartida 8521909010

% de Producto Ecuatoriano Incorporado	Arancel a pagar Ad valorem	Observaciones
<5	30.00%	
5	15.00%	
6	13.50%	
7	12.00%	
8	10.50%	
9	9.00%	
10	7.50%	
11	6.00%	
12 o superior	4.50%	Arancel mínimo

CKD de Televisores clasificados en la subpartida 8528720010

% de Producto Ecuatoriano Incorporado	Arancel a pagar Ad valorem	Observaciones
<5	30.00%	
5	15.00%	
6	13.50%	
7	12.00%	
8	10.50%	
9	9.00%	
10	7.50%	
11	6.00%	
12 o superior	4.50%	Arancel mínimo

CKD de motocicletas clasificados en las subpartidas 8711200010, 8711300010, 8711400010, 8711500010, 8711900010

% de Producto Ecuatoriano Incorporado	Arancel a pagar Ad valorem	Observaciones
<5	30.00%	
5	15.00%	
6	14.25%	
7	13.50%	
8	12.75%	
9	12.00%	
10	11.25%	
11	10.50%	
12	9.75%	
13	9.00%	
14	8.25%	
15	7.50%	
16	6.75%	
17	6.00%	
18 o superior	5.25%	Arancel mínimo

Anexo VII.- Resolución No. 87



RESOLUCIÓN No. 87

COMITÉ DE COMERCIO EXTERIOR

CONSIDERANDO:

Que de conformidad con el artículo 261 numeral 5, de la Constitución de la República del Ecuador es competencia exclusiva del Estado central la adopción de políticas: económicas, tributarias, aduaneras, arancelarias, comercio exterior, entre otras;

Que el artículo 284, numeral 2, de la Constitución de la República del Ecuador establece como uno de los objetivos principales que tiene el Gobierno Central en materia económica es: "incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistemática(...)";

Que de acuerdo a lo establecido en el artículo 304 de la Constitución de la República del Ecuador, la política comercial tiene como objetivo principal desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo;

Que de acuerdo con el artículo 71 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, el Comité de Comercio Exterior es el órgano encargado de aprobar las políticas públicas nacionales en materia de política comercial;

Que el artículo 72 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones reconoce la facultad que tiene el Comité de Comercio Exterior COMEX para crear, modificar o suprimir las tarifas arancelarias;

Que en uso de sus facultades legales, el Comité de Comercio Exterior expidió la Resolución N° 64, publicada en el Suplemento del Registro Oficial N° 730 de 22 de junio de 2012, por medio del cual modifica el Arancel Nacional en lo referente a mercancías clasificadas como CKD, entre las cuales se encuentra CKD de televisores de la subpartida 8528720010;

Que el Comité de Comercio Exterior (COMEX), en sesión llevada a cabo el 19 de septiembre de 2012, conoció y aprobó el Informe Técnico que sugiere reformar el Anexo I de la Resolución N° 64 del COMEX, en lo que se refiere a CKD de televisores;

Que de conformidad con el Acuerdo Ministerial No. MCPEC-2012-059 de 05 de septiembre de 2012, se designa al Doctor Rubén Morán Castro Ministro Coordinador de la Producción, Empleo y Competitividad Subrogante, por el período comprendido entre el 07 de septiembre y el 21 de septiembre del presente año inclusive;

En ejercicio de las facultades que le confiere la ley,

RESUELVE:

Artículo 1.- Sustituir el cuadro del Anexo I de la Resolución N° 64, publicada en el Suplemento del Registro Oficial N° 730 de 22 de junio de 2012, referente a *CKD de Televisores clasificados en la subpartida 8528720010*, en los siguientes términos:

Handwritten signature in blue ink.

% de Producto Ecuatoriano Incorporado	Arancel a pagar Ad valorem	Observaciones
<5	20.00%	
5	10.00%	
6	8.50%	
7	7.00%	
8	5.50%	
9	4.00%	
10 o superior	2.50%	Arancel mínimo

Esta Resolución fue adoptada en sesión llevada a cabo el 19 de septiembre de 2012 y entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.



Dr. Ruben Morán Castro
PRESIDENTE SUBROGANTE



Lcdo. Diego Caicedo
SECRETARIO AD HOC

Anexo VIII. La eficiencia de la pequeña y mediana empresa

EDITORIAL

La eficiencia de la Pequeña y Mediana empresa

Nadie puede dudar que las Pymes encierran el poder económico de todas las naciones del globo. Juegan, posiblemente, el papel más relevante en el desarrollo local de la economía y en la integración del mercado de trabajo. Es innegable su relación e incidencia en la generación de empleo, así como ser dinamizador y gestor de ideas innovadoras.

Las Pymes, al contar con estructuras más pequeñas, hacen fácil el ajustarse a los requerimientos del mercado y de los clientes. Es evidente cómo se genera un trato más cercano con sus clientes. También existen varias dificultades relacionadas con el éxito de estos emprendimientos, debido a la menor disponibilidad de recursos, acceso al crédito, limitantes para emprender procesos de desarrollo tecnológico, entre otros.

Esto hace que deban reconocerse a aquellos emprendimientos que han demostrado una mayor eficiencia

en su desempeño. Bajo ese afán, Revista Ekos Negocios desarrolla el reconocimiento Ekos Pymes -este año es su tercera edición- y un número especial enfocado en sus mayores aciertos.

Con el fin de comprender mejor el impacto y la composición que tienen las Pymes en Ecuador, en las páginas centrales presentamos un análisis que describe la metodología utilizada para el estudio y la elaboración de los indicadores y resultados generales, así como las empresas que se destacaron en este proceso. Además, podrá conocer varios casos de éxito.

No podemos dejar pasar por alto un importante hito editorial para este medio. Nos referimos al lanzamiento de Ekos Negocios en Perú. Este nuevo esfuerzo editorial nos compromete con el segmento empresarial para entregarle información estratégica y conocimientos únicos para la efectiva toma de decisiones. ■

 REVISTA EKOS NEGOCIOS
 @RevistaEkos

Recordando visitar nuestro portal www.ekosnegocios.com



ESPECIAL

PYMES: CONTRIBUCIÓN CLAVE EN LA ECONOMÍA

[por Unidad de Análisis Económico e Investigación de Negocios] [Infografía: Bas Negocios e Internet]

Recorran nuestros en nuestro portal www.dpsnegocios.com | [REVISTA EMPRES NEGOCIOS](#) | [@dpsnegocios](#)

2011 fue un año favorable para este sector, que aun tiene grandes retos: generar nuevos productos, servicios y apostarle a la exportación.

[pág. 04]

www.dpsnegocios.com

Las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) juegan un papel de gran importancia dentro del desarrollo de toda economía debido a su relación e incidencia en la generación de empleo, y crecimiento económico. De esta forma las Pymes se relacionan directamente con el desarrollo económico en todas las regiones del país. Si bien al analizar los factores de crecimiento económico se identifican como responsables a las grandes empresas, en realidad los resultados indican que el crecimiento depende en buena medida del desempeño de sus Pymes.

Al contar con estructuras más pequeñas es sencillo ajustarse a los requerimientos del mercado y de los clientes, sobre todo, si se trabaja con grandes empresas e igualmente pueden tener un trato más cercano con sus clientes.

Sin embargo, también existen varias dificultades relacionadas con el éxito de estos emprendimientos, debido a la menor disponibilidad de recursos, acceso al crédito, limitantes para emprender procesos de desarrollo tecnológico, entre otros.

Esto hace necesario reconocer a aquellos emprendimientos que han demostrado una mayor eficiencia en su desempeño y rendimiento, de ahí que Corporación Ekos realice anualmente la premiación Ekos Pymes.

Con el fin de comprender mejor el impacto y la composición que tienen las Pymes en Ecuador, se presenta un análisis que describe la metodología utilizada para el estudio y la elaboración de

los indicadores. Así como datos generales y los resultados que se destacaron en este proceso.

Las características de las Pymes

De acuerdo a la información proporcionada por el Servicio de

Versatilidad y estructuras sencillas son algunas ventajas de las Pymes en Ecuador.

Ventas Internas (SRI), en 2011 existieron 27 646 Pymes, de las cuales 13 332 pertenecen a los sectores que se han tomado en cuenta en el presente análisis: 4 661 medianas (34,96%) y 8 671 pequeñas (65,04%).

A nivel de concentración, Pichincha y Guayas siguen siendo las provincias que agupan la mayor cantidad de pymes. En la primera provincia se estima que existen 43,29% y en Guayas 40,46%, esto, debido a la concentración de la población en estas localidades así como de las empresas más grandes, a las que las Pymes proveen de bienes y servicios, en gran medida especializados.

En comparación con los resultados presentados el año anterior, se observa un leve incremento de de las Pymes en estas dos provincias, ya que este porcentaje pasó de

81% a 84,5% para las pequeñas y de 80% a 82% en las medianas.

Hay que tomar en cuenta la importancia que tuvo el año 2011 en el desempeño de las diversas actividades en las que participan las Pymes. Según datos del Banco Central del Ecuador (BCE) se registró un crecimiento cercano al 8% en la economía nacional debido al aumento en la producción de diversas actividades. En base a estas cifras, se destaca el crecimiento del 21,0% en la construcción, 13,4% en alojamiento y servicios de comida, correo y comunicaciones 12,5%, entre otros.

A nivel nacional, dentro del Producto Interno Bruto, la actividad comercial es una de las más importantes junto con la manufactura y construcción, lo que mantiene una relación con los resultados que refleja la composición de los ingresos operacionales de las actividades en 2011.

Uno de los principales inconvenientes que tuvo la economía el año pasado fue el déficit de balanza comercial de USD 687,19 millones (pequeñas) y de USD 8 545,5 millones (medianas). No obstante, la posibilidad de desarrollar las exportaciones de estas empresas es una alternativa que generaría un equilibrio en este campo.

Estas cifras refuerzan el impacto que tiene en el país el comercio, y cómo se va posicionando en las pequeñas y medianas empresas, en la primera con una participación del 32,4% y, en las segundas, con el 44,3%.

www.dpsnegocios.com

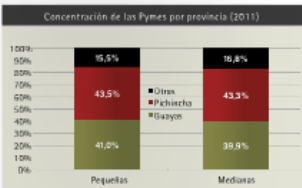
[pág. 05]

En promedio, las empresas medianas a nivel nacional tienen un ingreso anual de USD 2,5 millones, es tanto que las pequeñas de USD 451 341. Los sectores con mayor ingreso operacional entre las empresas medianas fueron la cría de animales, las agrícolas y las de alimentos y bebidas con USD 3 millones, USD 2,96 millones y USD 2,79 millones, respectivamente.

En el caso de las pequeñas, los tres con mayores ingresos fueron pesca y acuicultura, turismo y construcción, cada una con USD 631 084; USD 578 858 y USD 560 423. Estos resultados evidencian el peso de los sectores primarios dentro de las Pymes y en los ingresos que generan.

En ciertos casos, estos resultados se alcanzan también por el acceso conseguido a mercados del exterior, reflejando así la necesidad de fortalecer los vínculos del país con otras naciones. Esto se da principalmente en los sectores de pesca y acuicultura que son demandados, tanto en el mercado estadounidense como en el europeo. La producción de banana sigue esta tendencia, favoreciendo el desempeño de estas compañías, sin embargo, los precios de venta no permiten que se alcancen niveles de utilidad tan elevados como los de otros emprendimientos.

Hay que aclarar que estos proyectos manejan niveles menores de margen que los de otros sectores, lo que además incide en sus rendimientos; otras actividades de mayor valor agregado como los servicios no tienen ingresos elevados, pero tienen me-



Fuente: SBI



Fuente: SBI



Fuente: SBI

[pág. 86]

www.lixnegocios.com

nores costos al igual que las empresas de bienes raíces.

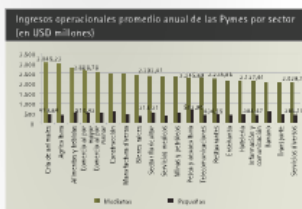
Dentro del análisis se tomó en cuenta la utilidad/bienes (rentabilidad). En el caso de las Pymes, la rentabilidad promedio de 2011 fue del 6% (los datos de las empresas medianas presentan menores desviaciones que los de las pequeñas).

Los sectores de mayor rentabilidad son aquellas que están en los negocios de bienes raíces (17,2%), pesca y acuicultura (10%) y telecomunicaciones (9,4%).

Por su parte, los sectores con menor rentabilidad son la cría de animales, el floricultor y comercio al por menor con indicadores de 1,08%; 2,59% y 3,44%, respectivamente. En el caso de las producciones primarias se destacan los elevados costos que deben cubrir lo que incide directamente en la rentabilidad de estos emprendimientos.

Adicionalmente, se evaluó el peso de los impuestos sobre las ventas (carga fiscal). Las empresas medianas tienen en promedio un indicador de 1,33%. Las Pymes con mayor carga fiscal, son de los sectores de bienes raíces (3,93%), telecomunicaciones (2,12%) y servicios diversos (2,09%). Estos resultados se alcanzan gracias al valor agregado que generan estas actividades.

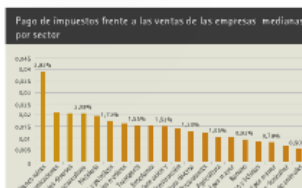
La cría de animales (0,9%), el sector floricultor (0,6%) y el comercio al por menor (0,7%) son los de menor aporte al fisco. Si bien algunos emprendimientos agrícolas y comerciales requieren



Fuente: SBI



Fuente: SBI



Fuente: SBI

[pág. 88]

www.lixnegocios.com

menores inversiones para su implementación, las utilidades que se generen y, por ende, el pago de impuestos, son menores que los de otros sectores.

A pesar de que en el país no se presentan señales que identifiquen el riesgo de una burbuja especulativa en el sector hipotecario, el incremento del negocio inmobiliario y de la construcción han llevado a que estas Pymes manejen niveles de utilidad elevados en función de sus ingresos.

Además, se observa la importancia de las inversiones en los rendimientos que pueden tener las compañías. De esta manera se reflejan las inversiones que se requieren en las actividades primarias así como los procesos de tecnificación a implementarse.

Metodología utilizada

Para el análisis de resultados para la tercera Premiación Ekos Pymes 2012 se trabajó a partir de la información entregada por el SRI, con base en declaraciones 2011 (incluida razón social de cada entidad, niveles de ingresos operacionales, utilidades e impuestos).

Con estos datos, comparados con los del año anterior y proporcionados por la Superintendencia de Compañías (SC), se planteó una metodología que calcula la eficiencia y desempeño.

Entre los indicadores está el crecimiento en ventas junto con la

Grupo 1	Más de 2 desviaciones estándar
Grupo 2	entre -1 y 1 desviaciones estándar
Grupo 3	entre -1 y 1 desviaciones estándar
Grupo 4	entre 1 desviación estándar y la media
Grupo 5	entre la media y 1 desviación estándar
Grupo 6	entre -1 y 1 desviaciones estándar
Grupo 7	entre 1 y 2 desviaciones estándar
Grupo 8	más de 2 desviaciones estándar

Tabla 1. Grupos homogéneos.

utilidad/ventas, que evalúa la rentabilidad del negocio y el peso de los impuestos sobre ingresos, que valora el cumplimiento de obligaciones tributarias.

Finalmente, se incluye la calificación del año pasado, ya que dentro del desempeño hay que considerar la actividad histórica de la empresa. Esto hace a su vez que dentro de la base solamente sea posible trabajar con compañías que formaron parte de la base de la SC de 2010.

De esta manera, se calcularon los valores promedio y la desviación estándar de cada indicador. Pero para que esto sea válido, era necesario excluir valores extremos de 5% que distorsionaban los resultados. Cabe recalcar que no se excluyen los registros del ranking, solo del cálculo del promedio y de la desviación estándar.

Criterios de calificación

Se generó una calificación para cada indicador por la dispersión del resultado de cada rubro. Así se establecieron ocho categorías o grupos (ver tabla 1).

Por concepto de distribución es de esperar que la mayoría de índices de las empresas esté cerca de la media, por lo que tendrían una puntuación dentro de los grupos intermedios. Por ejemplo, si los índices se ajustan a una normal, entre -1 y 1 desviación estándar estarían el 68% de los datos. Esta metodología es correcta ya que lo que se pretende es premiar a las Pymes que sobresalieron sobre la media y que están en los extremos positivos.

Los indicadores propuestos se calificaron por sus resultados y dispersión; cada calificación se multiplicó por su ponderación para determinar los puntajes de cada categoría establecidos por Ekos Negocios (ver tabla 2).

En caso de que se registre un empate, se calificaron las empresas en función del valor de cada indicador, basados en los ocho rangos que se manejan. De esta manera, el mejor indicador obtiene la calificación más alta. Si se registra nuevamente un empate, se premió a la empresa que tenía la mayor rentabilidad (utilidad/ingresos).

A modo de conclusión

2011 fue favorable para las Pymes. Se destacan los resultados de las actividades inmobiliarias, así como de los servicios, telecomunicaciones, pesca y acuicultura. Se reflejan los importantes desafíos por emprenderse desde las actividades primarias que enfrentan los mayores costos, incidiendo en la rentabilidad de los negocios. Es fundamental elaborar políticas orientadas al desarrollo de las actividades de las Pymes para consolidar su presencia.

Rubro	Coeficiente ponderación	Rentabilidad (Utilidad/Ventas)	Carga fiscal (Impuestos/Ventas)	Resultado 2011	Total
Rentabilidad	30%	30%	30%	30%	100%

Tabla 2. Indicadores y ponderaciones utilizados.

Anexo IX.- Resolución N°17



RESOLUCIÓN N° 17
COMITÉ DE COMERCIO EXTERIOR
CONSIDERANDO

Que de conformidad con el artículo 261 el numeral 5 de la Constitución de la República del Ecuador es competencia exclusiva del Estado la adopción de políticas económicas, tributarias, aduaneras, arancelarias; fiscales y monetarias; comercio exterior y endeudamiento;

Que de acuerdo con el artículo 284 numeral 2 de la Constitución de la República del Ecuador uno de los objetivos principales que tiene el Gobierno Central en materia económica es "incentivar la producción nacional, la productividad y competitividad sistemática...";

Que de acuerdo a lo establecido en el artículo 304 de la Constitución de la República del Ecuador, la política comercial tiene como fin esencial desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo;

Que la Organización Mundial del Comercio reconoce que los gobiernos de los países en desarrollo pueden aplicar sistemas de licencia de importación teniendo en cuenta sus necesidades especiales en lo que respecta a su comercio, desarrollo y finanzas, para lo cual se ha adoptado el Acuerdo sobre Procedimientos para el Trámite de Licencias de Importación;

Que el Programa de Liberación del Acuerdo de Cartagena permite la adopción y el cumplimiento de medidas destinadas a la protección de la vida y salud de las personas;

Que está vigente en el Ecuador la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor que establece como derechos fundamentales del ciudadano la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios;

Que de acuerdo con el artículo 71 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, el Comité de Comercio Exterior es el órgano encargado de aprobar las políticas públicas nacionales en materia de política comercial;

Que el artículo 72 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones reconoce la facultad que tiene el Comité de Comercio Exterior COMEX de expedir las normas sobre registros, autorizaciones, documentos de control previo, licencias y procedimientos de importación y exportación, distintos a los aduaneros, general y sectorial, con inclusión de los requisitos que se deben cumplir, distintos a los trámites aduaneros;

Que de conformidad con lo establecido en el artículo 19 del Reglamento para la aplicación del Libro IV del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, en materia de política comercial, sus órganos de control e instrumentos, el COMEX podrá adoptar medidas de carácter no arancelario a las importaciones o exportaciones en los casos determinados en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, que estén en concordancia con los tratados y convenios internacionales ratificados por el Ecuador;

Que mediante Resolución No. 450 del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones COMEXI de 29 de octubre de 2008, publicado en el Suplemento del Registro Oficial No. 492 de 19 de diciembre de 2008, se codificó la "Nómina de productos sujetos a controles previos a la importación";

Que mediante resoluciones No.3, 5 y 8 del Consejo de Comercio Exterior COMEX, se aprobó la adopción de un mecanismo de registro de importadores cuyo objetivo final era monitorear las importaciones de 87 subpartidas referidas a vehículos, llantas, celulares, refrigeradoras, televisores y otros productos;

Que mediante Acuerdo Ministerial No. MCPEC-2011-039 de 27 de julio de 2011, se delegó al Ing. Mauricio Peña las atribuciones y deberes del Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad por el periodo comprendido entre el 29 de julio y el 17 de agosto del presente año inclusive;



Que el Comité de Comercio Exterior, en sesión de 2 de agosto de 2011, conoció y aprobó el Informe Técnico MCPEC-COMEX 014-2011, que recomienda la implementación de un sistema de licencias de importación para 51 subpartidas arancelarias;

En ejercicio de las facultades que le confiere la ley,

RESUELVE:

Artículo 1.- Reformar la Resolución 450 del COMEXI, publicada en el Registro Oficial No. 492 de 19 de diciembre del 2008, incorporando dentro de la "Nomina de productos sujetos a controles previos a la importación", las subpartidas detalladas en el Anexo I de la presente Resolución.

Artículo 2. - La autoridad encargada de administrar y aplicar el sistema de licencias de importación es el Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO, para lo cual elaborará un instructivo que asegure la operatividad de este sistema.

Artículo 3. - Para obtener la(s) licencia(s) de importación, se deberá presentar la correspondiente solicitud dirigida al MIPRO a la cual se acompañará los siguientes documentos:

Tratándose de personas naturales:

- a) Copia notariada de la cédula de ciudadanía y certificado de votación del solicitante, y en el caso de personas extranjeras, copia del pasaporte con la correspondiente visa;
- b) Registro único de Contribuyentes (RUC) actualizado, en el caso de haber obtenido uno;
- c) Certificado de cumplimiento de obligaciones tributarias debidamente certificado por el SRI;
- d) Certificado de estar al día en las obligaciones patronales en el IESS, en el caso de tener empleados bajo relación de dependencia; y,
- e) Certificado del cumplimiento de inserción laboral de personas discapacitadas emitido por el Ministerio de Relaciones Laborales, en el caso que corresponda.

Tratándose de personas jurídicas a más de los requisitos puntualizados en los literales anteriores presentarán:

- f) Copia notariada del nombramiento vigente del representante Legal de la compañía debidamente inscrito;
- g) Copia notariada de la cédula de ciudadanía y certificado de votación del Representante Legal de la compañía;
- h) Certificado de cumplimiento de obligaciones y existencia legal actualizado y emitido por la Superintendencia de Compañías; y,
- i) Certificado de la representación de la marca en el país, para el caso de que importe más de dos unidades de las subpartidas que constan en el Anexo I, debidamente legalizados.

Artículo 4.- En el caso de que no se disponga de la representación de la marca, la persona natural o jurídica que desee importar más de dos unidades de las subpartidas que constan en el Anexo I, con fines comerciales, para la obtención de la licencia de importación se solicitará al MIPRO la inspección de las instalaciones físicas donde se realizará el mantenimiento respectivo, que evidencie la disponibilidad de repuestos, garantía y el cumplimiento de la normativa vigente.

Artículo 5. - La licencia de importación se emitirá en el plazo establecido en el instructivo del MIPRO, respetando lo dispuesto en el Acuerdo sobre Procedimientos para el Trámite de Licencias de Importación de la Organización Mundial del Comercio.

Artículo 6. - La licencia de importación constituye un documento de acompañamiento a la declaración aduanera, por lo tanto deberá tramitarse y obtenerse previo al embarque de la mercancía en el exterior y por cada embarque. La omisión de este requisito será considerado como una contravención aduanera conforme lo establece el artículo 190, literal i) del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

Artículo 7. - Para los casos de importadores nuevos, sin registro previos de importación en las subpartidas que constan en el Anexo I, conforme las estadísticas del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, se deberá



presentar al MIPRO la solicitud de licencia de importación con el respectivo justificativo técnico, conforme a lo establecido en el instructivo elaborado por el MIPRO.

Artículo 8. – Una vez que el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador acepte la Declaración Aduanera de mercancías sujeta a licencia de importación, el importador podrá solicitar una nueva licencia.

Artículo 9. – El MIPRO en cualquier instante podrá verificar el cumplimiento de los requisitos técnicos, referente a las instalaciones físicas de los importadores, la disponibilidad de repuestos, personal técnico capacitado para prestar servicio de post-venta y garantías, así como el cumplimiento de la normativa interna vigente.

Artículo 10. – Quedan exentas de solicitar una licencia de importación las personas naturales y jurídicas cuando la importación de alguna de las subpartidas que constan en el Anexo I no exceda las 5 unidades, su valor no sea mayor a los USD 3.000 (tres mil dólares) por declaración y sean para uso personal; incluyendo aquellas importaciones que acompañen a los viajeros o ingresen al país a través de correos nacionales o couriers, excepto las partidas clasificadas en el capítulo 87.

Artículo 11. – Las importaciones realizadas por personas migrantes, discapacitados y las amparadas en la Ley de Inmidades, Privilegios y Franquicias Diplomáticas, estarán exoneradas de la obtención de esta licencia, tanto al ingreso de la mercancía al país, como en el caso de transferencia de dominio a otros sujetos que gocen o no de esta exoneración.

Artículo 12. – Quedan derogadas las siguientes Resoluciones del COMEX:

- **03**, de 9 de febrero de 2011, publicado en el Registro Oficial No. 402 de 12 de marzo de 2011.
- **05**, de 1 de abril de 2011, publicado en el Registro Oficial No. 428 de 15 de abril de 2011.
- **08**, de 2 de mayo de 2011, publicado en el Registro Oficial No. 447 de 13 de mayo de 2011.

Artículo 13. – Las personas naturales y jurídicas que hayan obtenido el registro como importador, de conformidad con lo establecido en las Resoluciones 03, 05 y 08 del COMEX, podrán solicitar la obtención de licencias de importación. Para tal efecto, presentarán los documentos exigidos en la presente resolución, que sean adicionales a los que fueron presentados con anterioridad para el trámite de obtención del registro como importador, dentro de los 5 días hábiles contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud de licencia de importación ante el MIPRO.

DISPOSICIÓN FINAL. – Aquellas mercancías embarcadas antes de la vigencia de la presente Resolución, se registrarán por la normativa vigente en el momento del embarque.

Esta Resolución fue adoptada por el Comité de Comercio Exterior (COMEX), en sesión llevada a cabo el 2 de agosto de 2011 y entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.

Ing. Mauricio Peña
PRESIDENTE (E)

Lic. Diego Caicedo
SECRETARIO AD-HOC

ANEXO I

675	DESCRIPCION D 675	Institución	Documento de control previo	Observaciones
4011101000	Radiales	MIPRO	Licencia de Importación	
4011109000	Los demás	MIPRO	Licencia de Importación	
4011201000	Radiales	MIPRO	Licencia de Importación	
4011209000	Los demás	MIPRO	Licencia de Importación	
4011400000	De los tipos utilizados en motocicletas	MIPRO	Licencia de Importación	
4011610000	De los tipos utilizados en vehículos y máquinas agrícolas o forestales	MIPRO	Licencia de Importación	
4011620000	De los tipos utilizados en vehículos y máquinas para la construcción o mantenimiento industrial, para llantas de diámetro inferior o igual a 61 cm	MIPRO	Licencia de Importación	
4011630000	De los tipos utilizados en vehículos y máquinas para la construcción o mantenimiento industrial, para llantas de diámetro superior a 61 cm	MIPRO	Licencia de Importación	
4013100000	De los tipos utilizados en automóviles de turismo (incluidos los del tipo familiar [(break) o (station wagon)] y los de carreras), en autobuses o camiones	MIPRO	Licencia de Importación	
7207110000	De sección transversal cuadrada o rectangular, cuya anchura sea inferior al doble del espesor	MIPRO	Licencia de Importación	
7207120000	Los demás, de sección transversal rectangular	MIPRO	Licencia de Importación	
7207190000	Los demás	MIPRO	Licencia de Importación	
7207200000	Con un contenido de carbono superior o igual al 0,25% en peso	MIPRO	Licencia de Importación	
8418102000	De volumen superior o igual a 184 l pero inferior a 269 l	MIPRO	Licencia de Importación	
8418103000	De volumen superior o igual a 269 l pero inferior a 382 l	MIPRO	Licencia de Importación	
8418109000	Los demás	MIPRO	Licencia de Importación	
8418211000	De volumen inferior a 184 l	MIPRO	Licencia de Importación	
8418212000	De volumen superior o igual a 184 l pero inferior a 269 l	MIPRO	Licencia de Importación	



Comité de Comercio Exterior

8418300000	Congeladores horizontales del tipo arcon (cofre), de capacidad inferior o igual a 800 l	MIPRO	Licencia de Importación	
8418500000	Los demás muebles (armarios, arcones (cofres), vitrinas, mostradores y similares) para la conservación y exposición de los productos, que incorporen un equipo para refrigerar o congelar	MIPRO	Licencia de Importación	
8418699100	Para la fabricación de hielo	MIPRO	Licencia de Importación	
8418699300	Cámaras o túneles desarmables o de paneles, con equipo para la producción de frío	MIPRO	Licencia de Importación	
8418699900	Los demás	MIPRO	Licencia de Importación	
8418991000	Evaporadores de placas	MIPRO	Licencia de Importación	
8418992000	Unidades de condensación	MIPRO	Licencia de Importación	
8418999000	Los demás	MIPRO	Licencia de Importación	
8517120000	Teléfonos móviles (celulares) y los de otras redes inalámbricas	MIPRO	Licencia de Importación	
8517120010	En CKD	MIPRO	Registro de Importación	Solo empresas registradas previamente en el MIPRO
8517120090	Los demás	MIPRO	Licencia de Importación	
8528720010	En CKD	MIPRO	Registro de Importación	Solo empresas registradas previamente en el MIPRO
8528720090	Los demás	MIPRO	Licencia de Importación	
8702109080	En CKD	MIPRO	Licencia de Importación	
8703210090	Los demás	MIPRO	Licencia de Importación	
8703221090	Los demás	MIPRO	Licencia de Importación	
8703229080	En CKD	MIPRO	Licencia de Importación	
8703229090	Los demás	MIPRO	Licencia de Importación	
8703231080	En CKD	MIPRO	Licencia de Importación	
8703231090	Los demás	MIPRO	Licencia de Importación	
8703239080	En CKD	MIPRO	Licencia de Importación	
8703239090	Los demás	MIPRO	Licencia de Importación	
8703241090	Los demás	MIPRO	Licencia de Importación	

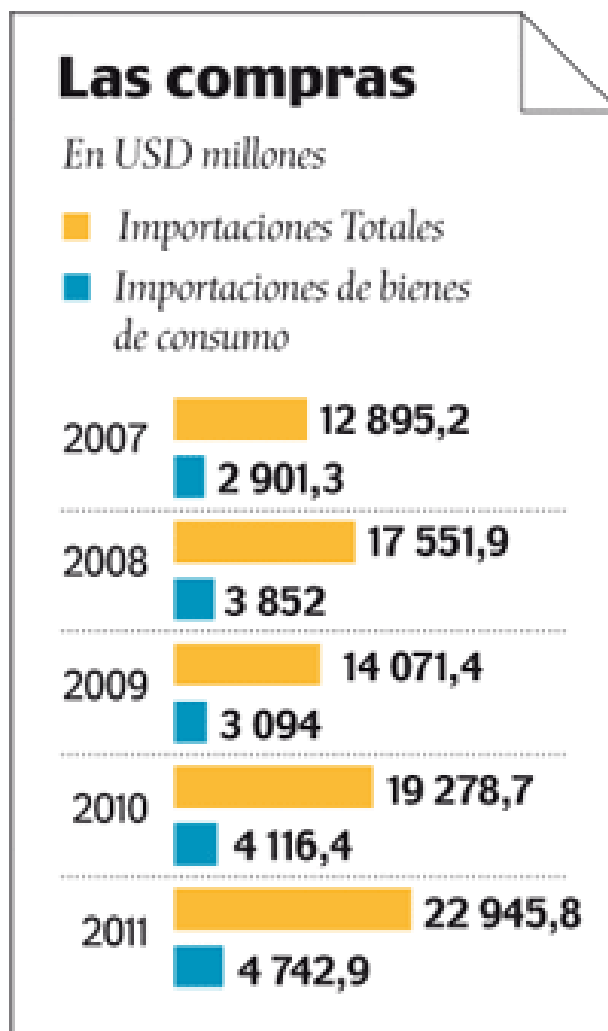
Anexo X.- Descripción de la partida 8528720090

Sección XVI :	MAQUINAS Y APARATOS, MATERIAL ELECTRICO Y SUS PARTES; APARATOS DE GRABACION O REPRODUCCION DE SONIDO, APARATOS DE GRABACIONO REPRODUCCION DE IMAGEN Y SONIDO EN TELEVISION, Y LAS PARTES Y ACCESORIOS DE ESTOS APARATOS
Capitulo 85 :	Máquinas, aparatos y material eléctrico, y sus partes; aparatos de grabación o reproducción de sonido, aparatos de grabación o reproducción de imagen y sonido en televisión, y las partes y accesorios de estos aparatos
Partida Sist. Armonizado 8528 :	Aparatos receptores de televisión, incluso con aparato receptor de radiodifusión o de grabación o reproducción de sonido o imagen incorporado; videomonitores y videoproyectores

Partida	Verif	Descripción Partida	Descripción TNAN
8528720090-0000-0000	4	LOS DEMAS	MAYOR A 20 PERO MENOR O IGUAL A 32 PULGADAS, RES. 70 AR. ESP.73,11 C/U
8528720090-0000-0001	4	LOS DEMAS	MAYOR A 32 PERO MENOR O IGUAL A 41 PULGADAS, RES. 70 AR.ESP. 140,32 C/U
8528720090-0000-0004	4	LOS DEMAS	MENOR O IGUAL A 20 PULGADAS.RES. 70 AR. ESP. 39,97
8528720090-0000-0003	4	LOS DEMAS	MAYORES A 50 PULGADAS, RES. 63 RO 725 15/06/12. RESOL 70
8528720090-0000-0002	4	LOS DEMAS	MAYOR A 41 PERO MENOR O IGUAL A 50 PULGADAS, RES. 70AR.ESP. 158,14 C/U

Código de Producto (TNAN)	0000
Antidumping	0 %
Advalorem	5 %
FDI	0.5 %
ICE	0 %
IVA	12 %
Salvaguardia por Porcentaje	0 %
Salvaguardia por Valor	
Aplicación Salvaguardia por Valor	
Techo Consolidado	0 %
Incremento ICE	0 %

Anexo XI.- Importaciones Totales por años, artículos tecnológicos son parte del mayor número de importaciones



Fuentes: BCE / EL COMERCIO

Anexo XII.- Comparación de Tabla de aranceles, reformas arancelarias

Tabla arancel TV Antigua:

Pulgadas	% de arancel	Tarifa específica por unidad
○ De 14 a 20	5%	39,97 dólares
○ De 21 a 32	5%	73,11 dólares
○ De 33 a 41	5%	140,32 dólares
○ De 42 o más	5%	158,14 dólares
○ Menor a 14	20%	0
○ Vigente:		
Pulgadas	%	Tarifa por unidad
○ Menos de 22	5%	0
○ De 23 a 32	5%	73,11 dólares
○ De 33 a 41	5%	140,32 dólares
○ De 42 a 50	5%	158,14 dólares
○ Mayores a 50	20%	0

Mercancías Las alzas

○ Cámaras fotográficas digitales y videocámaras:	25% por unidad
○ Mecanismos reproductores de casetes:	20% por unidad
○ Audífonos:	20% por unidad
○ Binoculares:	30% por unidad

Anexo XIII.- Esquema de entrevista aplicada a los Gerentes-Encargados y propietarios de las PYMES comercializadoras de televisores



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

Extensión Santo Domingo

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS

**CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR,
INTEGRACIÓN Y ADUANAS**

**ENREVISTA DIRIGIDA A LOS GERENTES-ENCARGADOS, DUEÑOS,
DE DE LAS PYMES COMERCIALIZADORAS DE TELEVISORES**

Estimado señor Gerente de la empresa comercializadora, solicito muy comedidamente responder a la siguiente entrevista que tiene el carácter académico, requisito previo a la obtención de mi título de Ing. En Comercio Exterior, Integración y Aduanas

- 1. ¿Tiene conocimiento de cuáles son las reformas arancelarias que ha expuestos el Comex para la subpartida 5828.72.00.90 de los televisores?**

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

2. ¿Qué piensa sobre la aplicación de las reformas arancelarias en la subpartida 8528.72.00.90?

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

3. ¿Cuál ha sido el incremento en el precio de un televisor aproximadamente?

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

4. ¿Cómo se ha visto afectado su empresa debido a la aplicación de las reformas arancelarias en la subpartida 8528.72.00.90?

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

5. ¿Cuáles son las estrategias que han tomado en base a la aplicación de las reformas arancelarias de la subpartida 8528.72.00.90?

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

6. ¿Qué opción piensa Ud. que sería la mejor para cubrir los costos que se han incrementado bajo las reformas arancelarias de la subpartida 8528.72.00.90?

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

7. ¿Piensa Ud. que las reformas arancelarias en la subpartida 5828.72.00.90 generen contrabando, Si o No. Por Qué?

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

8. ¿Del total de su inventario de televisores, cual es el porcentaje de televisores ensamblados en Ecuador?

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

9. ¿Cuál es la actividad en ventas de los televisores ensamblados en el Ecuador?

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

10. ¿La diferencia de precios entre un televisor importado y uno ensamblado en el país?

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

11. ¿Aplican estrategias especiales para vender el producto ensamblado en Ecuador?

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

Anexo XIV.- Encuesta aplicada a las PYMES comercializadoras de televisores del Ecuador



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

Extensión Santo Domingo

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS

**CARRERA DE INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR,
INTEGRACIÓN Y ADUANAS**

Objetivo: Medir el impacto económico en las PYMES comercializadoras de televisores, por la aplicación de las reformas en la política nacional arancelaria de la subpartida 8528.72.00.90, correspondiente a los televisores.

Solicito se digne en responder las siguientes preguntas cuyo propósito es de carácter eminentemente académico.

RAZON SOCIAL:.....

1. ¿Su empresa importa televisores bajo la partida 8528.72.00.

SI

NO

2. ¿Cuántos años su empresa ha importado bajo la partida 8528.72.00.90?

0 a 5

10 a 20.....

6 a 10

3. ¿Cuál es el país de origen de los televisores importado bajo la partida 8528.72.00.90?

China	Tailandia.....
Japón	USA
México.....	Otros

4. ¿Cuál es volumen de Importación anual de televisores bajo la Partida 8528.72.00.90 de su empresa?

0-100	301-400.....
101-200.....	301-500.....
201-300.....	501-1000.....

5. Por la aplicación en las reformas en la importación de televisores bajo la partida 8528.72.00.90 ¿Cuál ha sido su comportamiento como importador?

Aumento el volumen de importación
Disminuyo el volumen de importación
Importo las mismas cantidades

6. ¿Cuál de los siguientes modelos de televisores tienen mayor demanda?

Tubo	Plasma
LCD	LED

7. ¿Con que frecuencia realiza sus importaciones de televisores bajo la partida 8528.72.00.90?

Quincenal	Bimestral
Mensual	Trimestral

8. ¿Cuál de las siguientes estrategias de competitividad uso su empresa ante las reformas a la partida de los televisores 8528.72.00.90?

Reducción de personal

Reducción de costos